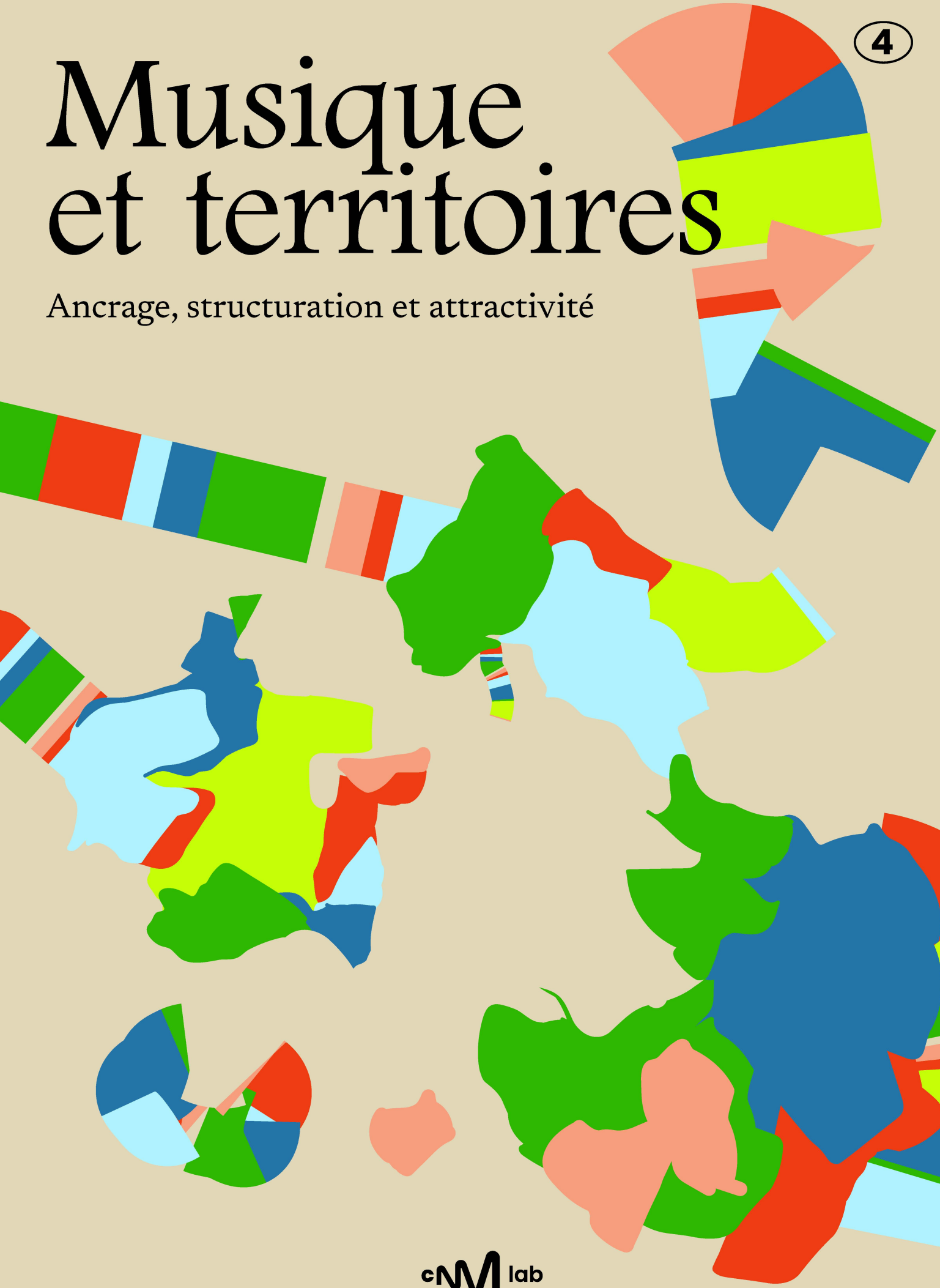
4

Musique et territoires

Ancrage, structuration et attractivité



cnm lab

Musique et territoires

Ancrage, structuration et attractivité

Sommaire

1. Éditorial 3
Jean-Baptiste Gourdin

2. Perspectives sur la structuration de la musique en Guadeloupe 7
De la scène à l'écosystème
Florabelle Spielmann

3. Festivals de musique et territoires 29
Cartographie, sociologie, économie
Julien Audemard, Aurélien Djakouane, Stéphane Laurent, Emmanuel Négrier

4. Michaël Dian – Entretien 52
Michaël Dian

5. Comprendre la dynamique des scènes musicales 61
L'exemple de Black & Noir à Angers (1988-1995)
Gérôme Guibert

6. Les crédits d'impôt musicaux : un outil au service des territoires 83
Michaël Spanu

7. Le Hellfest Open Air Festival 103
Un levier d'attractivité territoriale
Corentin Charbonnier, Émilie Ruiz, Lise Bodin

8. Écologie, musique et territoires 122
Penser l'empreinte territoriale du secteur musical à l'heure des bouleversements écologiques
Basile Michel

9. L'Estafette : un projet en itinérance pour une fabrique des territoires ? 151
Équipe DEDALE

10. Gisèle Magnan – Entretien 170
Gisèle Magnan

11. Les passions musicales ordinaires comme projet de territoire 179
Julie Oleksiak

12. Géographie de l'innovation musicale à l'ère du streaming 200
Une analyse à partir des données de consommation du rap en France
Myriam Boualami

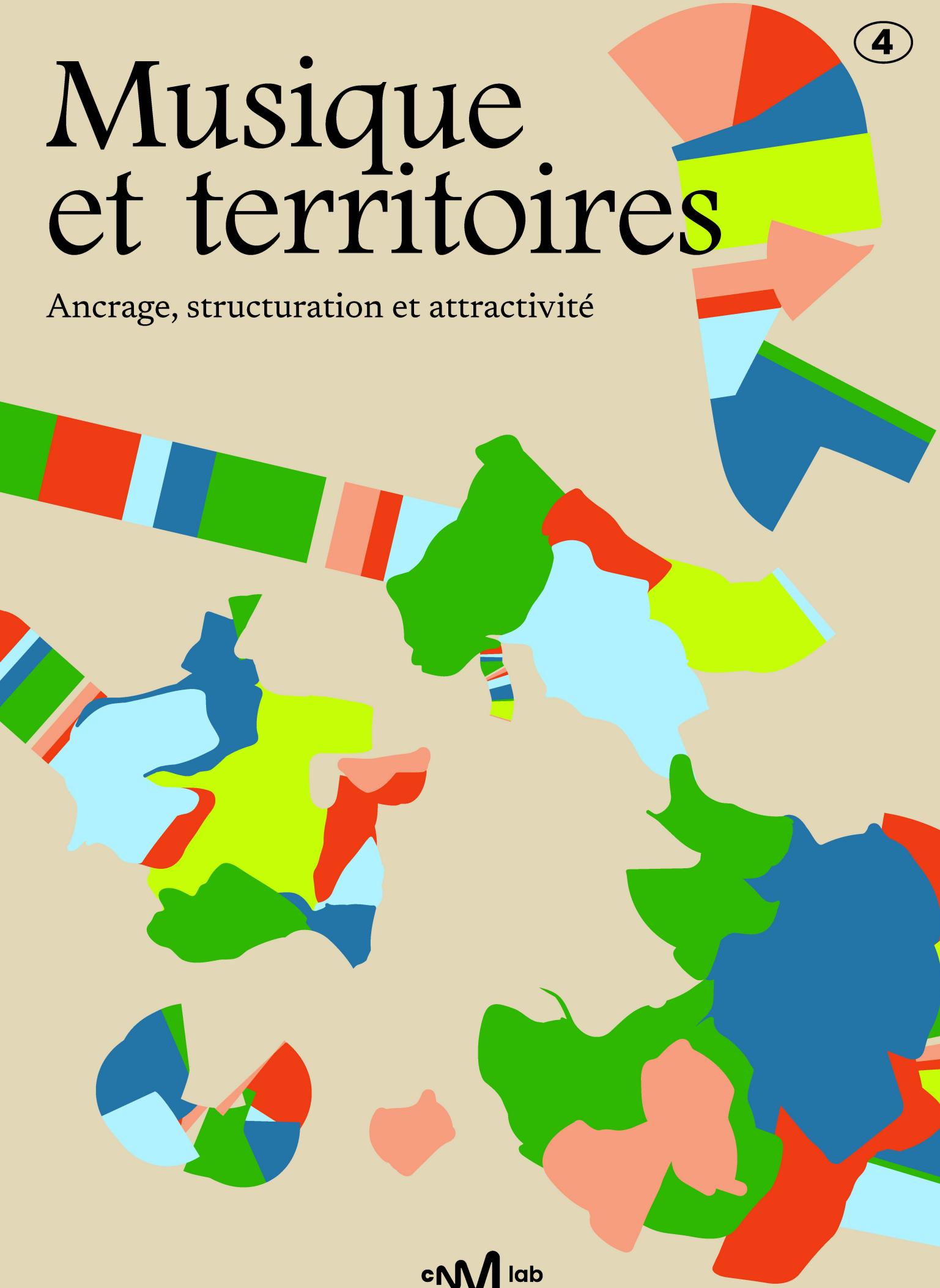
13. Les disquaires indépendants à Lyon 228
Participation et impact dans l'émergence d'un territoire sonore
Thibault Jeandemange

14. Crédits et remerciements 244

4

Musique et territoires

Ancrage, structuration et attractivité



cnm lab

Éditorial

Jean-Baptiste Gourdin

Jean-Baptiste Gourdin est président du Centre national de la musique depuis février 2025.

Des lieux de répétition aux salles de concert, la musique réinvente nos manières d'habiter les territoires. Elle fait exister des espaces où se tissent sociabilités, usages et imaginaires communs. La musique n'est jamais seulement un art ou une industrie : elle est aussi un fait territorial. Elle révèle des circulations – artistes, publics, influences – tout en s'ancrant dans des lieux, des scènes et des identités locales.

Dans son précédent recueil, *Artistes et entrepreneuriat*, le CNMlab a montré que si la chaîne de valeur s'est recentrée autour d'un artiste devenu entrepreneur de sa carrière, les intermédiaires demeurent essentiels. Ces transformations sont toujours ancrées dans des territoires variés. Dans ce quatrième recueil, nous nous intéressons au territoire comme espace d'expérimentation sociale. Comment la présence d'acteurs, d'initiatives ou d'infrastructures musicales change-t-elle un lieu ? Comment les politiques publiques accompagnent-elles l'écosystème musical ? Comment penser l'avenir des territoires de la musique ?

Ces questions sont au cœur de la mission du Centre national de la musique. Établissement public créé pour soutenir l'ensemble de la filière musicale, le CNM accompagne les acteurs sur tout le territoire national, des métropoles aux zones rurales et ultramarines. Son action vise à garantir l'équité d'accès à la création et à la diffusion musicale, tout en renforçant les dynamiques locales. À travers ses dispositifs de soutien et ses travaux de recherche, le CNM contribue à faire des territoires de véritables leviers de développement pour l'écosystème musical français.

En 2021, 82 % des Français considéraient la musique essentielle au dynamisme de leur territoire. Pourtant, les inégalités d'accès à la culture persistent entre métropoles et territoires ruraux ou ultramarins. Ce paradoxe pose une question centrale : comment s'articulent, dans la filière musicale, logiques de rayonnement culturel et cohésion territoriale ? L'attractivité repose sur la visibilité et la capacité à capter des flux ; la cohésion vise l'équité d'accès, notamment dans les espaces moins dotés. Ces tensions interrogent aussi les modes d'évaluation des politiques culturelles, au-delà des seuls indicateurs économiques.

Pour éclairer ces questions, ce recueil réunit des contributions qui, de l'échelle des festivals à celle des quartiers, interrogent les modes de fabrication des territoires musicaux. Les festivals en constituent un observatoire privilégié : Julien Audemard, Aurélien Djakouane, Stéphane Laurent et Emmanuel Négrier examinent les mérites et limites de l'évaluation des retombées économiques locales, à partir du cas des Eurockéennes de Belfort. Lise Bodin, Corentin Charbonnier et Emilie Ruiz étudient l'attractivité du Hellfest Open Air et montrent comment celle-ci se construit dans la durée, au fil d'un dialogue constant entre organisateurs et acteurs locaux.

Au-delà des temps festivaliers, c'est la fabrique quotidienne des scènes locales qui structure durablement les identités musicales des territoires. Gérôme Guibert explore cette notion à travers le cas du rock alternatif à Angers, étudiant la construction d'une marque artistique territoriale. Myriam Boualami met en évidence, via une étude statistique de données

Deezer, la persistance de la centralité parisienne dans les trajectoires des artistes de rap, malgré la dématérialisation. Thibault Jeandemange nous emmène à Lyon pour comprendre comment les disquaires indépendants façonnent un territoire sonore à l'échelle de la ville. Florabelle Spielmann propose un diagnostic de la filière musicale en Guadeloupe, territoire peu étudié malgré la richesse de sa vie créative.

Ces mouvements s'appuient aussi sur des dispositifs d'intervention publique dont l'efficacité mérite d'être interrogée. Michaël Spanu examine les liens entre crédits d'impôt et développement territorial, grâce à une comparaison internationale (Islande, France, Louisiane). L'équipe de recherche Dédale présente L'Estafette, un dispositif de concerts gratuits et itinérants ancré dans le Ségala rural, interrogeant les conditions de réussite d'une politique culturelle décentralisée.

Plusieurs contributions explorent également les expérimentations qui renouvellent les formes musicales en territoire. Basile Michel pose les défis écologiques du secteur musical en France et s'arrête sur deux initiatives – le groupe Aïla en Gironde et le festival La P'art Belle dans le Morbihan – qui œuvrent à la mise en place de nouvelles approches. Julie Oleksiak décrypte le projet Super Tapages, qui valorise l'écoute musicale comme outil de lien social à Francheville.

Enfin, deux entretiens approfondis complètent cette réflexion. Michaël Dian, directeur artistique du Festival de Chaillol, conçoit la musique comme un artisanat d'excellence et un levier de création de communautés. Gisèle Magnan, fondatrice des Concerts de Poche, inscrit son projet dans une démarche d'émancipation en démocratisant l'accès à la musique.

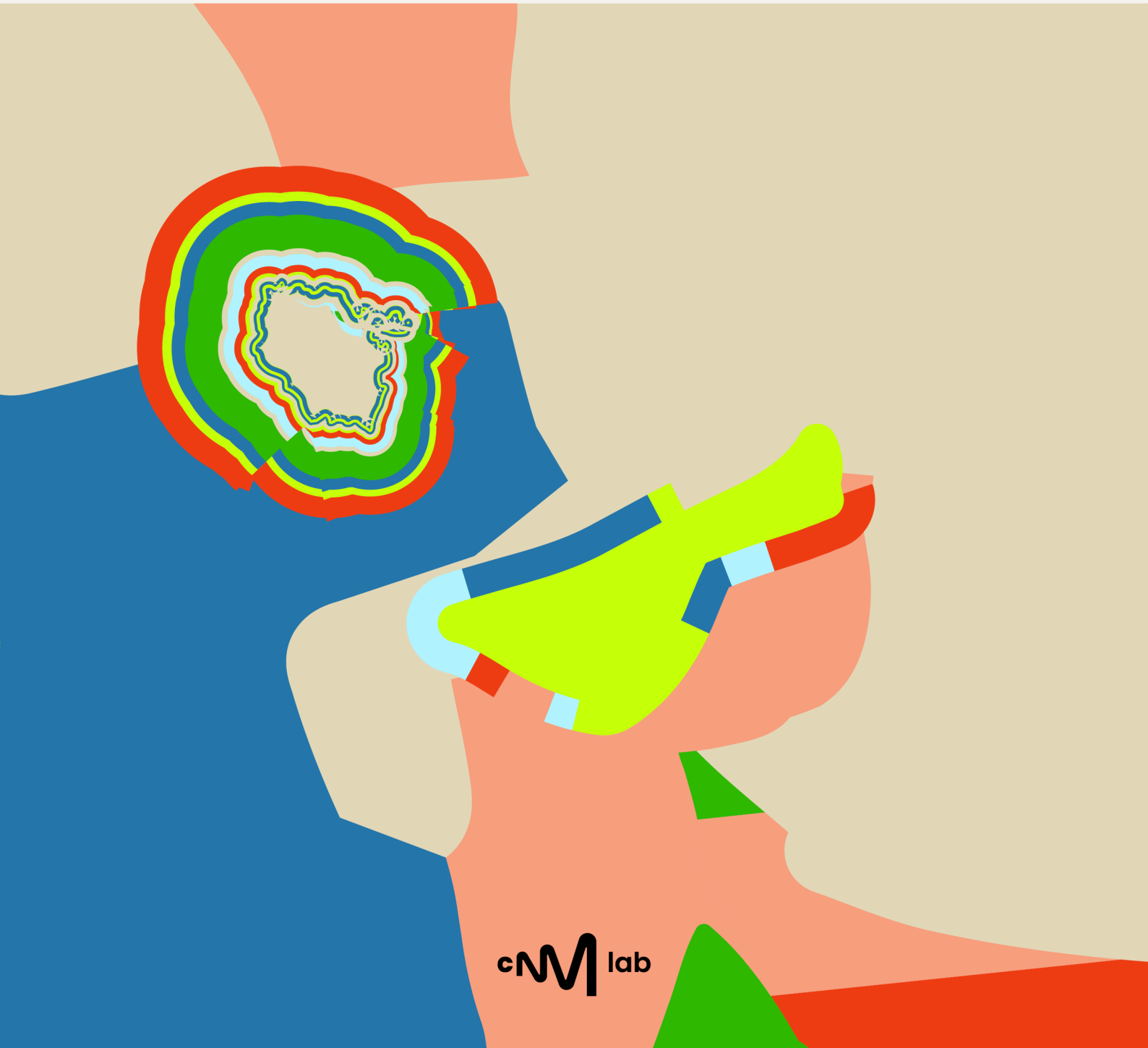
L'ensemble de ces contributions rappelle que la fabrique des politiques musicales ne peut être pensée indépendamment des réalités locales et des contraintes structurelles propres à chaque contexte. Ce recueil offre un panorama des multiples façons dont se façonnent aujourd'hui les territoires de la musique, esquissant le portrait d'un paysage en mouvement où se redéfinissent les équilibres entre ancrages locaux et circulations globales.

Jean-Baptiste Gourdin, président du Centre national de la musique

Perspectives sur la structuration de la musique en Guadeloupe

De la scène à l'écosystème

Par Florabelle Spielmann



Perspectives sur la structuration de la musique en Guadeloupe

De la scène à l'écosystème

Florabelle Spielmann

Florabelle Spielmann est anthropologue, responsable du patrimoine culturel immatériel au conseil départemental de la Guadeloupe et chargée de cours à l'université des Antilles. Sa thèse de doctorat a porté sur les combats de bâtons de Trinidad. En Guadeloupe, elle a contribué au dossier d'inscription du *gwoka* sur la liste patrimoniale de l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (Unesco) et s'est investie depuis dans la valorisation du patrimoine immatériel. Elle a également publié des articles sur les fondations du mouvement hip-hop en Guadeloupe.

Introduction

Et si l'écosystème musical guadeloupéen se racontait en fiction ? C'est le pari réussi du réalisateur guadeloupéen Julien Dalle, qui a fait de cet écosystème le fil conducteur de sa série télévisée *WISH*, acronyme de West Indies Studios History[1]. En prenant pour cadre le studio d'enregistrement du producteur et musicien Henri Debs[2], lieu mythique de la production musicale antillaise, la série télévisée *WISH* rend compte des dynamiques et des fragilités qui traversent l'écosystème de la musique en Guadeloupe. Par un jeu de miroirs, la fiction rejoint la réalité et éclaire les enjeux économiques et de structuration d'une filière musicale à la fois vibrante et fragile. Elle évoque les difficultés à maintenir en activité des structures de production, ainsi que la précarité professionnelle à laquelle sont confrontés les artistes. Cette mise en abyme éclaire ainsi un enjeu central : comment assurer la pérennité d'une scène musicale riche de son histoire et de sa créativité tout en surmontant les contraintes qui limitent sa structuration et son développement ?

En dépassant le simple cadre du divertissement, la série *WISH* se présente comme un manifeste de résilience. Elle montre comment les acteurs et actrices de cet écosystème continuent malgré les obstacles à créer, à collaborer et à diffuser leur musique, parfois au prix de sacrifices considérables. Cette capacité à persévérer face à l'adversité constitue une force indéniable. Mais reconnaître cette force ne doit pas masquer l'appel qui est lancé en faveur de la construction d'un écosystème viable et durable, capable de garantir aux artistes des conditions de création et de diffusion qui dépassent les seules logiques de survie.

En écho au récit de la série *WISH* et à ce qu'il révèle de la filière musicale, le présent article se propose d'explorer les possibles voies de structuration de l'écosystème musical guadeloupéen, en s'appuyant sur des données quantitatives et des entretiens[3]. Dans cette perspective, la première partie de cet article examinera le dynamisme et les enjeux de la scène musicale guadeloupéenne. La deuxième partie soulignera les singularités de cet écosystème. Enfin, la troisième partie mettra en lumière les pistes évoquées par les acteurs pour structurer cet écosystème musical, renforcer la professionnalisation des artistes et accompagner le développement d'une économie musicale solide et pérenne.

1. La scène musicale guadeloupéenne : dynamisme et enjeux

Un paysage musical en mutation et en expansion

Selon les données de l'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee) publiées en 2021[4], trois quarts des Guadeloupéennes et Guadeloupéens écoutent de la musique quotidiennement. Cette pratique s'ancre dans une grande diversité de styles, marquée par une forte présence des musiques caribéennes (zouk, *soca*, musiques haïtiennes). Chez les jeunes, ce sont les genres dits urbains – *trap*, rap, dancehall – qui dominent, aux côtés des musiques antillaises émergentes comme le *shatta* martiniquais ou le *bouyon*[5], originaire de la Dominique.

À cette pratique d'écoute quotidienne importante s'ajoute une créativité musicale foisonnante. La scène musicale guadeloupéenne se distingue en effet par sa vitalité artistique, portée par un public fidèle et des artistes qui créent pour leur territoire. Cette dynamique trouve ses racines dans les années 1980. C'est à cette période que la Guadeloupe s'est affirmée comme un foyer de création musicale. Cette articulation entre musique et territoire s'inscrivait alors dans le contexte de l'émergence du zouk.

Le succès du zouk fut dans un premier temps un succès organique porté par les artistes et un public antillais conquis par cette musique. Le zouk s'est en effet hissé en tête des ventes de disques en France avant de connaître une large diffusion à travers le monde. Cette véritable « *zouk mania* » a conduit le groupe emblématique Kassav' à se produire sur les plus grandes scènes internationales, notamment dans la Caraïbe, en France et en Afrique. Le zouk s'est ainsi enraciné dans l'imaginaire musical des diasporas afro-caribéennes et antillaises, tout en séduisant la jeunesse ouest-africaine. Aujourd'hui, des artistes comme Burna Boy intègrent des éléments zouk dans leurs productions, mettant en évidence l'influence durable et toujours actuelle des musiques antillaises sur la sono mondiale.

En Guadeloupe, cette vitalité artistique se manifeste à travers différents exemples. Parmi eux figure le succès du titre « God Bless » de l'artiste guadeloupéen Krys, un titre qui a dépassé le million d'écoutes dans le mois suivant sa sortie en 2024 – chiffre particulièrement notable au regard de la population de l'île, estimée à un peu moins de 400 000 habitantes et habitants. Ce morceau a aussi touché la société dans son ensemble. Son refrain, largement repris sur les réseaux sociaux, a été utilisé en Guadeloupe dans une campagne publicitaire de l'opérateur Orange, ce qui illustre la manière dont les musiques guadeloupéennes participent à la construction des imaginaires collectifs, et contribuent à l'affirmation d'un sentiment d'appartenance territoriale.

De son côté, le compositeur, producteur et chanteur guadeloupéen 1T1, figure émergente de la nouvelle génération du *bouyon*, connaît une ascension remarquable. Son titre « Bouwey », en collaboration avec le chanteur guadeloupéen Theomaa, cumule aujourd'hui onze millions de vues sur YouTube, ainsi que plusieurs millions d'écoutes sur les plateformes de streaming. Le morceau est apparu comme un véritable phénomène transcaribéen, atteignant les premières places des classements dans la Caraïbe et au Nigeria. Ce succès, en Guadeloupe et au-delà des frontières insulaires, témoigne de la capacité des artistes à affirmer une identité musicale ancrée dans leur territoire tout en s'inscrivant dans des réseaux musicaux globalisés. Il met également en évidence l'existence d'un public international sensible aux esthétiques caribéennes et à l'expressivité de la langue créole.

Ainsi, **l'écosystème de la musique en Guadeloupe connaît ces dernières années une dynamique positive. Les artistes guadeloupéens multiplient les projets, explorent de nouveaux styles et bénéficient d'une visibilité sur le territoire grâce aux médias traditionnels, en particulier les radios et télévisions locales, qui restent des relais essentiels pour toucher le public guadeloupéen**. Parallèlement, le paysage musical se transforme sous l'effet des nouvelles technologies. Les réseaux sociaux et les plateformes numériques offrent une visibilité inédite permettant aux créations de circuler rapidement à l'échelle mondiale. Dans ce mouvement, cet écosystème commence aussi à se doter de ses propres médias spécialisés dans la mise en valeur des scènes musicales guadeloupéennes.

Parmi eux, le média *Loxymore*, créé en 2014 par Emmanuel Foucan *alias* Shorty, a joué un rôle important dans la visibilité et la diffusion des cultures urbaines caribéennes – rap, *trap*, dancehall, *bouyon*… Sa ligne éditoriale met en lumière aussi bien la nouvelle génération d'artistes que des figures confirmées. Aujourd'hui, *Loxymore* rassemble une large communauté, avec 25 000 abonnées et abonnés sur Instagram et 35 000 sur YouTube, où la vidéo la plus populaire dépasse le million de vues. Ce média propose une diversité de formats et des contenus de qualité : interviews d'artistes et d'acteurs culturels, sessions live « One Shot » en partenariat avec le Debs Music Studio, ou encore reportages pour les réseaux sociaux sur les festivals et concerts. En offrant une visibilité précieuse aux artistes et à leurs créations, *Loxymore* facilite la diffusion de la musique guadeloupéenne et caribéenne tout en rassemblant un public passionné.

Le média *Karata*, créé par Yannick Maillard en novembre 2022, représente une autre initiative majeure. Entièrement consacré à la musique des groupes de carnaval appelés *groupes a po*, ce média numérique s'est développé ces dernières années pour devenir une plateforme de référence dans la documentation et la valorisation des sorties carnavalesques. Aujourd'hui, *Karata* compte 61 000 abonnés sur Instagram, 46 000 sur YouTube et plus de 17 millions de vues pour ses vidéos. L'émergence de médias comme *Loxymore* et *Karata*, qui connaissent parfaitement les acteurs et les esthétiques locales, a considérablement enrichi la filière musicale guadeloupéenne. Ces nouveaux outils de visibilité et de promotion des musiques actuelles et traditionnelles guadeloupéennes renforcent non seulement leur reconnaissance artistique, mais aussi la légitimité culturelle de cette scène musicale dynamique.

Vitalité musicale et reconnaissance paradoxale

Cependant, la vitalité de la scène musicale guadeloupéenne et la reconnaissance qu'elle connaît au-delà des frontières insulaires ne suffisent pas encore à installer durablement les musiques guadeloupéennes dans l'espace culturel national. La présence de ces musiques dans les médias hexagonaux demeure rare, et leur participation aux grands festivals est encore limitée. Lorsqu'elles parviennent à se frayer un chemin jusqu'aux ondes, c'est le plus souvent grâce à des médias dits communautaires, destinés à un public ciblé, sans véritable relais au sein des réseaux radiophoniques nationaux. Ainsi, la légitimation culturelle acquise sur le territoire guadeloupéen ne se traduit pas encore pleinement à l'échelle nationale.

Par ailleurs, lorsque les musiques guadeloupéennes parviennent à obtenir une certaine reconnaissance dans l'Hexagone et à l'international, ces musiques tendent paradoxalement à se détacher de leur ancrage territorial. Leur lien explicite avec la Guadeloupe s'efface au point que certaines créations sont perçues comme des objets culturels exotiques « hors-sol », déconnectés de leurs racines historiques et de leur dimension politique. Ce processus de déterritorialisation conduit à une valorisation décontextualisée : ces musiques peuvent alors être réduites à une image festive, légère, voire exotique, et ainsi vidées de leur substance critique. Le paradoxe est d'autant plus frappant que ces musiques circulent et nourrissent les scènes musicales africaines, caribéennes et européennes. De nombreux artistes issus des musiques populaires et/ou urbaines – à l'instar d'Aya Nakamura – puisent dans le répertoire antillais sans que cela s'accompagne d'une reconnaissance équivalente pour les musiques antillaises elles-mêmes.

De nombreux artistes et acteurs culturels antillais dénoncent ces mécanismes qui tendent à valoriser les codes esthétiques issus de leur culture tout en invisibilisant celles et ceux qui les portent et les incarnent. Ce constat est ressorti avec force lors d'une table ronde intitulée « Nos musiques, leur succès : rayonnement, marché… et effacement ? » organisée pour la Fête de la musique 2025 par l'association Français à part entière. Les artistes, professionnelles, professionnels et chercheurs, chercheuses[6] réunis à cette occasion ont débattu de la sous-représentation médiatique des musiques antillaises, dont le succès international contraste avec leur relative invisibilité au sein des radios et grands médias nationaux. Les discussions ont souligné le paradoxe de musiques capables de mobiliser des publics à l'échelle planétaire mais néanmoins cantonnées aux marges des programmations hexagonales. La diffusion sur les réseaux sociaux d'extraits de cette rencontre, largement visionnés et partagés, témoigne de l'écho rencontré par ces réflexions dans l'espace public, et de leur inscription dans un débat plus large sur la place des cultures antillaises dans la société française.

Ainsi, la reconnaissance numérique et internationale des musiques guadeloupéennes ne s'accompagne pas systématiquement d'une même reconnaissance en France hexagonale. Cette situation révèle un décalage entre la visibilité en ligne et la légitimité culturelle, qui suppose une inscription durable au sein des espaces médiatiques et institutionnels. Un discours récurrent tend à passer sous silence ce décalage, en présentant le succès des artistes sur les réseaux sociaux comme preuve de leur légitimité. La forte visibilité en ligne viendrait

compenser l'absence de reconnaissance institutionnelle et médiatique. Pourtant, ces deux dimensions relèvent de logiques distinctes : la viralité numérique ne garantit ni une inscription durable dans l'espace culturel national, ni une véritable valorisation de celles et ceux qui portent ces musiques.

> La reconnaissance numérique et internationale des musiques guadeloupéennes ne s'accompagne pas systématiquement d'une même reconnaissance en France hexagonale

Ce paradoxe invite à un retour réflexif sur le territoire afin de mieux appréhender les singularités de l'écosystème musical guadeloupéen, où l'effervescence artistique coexiste avec une filière musicale fragile. La mise en lumière de ces spécificités pourrait en effet permettre d'orienter plus efficacement les stratégies de développement et de reconnaissance des musiques guadeloupéennes.

2. Singularités de l'écosystème musical guadeloupéen

Musique et territoire

Depuis la création du ministère de la Culture, le soutien de l'État au secteur du spectacle vivant représente l'un des piliers historiques de la politique culturelle française. Aujourd'hui, cette politique s'appuie principalement sur des opérateurs nationaux, un réseau de lieux labellisés et des circuits de diffusion bien identifiés. Cependant, en Guadeloupe, l'organisation du spectacle vivant obéit à des logiques distinctes de celles qui prévalent dans la plupart des régions hexagonales. Le territoire ne compte qu'une seule scène labellisée « Scène nationale » par le ministère de la Culture, et aucun dispositif équivalent aux SMAC (Scènes de musiques actuelles) n'y est implanté. Ainsi, les indicateurs habituellement mobilisés pour observer et quantifier le spectacle vivant – centrés sur des critères standardisés tels que la fréquentation des lieux subventionnés, les budgets alloués ou la présence de structures labellisées – ne permettent pas de saisir les spécificités de l'écosystème musical guadeloupéen.

En Guadeloupe, l'histoire du spectacle vivant et de la diffusion musicale s'inscrit avant tout dans une trajectoire postcoloniale marquée par des conditions d'accès

inégales aux espaces et aux ressources culturelles. Les pratiques musicales ont longtemps reposé sur des formes d'auto-organisation et sur l'occupation de l'espace public comme principal lieu d'expression. Aujourd'hui encore, cette mémoire structure les pratiques : l'espace public reste un lieu majeur de diffusion musicale, un espace investi par les artistes et les acteurs comme territoire d'expression culturelle, de transmission et de sociabilité.

Héritées de la période coloniale, les musiques traditionnelles occupent une place centrale dans l'écosystème musical guadeloupéen. Ces musiques de transmission orale s'inscrivent dans des pratiques sociales et entretiennent le plus souvent un lien organique avec la danse et/ou la performance (quadrille, *gwoka*, musiques de carnaval, etc.).

Ainsi, trois temps culturels forts structurent l'année. De janvier au mercredi des Cendres, le carnaval investit les rues par ses formes mobiles et participatives. Organisé par un réseau d'associations en partenariat avec les communes, il repose principalement sur le financement associatif (cotisations, subventions). En son sein, les *groupes* ou *mas a po*[7] constituent des mouvements culturels (*mouvman kiltirel*) à part, qui transforment tous les dimanches l'espace public en une scène à ciel ouvert où se croisent artistes, amateurs et amatrices, musiciennes et musiciens confirmés, spectateurs et spectatrices, passantes et passants. Après le carême vient, ensuite, la saison des *swaré léwòz*, des soirées nocturnes ouvertes à tous et toutes, dédiées à la danse traditionnelle *gwoka* et aux tambours *ka*, qui sont organisées par des associations culturelles sur des places publiques, dans des cours d'école ou des terrains de sport. Enfin, entre la Toussaint et les fêtes de Noël s'ouvre la saison des *chanté Nwèl* (chants de Noël), des concerts gratuits dédiés à l'interprétation des cantiques de Noël créolisés et des rythmes traditionnels tels que le *gwoka*, la biguine, la mazurka, les valses créoles ou encore le zouk. À ces rendez-vous réguliers s'ajoutent les *kout tanbou* (« coup de tambour », en langue créole), des performances informelles fréquentes et nombreuses autour des tambours *ka*, qui prennent la forme d'un moment de partage spontané. L'un des plus emblématiques a lieu à Pointe-à-Pitre chaque samedi matin à proximité de la place du marché, et est devenu une véritable institution.

Ces événements sont rassembleurs, et les données de l'Insee révèlent l'importance de ces traditions musicales dans la vie quotidienne des habitants : en 2019-2020, 24 % de la population guadeloupéenne ont participé au carnaval, et 46 % aux *chanté Nwèl*[8]. Les *mas a po*, qui requièrent un véritable engagement (les répétitions commencent en novembre, ce qui nourrit une vie musicale dense pendant plusieurs mois[9]), se répartissent sur l'ensemble du territoire : toutes les communes en possèdent, même dans des proportions modestes, au moins un. De fait, ces expressions emblématiques ont une dimension sociale forte : les *swaré léwòz* constituent par exemple, bien plus qu'un moment de performance musicale, un espace de convivialité, de transmission et de revendication culturelle, souvent en marge des logiques marchandes. Plusieurs de ces temps forts se caractérisent d'ailleurs par leur fonction subversive, les *groupes a po* étant aussi des espaces de contestation, de résistance culturelle et politique – par le choix des chants, la force des paroles et le jeu des tambours[10].

Ces différentes formes de pratiques musicales, bien que centrales dans la vie sociale et culturelle guadeloupéenne, ne donnent lieu que partiellement à des rémunérations artistiques. Elles sont dans leur très grande majorité le fait de musiciens amateurs. Ainsi, les membres des groupes de carnaval – musiciens comme carnavalières et carnavaliers – ne sont généralement pas rémunérés pour leurs performances malgré le temps, l'énergie et les ressources investis dans leur préparation. Lors des *swaré léwòz*, l'association organisatrice perçoit une rémunération. Celle-ci sert à la fois à couvrir les frais logistiques liés à l'organisation de l'événement et à défrayer les musiciens. En revanche, les danseurs et danseuses qui participent à la ronde le font sur une base volontaire, sans contrepartie financière. Quant aux musiciens du *kout tanbou* de Pointe-à-Pitre, par exemple, ils sont rémunérés par une quête, perpétuant ainsi une logique d'autogestion et de solidarité, en dehors des cadres institutionnels.

Toutes ces pratiques se retrouvent sur l'ensemble du territoire. Par ailleurs, le lien entre ces musiques traditionnelles et le territoire est profondément politique. Avec ces musiques, les Guadeloupéens ont conquis l'espace public en affirmant leur culture, leur histoire et leur identité. Aujourd'hui, l'espace public porte la mémoire de ces luttes : une mémoire dans laquelle la musique incarne, prolonge et honore les combats du passé.

Porosité entre esthétiques musicales

Dans l'écosystème musical guadeloupéen, les frontières entre les esthétiques ne sont pas étanches et une véritable porosité existe entre musiques traditionnelles et musiques actuelles ou urbaines. En effet, nombreux sont les artistes qui naviguent librement entre ces univers musicaux. Même si les genres diffèrent, les pratiques, les réseaux d'acteurs et les dynamiques sociales restent étroitement liés.

Le compositeur, producteur et chanteur guadeloupéen 1T1 évoqué plus haut en est un exemple. Le clip de son titre phare « Bouwey », qui est devenu viral sur les plateformes de streaming, TikTok et les réseaux sociaux, a été tourné avec son groupe de carnaval dénommé Le Point d'interrogation à l'occasion d'une sortie carnavalesque. Le jour du tournage, le *groupe a po* avait pour thème « la vie chère », ce qui explique la présence dans le clip de drapeaux nationalistes, de pancartes dénonçant la hausse du coût de la vie et de personnes au visage peint aux couleurs de la Guadeloupe. Ce contexte n'était pas une mise en scène, mais l'expression spontanée et subversive du carnaval. Ainsi, l'œuvre musicale de l'artiste 1T1 reflète plus généralement l'ancrage des jeunes artistes dans les pratiques culturelles traditionnelles, et montre comment ces pratiques nourrissent la création musicale.

Le parcours de l'auteur-compositeur-interprète de reggae-dancehall WeRe-VaNa offre un autre exemple de continuité entre musiques traditionnelles et musiques urbaines. Artiste solidement implanté dans le paysage des musiques caribéennes actuelles, WeRe-VaNa est originaire de la région boisée des Grands Fonds, sur la Grande-Terre en Guadeloupe, et issu de la famille Geoffroy, qui compte parmi les grandes voix du *gwoka* guadeloupéen. Cette lignée de chanteurs et de joueurs de tambour, mais aussi de lutteurs et de conteurs de

veillées traditionnelles, lui a transmis l'héritage musical et les valeurs culturelles qui imprègnent son univers artistique. En 2020, il sort le titre « Casanova », aujourd'hui certifié single de diamant.

Sur scène, WeRe-VaNa aime commencer ses prestations par un chant traditionnel *gwoka a cappella*, avant de poursuivre avec son répertoire reggae-dancehall. Sa légitimité en tant qu'artiste, de même que celle de nombreux artistes comme 1T1, Lejuh ou encore Rachelle Allison, est ancrée dans cet héritage qui leur permet d'asseoir leur identité artistique.

Ainsi, **l'une des singularités de l'écosystème musical guadeloupéen réside dans la porosité non seulement entre esthétiques musicales, mais aussi entre musique enregistrée et spectacle vivant, formant une filière musicale interconnectée où ces deux dimensions se croisent et s'enrichissent mutuellement**.

Diffusion musicale : diversité des lieux et des acteurs

Si l'espace public constitue une scène incontournable de la vie musicale en Guadeloupe, cela n'exclut pas l'existence de salles de spectacle dédiées à la diffusion. Celles-ci ont pour les plus anciennes été construites dans les années 1980, tandis que les plus récentes datent de la période 2017-2019. Le développement de ces équipements s'est inscrit dans le contexte des politiques culturelles initiées par Jack Lang dans les années 1980, qui visaient à démocratiser l'accès à la culture et à soutenir la création artistique.

Aujourd'hui, le territoire compte seize salles de spectacle. On ne recense en Guadeloupe qu'une seule salle à gestion privée et commerciale : la salle Royal Riviera, au Gosier. Les quinze autres lieux de diffusion sont majoritairement soutenus par les collectivités publiques, principalement les communes, qui assurent la gestion de trois quarts de ces équipements. D'autres formes de gestion publique sont également présentes : le centre culturel de Sonis est administré par la communauté d'agglomération Cap Excellence, le Mémorial ACTe fonctionne sous le statut d'établissement public de coopération culturelle (EPCC) financé par la Région Guadeloupe, la société d'économie mixte de Beauport-Pays de la Canne adopte une gouvernance mixte, tandis que le centre social La Source à Petit-Canal relève de la Caisse d'allocations familiales. L'Artchipel – Scène nationale de la Guadeloupe – est la seule structure labellisée sur le territoire. Elle bénéficie d'un financement croisé du ministère de la Culture (*via* la direction des affaires culturelles [DAC] de la Guadeloupe) et du conseil départemental.

Ces structures de diffusion sont pour la plupart membres du Collectif des espaces de diffusion artistique et culturelle. Créé en 2007, le Cedac fonctionne comme un réseau visant à fédérer et développer des coopérations entre structures adhérentes. Il favorise la diffusion culturelle en mutualisant les moyens logistiques et les supports de communication, tout en apportant un soutien financier aux cachets artistiques. Le Cedac bénéficie du soutien de la Région Guadeloupe et de la DAC.

En 2019, le Cedac a mené un état des lieux du spectacle vivant en Guadeloupe. Dans le cadre de cette étude, il a rassemblé des données budgétaires globales sur les structures de

diffusion du territoire[11]. Cette étude a également présenté les budgets consacrés à la diffusion artistique, notamment à l'achat de spectacles. Les grandes structures, comme L'Artchipel – Scène nationale de la Guadeloupe ou le centre culturel de Sonis, y consacrent une part significative de leur budget, généralement comprise entre 100 000 et 150 000 euros, tandis que des salles de taille plus modeste investissent des montants compris entre 10 000 et 50 000 euros. Certaines structures, comme La Rotonde à Saint-François ou la salle George-Tarer à Pointe-à-Pitre, n'ont en revanche procédé à aucun achat de spectacle au cours de l'année 2019.

Au-delà des différences budgétaires, l'étude menée par le Cedac met également en évidence des niveaux d'équipement très disparates et souvent inadaptés aux exigences techniques contemporaines. Selon ce collectif, ce constat invite au lancement d'une politique globale d'investissements afin de permettre une mise à niveau technologique des structures. Pour le Cedac, cette amélioration constitue une condition indispensable au développement d'une action artistique de qualité, équilibrée et accessible sur l'ensemble du territoire guadeloupéen.

Cependant, malgré l'existence de ces lieux de diffusion, peu de salles proposent une programmation musicale régulière sur l'ensemble de l'année, et la billetterie demeure une source de financement marginale. La faiblesse des recettes propres s'explique en grande partie par la taille des salles (les jauges des lieux de diffusion varient entre 150 et 500 places), par la rareté des représentations et par une fréquentation souvent limitée. Dans bien des cas, l'activité des lieux de diffusion repose davantage sur la location ou la mise à disposition des espaces à des structures extérieures (associations, écoles…) que sur une véritable politique de diffusion portée en propre.

> **Malgré l'existence de ces lieux de diffusion, peu de salles proposent une programmation musicale régulière sur l'ensemble de l'année, et la billetterie demeure une source de financement marginale.**

Si ces constats révèlent une structuration encore fragile de la diffusion musicale en Guadeloupe – marquée par des écarts budgétaires importants, des équipements inadaptés et une absence de programmation pérenne –, il convient de souligner l'existence, en parallèle de ces salles de spectacle, d'un réseau dynamique d'environ 60 lieux privés qui participent à la diffusion musicale.

Bien que leur activité principale ne relève pas du spectacle vivant – il s'agit principalement de restaurants, bars, hôtels ou casinos –, ces établissements proposent ponctuellement, et

parfois régulièrement, des animations musicales ou des concerts. Parmi eux, une vingtaine d'établissements se distinguent par une programmation artistique soutenue, constituant ainsi des relais importants pour la scène musicale locale[12]. Ces établissements offrent aux artistes des opportunités précieuses pour se produire en public. Ils participent ainsi pleinement à l'écosystème musical de la Guadeloupe.

Au-delà des salles de spectacle et des lieux privés, la diffusion musicale s'appuie également sur les collectivités, et notamment sur le conseil départemental de la Guadeloupe. Le conseil départemental joue en effet un rôle actif dans le développement culturel et musical du territoire, *via* un dispositif de subventions à destination des associations culturelles et à travers l'organisation de concerts, en veillant à proposer une diversité de styles musicaux : des musiques traditionnelles au jazz, jusqu'à l'opéra. L'organisation de ces concerts s'inscrit en partie dans la politique mémorielle du conseil départemental de la Guadeloupe. Celui-ci valorise le patrimoine historique en programmant des spectacles dans des lieux emblématiques tels que le fort Delgrès, le fort Fleur d'Épée ou d'anciennes habitations sucrières. Ces sites accueillent également des résidences d'artistes, à l'image du programme « Créations hybrides » qui adopte une approche pluridisciplinaire en croisant arts visuels, danse, théâtre et musique. Ces manifestations font vivre des monuments chargés d'histoire, créent un dialogue fécond entre mémoire, patrimoine et création artistique, et participent au dynamisme de l'écosystème musical local.

Tous les concerts proposés par le conseil départemental de la Guadeloupe sont gratuits, afin de rendre la culture et la musique accessibles au plus grand nombre. Cette gratuité s'inscrit dans une volonté de favoriser la participation de tous les publics et de soutenir la vitalité artistique locale. De même, les communes participent à l'animation musicale du territoire à travers l'organisation de concerts également gratuits, notamment dans le cadre des fêtes patronales, moments privilégiés de rencontre et de partage pour les habitants.

Des festivals existent dans l'écosystème musical guadeloupéen, portés par les collectivités, les associations ou encore des acteurs privés. La Région et le Département soutiennent notamment le Festival Terre de Blues de Marie-Galante, créé en 2000 et solidement ancré dans le paysage culturel, qui combine une forte dimension artistique et un impact économique local, ainsi que le Festival de Gwoka de Sainte-Anne, gratuit et sans billetterie, qui constitue un rendez-vous majeur pour la valorisation et la transmission du *gwoka*.

À côté de ces rendez-vous, de nouvelles initiatives associatives émergent, comme celle de l'association Guadeloupe Electronik Groove qui favorise la rencontre entre musiques électroniques et traditionnelles, mais peine encore à s'ancrer durablement. Enfin, des promoteurs privés organisent des festivals tels que le Karukera One Love Festival ou l'All Day In Music Festival, qui séduisent particulièrement un public jeune.

Ainsi, la diffusion musicale en Guadeloupe s'appuie sur une diversité de lieux et d'acteurs : espace public, salles de spectacle, établissements privés, lieux de mémoire et festivals. Par ailleurs, l'ensemble de ces initiatives dessine une offre musicale où la gratuité occupe une place importante, ce qui peut constituer un défi pour les acteurs privés.

Labels et défis numériques

L'une des spécificités du secteur de la musique enregistrée en Guadeloupe est sa concentration autour d'un petit nombre de labels. Step Out Productions, fondé par l'artiste Krys, est l'un des seuls à produire activement plusieurs artistes. D'autres structures participent également à l'émergence de nouveaux talents et à la mise en visibilité de la scène musicale locale. Bien que leur capacité de production et de diffusion demeure encore limitée, elles contribuent depuis quelques années à renouveler le paysage de la musique enregistrée, les plus anciennes ayant vu le jour en 2017.

Parmi les labels indépendants actifs en Guadeloupe, on peut citer Voodoo Studio (2023), AB BOYZ Studio (2022), Hakuna Music Company (2020), Karma Music (2020), Milcop Records (2020), IMANI Records (2017) et GHP Music (2017). La filière musicale locale comprend également des *beatmakers* reconnus, tels que Magistral Beats ou Mister Francky. Par ailleurs, ThLab Records & Publishing se distingue comme maison d'édition engagée dans la valorisation et la diffusion des créations musicales caribéennes.

Cette nouvelle génération d'artistes maîtrise les nouvelles technologies, qui modifient autant les modes de création et de production musicale que la manière de diffuser et d'avoir accès aux œuvres ainsi produites. Désormais, une fois son morceau abouti, l'artiste le rend disponible à ses auditeurs et auditrices sur les réseaux sociaux et les plateformes de distribution en ligne. Il en résulte un rythme et un format de production et de promotion qui s'adaptent aux nouveaux usages d'Internet. Ainsi, la publication régulière de nouveaux titres tend à se substituer au format traditionnel de l'album.

La transition vers le numérique et la structuration d'une offre d'écoute en ligne se sont cependant heurtées à un contexte particulier : l'arrivée tardive des grandes plateformes de streaming musical sur le territoire. À titre d'exemple, Spotify n'a ouvert officiellement son service en Guadeloupe qu'en 2021. Cette implantation récente explique en partie pourquoi l'écoute en streaming n'est pas encore intégrée dans les habitudes d'écoute du public guadeloupéen. Les artistes présents sur Internet bénéficient donc d'une diffusion supplémentaire, mais celle-ci reste peu rémunératrice, en raison du faible volume d'écoutes locales et du modèle économique propre aux plateformes de streaming.

Dans ce contexte, le marché musical local se structure autour de plusieurs segments :

- Les artistes à forte présence sur les canaux traditionnels (radios commerciales – notamment NRJ Antilles, Trace – ou chaînes de télévision), qui parviennent à monétiser la diffusion de leurs œuvres et à construire un lien direct avec le public guadeloupéen et plus largement antillais.
- Les artistes orientés vers le numérique, qui diffusent leurs œuvres sur les plateformes de streaming et les réseaux sociaux. Ce groupe recoupe en partie le précédent : certains artistes combinent ainsi forte visibilité dans les médias traditionnels et diffusion en ligne, même si cette dernière génère encore peu de revenus. D'autres artistes ne sont présents que sur le numérique. Ils diffusent leurs œuvres

exclusivement en ligne, *via* des plateformes comme Bandcamp ou SoundCloud. Cette présence numérique rend leurs créations accessibles. Toutefois, elles touchent surtout un public de connaisseurs et connaisseuses, ou les abonnés qui les suivent déjà sur les réseaux sociaux. Dans la majorité des cas, cette diffusion génère peu, voire pas du tout, de revenus.

- Les artistes de niches musicales, souvent orientés vers le live – la musique classique ou lyrique, les musiques électroniques, le jazz, ou certaines musiques de fusion entre différentes esthétiques caribéennes –, qui se produisent principalement en concert ou dans des lieux culturels, mais dont la diffusion sur les canaux traditionnels et les plateformes de streaming est quasi inexistante.

Après avoir examiné les singularités de l'écosystème musical guadeloupéen – rôle central des musiques traditionnelles dans le paysage culturel, diffusion musicale organisée à travers une diversité de lieux publics, privés et de mémoire, secteur de la musique enregistrée qui s'appuie sur un réseau encore fragile de labels indépendants –, il convient à présent de mettre en lumière les leviers capables de soutenir durablement la professionnalisation des artistes et d'accompagner le développement d'une économie musicale pérenne.

3. Perspectives de structuration de la filière musicale en Guadeloupe

Création et diffusion de spectacles musicaux

Les écoles de *gwoka* nourrissent activement la création artistique. Elles proposent des spectacles payants qui prennent la forme de véritables fresques historiques mêlant musique, danse et narration. Ces spectacles s'inscrivent dans une dynamique de professionnalisation.

Le témoignage de la danseuse et chorégraphe émérite Raymonde Pater Torin, diffusé en juin 2025 *via* une vidéo sur Facebook à l'issue d'un spectacle de l'Akadémiduka – école de *gwoka* fondée en 1985 par le *tanbouyé* (joueur de tambour) Yves Thôle et la danseuse Jacqueline Cachemire –, illustre les difficultés rencontrées par les associations culturelles et les artistes dans leur travail de création.

Présenté au hall des sports Paul-Chonchon de Pointe-à-Pitre, le spectacle de l'Akadémiduka s'est déroulé dans une infrastructure inadaptée à la création et à la diffusion artistiques : le spectacle a nécessité l'installation temporaire de scène, plancher et matériel technique, mobilisant des moyens humains et logistiques importants. Cet événement, organisé conjointement par deux associations – l'Akadémiduka, réunissant 450 participants, et l'association culturelle Kamodjaka, rassemblant 300 participants –, a ainsi fédéré près de 750 personnes autour d'un même projet. À l'issue de la représentation, ce sont les adhérentes et adhérents des deux associations et les artistes qui ont assuré le démontage, le

nettoyage et le transport du matériel. Cette situation met en évidence la charge de travail invisible et les conditions de précarité qui pèsent sur les artistes et leurs équipes.

Selon Raymonde Pater Torin, près de 22 000 euros ont été mobilisés uniquement pour la logistique (location de salle, de chapiteaux, d'un plancher, de matériel de régie son et lumière…). Dans sa vidéo Facebook, elle dénonce l'absence persistante de lieux adaptés à la création et à la diffusion en Guadeloupe, en particulier depuis la fermeture du Centre des arts en 2009. Elle y exprime aussi la fatigue d'une communauté artistique qui, en l'absence d'infrastructures pérennes, doit déployer des efforts considérables pour faire exister ses projets dans un cadre professionnel.

Cet exemple exprime avec force le besoin de lieux dédiés à la création capables de prendre en compte les singularités de l'écosystème local, où les pratiques traditionnelles occupent une place centrale. Au-delà de simples espaces de représentation, la question posée est celle de l'existence de salles équipées et adaptées aux exigences techniques contemporaines. **L'hypothèse d'un lieu pluridisciplinaire, à la fois tourné vers la valorisation des musiques et danses traditionnelles et ouvert à l'innovation ainsi qu'aux musiques actuelles, apparaît comme une piste de réflexion pour répondre aux besoins exprimés par les acteurs**.

S'appuyer sur les salles de spectacle existantes pourrait constituer un levier pour structurer la création et la diffusion musicales et chorégraphiques. Cela suppose toutefois une mise à niveau de leurs équipements afin de répondre aux exigences contemporaines, ainsi qu'un renforcement de leur visibilité. La réussite de cette démarche dépend également de la collaboration entre les acteurs locaux. Le Cedac, en tant que réseau des salles de spectacle de Guadeloupe, pourrait être un appui pour favoriser cette coordination.

La question de la production de spectacles se révèle également complexe. Aux côtés de créations portées par des associations, d'autres initiatives illustrent les difficultés rencontrées pour faire exister des projets artistiques dans des conditions professionnelles. Ainsi, l'école Urban Dance Center de Guadeloupe avait prévu de produire, en 2025, un spectacle pluridisciplinaire mêlant danse, musique et humour. Celui-ci devait rassembler non seulement les élèves et enseignantes et enseignants de l'école, mais aussi des artistes professionnels reconnus, tels que la chanteuse Shanika, le chanteur Admiral T, des DJ et plusieurs humoristes locaux.

Intitulé « Danse avec les étoiles », ce projet de grande ampleur était prévu au stade René-Serge-Nabajoth de la ville des Abymes, et avait pour objectif d'initier les jeunes danseurs aux réalités du spectacle vivant en conditions professionnelles. Une semaine avant l'événement, l'école Urban Dance Center a toutefois été contrainte d'annuler la représentation en raison d'un nombre insuffisant de billets vendus. Cette décision a été d'autant plus difficile pour les danseurs, leurs familles et les membres du projet qu'ils avaient travaillé pour répondre à des exigences artistiques et organisationnelles élevées.

Ainsi, organiser un événement musical ou produire un spectacle suppose pour les artistes et les structures locales de s'investir au-delà de leur cœur de métier : prendre en charge la

logistique, trouver des solutions techniques et assumer des risques financiers. Cet exemple met en lumière un enjeu de l'écosystème musical guadeloupéen : une grande majorité de l'offre musicale étant gratuite, l'implantation d'une économie du billet payant reste difficile, et empêche les artistes et les structures locales de compter sur les recettes de billetterie pour sécuriser leurs projets.

Musique enregistrée

Le secteur de la musique enregistrée connaît une vitalité remarquable. Cette vitalité coexiste toutefois avec un tissu économique fragile. **L'absence d'une économie structurée de la musique enregistrée s'explique en partie par l'implantation tardive des plateformes de streaming, près d'une décennie après la France hexagonale**. Ce décalage contraste avec la dynamique mondiale de la musique enregistrée, caractérisée depuis 2010 par un développement continu et soutenu du streaming[13]. En conséquence, l'offre d'écoute en ligne légale et payante demeure encore peu développée en Guadeloupe, ce qui limite les perspectives de rémunération des artistes.

Par ailleurs, les acteurs attribuent également la fragilité économique du secteur de la musique enregistrée au manque de rentabilité de la production à l'échelle du territoire. En effet, le marché guadeloupéen ne permet pas à lui seul de couvrir les coûts de production des artistes locaux. Le chanteur et producteur Krys en a fait l'expérience en produisant l'album *An silans* de l'artiste Misié Sadik, sorti en 2018. À cette époque, Misié Sadik figurait parmi les artistes les plus écoutés et diffusés en Guadeloupe. Bien que significatives, les ventes ne suffirent pas à couvrir l'ensemble des frais de production, soulignant une difficulté majeure : même les projets les plus prometteurs sont souvent produits à perte.

Ce constat est également partagé par Riko Debs, fils du producteur emblématique Henri Debs. Confronté lui aussi à l'absence de rentabilité dans le secteur de la musique enregistrée, Riko Debs a finalement mis un terme à ses activités de producteur. Aujourd'hui, les studios Debs – autrefois cœur de la filière musicale guadeloupéenne – ne sont plus utilisés pour la production, mais exclusivement pour la location.

Ainsi, le modèle économique des labels doit s'adapter aux spécificités du territoire. Au-delà d'un marché local restreint, plusieurs défis doivent être relevés. Le premier concerne l'illusion d'une visibilité artistique accrue grâce au numérique. Si la musique guadeloupéenne est bien présente en ligne, les algorithmes de recommandation tendent à la maintenir dans un périmètre étroit et à favoriser la concentration sur quelques hits mondiaux. De ce fait, ces productions demeurent souvent cantonnées à leurs cercles habituels et peinent à toucher de nouveaux publics. Cette situation restreint leur rayonnement et montre que le numérique ne garantit pas, à lui seul, une expansion de l'audience. Il ne suffit pas d'accéder à un marché mondial : il est également nécessaire d'y être entendu.

D'ores et déjà, la mise en avant d'artistes et le placement de morceaux dans les playlists sur les plateformes de streaming constituent un facteur déterminant de succès. C'est souvent ce

positionnement stratégique qui assure la visibilité d'un titre. Dans cette perspective, il pourrait être utile de favoriser des coopérations entre artistes, labels et distributeurs.

Pour les acteurs, un deuxième enjeu réside dans l'ouverture vers l'extérieur : l'exportation ne peut plus être considérée comme une simple opportunité, mais doit être vue comme une nécessité. Élargir les horizons de diffusion permettrait de soutenir les acteurs de la musique enregistrée, de renforcer la visibilité des artistes et de faire rayonner la scène musicale guadeloupéenne à l'échelle nationale.

Dans cette perspective, plusieurs pistes ont été proposées par les acteurs pour renforcer la visibilité des artistes guadeloupéens sur le territoire hexagonal. L'une d'elles consisterait à mettre en place un dispositif de soutien à la promotion nationale pour les artistes atteignant un certain seuil de performance. Ce mécanisme permettrait de transformer un succès organique en appui au développement professionnel des artistes. Des campagnes médiatiques, des actions ciblées sur les plateformes de streaming et les réseaux sociaux ainsi qu'un relais dans la presse spécialisée nationale pourraient contribuer à cet objectif.

Cette stratégie pourrait mobiliser des agences de communication hexagonales expérimentées familières des codes de l'industrie musicale et du marché français, qui resteraient dans le même temps attentives aux spécificités culturelles guadeloupéennes. C'est dans cette dynamique, alliant ancrage local et coopération avec le marché hexagonal, que l'industrie du disque en Guadeloupe pourrait poser les bases d'un avenir plus structuré, plus visible et plus durable. Car, comme le soulignent les acteurs du secteur, la coopération avec une agence de communication hexagonale semble déjà indispensable pour garantir une visibilité nationale efficace. L'enjeu n'est pas de se substituer aux agences locales, mais de bénéficier de l'expertise et du réseau d'agences au rayonnement plus large, pour renforcer l'impact des campagnes de communication et inscrire les artistes guadeloupéens dans une dynamique compétitive à l'échelle nationale.

Dans cette perspective d'exportation, une autre piste évoquée consiste à créer un fonds d'avance spécifiquement destiné à soutenir l'organisation de concerts dans l'Hexagone. Ce fonds aurait pour mission de couvrir en amont les frais liés à la location des salles et à la production des événements (transport, logistique, communication). Un tel apport initial est indispensable pour rendre possible l'organisation d'un concert ou d'une tournée dans l'Hexagone. Sans cette avance, de nombreux projets restent à l'état d'intention. En sécurisant cette phase de lancement, le fonds viendrait lever un frein aux possibilités de développement hors du territoire.

> Plusieurs pistes ont été proposées par les acteurs pour renforcer la visibilité des artistes guadeloupéens sur le territoire hexagonal : [...] mettre en place un dispositif de soutien à la promotion nationale pour les artistes atteignant un certain seuil de performance [...] et créer un fonds d'avance [...] pour rendre possible l'organisation d'un concert ou d'une tournée dans l'Hexagone.

La billetterie permettrait de rembourser le prêt consenti par le fonds d'avance, et de générer un bénéfice qui serait réinvesti dans de nouveaux projets. Elle offrirait ainsi aux artistes l'opportunité de se produire sur des scènes hexagonales pour répondre à la demande du public, qu'il s'agisse de la communauté antillaise ou d'un auditoire plus large, tout en réinjectant les retombées économiques dans le tissu musical local. Ce dispositif contribuerait à structurer une économie musicale guadeloupéenne tournée vers l'extérieur tout en consolidant une filière locale plus autonome et durable.

Formation

L'accès à la formation dans le secteur musical constitue un besoin systématiquement exprimé par les acteurs de la filière, tant dans le domaine du spectacle vivant que dans celui de la musique enregistrée.

Un programme de formations spécifique aux métiers du spectacle vivant pourrait contribuer à la professionnalisation globale du secteur. Ce programme viserait à consolider les compétences existantes et à favoriser l'émergence de nouvelles expertises. Conçu de manière mutualisée et en cohérence avec les conventions collectives régissant ces métiers, il permettrait également de renforcer la connaissance des cadres réglementaires et des exigences professionnelles, souvent encore insuffisamment maîtrisés.

Dans le domaine de la musique enregistrée, les artistes autoproducteurs expriment des besoins centrés sur le renforcement de leurs compétences administratives et organisationnelles, nécessitant un accompagnement pratique et directement appliqué à leurs projets. Pour les autres acteurs de la filière – production, édition, management de projet musical, organisation de tournée –, un renforcement des compétences générales est demandé par les acteurs. **Il apparaît particulièrement essentiel de soutenir le développement des métiers de la production et de favoriser l'émergence de**

tourneurs et tourneuses, dont la présence reste encore très limitée sur le territoire.

La mise en place de formations pourrait s'inscrire dans une logique territorialisée et s'appuyer sur les dynamiques et initiatives déjà existantes. Ainsi, l'association Crama (Centre de ressources *arteculture* pour les musiques actuelles) accompagne artistes, producteurs, productrices et diffuseurs, diffuseuses dans l'organisation de leurs activités, en leur offrant un cadre pour consolider leurs projets et renforcer leur expertise. L'association Carré Culture soutient la structuration, la diffusion et la professionnalisation des artistes. Enfin, les formations de l'association Lakazawtis allient production musicale, organisation d'événements et formations spécialisées – couvrant la gestion de projet ainsi que ses aspects juridiques et financiers[14].

Franck Filiole, dit Mister Francky, *beatmaker* au Debs Music Studio, est le compositeur de nombreux morceaux et succès de musiques actuelles ou urbaines guadeloupéennes. Il a lancé il y a quelques mois E-TECH Formation, un programme spécialisé dans les métiers du numérique et des technologies créatives. Celui-ci propose notamment des formations en développement web, cybersécurité et *beatmaking*, toutes certifiées Qualiopi. Cette structure se distingue également par sa démarche de mise en réseau, en connectant les talents locaux à des opportunités régionales et internationales, favorisant ainsi la coopération et le développement professionnel.

Ces initiatives, encore en phase de développement, ouvrent de nouvelles perspectives aux artistes en leur permettant de se former sans avoir à quitter le territoire. Toutefois, elles demeurent pour l'instant insuffisamment connues localement, ce qui rend nécessaire un travail de valorisation et de visibilité. Par ailleurs, la forte demande en formation souligne l'importance de diversifier et d'élargir l'offre, afin de répondre aux besoins exprimés par les acteurs.

Transmission

En Guadeloupe, une vingtaine d'associations culturelles proposent des cours de musique traditionnelle, notamment de *gwoka*, tandis qu'une quinzaine d'écoles de musique et de maisons des jeunes et de la culture (MJC) dispensent des enseignements couvrant l'ensemble des esthétiques musicales. À cela s'ajoute la filière S2TMD (sciences et techniques du théâtre, de la musique et de la danse) du lycée Carnot à Pointe-à-Pitre, qui propose un enseignement spécifique en musique permettant aux élèves de préparer un baccalauréat tout en suivant une formation artistique renforcée.

Une particularité de l'écosystème musical réside toutefois dans le fait qu'aucune des écoles de musique du territoire ne bénéficie d'un agrément national. Autrement dit, aucun établissement n'est adossé à un référentiel pédagogique et ne peut délivrer de diplômes ou certifications reconnus par l'État. Cette absence de reconnaissance institutionnelle limite les perspectives pour les musiciens souhaitant se former et envisager une carrière professionnelle dans le domaine artistique.

Cependant, un projet de conservatoire est actuellement en préfiguration au centre culturel de Sonis aux Abymes. Ce projet est porté par la volonté de rendre l'enseignement musical accessible à tous et toutes, de la pratique amateur jusqu'à la formation professionnelle. Il est pour le moment soutenu par la DAC de la Guadeloupe (ministère de la Culture) ainsi que par la communauté d'agglomération Cap Excellence.

En l'état, le projet de conservatoire suscite des résistances au sein de l'opinion publique. Le terme même de « conservatoire » inspire une certaine méfiance, dans la mesure où il est souvent perçu comme le symbole d'un modèle d'enseignement français jugé éloigné des réalités culturelles et musicales guadeloupéennes. Et ce, malgré la réactualisation en septembre 2023 du Schéma national d'orientation pédagogique de l'enseignement public spécialisé de la danse, de la musique et du théâtre, qui invite désormais chaque conservatoire à construire son projet d'établissement en s'appuyant sur les pratiques et esthétiques locales, traditionnelles et patrimoniales[15].

La méfiance vis-à-vis du terme « conservatoire » s'ancre dans l'histoire postcoloniale de la Guadeloupe. Il réactive le souvenir des politiques d'assimilation culturelle mises en œuvre à partir de la départementalisation de 1946. Cette méfiance, nourrie par une histoire où la culture a souvent été un terrain de lutte et d'affirmation politique, peut encore influencer la réception de certaines initiatives, y compris lorsqu'elles visent à soutenir le développement local. Elle souligne ainsi l'importance d'élaborer des politiques culturelles en dialogue étroit avec les acteurs du territoire.

En cela, la mise en place du Schéma départemental des enseignements artistiques (SDEA) par le conseil départemental de la Guadeloupe devrait contribuer à structurer l'enseignement artistique en s'appuyant sur des logiques de territoire, en renforçant la coordination entre les acteurs et en améliorant l'accessibilité de l'offre de formation musicale sur l'ensemble de l'archipel guadeloupéen.

Conclusion

Plusieurs pistes émergent pour structurer la filière musicale guadeloupéenne et développer une économie durable autour de la musique. Elles impliquent d'agir simultanément sur plusieurs leviers : renforcer les compétences des acteurs du spectacle vivant et de la musique enregistrée, et encourager l'émergence de nouvelles vocations dans les métiers de la musique grâce à une offre de formation adaptée ; repenser le rôle des salles de spectacle et des lieux de diffusion, afin de rendre possible l'accueil de créations pluridisciplinaires et permettre des programmations plus régulières ; soutenir les labels locaux en améliorant la rentabilité de la production, en permettant par exemple un meilleur accès au streaming et une plus grande visibilité des artistes et des titres sur les plateformes. Il apparaît également essentiel de faciliter la mobilité des artistes vers la France hexagonale, afin de pallier les contraintes liées à l'éloignement et aux coûts importants des déplacements. Enfin, ces dynamiques doivent s'accompagner de stratégies visant à renforcer la visibilité des

musiques guadeloupéennes dans les médias hexagonaux.

L'écosystème de la musique guadeloupéen révèle un secteur en construction, traversé par des tensions mais aussi porteur de grandes potentialités. La structuration de cet écosystème passe ainsi par un double mouvement : d'une part, renforcer et amplifier les initiatives existantes à l'échelle locale, tout en intégrant les besoins spécifiques du secteur au-delà de ces initiatives ; d'autre part, favoriser l'ouverture et la coopération à l'échelle nationale, afin de garantir la viabilité de cet écosystème musical. Ainsi, les différentes pistes évoquées pourraient contribuer à soutenir la professionnalisation des artistes et le développement d'une économie musicale solide et pérenne. Des perspectives qui laissent entrevoir un horizon prometteur pour la filière musicale guadeloupéenne.

---

[1] *WISH* a été diffusée sur Canal+ en novembre 2024. Production : Eye & Eye Productions. Scénaristes : Julien Dalle, Dimitry Zandronis et Marc Boye. Parmi les comédiennes et comédiens : Méthi'S, Firmine Richard, Luc Saint-Éloy, Laurence Joseph, Ndy Thomas, Jacques Martial. Bande-annonce : https://www.youtube.com/watch?v=E5y1i-N7-3U.

[2] Fondé en 1984 par Henri Debs (1932-2013) – souvent surnommé l'Eddie Barclay des Antilles –, ce studio a façonné la scène et les talents de la fin du XXe siècle. Henri Debs a en effet produit la majorité des artistes de la scène musicale antillaise : Al Lirvat, Marius Cultier, Henri Guédon, Les Aiglons, Les Vikings, Typical Combo, Malavoi, Francky Vincent ou encore Zouk Machine font partie du catalogue Henri Debs. À son apogée, Henri Debs possédait également un club et un magasin d'instruments de musique.

[3] Une dizaine d'entretiens ont été menés en 2025 auprès d'acteurs du secteur musical, incluant des artistes, des producteurs, des responsables institutionnels en fonction ou ayant exercé par le passé.

[4] CREIGNOU A. *et al.*, « En Guadeloupe, l'écoute de la musique et des informations à la radio sont les pratiques culturelles les plus répandues », *Insee Analyses Guadeloupe*, n° 52, 19 oct. 2021, en ligne : https://www.insee.fr/fr/statistiques/5544022.

[5] Le *bouyon* guadeloupéen est un genre musical d'origine dominiquaise qui s'est implanté et développé en Guadeloupe au début des années 2010. Synthèse musicale de sonorités caribéennes, ce style énergique accompagne le carnaval et anime les fêtes et soirées festives de l'île. Pour en savoir plus, voir BRIZARD R., « Bouyon : la transgression à 160BPM », *Tracks*, produite par Programm33, ARTE, 2024, en ligne : https://www.arte.tv/fr/videos/119473-003-A/tracks.

[6] Parmi les intervenantes et intervenants figuraient Jocelyne Béroard, chanteuse martiniquaise du groupe Kassav', Julien Dalle, producteur guadeloupéen de la série *WISH*, Valérie-Ann Edmond Mariette, chercheuse martiniquaise lauréate de la bourse d'études doctorales Fondation pour la mémoire de l'esclavage (FME)-musée du quai Branly, ainsi que le Guadeloupéen Samora Curier, fondateur du podcast *LeMwakast*, qui explore la culture caribéenne et compte plus de 64 000 abonnées et abonnés sur Instagram.

[7] Parmi les principaux figurent Akiyo, Anbouta-y, Chenn-La, Klé La, Le Point d'interrogation, Mas a Wobè, Mas Ka Klé, Nasyon A Neg Mawon, VIM, Voukoum.

[8] CREIGNOU *et al.*, « En Guadeloupe, l'écoute de la musique et des informations à la radio sont les pratiques culturelles les plus répandues », *op. cit.*

[9] Les répétitions sont conduites par la cheffe ou le chef du groupe, qui transmet oralement les séquences rythmiques aux différentes sections de tambours. Au fil des répétitions et des sorties hebdomadaires, le jeu musical mûrit et se perfectionne jusqu'à atteindre son meilleur niveau pendant les jours gras (le dimanche, le lundi et le mardi précédant le mercredi des Cendres). Le carnaval nourrit ainsi un rapport ritualisé à la musique en dehors de toute médiation formelle.

[10] Le tambour *ka* est « l'instrument de musique le plus répandu (25 % des musiciens amateurs en jouent), bien avant le piano (20 %) ou la guitare (14 %) » (CREIGNOU *et al.*, *op. cit.*).

[11] À cette date, L'Artchipel – Scène nationale de la Guadeloupe disposait du budget le plus élevé, avec 2,2 millions d'euros par an, suivi par le centre culturel de Sonis, doté d'un budget de 1,7 million d'euros. Les autres structures bénéficiaient de budgets plus modestes : la salle Robert-Loyson bénéficiait de 450 000 euros, la salle Félix-Proto de 100 000 euros, le ciné-théâtre du Lamentin de 97 000 euros, la salle Gilles-Floro de 50 000 euros, la salle George-Tarer de 30 000 euros, et la salle Gérard-Lockel de 25 000 euros.

[12] Parmi les principaux lieux qui programment de la musique figurent le *Ti Paris* au Gosier, le *Ja'ri Beach*, *Eywa*, *Le Vancliff*, et *L'Appart* à Baie-Mahault, *L'Atrium* et le *Galets Beach* à Bouillante, *Le New Misty* à Petit-Bourg, *Kouleur Kreeol* et l'*Américano* à Sainte-Anne, le *Plezi* à Pointe-Noire ainsi que trois établissements à Marie-Galante : *Chez Henri*, *Kaz A Sik* et le *Touloulou*. S'ajoute à cette liste le *Café Philosophie* de Baie-Mahault, qui propose une programmation de musique classique et lyrique. Les casinos du Gosier et de Saint-François ainsi que les hôtels *Arawak* et *La Créole Beach* au Gosier proposentégalement une programmation musicale. (Source : l'étude sur l'état des lieux du spectacle vivant en Guadeloupe réalisée par le Collectif des espaces de diffusion artistique et culturelle [Cedac]).

[13] Suivant les données collectées par la Fédération internationale de l'industrie phonographique ; voir « Global Music Report 2025 », 2025, en ligne : https://globalmusicreport.ifpi.org.

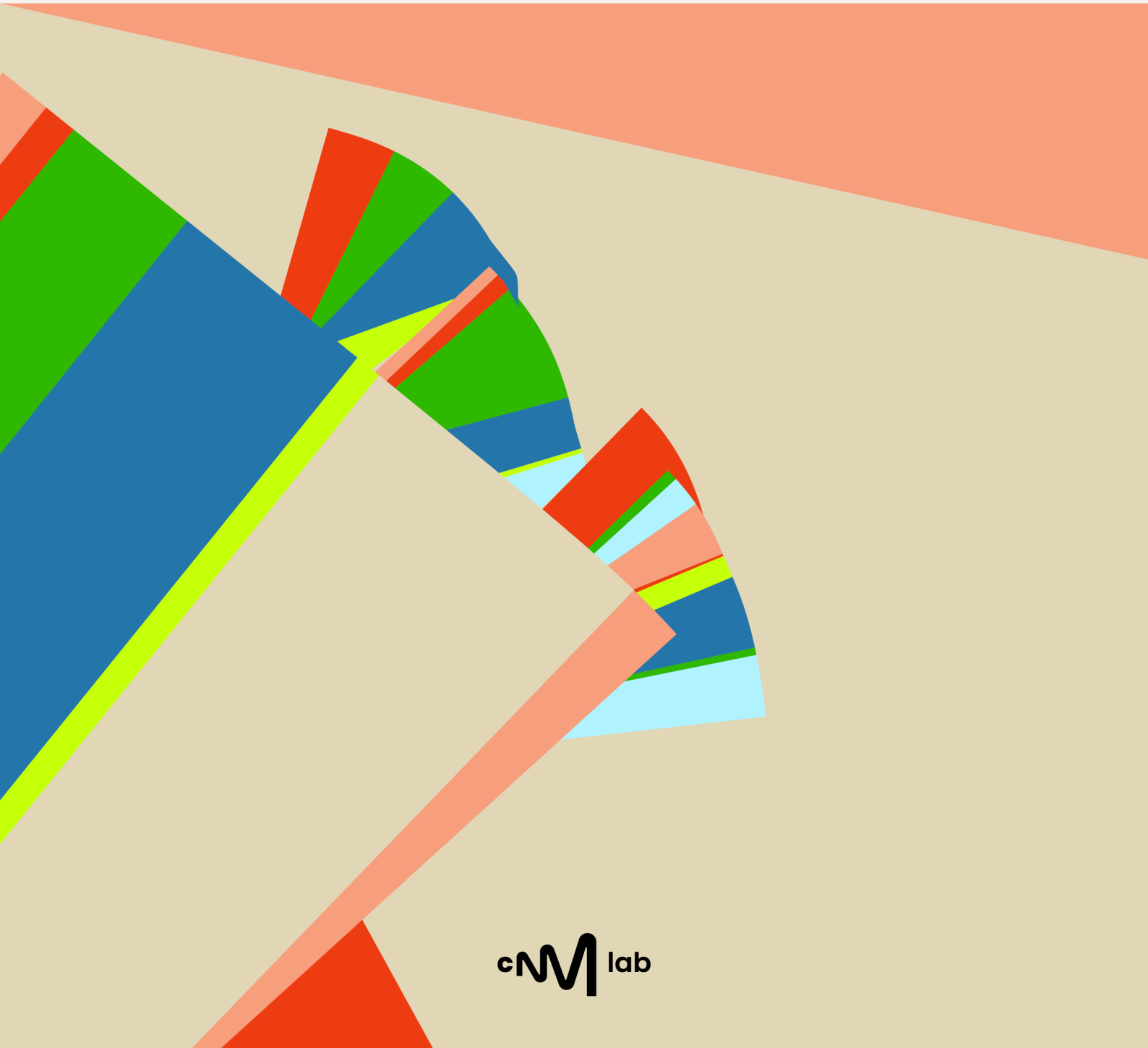
[14] Entre 2022 et 2024, Lakazawtis a organisé 17 sessions de formation. Elles ont réuni 71 participantes et participants.

[15] « Schéma national d'orientation pédagogique de l'enseignement public spécialisé de la danse, de la musique et du théâtre », *Bulletin officiel [du ministère de la Culture]*, hors-série n° 5, sept. 2023, en ligne : https://www.culture.gouv.fr/fr/espace-documentation/bulletin-officiel/bulletin-officiel-hors-serie-n-5-septembre-2023.

Festivals de musiques et territoires

Cartographie, sociologie, économie

Par Julien Audemard, Aurélien Djakouane, Stéphane Laurent, Emmanuel Négrier



cnm lab

Festivals de musique et territoires

Cartographie, sociologie, économie

Julien Audemard

Julien Audemard est maître de conférences à l'université de Montpellier. Ses recherches portent sur les pratiques et les politiques culturelles en France et en Europe, l'analyse localisée du politique et les méthodes d'enquête quantitatives et statistiques. Il est l'auteur, avec Aurélien Djakouane et Emmanuel Négrier, des ouvrages *Faire label. Les Centres culturels de rencontre et Création et devenir des festivals en France*, parus en 2025.

Aurélien Djakouane

Aurélien Djakouane est maître de conférences en sociologie à l'université Paris–Nanterre. Ses recherches portent sur les mutations des pratiques culturelles, les professions artistiques, la territorialisation des politiques culturelles et la festivalisation de la culture. En 2021, il a publié, avec Emmanuel Négrier, F*estivals, territoire et société*.

Stéphane Laurent

Stéphane Laurent est enseignant certifié en spécialité marketing à l'institut universitaire de technologie (IUT) Nord – Franche-Comté et chercheur associé au laboratoire Elliadd (université de Franche-Comté). Ses travaux portent sur la littérature érotique, les pratiques culturelles et les musiques populaires. Il est membre de l'International Society for Metal Music Studies. Depuis près de dix ans, il intervient régulièrement comme consultant en études de publics ainsi que comme prestataire événementiel.

Emmanuel Négrier

Emmanuel Négrier est directeur de recherche CNRS (Centre national de la recherche scientifique) en science politique et directeur du Cepel (Centre d'études politiques et sociales), à l'université de Montpellier. Il dirige la collection « Politiques culturelles » des Presses universitaires de Grenoble avec Philippe Teillet. Ses recherches portent notamment sur les politiques publiques, les comportements électoraux, les festivals et les métamorphoses de la participation culturelle et artistique.

Introduction

L'interaction entre musique et territoires ne fait l'objet d'attentions scientifiques et politiques que depuis une période relativement récente[1]. Comme le souligne Guy Saez[2], penser cette interaction suppose en amont de s'acquitter de la tâche ardue de définir ce que sont musique et territoires. Si l'on peut assimiler la musique aux différentes formes de pratiques et d'offres musicales, la notion de territoire navigue entre nominalisme – le territoire comme forme de découpage géographique, administratif, politique – et constructivisme – le territoire comme construction idéologique ou identitaire autour de l'appropriation d'imaginaires, de valeurs, constitutifs d'une culture[3]. Partant de ces définitions, l'articulation entre musique et territoires a été pensée autour de deux questionnements distincts. Le premier consiste à s'interroger sur ce que le territoire fait aux différentes formes de pratiques musicales. Le territoire est ici envisagé comme un facteur des goûts et des pratiques, dans la mesure où ceux-ci semblent prendre des formes différenciées selon le lieu où ils s'expriment[4].

Le second questionnement consiste, à l'inverse, à souligner la contribution de la musique à la construction du territoire comme communauté imaginée[5], ou bien aux dynamiques économiques, politiques et sociales qui caractérisent les différents territoires. C'est notamment le cas de la rhétorique des retombées territoriales des investissements culturels. Celle-ci a une histoire, largement marquée par une double orientation : la qualification et le rendement. Au titre de la qualification, on peut ranger les travaux qui insistent sur le rôle de la culture comme facteur d'attractivité et de distinction territoriale, particulièrement – mais pas seulement – développés à l'échelle des villes et métropoles[6]. Au titre du rendement, ce sont les travaux qui s'attèlent à justifier les politiques culturelles par leur impact sur l'économie et l'emploi.

Cet article se donne ainsi pour objectif de répondre à ces deux approches à partir du cas spécifique des festivals de musique en France. Au-delà du rôle des festivals dans la construction des identités et des imaginaires locaux[7] , depuis quelques années, plusieurs travaux soulignent leur rôle dans les dynamiques et l'aménagement des territoires. Au gré du développement du phénomène festivalier, y compris dans les espaces ruraux, les études ont produit des résultats suggérant un rôle, généralement positif mais parfois contrasté, des festivals dans l'entretien et le développement du capital social[8]. En outre, les festivals semblent être de plus en plus régulièrement perçus comme des instruments de gouvernance territoriale au sein d'une dynamique plus large de recours à l'événement comme facteur d'attractivité[9]. En particulier, des travaux se sont multipliés ces dernières années pour aborder l'impact territorial des festivals sous l'angle de leurs retombées économiques[10] . C'est sous cet angle que nous aborderons ici ce que les festivals font aux territoires. La problématique des retombées économiques des festivals permet en effet, au-delà des considérations méthodologiques sous-tendues par l'exercice parfois périlleux de leur mesure, de se livrer à une appréciation critique de leur contribution aux dynamiques

territoriales.

Plus rares en revanche sont les travaux qui abordent les liens entre festivals et territoires dans la perspective inverse, c'est-à-dire ce que les territoires font aux festivals. En effet, le déploiement du festival est conditionné par la géographie physique, les infrastructures, les héritages institutionnels, les régimes de gouvernance locale, et les imaginaires déjà associés à l'espace en question[11]. De ce point de vue, le territoire n'est pas un simple support, mais un actant qui modèle en retour la forme, l'identité et la trajectoire du festival. C'est afin de saisir ces dynamiques que nous avons développé, depuis quelques années, un programme de recherche sur les créations de festivals. L'autre objectif de cet article est ainsi de resituer ces dynamiques de création dans leurs contextes spatiaux, afin de comprendre dans quelles mesures les territoires structurent les profils de créateurs et créatrices de festival, ceux des membres de leurs équipes, leurs ressources ainsi que leurs motivations à développer ce type d'événement. Le pari de cette contribution est donc de montrer qu'on ne peut vraiment analyser les impacts territoriaux d'un festival qu'en tenant compte des dynamiques territoriales qui l'ont façonné

D'un point de vue méthodologique, cet article s'appuie sur trois jeux de données complémentaires. Le premier interroge, à travers une approche cartographique[12], la spécificité des festivals musicaux selon différents types de territoire définis d'après la grille de densité communale en sept classes de l'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee)[13], ici simplifiée en trois catégories : urbain, intermédiaire, rural. Ce dispositif s'appuie sur le recensement, mené en 2022 par le département des Études, de la Prospective, des Statistiques et de la Documentation (DEPS) du ministère de la Culture, par le Centre d'études politiques et sociales (Cepel) et par France Festivals, des festivals français ayant connu une édition en 2019[14], soit au total 7 283 événements, dont 3 227 festivals de musique, et pour lesquels nous disposons d'informations à propos de leur discipline artistique dominante, de leur décennie de création et de leur saisonnalité. Cette première approche permettra de comprendre ce que les territoires produisent comme festivals de musique, en considérant particulièrement la saisonnalité et le type de programmation des événements. Ensuite, elle nous permettra de montrer la place que le champ musical occupe dans la festivalisation de la culture en France[15] ainsi que la place des différents territoires dans cette dynamique. Enfin, elle nous permettra d'expliciter la contribution à l'aménagement culturel des territoires que représente, ou pas, l'offre festivalière musicale [16].

Le deuxième jeu de données provient d'une recherche consacrée à la création de festivals. Elle procède d'un double dispositif méthodologique : une enquête par questionnaire administrée auprès des 7 283 festivals recensés sur le territoire français[17] ; et une campagne d'entretiens (une trentaine). L'enquête quantitative rassemble un échantillon de 1 237 directeurs et directrices de festivals (créateurs ou non) représentatif de la base des 7 283 festivals constituée par le DEPS au regard de leurs disciplines artistiques, de leur décennie de création et de leur saisonnalité. Il se compose d'un premier sous-échantillon de 690 directeurs-créateurs de festivals au sein duquel on compte 294 créateurs de festivals de musique (35 %). Cette enquête permettra d'approfondir les premières observations dans

deux directions : l'analyse des motivations et des trajectoires sociologiques qui conduisent à la création de festivals de musique selon les différents types de territoire, et l'étude des contraintes et ressources singulières qui se rapportent à ces événements selon leur implantation territoriale.

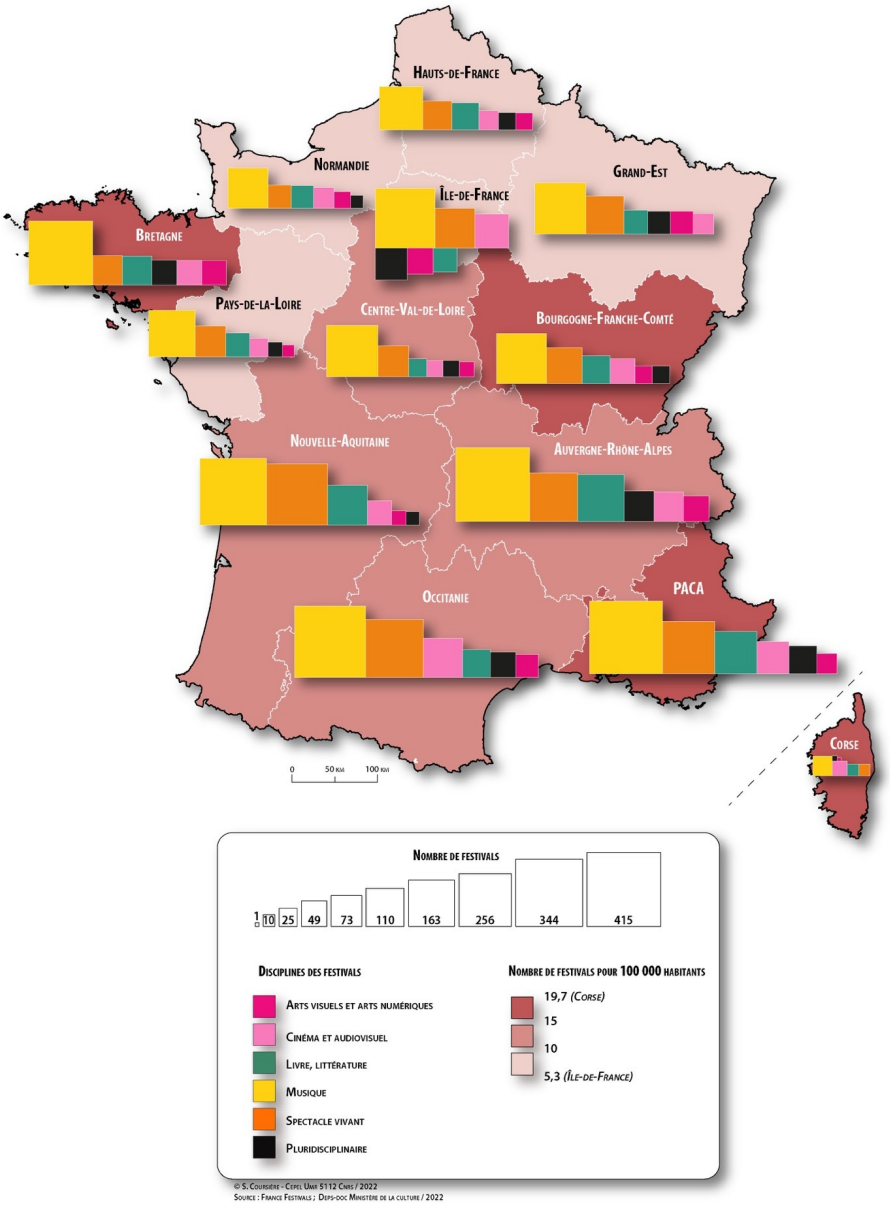
Le troisième jeu de données est constitué de deux enquêtes quantitatives sur les publics et sur les retombées territoriales de l'édition 2024 des Eurockéennes de Belfort, que nous avons menées en juillet 2024[18]. Elles s'appuient à la fois sur un échantillon de 1 215 festivalières et festivaliers interrogés sur site et sur un échantillon de 4 442 questionnaires récoltés en ligne à partir des données de billetterie (33 333 adresses, soit un taux de réponse de 13,3 %). Au total, 5 657 festivaliers ont été interrogés, soit sur site, soit en ligne, sur les 72 855 ayant fréquenté le festival lors de cette édition, soit 7,8 % de la population totale. Ce troisième dispositif opère un changement d'échelle, en interrogeant les mérites et les limites d'une analyse sous l'angle des retombées économiques territoriales[19] à partir d'une approche monographique. Les réponses des participantes et participants aux deux enquêtes à propos de leurs dépenses durant les Eurockéennes ont été pour cela analysées, comparées et redressées à partir des données de billetterie et de *cashless* pour parfaire nos conclusions.

1. La carte et la partition

La place de la musique dans les politiques et pratiques culturelles est croissante depuis le début des années 1980[20]. Ce développement, qui n'est que pour partie la conséquence d'un essor des politiques publiques, se retrouve dans l'implantation des festivals sur le territoire français. La cartographie que nous avons réalisée en 2022 représentait les près de 7 300 événements recensés la même année par le Cepel, le DEPS et France Festivals. Ce chiffre n'a guère d'équivalent dans le monde occidental, en proportion de la population totale. On en compte ainsi environ 2 000 en Italie, et moins en Allemagne ou au Royaume-Uni, selon des dénombrements plus ou moins exhaustifs[21]. Depuis l'année 2019, qui nous a servi de référence, et en l'absence de nouvelle comptabilisation d'ensemble, on ne peut établir d'estimation de l'évolution du nombre d'événements que sur la base de retours partiels en provenance des directions régionales des affaires culturelles ou des conseils régionaux. Tous s'accordent sur le constat de l'émergence encore nette de nouveaux projets festivaliers sur l'ensemble du territoire national. Ainsi, la région Occitanie constate, sur les exercices 2024 et 2025, la réception d'une petite centaine de nouveaux projets chaque année. Dans le même temps, un premier regard sur les festivals qui ont annoncé, depuis dix ans, leur disparition, voire leur arrêt temporaire, en identifie à peine plus de 300 sur l'ensemble du territoire national[22]. Nous sommes donc fondés à estimer que, jusqu'en 2024, la balance entre la création et la disparition de festivals reste plutôt positive. Il est donc intéressant de se pencher sur la place particulière que prennent les festivals de musique dans l'ensemble des festivals. Si, à la faveur de l'essor de ces événements dans des domaines nouveaux (arts visuels, littérature), on peut dire que la part relative de la musique décline, ils sont, à eux seuls, presque majoritaires : 44 % des festivals sont, en France, des

festivals de musique (voir carte 1).

Carte 1. Les disciplines des festivals selon les régions. Source : France Festivals ; DEPS, 2022[23]. Réalisation : S. Coursière, 2022.



Certaines régions se démarquent, comme le Centre-Val de Loire (57 %) et la Bretagne (53 %), où cela concerne plus de la moitié des festivals. Mais, ainsi qu'on peut le remarquer à une échelle interrégionale, aucun territoire n'échappe à cette domination sans partage de la musique – ou disons plutôt « des » musiques – dans l'offre festivalière. Tout au plus les musiques font-elles à peu près jeu égal avec le spectacle vivant (théâtre, danse, cirque, marionnette, etc.) en Nouvelle-Aquitaine.

La comparaison interdépartementale confirme le phénomène, avec un nombre extrêmement réduit de territoires où les festivals de spectacle vivant devancent ceux de musique : les Pyrénées-Atlantiques, la Haute-Vienne, la Moselle et la Haute-Garonne sont

dans ce cas, et encore est-ce à quelques unités près. Ce phénomène, massif, se confirme encore par une analyse à l'échelle des périmètres intercommunaux, et par la règle suivante : lorsqu'un territoire ne compte qu'un seul festival, à de très rares exceptions près, il s'agit d'un festival musical. Les festivals musicaux, notamment, sont plus nombreux à être programmés dans les espaces ruraux que les autres types de festival. Cela explique, par ailleurs, qu'ils soient plus fréquemment que les autres programmés durant la saison estivale : les espaces ruraux, moins dotés de salles dédiées et permanentes, accueillent plus facilement des événements en plein air, et il est, de ce fait, plus adapté de les programmer l'été. Le corollaire de ce constat est que ces mêmes événements sont plus exposés que les autres aux aléas et dérèglements climatiques, ce qui peut compromettre leur viabilité à terme, notamment en raison des coûts assurantiels. Plus largement, pour expliquer sa prédominance, on peut faire l'hypothèse que la musique, en tant que discipline festivalière, est dotée par les citoyennes et citoyens comme par les pouvoirs publics d'une valeur assez partagée, ce qui serait moins le cas des autres domaines culturels.

Les événements musicaux sont, en moyenne, d'autant plus modestes en envergure que leurs espaces de programmation sont ruraux. Cette loi générale comprend cependant des exceptions notables parmi les emblèmes événementiels français. Pour les musiques actuelles, les Vieilles Charrues et les Papillons de Nuit marquent la vie musicale de leur empreinte depuis des décennies à partir de bourgs ruraux de quelques centaines d'habitantes et habitants. En outre, Jazz in Marciac démontre, dans une commune d'à peine plus de 1 000 habitants éloignée des infrastructures aériennes ou ferroviaires, qu'il est possible d'être sur la carte mondiale d'une discipline sans rayonner depuis une métropole. Pour les musiques classiques peuvent être cités le festival Pablo Casals de Prades, dans le piémont catalan, celui d'Ambronay, aux portes du Bugey, ou encore celui de la Grange de Meslay, créé en 1964 par Sviatoslav Richter, qui font chacun référence dans leur domaine.

Il n'est cependant ni possible ni pertinent de faire l'impasse sur les singularités territoriales, même relatives, qui affectent les événements musicaux selon qu'ils sont implantés en milieu rural – et d'ailleurs très souvent dans des zones rurales à attractivité touristique, les événements participant eux-mêmes de cette dynamique – ou urbain et métropolitain. C'est tout l'objet d'une analyse des profils et motivations qui président aux festivals de musique.

2. Territoires et création de festivals

Dans cette deuxième partie, nous prolongeons la réflexion sur la manière dont les territoires impriment leur marque sur les festivals de musique à travers deux aspects : la sociologie de leurs créateurs d'une part, et leurs motivations d'autre part. Il s'agira ici de savoir si le profil des créateurs de festivals de musique et leurs motivations à créer un événement varient d'un territoire et d'un secteur musical à l'autre. Pour répondre, nous mobiliserons les résultats de notre recherche consacrée à la création de festivals[24], qui s'appuie sur un échantillon de 1 237 directeurs de festivals. Celui-ci se compose d'un premier sous-échantillon de 690 directeurs-créateurs de festivals, au sein duquel on compte

294 créateurs de festivals de musique (35 %). Par comparaison avec les moyennes nationales, la répartition territoriale des créateurs de festivals de musique de ce sous-échantillon est plus concentrée en milieu rural (49 % contre 40 % pour l'ensemble des festivals) et pendant la saison estivale (46 % contre 32 %). La répartition en matière d'esthétiques musicales est conforme à ce que l'on sait par ailleurs du secteur, à savoir une large surreprésentation des musiques actuelles (41 %), et une répartition à peu près proportionnelle des autres : jazz (22 %), musiques du monde (19 %) et musiques classiques (18 %).

Entre bénévolat et professionnalisation

Selon notre enquête, tous domaines artistiques confondus, un festival sur deux (54 %) est dirigé par un ou une bénévole. Le secteur musical amplifie cette tendance, puisque 63 % des directeurs de festivals le sont. C'est encore plus vrai si l'on s'intéresse au sous-échantillon des créateurs de festivals de musique, où plus de deux tiers sont bénévoles (69 % contre 58 % sur l'ensemble des festivals). Outre le fait de rappeler la place centrale qu'occupent les bénévoles dans l'activité festivalière – au sein d'un secteur très majoritairement associatif –, ce chiffre illustre deux trajectoires de festivals : ceux qui tendent vers une forme de professionnalisation de leur activité et donc de leurs équipes, et ceux qui restent structurés autour d'une logique bénévole. Sans entrer dans le détail de ces trajectoires, on peut commencer par s'intéresser à la variation du profil sociologique des créateurs de festivals en fonction des territoires.
L'analyse territoriale montre en effet que les bénévoles sont encore plus nombreux parmi les créateurs de festivals implantés dans les territoires ruraux : 8 festivals sur 10 y ont été créés par des bénévoles. Mais l'effet du territoire se double ici d'un effet lié au secteur musical. En effet, les bénévoles sont également majoritaires dans les festivals de musiques actuelles, et nombreux dans ceux de jazz (voir tableau 1). L'importance accrue du bénévolat en territoire rural peut sembler logique au regard des ressources humaines disponibles plus faibles. À l'opposé, et même si les créateurs restent à 45 % bénévoles dans les territoires urbains, ces derniers disposent de meilleures ressources pour favoriser l'émergence du projet festivalier dans un contexte professionnel : temps forts au sein d'une saison, par exemple.

> **“ L'analyse territoriale montre en effet que les bénévoles sont encore plus nombreux parmi les créateurs de festivals implantés dans les territoires ruraux**

Toutefois, la répartition par esthétique musicale mérite qu'on s'y arrête, car elle invite à considérer les aspects liés à l'économie des festivals. En effet, les festivals de musique représentent une réalité composite où les petits acteurs sont nombreux : 50 % des festivals de musique ont un budget inférieur à 50 000 euros. **Le secteur des musiques actuelles,**

quant à lui, est probablement le domaine artistique où la réalité est la plus contrastée, avec 40 % de petits festivals (moins de 50 000 euros de budget) et 16 % de très gros (plus de 500 000 euros de budget). C'est de ce fait un secteur particulièrement emblématique de la double trajectoire des festivals évoquée plus haut entre bénévolat et professionnalisation. Si la réalité économique n'est pas autant contrastée dans le domaine du jazz, la présence importante de créateurs bénévoles rappelle combien ce secteur reste, lui aussi, ancré dans l'univers associatif et, pour un grand nombre d'événements, relativement éloigné des logiques de professionnalisation. Cela rappelle également la fragilité économique qui le caractérise. C'est d'ailleurs le seul secteur où, selon nos résultats, aucun créateur ne vient du secteur public. On peut ici s'interroger sur la place du jazz au sein des politiques publiques.

Tableau 1. Statut des créateurs de festivals en fonction du territoire et du secteur musical (en pourcentage).

Statut	Secteur public	Bénévolat	Salariat	Intermittence	Total
Urbain	5	45	**37**	13	100
Intermédiaire	4	70	21	5	100
Rural	1	**80**	12	7	100
Secteur musical					
Jazz, blues	0	**77**	19	4	100
Musiques actuelles (chanson, rock, rap, électro…)	5	63	**25**	7	100
Musiques classiques et savantes	4	68	16	12	100
Musiques du monde et traditionnelles	2	71	16	11	100
Ensemble	**3**	**69**	**20**	**8**	**100**

De même qu'il est difficile d'évoquer les festivals comme un secteur artistique tant la diversité et les contrastes y sont la règle, il est difficile d'en parler comme d'un secteur professionnel tant la place qu'y occupe le bénévolat est grande, et le salariat faible. C'est d'ailleurs toute la complexité de l'analyse du travail bénévole, important dans le secteur associatif : sa contribution reste peu documentée. Même les travaux sur les intermédiaires culturels, pourtant très proches de ces sujets, évoquent peu la question du bénévolat[25].

> Le secteur des musiques actuelles, quant à lui, est probablement le domaine artistique où la réalité est la plus contrastée, avec 40 % de petits festivals (moins de 50 000 euros de budget) et 16 % de très gros (plus de 500 000 euros de budget)

Musique et aménités urbaines

Le portrait général des créateurs de festival est celui d'un homme, très diplômé, issu des catégories supérieures et âgé en moyenne de 55 ans. Ce profil tranche avec ce que l'on sait par ailleurs de la sociologie des professions culturelles et des responsables associatifs. Parmi les créateurs de festivals, les femmes sont très nettement sous-représentées, de même que les moins de 40 ans (voir tableau 2). Le secteur de la musique se démarque, notamment, en étant plus masculin encore. Cette domination masculine vient aux croisements de déterminants du secteur culturel d'une part[26] et du secteur associatif d'autre part[27], où les logiques de pouvoir contribuent à éloigner les femmes des postes à responsabilités. Cette caractéristique se redouble d'une durée en fonction prolongée, parfois au-delà même de l'âge légal de départ à la retraite. Une fois ce portrait général dressé, il convient de préciser que de nombreuses variations existent en fonction du secteur musical. Citons par exemple le secteur des musiques classiques, où les créateurs sont à la fois plus âgés (61 ans en moyenne), plus féminins, plus diplômés et davantage issus de milieux favorisés. Citons également, à l'opposé, le secteur des musiques actuelles où les créateurs sont les plus jeunes (50 ans en moyenne) et moins issus des catégories favorisées.

Caractéristiques	Créateurs de festivals de musique	Créateurs de festivals	Professions culturelles	Actifs en emploi	Responsables associatifs
Part des femmes	26	37	43	48	44
Bac + 3 ou plus	61	67	41	19	32
Père cadre	28	29	49	25	n. d.
Moins de 40 ans	15	15	47	44	n. d.
Plus de 69 ans	16	37	n. d.	n. d.	n. d.

Tableau 2. Sociologie des créateurs de festivals (en pourcentage). Sources : enquête « Emploi », Insee-DEPS, 2014 (professions culturelles et actifs en emploi) ; enquête 2009-2010 auprès des associations, CNRS-Centre d'économie de la Sorbonne (CES) – Institutions (responsables associatifs).

Mais c'est probablement le prisme territorial qui donne la lecture la plus fine de la trajectoire sociale de ces créateurs. En milieu urbain, la création d'un festival de musique s'inscrit majoritairement dans la continuité d'une activité professionnelle (voir tableau 3). Pour un tiers d'entre eux, la création d'un festival n'était pas leur premier essai. Ces créateurs ont une sociologie plus proche de celle des professions artistiques, à la fois plus diplômés et davantage issus des milieux favorisés. Ils ont su identifier le festival comme un outil de professionnalisation ou un tremplin pour leur carrière. Ces résultats permettent une nouvelle fois de mesurer l'écart entre deux mondes radicalement différents : celui du bénévolat, et celui où le festival est un secteur professionnel et professionnalisant à part entière. De fait, les inégalités territoriales restent fortes, et un festival n'a pas les mêmes chances de se professionnaliser selon son lieu d'implantation. Ce processus dépend de ressources, à la fois humaines et économiques, dont les territoires sont inégalement dotés. Tout en rappelant la fragilité des festivals en milieu rural, qui doivent faire face à des ressources humaines (disponibilité professionnelle) et financières (dotation des collectivités territoriales) plus limitées, ces résultats sont à mettre au regard des missions, nombreuses, et du rôle social que jouent les festivals dans ces territoires, du point de vue de leur aménagement culturel notamment[28]. **La place qu'occupe un festival dans un territoire rural comble souvent un déficit d'offre culturelle. Compte tenu de l'importance de la proximité géographique des publics des festivals, il permet à de nombreuses personnes d'accéder à une proposition artistique.**

Tableau 3. Sociologie des créateurs de festivals en fonction des territoires (en pourcentage).

Caractéristiques	**Urbain**	**Intermédiaire**	**Rural**	**Ensemble**
Part des femmes	30	27	23	26
Bac + 3 ou plus	75	62	55	61
Père cadre	29	13	31	28
Prolongement d'une activité professionnelle	**58**	38	35	43
Création d'un autre festival avant	**30**	23	18	23
Bénévole	49	66	**78**	66

Musique, territoire et société : des motivations composites

Intéressons-nous maintenant aux motivations des créateurs de festivals. Elles se répartissent en deux grandes catégories : les motivations artistiques d'une part (valoriser une discipline, donner aux artistes la possibilité de se produire, enrichir le projet d'un lieu culturel permanent…), et les motivations socio-territoriales d'autre part (revaloriser le territoire par la culture, créer du lien social, renforcer l'offre culturelle d'un territoire…). Si l'on s'en tient à la définition toute wagnérienne du festival – une musique exceptionnelle dans un lieu exceptionnel pour un moment exceptionnel[29] –, il est assez logique que les motivations artistiques rivalisent avec celles liées à l'implantation territoriale de l'événement. À l'échelle de l'ensemble des festivals de notre échantillon, les considérations socio-territoriales devancent légèrement (56 %) les considérations artistiques (44 %). Ce résultat livre déjà une première information intéressante : le festival est bien envisagé comme un moyen pour favoriser la rencontre entre un territoire et des artistes. C'est en cela que faire un festival – du point de vue de l'organisation comme du public –, c'est aussi faire société. Dans notre échantillon, les festivals de musique se distinguent par la place, plus importante encore, qu'ils accordent aux enjeux socio-territoriaux (62 %).

On peut ainsi s'interroger sur l'ancrage territorial des motivations. Est-on nécessairement davantage porté à considérer la création d'un festival comme un instrument d'animation territoriale dans les territoires ruraux, tandis que la logique artiste présiderait dans les territoires urbains ? C'est en partie vrai. Mais en partie seulement.

Un premier élément d'explication tient, effectivement, à l'implantation plus fortement rurale des festivals de musique (46 % contre 38 % des festivals dans leur ensemble), où la création d'un événement prend un sens particulier et répond à toute une série d'objectifs : construction ou renforcement d'une offre culturelle locale, accessibilité des publics, animation territoriale, attractivité touristique, etc. Cette dimension territoriale revient d'ailleurs souvent dans le discours des créateurs. Mais elle est aussi toujours assortie d'une justification artistique, comme si les deux étaient indissociables :

Un festival à Barjac, cela avait du sens pour plein de raisons. D'abord, il n'y a pas d'équipement culturel permanent dans le village. Et puis, il y avait ici un certain intérêt pour la poésie et la chanson française, avec Ferrat notamment. Et la cour du château s'est tout de suite imposée comme un lieu possible, possible pour la rencontre. Barjac avait besoin d'un festival pour devenir un lieu d'attractivité culturelle, en plus d'être déjà un lieu d'attractivité touristique. […] Mais l'idée première du festival, c'est bien la chanson. C'est l'histoire d'une bande de copains qui décident d'inviter des chanteurs engagés à venir se produire dans leur village […]. Deux noms vont rapidement marquer les esprits : Jean Ferrat, et Jean Vasca, un artiste de la région, peu connu du grand public, mais reconnu dans le monde de la chanson. (Barjac m'en chante)

L'idée de départ, c'est la guitare ! Plutôt même la guitare classique. Avec, en arrière-plan, l'idée de faire quelque chose dans notre village, à Monestiés. […] C'est après, en grandissant, qu'on va devenir un festival de musiques plus diversifiées, de musiques actuelles comme on dit. Et c'est en grandissant qu'on va aller à Albi. (Pause Guitare)

C'est l'association Territoire de musiques qui porte le festival, et qui le porte depuis toujours. L'idée est double : offrir de la musique au Territoire de Belfort. C'était la motivation première des créateurs, et c'est pour cela que le département va les suivre. (Les Eurockéennes de Belfort)

Ces entretiens le montrent, il peut paraître réducteur de penser motivations artistiques et socio-territoriales comme étant opposées : les deux se complètent. Au cours de notre enquête, cette complémentarité est plus souvent revenue dans le discours des directeurs de festivals des territoires ruraux, comme si le territoire ne devait pas masquer de réelles ambitions artistiques. Le choix d'un site, et donc d'un territoire, est cependant un enjeu de premier plan pour l'avènement d'un festival. Il peut en outre être amené à changer selon la trajectoire du festival :

Au départ, on était dans le petit village de Monestiés. Et on y est restés pendant neuf ans. […] Dès la seconde année, on fait trois fois 200 personnes ; pareil à la troisième édition. À la quatrième édition, on passe à une jauge de 2 000. Et là, on a élargi à la chanson. L'année d'après, on fait venir Higelin… À partir de la sixième édition, c'est une vague de renouveau de la chanson française (Cali, Sanseverino, Bénabar…). À la septième édition, on passe à quatre soirs, et on fait quatre fois 2 000 personnes […]. À la neuvième édition, les fonds européens disparaissent. […] On se retrouve à l'arrêt. On décide d'aller ailleurs, et ce ailleurs, c'est Albi. (Pause Guitare)

Cela montre aussi que l'identité d'un festival repose sur cet équilibre subtil entre artistique et territoire, à l'image des nombreux festivals qui portent le nom de la ville ou du territoire dans lequel ils sont implantés. De nombreux travaux ont en effet souligné le lien entre le projet et l'offre défendus par les festivals et l'identité des territoires dans lesquels ils se déroulent[30].

Dans notre enquête, l'opposition entre motivations artistiques, prééminentes en territoire urbain, et motivations socio-territoriales, majoritaires en territoire rural (voir tableau 4), est aussi à interpréter à la lumière de la sociologie des créateurs. Si en contexte rural, la motivation des bénévoles se veut plus œcuménique afin de fédérer une diversité d'acteurs autour de leur projet, en contexte urbain, la volonté de créer un festival s'inscrit dans une logique professionnelle qui part d'un diagnostic plus précis de l'environnement culturel, de l'offre existante et des besoins du secteur artistique.

Tableau 4. Motivations à créer un festival selon le territoire et le secteur musical (en pourcentage).

Territoire	**Motivation artistique**	**Motivation socio-territoriale**	**Total**
Urbain	**63**	37	100
Intermédiaire	40	60	100
Rural	32	**68**	100
Ensemble	**41**	**59**	**100**

Secteur musical	Motivation artistique	Motivation socio-territoriale	Total
Jazz, blues	**47**	53	100
Musiques actuelles (pop, rock, rap, électro…)	35	65	100
Musiques classiques et savantes	44	56	100
Musiques du monde et traditionnelles	28	**72**	100
Ensemble	**41**	**59**	**100**

Le festival devient ainsi un instrument d'action culturelle qui peut toujours servir une ambition territoriale, mais dont la motivation artistique prime dans le discours des créateurs. En effet, le prisme territorial ne doit pas masquer les différents enjeux qui demeurent entre les différentes esthétiques musicales. Sans forcément opposer musiques savantes et musiques populaires, on voit nettement que l'enjeu artistique – qu'il soit patrimonial ou professionnel – semble davantage être mis en avant dans le jazz ou les musiques classiques (voir tableau 4). S'engager à créer un festival dans ces musiques, c'est aussi réfléchir à un modèle économique singulier, plus fortement dépendant des finances publiques ; la construction d'un argumentaire autour des enjeux artistiques est donc centrale. Mais toute tentative de généralisation en la matière serait, à coup sûr, abusive, tant la dimension artistique d'un projet festivalier revêt des enjeux qui s'expriment de diverses manières selon les lieux, et dans lesquels art, culture et territoire se mêlent de manière tellement enchevêtrée qu'il est difficile de les distinguer.

L'idée de Kréol Blues (le premier nom de Terre de Blues), c'est d'abord la musique. C'est l'idée qu'il y a une musique Kréol, un blues créole de la Caraïbe et qu'il lui faut un espace d'expression. Un espace où tous les musiciens de la Caraïbe puissent se retrouver, pour affirmer cette identité musicale qu'ils ont en partage sur ce territoire de la Caraïbe. (Terre de Blues)

Finalement, dans le discours des créateurs, il est parfois difficile de faire la distinction entre arguments artistiques et arguments territoriaux tant ces dimensions sont imbriquées l'une dans l'autre. Que la réflexion prenne l'une ou l'autre comme point de départ, la réunion des deux est quasiment toujours mise en avant dans l'argumentaire constitutif de la création d'un festival, ce qui révèle, une fois de plus, toute la complexité de l'empreinte territoriale des festivals.

Territoires et professionnalisation

Mais ces discours doivent aussi être interprétés au regard du degré de professionnalisation des créateurs eux-mêmes, et de leurs équipes. L'idée d'une moindre professionnalisation des festivals ruraux au moment de leur création doit ainsi se comprendre selon une double

acception. Au sens propre, elle désigne l'implication plus importante de personnes extérieures au monde de la culture dans leur création. Dans un sens plus large, elle renvoie à la présence d'artistes amateurs et amatrices ou en voie de professionnalisation. Sous cette seconde acception, l'analyse pousse à s'interroger sur le rôle des festivals dans la trajectoire de ces artistes et, plus largement, des équipes de création.

> **Si les profils des créateurs et des équipes des festivals ruraux s'urbanisent, leurs motivations et, de fait, leurs visions du monde restent influencées par la ruralité.**

On peut enfin interpréter l'équilibre des différents registres de motivations entre urbain et rural de deux façons. La première souligne les différentes structurations de l'offre culturelle suivant les territoires. En milieu urbain, où l'offre est plus dense, la nécessité de défendre un projet artistique s'impose comme un critère majeur. La division du travail social est également plus forte dans les institutions culturelles urbaines. Dans ces territoires, les festivals musicaux sont caractérisés par une double spécialisation. Une spécialisation artistique, d'abord, en raison de la forte densité de l'offre et de la demande qui les oblige à adopter des stratégies de différenciation[31]. Une spécialisation professionnelle de leurs équipes, ensuite, car leur projet est tourné plus exclusivement qu'ailleurs vers la production de biens culturels. Les festivals endossent moins une fonction de lien social, notamment en raison de la présence d'autres institutions dont c'est la mission première. Au contraire, dans un monde rural marqué par l'intensité à la fois des relations sociales et des phénomènes de restructuration tels que le déclin ou le renouvellement démographique[32], les festivals peuvent endosser cette fonction sociale, d'autant plus que les lieux capables de la remplir se raréfient.

Une autre explication consiste à souligner le rôle des caractéristiques des créateurs. En milieu rural, la mise en avant de motivations extra-culturelles peut s'interpréter comme la conséquence d'une moindre professionnalisation de ces derniers. Ces deux explications ne sont pas nécessairement concurrentes. Le degré de professionnalisation constitue un indicateur de la relation entre territoire et motivations. Car si ces créateurs ont leurs propres valeurs et motivations en fonction de leur profil, de leur origine sociale et de leur parcours, au-delà, le territoire conditionne l'accès aux ressources humaines qui concourent à créer les festivals, et donc influence la façon dont ils sont pensés.

Enfin, notre enquête montre une très grande stabilité dans le temps des motivations associées à la création d'un festival, ce qui renforce l'hypothèse d'une influence propre au territoire. Ce résultat est d'autant plus remarquable en milieu rural, alors même que la sociologie des créateurs de festival s'est profondément transformée au fil des ans. La spécificité des registres de motivation mobilisés en milieu rural n'est donc pas le produit

d'une manière d'être rurale, mais d'un rapport à la ruralité et à ses spécificités structurelles. Ce résultat dit aussi quelque chose de la dynamique de professionnalisation évoquée plus haut. Si les profils des créateurs et des équipes des festivals ruraux s'urbanisent, leurs motivations et, de fait, leurs visions du monde restent influencées par la ruralité. Plus que d'un mouvement d'urbanisation de la ruralité, c'est d'une ruralisation de l'urbanité que ce résultat témoigne.

3. Le paradoxe des retombées économiques. Le cas des Eurockéennes de Belfort

L'argument des retombées économiques des festivals pour les territoires est de plus en plus fréquemment utilisé à des fins de légitimation des événements. Outre les controverses méthodologiques auxquelles cet argument donne lieu[33], le débat académique et politique n'est pas moins vif sur la valeur qu'il faut accorder à ce discours des retombées. L'éclairage proposé prend appui sur une analyse de cas afin de présenter l'argument, mais aussi d'en discuter les dimensions paradoxales. En effet, examinée sous l'angle de l'économie festivalière, la relation entre musique et territoire se révèle de plus en plus paradoxale. D'un côté, la chronique des dernières décisions budgétaires fait état d'une fragilisation marquée du soutien des collectivités territoriales aux événements. Qu'il s'agisse de retraits contraints ou revendiqués haut et fort, ils sont le signe d'une moindre rentabilité politique associée au portage d'une politique culturelle. Ainsi, dans le budget des Eurockéennes, les subventions qui comptaient, en 2010, pour plus de 16 %, ne représentent aujourd'hui plus que 6 % des recettes. Dans le même temps, le budget du festival a plus que doublé, hors inflation[34]. Aujourd'hui, le mécénat et le sponsoring représentent 21 % de ce même budget ; les recettes de restauration, boissons, merchandising et annexes 17 %, et la billetterie 56 %[35].

De l'autre côté, l'analyse des retombées économiques que produisent les festivals – notamment au profit de ces collectivités – montre une progression significative au cours des vingt dernières années. Dans le cas des Eurockéennes, cette croissance est supérieure à 100 % en dix ans. Une telle progression est la manifestation d'une volonté de légitimer la dépense culturelle par ce qu'elle rapporte sur le plan économique. Elle n'est pas exempte de débats sur trois points. Le premier touche à la nature de ce que nous appelons « retombée économique territoriale », et suppose que soient définis tant le territoire en question que les flux économiques pris en considération. De ce point de vue, l'analyse a, par le passé, pâti d'une exagération systématique des impacts positifs et d'une sous-estimation symétrique des retombées négatives[36]. Le deuxième débat a trait aux limites temporelles dans lesquelles ces retombées sont prises en compte. Un événement suscite des retombées à l'occasion de sa réalisation, mais l'économie que celle-ci génère engendre un second cycle de dépenses elles-mêmes productrices de retombées. Cependant, parce qu'il est très difficile de procéder à une évaluation précise de celles-ci, certaines analyses d'impact économique en

font une estimation à partir d'un coefficient multiplicateur, qu'on appelle le multiplicateur keynésien. Une illustration du multiplicateur pourrait être celle-ci : les bars des Eurockéennes sont tenus par des associations partenaires du festival qui reçoivent de lui une gratification de plusieurs milliers d'euros. Ces mêmes sommes pourraient être prises en compte dans le calcul de l'impact, puisqu'elles sont utilisées ensuite par ces associations locales pour financer leurs activités. Ce coefficient permet également de prendre en considération le fait que – par exemple – des centaines de postes sont créés, *via* l'embauche de techniciennes et techniciens et d'intermittentes et intermittents par le festival, ou dans la sécurité, la restauration, l'hôtellerie et les services logistiques par l'intermédiaire des exposantes, exposants et prestataires sur place. Le salaire perçu par le personnel d'un traiteur sur le festival pourra être dépensé lui aussi en partie sur place, et avoir ainsi un impact économique différé.

Le troisième débat touche enfin aux limites d'une appréhension des retombées territoriales à partir du seul argument économique ou monétaire. **Le risque de cet « économisme » est en effet de conditionner la légitimité d'un événement à la démonstration de son rendement monétaire, alors que les principes qui en ont fondé le soutien ne sont pas strictement économiques. Ils sont aussi politiques.** De plus, si l'événement n'était légitime que par son rendement économique, la concurrence d'événements ou projets plus rentables anéantirait sa raison d'être soutenu. L'argument des retombées économiques ne peut donc être qu'un registre secondaire, en dépit de leur croissance. Comme nous le verrons ici, cette croissance est due à deux facteurs. D'une part, les organisations festivalières se sont enracinées dans leur territoire, en y localisant des dépenses qui étaient parfois, auparavant, effectuées à l'extérieur. D'autre part, les festivaliers eux-mêmes, dans leur dynamique de participation, ont des dépenses croissantes qui participent au développement et du festival et de son territoire. Il est paradoxal de noter que cette contribution croissante s'associe dans le même temps à une reconnaissance institutionnelle en déclin.

L'étude du cas des Eurockéennes de Belfort nous aidera à comprendre ce que pèse un festival de musique dans le développement d'un territoire, y compris au-delà de seuls apports économiques. À cet égard, d'abord, le cumul des dépenses estimées par les festivaliers, additionnées aux dépenses du festival, représente près de 20 millions d'euros de retombées économiques totales. De ce total doivent être retranchées les dépenses des festivaliers locaux, ainsi que les dépenses non locales du festival – comme le sont, par exemple, la plupart des dépenses artistiques. En effet, les ressources que le public local consacre au festival se trouvent déjà sur le territoire et ne peuvent être considérées comme des injections nouvelles pour son développement.

Tableau 5. Impact économique territorial des Eurockéennes de Belfort (2014-2024) hors billetterie et flux sortants (en millions d'euros).

Impact	2010	2014	2017	2024	Évolution 2014-2024

Direct (dépenses locales du festival)	2,6	1,8	2,5	3,0	+ 33 %
Indirect (dépenses des festivaliers non locaux)	1,7	5,0	6,7	8,2	+ 64 %
Total	4,3	6,8	9,2	11,2	+ 56 %
Pour 1 € de subvention	4,8 €	8,7 €	13,7 €	17,7 €	+ 103 %

En suivant ce modèle, nous avons estimé l'impact économique des Eurockéennes sur le Territoire de Belfort à 11,2 millions d'euros, hors billetterie (voir tableau 5). En ce qui concerne cette dernière, un débat de méthode oppose ceux qui considèrent que les dépenses de billetterie doivent être intégrées dans les dépenses des festivaliers non locaux et ceux qui les excluent du calcul. En effet, le choix qui en résulte a une influence sur le volume de dépenses annoncé. Pour les premiers, l'achat d'un billet est un apport monétaire en faveur d'une entreprise locale. Pour les seconds, cet apport correspond aux dépenses, en grande partie non locales, qu'accomplit un festival pour sa programmation. Il y a deux façons de résoudre ce débat : soit – comme nous l'avons fait ci-dessus – nous ne considérons pas les achats de billets, en ignorant de l'autre côté les dépenses artistiques ; soit nous intégrons les uns en positif et les autres en négatif, en tant que flux sortant. Le résultat est, on s'en doute, très différent dans ce dernier cas. Cette méthode aboutit à un total de 6,8 millions de retombées économiques pour le Territoire de Belfort.

Un autre paradoxe associé à ces retombées économiques est qu'elles croissent alors même que les festivaliers locaux sont en progression (et sont logiquement exclus du calcul) : 23 % contre 13 % en 2017, tandis que les publics très éloignés régressent à moins de 11 % aujourd'hui. Cela s'explique par deux phénomènes indépendants. D'une part, si la part de festivaliers non locaux baisse, leur panier moyen de dépenses se maintient, et, par le jeu de l'inflation, augmente (76 euros par jour contre 64 en 2017). D'autre part, cette croissance est d'autant plus forte que les festivaliers qui ne viennent qu'un seul jour restent très nombreux, et qu'ils dépensent en moyenne, par jour, plus que ceux qui s'installent pour trois ou quatre jours.

Ces calculs portant sur la valeur économique croissante d'un festival laissent cependant totalement de côté d'autres formes de valorisation qui peuvent, même très indirectement, avoir d'autres incidences économiques et sociales. Ainsi, la territorialisation des audiences semble répondre à une forme de patrimonialisation des festivals[37], où l'événement est perçu comme un rite de passage : une part prépondérante de jeunes et de groupes familiaux ou de pairs compose le public local. Pour celui-ci, et même pour celles et ceux qui ne participent pas à l'événement, qu'une star mondiale comme David Guetta soit programmée produit une forme de fierté. Il faut donc adjoindre à la retombée économique territoriale une valeur sociale d'attachement territorial au festival.

On pourrait ainsi dire qu'un festival comme les Eurockéennes, par la nature hétérogène des publics qu'il rassemble, renforce les liens sociaux entre proches (familles, réseaux d'amitié), et génère des interactions entre différents publics favorisant le renouvellement culturel, les liens institutionnels et l'intégration sociale [38]. C'est sans doute ce capital social en action qui intéresse le mécénat et les sponsors à l'événement, dont la présence, d'ailleurs, est très massivement acceptée par le public. Plus concrètement, l'événement contribue à l'identification du territoire et au dynamisme local, créant des opportunités économiques saisonnières et renforçant le sentiment d'appartenance de la population[39].

L'appréhension de la relation des événements musicaux au territoire par le prisme économique, tout en étant à prendre avec beaucoup de précautions, conduit cependant à un paradoxe : leur impact territorial croissant – les Eurockéennes en sont un exemple – coïncide avec une remise en question du soutien qu'ils reçoivent des collectivités territoriales. Témoigner des interactions entre économie, culture et territoire apporte donc une réponse argumentée à ceux qui se focalisent sur les coûts d'une culture « shootée » à la subvention publique, selon les mots de Christelle Morançais, présidente de la région Pays de la Loire, en novembre 2024[40].

Conclusion

La festivalisation de la musique requiert une critique territoriale. Si, à première vue, le mouvement semble irrésistible, on aurait tort de croire qu'il est spatialement homogène. D'abord, la cartographie nous a montré les dynamiques, territorialement distinctes, qui affectent la nature et l'envergure des événements. À ce titre, les festivals de musique occupent dans les zones rurales une place nettement plus dominante qu'en ville. Le deuxième aspect de cette critique territoriale nous a permis de montrer que les motivations à créer un événement, de même que les profils de ses dirigeants, différaient assez nettement en fonction des différents types de territoire. La dimension professionnelle et de spécialisation artistique progresse avec la densité urbaine, celle-ci allant de pair avec une division du travail événementiel hors de portée des zones rurales. Cependant, faire événement, c'est toujours faire société. La diffusion des événements en zone rurale concourt à l'extension de la festivalisation, tout en s'adaptant à ce type de territoire, en lui étant en partie spécifique. La troisième critique territoriale a mis à l'épreuve, à partir de l'exemple des Eurockéennes de Belfort, l'analyse des retombées économiques territoriales des événements. Certes, la frilosité nouvelle des collectivités territoriales à l'égard de la culture se situe paradoxalement dans une période où l'on peut démontrer les retombées croissantes, pour leurs espaces, des événements culturels. Mais le décryptage des méthodes et résultats de l'analyse économique incite à penser que celle-ci aura beau être raffinée par des outils de plus en plus précis, elle restera toujours critiquable quant à l'étroitesse du paradigme qu'elle priorise, en regard des finalités qui conduisent des acteurs, dans leur écrasante majorité non marchands, à créer un festival et à le porter dans la durée. Cette remarque n'est pas sans importance dans un contexte de fragilité nouvelle des événements,

et de velléités de groupes industriels d'y renforcer leur présence.

---

[1] CANOVA N. *et al.* (dir.), *La petite musique des territoires. Arts, espaces et sociétés*, Paris, CNRS Éditions, 2014, en ligne : https://doi.org/10.4000/books.editionscnrs.24808.

[2] SAEZ G., « Quels liens entre musique et territoire ? », *L'Observatoire*, nº 43, automne 2015, en ligne : https://doi.org/10.3917/lobs.046.0084.

[3] ANDERSON B., *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, Londres, Verso, 1983.

[4] BOISSIÈRE A. *et al.* (dir.), *Activité artistique et spatialité*, Paris, L'Harmattan, 2010 ; RAIBAUD Y. (dir.), *Comment la musique vient aux territoires*, Pessac, Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine (MSHA), 2009. Voir aussi GUIBERT G., « La notion de scène locale. Pour une approche renouvelée de l'analyse des courants musicaux », dans S. Dorin (dir.), *Sound factory. Musique et logiques de l'industrialisation*, Mélanie Seteun, 2012, p. 93-124, en ligne : https://doi.org/10.4000/books.ms.1055.

[5] CONNELL J. et GIBSON C., « World music: deterritorializing place and identity », *Progress in Human Geography*, vol. 28, nº 3, 2004, p. 342-361 ; CRANG M., *Cultural Geography*, Londres, Routledge, 1998.

[6] SNOWBALL J. D. et ANTROBUS G. G., « Valuing the arts: pitfalls in economic impact studies of arts festivals », *South African Journal of Economics*, vol. 70, nº 8, 2002, p. 1297-1319 ; NÉGRIER E. et TEILLET P., *Culture et métropole. Une trajectoire montpelliéraine*, Paris, Autrement, 2021.

[7] JAEGER K. et MYKLETUN R. J., « Festivals, identities, and belonging », *Event Management*, vol. 17, nº 3, 2013, p. 213-226 ; BENNETT A. et WOODWARD I., « Festival spaces, identity, experience and belonging », dans A. Bennett *et al.* (éd.), *The Festivalization of Culture*, Farnham-Burlington, Ashgate, 2014, p. 11-26 ; GONZÁLEZ-REVERTÉ F., « Space, identity and festivals. Spatial empowerment and the construction of identity discourses through the lens of heritage festival organizers », *Journal of Heritage Tourism*, vol. 18, nº 6, 2023, p. 807–827.

[8] QUINN B. et WILKS L., « Festival connections: people, place and social capital », dans G. Richards *et al.* (éd.), *Exploring the Social Impacts of Events*, Abingdon, Routledge, 2013, p. 15-30.

[9] HERRERO L. C. *et al.*, « Measuring the economic value and social viability of a cultural festival as a tourism prototype », *Tourism Economics*, vol. 17, nº 3, 2011, p. 639-653 ; SAAYMAN M. et ROSSOUW R., « The significance of festivals to regional economies: measuring the economic value of the Grahamstown National Arts Festival in South Africa », *Tourism Economics*, vol. 17, nº 3, 2011, p. 603-624.

[10] LONG P. T. et PERDUE R. R., « The economic impact of rural festivals and special events: assessing the spatial distribution of expenditures », *Journal of Travel Research*, vol. 28, nº 4, 1990, p. 10-14 ; NÉGRIER E. et VIDAL M., « L'impact économique de la culture. Réels défis et fausses pistes », *Economia della Cultura*, nº 4, 2009, p. 487-498 ; PEREIRA L. *et al.*, « Events and festivals contribution for local sustainability », *Sustainability*, vol. 13, nº 3, 2021, art. 1520, en ligne : https://doi.org/10.3390/su13031520.

[11] BENNETT A. et WOODWARD I. « Festival spaces, identity, experience and belonging », art. cité.

[12] MILLERY E. *et al.*, « Cartographie nationale des festivals : entre l'éphémère et le permanent, une dynamique culturelle territoriale », *Culture Études*, nº 2, 2023, en ligne : https://doi.org/10.3917/cule.232.0001.

[13] Les sept classes permettent de distinguer les communes urbaines – les « grands centres urbains » – des communes de densité intermédiaire – divisées en trois catégories : « centres urbains intermédiaires », « ceintures urbaines » et « petites villes » – et des communes rurales – elles aussi divisées en trois catégories : « bourgs ruraux », « rural à habitat dispersé » et « rural à habitat très dispersé ». Voir BECK S. *et al.*, « La grille communale de densité à 7 niveaux », *Documents de travail*, nº 2022-18, 2023, en ligne : https://www.insee.fr/fr/statistiques/6686472.

[14] Plus précisément, quatre critères cumulatifs ont été retenus pour le recensement des festivals : avoir eu lieu en 2019 (ou en 2018 pour les biennales), cumuler au moins deux éditions, se dérouler pendant un temps limité mais sur plus d'une journée, et proposer au moins cinq représentations ou concerts. Voir MILLERY E. *et al.*, « Cartographie nationale des festivals : entre l'éphémère et le permanent, une dynamique culturelle territoriale », art. cité.

[15] DJAKOUANE A. et NÉGRIER E., *Festivals, territoire et société*, Paris, ministère de la Culture-Presses de Sciences Po, 2021.

[16] KNUDSEN B. T. et CHRISTENSEN D. R., « Eventful events. Event-making strategies in contemporary culture », dans B. T. Knudsen *et al.*, (éd.), *Enterprising Initiatives in the Experience Economy. Transforming Social Worlds*, Abingdon, Routledge, 2014, p. 117-134.

[17] AUDEMARD J. *et al.*, *Création et devenir des festivals en France*, Paris, ministère de la Culture-Presses de Sciences Po, 2025.

[18] Voir AUDEMARD J. *et al.*, « Étude socio. Les publics des Eurockéennes », 2024, en ligne : https://www.eurockeennes.fr/actualite/etude-socio-les-publics-des-eurockeennes/.

[19] NICOLAS Y., « L'analyse d'impact économique de la culture. Principes et limites », ministère de la Culture et de la Communication (département des Études, de la Prospective, des Statistiques et de la Documentation [DEPS]), document de travail nº 1271, juill. 2006.

[20] DONNAT O., *Les Français face à la culture. De l'exclusion à l'éclectisme*, Paris, La Découverte, 1994 ; DONNAT O. (dir.), *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Enquête 2008*, Paris, La Découverte-ministère de la Culture et de la Communication, 2009 ; LOMBARDO P. et WOLFF L., « Cinquante ans de pratiques culturelles en France », *Culture Études*, n° 2, 2020, en ligne : https://doi.org/10.3917/cule.202.0001.

[21] Cour des comptes, « Rapport public annuel 2023 », et notamment son chapitre 4 : « Festivals et territoires : les défis d'une politique partagée en matière de spectacle vivant », 2023, p. 393-424, en ligne : https://www.ccomptes.fr/sites/default/files/2023-10/20230310-RPA-2023_0.pdf.

[22] AUDEMARD J. *et al.*, *Création et devenir des festivals en France*, *op. cit.*

[23] MILLERY E. *et al.*, « Cartographie nationale des festivals : entre l'éphémère et le permanent, une dynamique culturelle territoriale », art. cité.

[24] AUDEMARD J. *et al.*, *Création et devenir des festivals en France*, *op. cit.*

[25] Voir par exemple PERRENOUD M. *et al.*, « L'intermédiation culturelle internationale. Mondes de l'art, entrepreneuriat culturel et import-export de conventions », *SociologieS*, 2022, en ligne : https://doi.org/10.4000/sociologies.19943 ou encore ROUEFF O. et SOFIO S., « Intermédiaires culturels et mobilisations dans les mondes de l'art », *Le Mouvement Social*, t. 2, n° 243, 2013, p. 3-7, en ligne : https://doi.org/10.3917/lms.243.0003.

[26] PRAT R., « Mission ÉgalitéS. Pour une plus grande et une meilleure visibilité des diverses composantes de la population française dans le secteur du spectacle vivant », ministère de la Culture et de la Communication (direction de la Musique, de la Danse, du Théâtre et des Spectacles), mai 2006, en ligne : https://www.culture.gouv.fr/espace-documentation/rapports/Mission-EgaliteS.

[27] LAOUISSET B. *et al.*, « Le paysage associatif français », *Bulletin de statistiques et d'études*, n° 16-01, mars 2016, en ligne : https://injep.fr/publication/le-paysage-associatif-francais.

[28] AUDEMARD J. *et al.*, *Création et devenir des festivals en France*, *op. cit.*

[29] On prête à Richard Wagner cette définition du festival sans qu'il soit réellement possible de savoir s'il en est l'auteur. C'est la vocation didactique d'une telle définition que nous retenons ici.

[30] JAEGER K. et MYKLETUN R. J., « Festivals, identities, and belonging », art. cité ; BENNETT A. et WOODWARD I., « Festival spaces, identity, experience and belonging », art. cité ; GONZÁLEZ-REVERTÉ F., « Space, identity and festivals », art. cité.

[31] CONNOLLY M. et KRUEGER A. B., « Rockonomics. The economics of popular music », *NBER Working Paper Series*, n° 11282, avr. 2005, en ligne : http://www.nber.org/papers/w11282.

[32] LE BRAS H. et TODD E., *Le mystère français*, Paris, Seuil, 2013.

[33] NICOLAS Y., « L'impact économique d'une activité culturelle comme motif au soutien public : définition et conditions de validité », *Revue d'économie politique*,vol. 120, n° 1, 2010, p. 87-116, en ligne : https://doi.org/10.3917/redp.201.0087.

[34] Sur cette même période 2010-2024, l'inflation cumulée est de 28,8 %.

[35] AUDEMARD J. *et al.*, « Étude socio », art. cité.

[36] NÉGRIER E. et VIDAL M., « L'impact économique de la culture. Réels défis et fausses pistes », *Economia della Cultura*, n° 4, 2009, p. 487-498, en ligne : https://hal.science/hal-01437511v1.

[37] DI MÉO G., « Le renouvellement des fêtes et des festivals, ses implications géographiques », *Annales de Géographie*, t. 114, n° 643, 2005, p. 227-243, en ligne : https://doi.org/10.3406/geo.2005.21419.

[38] PUTNAM R. D., *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*, New York, Simon and Schuster, 2000 ; ALDRICH D. P., « The importance of social capital in building community resilience », dans W. Yan et W. Galloway (éd.), *Rethinking Resilience, Adaptation and Transformation in a Time of Change*, New York, Springer, 2017, p. 357-364.

[39] NÉGRIER E. et TEILLET P., *Les projets culturels de territoire*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble (PUG), 2019.

[40] DUPEYRAT C., « Christelle Morançais tape dur sur la culture et annonce 100 suppressions de postes à la Région et 100 millions d'euros d'économies », *France 3 Pays de la Loire*, 20 nov. 2024, en ligne : https://france3-regions.francetvinfo.fr/pays-de-la-loire/loire-atlantique/nantes/christelle-morancais-tape-dur-sur-la-culture-et-annonce-100-suppressions-de-postes-a-la-region-et-100-millions-d-euros-d-economies-3063130.html.

Michaël Dian

Entretien

cnm lab

Michaël Dian – Entretien

Michaël Dian

Michaël Dian, né à Marseille, pianiste formé par Pierre Barbizet et diplômé du CNSM de Paris, s'est tourné vers la direction de projets culturels. Fondateur du Festival de Chaillol et directeur de l'Espace culturel de Chaillol, il anime la vie artistique des Hautes-Alpes. Depuis 2017, il est professeur associé à l'Université Aix-Marseille. En 2018, le titre de Chevalier des Arts et des Lettres lui a été décerné.*

Espace culturel de Chaillol
Créé en 1998, l'Espace culturel de Chaillol est un outil de coopération culturelle des Hautes-Alpes. Il associe une saison de concerts itinérante à un programme d'action culturelle, ainsi qu'à une politique de commande d'œuvres et de résidence de création. Labellisé « Scène conventionnée d'intérêt national – Art en territoire » en 2019, il affirme son attachement aux musiques de création et se veut un outil complet au service de la création musicale et de celles et ceux qui la portent.

Pour vous, qu'est-ce qu'un territoire ?

Le territoire n'est sûrement pas qu'une carte, ou une réalité administrative ou politique, c'est une réalité complexe, avec une épaisseur humaine, anthropologique. C'est également un lieu imaginé, métaphorique. Il y a le territoire tel qu'on peut le vivre au quotidien, qu'on peut décrire, et dans lequel on circule, et il y a la manière dont le festival de Chaillol a façonné un imaginaire, comme une cartographie singulière, une manière de percevoir et d'habiter ce territoire, redessiné par le souffle de la musique. C'est d'ailleurs un sujet de conversation avec les habitants qui sont fidélisés autour du projet ou qui s'y impliquent avec les élus. Le territoire du festival de Chaillol n'est pas seulement cette réalité première des Hautes-Alpes, il y a comme un autre niveau de réalité, au-dessus de la réalité charnelle du territoire haut-alpin. C'est cet écart-là qui m'intéresse beaucoup. Il n'y a pas une identité parfaite entre les Hautes-Alpes, la géographie humaine, l'anthropologie ou l'histoire, et le territoire du festival de Chaillol. C'est cette question d'un écart fondateur que je travaille depuis 30 ans.

Quels sont vos liens personnels avec ce territoire ? Et comment est née la toute première édition du festival de Chaillol ?

Je suis né à Marseille de parents immigrés ; fraichement arrivés de Tunisie, mes parents ont connu les Alpes pour des raisons familiales et sont tombés amoureux de ce territoire qu'ils n'ont cessé de retrouver, en vacances, été comme hiver, avec cette idée très citadine d'y aller « prendre le bon air », c'était leur formule, entendue toute mon enfance.

Quand j'étais jeune musicien au conservatoire de Marseille, mes parents ont commencé à nous inscrire, ma sœur flûtiste et moi, à des stages d'été de musique, qu'on trouve un peu partout en France. Et moi qui commençais à envisager la musique de manière professionnelle, j'ai été inscrit à des stages très importants, des passages obligés pour préparer l'entrée aux Conservatoires Nationaux Supérieurs de Paris et de Lyon. Mes parents, jeunes profs, avaient été choqués par le coût de ces stages, mais surtout par l'absence totale d'encadrement et de prise en charge de l'enfant – et pas simplement du jeune musicien. Ils se sont dit « Bon, nous, on n'est pas des musiciens mais on est profs, la transmission, on sait ce que c'est alors on va monter un stage de musique ». Mes parents créent donc un stage de musique à Chaillol, avec des professeurs du conservatoire, une proposition construite autour de l'enfant et de ses besoins, avec des cours d'instruments, bien sûr, mais aussi du sport, la découverte de la nature, des balades. Ce stage, qui a existé pendant vingt-neuf ans, a connu sa dernière édition juste avant le Covid. Au plus haut de son intensité, il accueillait près de deux cents familles, en deux sessions de dix jours avec dix classes d'instruments, de la musique de chambre, des classes d'orchestre. Un très bel événement, une ambiance familiale et très chaleureuse comme l'avaient voulu mes parents, portée de manière bénévole à l'exception des professeurs et des animateurs qui encadraient les enfants. J'entre au CNSDP en 1990, dans la même promotion que Renaud Capuçon avec lequel j'ai passé mon prix de musique de chambre. Sur un coin de table de la cafeteria du Conservatoire, on dresse ensemble la liste des œuvres qu'on rêve de jouer. On appelle quelques copains, et mon père demande au maire de Chaillol s'il est d'accord pour payer les

billets de train et l'hébergement. C'est comme cela que le festival de Chaillol est né. La même année, Renaud a organisé la première édition de son premier festival, à Chambéry. On est vraiment dans quelque chose de très spontané, très joyeux, qui n'est presque pas pensé, une initiative un peu brouillonne, adolescente et fougueuse. Et ça marche, les concerts sont pris d'assaut dès la première édition. La salle est immédiatement trop petite, le maire enthousiaste. Il est toujours maire trente ans plus tard, et il se rappelle cette bande de jeunes gens qui débarquent de Paris, de Lyon, d'Allemagne, et qui donnaient des concerts tous les soirs. Au début, on faisait passer le chapeau et, en quelques années, la chose a grandi, sans contrainte, portée par l'élan d'une bande de musiciens.

Quelles ont été les grandes étapes d'évolution du projet ?

Elles sont liées à des prises de conscience, progressives, sur le sens de ce que nous avions fait d'abord très spontanément, puis de manière plus réfléchie, avec les années. Je me rendais compte que ces paysages de mon enfance résonnaient autrement, par la musique que mes amis et moi y produisions. Il était évident que nos propositions, portées par les citadins que nous étions tous, créaient une étrangeté, un déplacement, et cette question, éminemment politique, m'a passionné.

Pour la deuxième année du festival, on crée une association qui s'appelle « Espace culturel de Chaillol ». Le premier président de l'association, Marc Lourdaux, travaillait alors à l'Office du tourisme de Chaillol – petite station de 300 habitants, il nous aidait à la logistique. Il s'était pris d'affection pour mes parents et cette bande de jeunes un peu originaux. C'est un homme qui, formé comme forestier, connaissait très bien le territoire. Peu après, en tant que directeur de l'Office de tourisme intercommunal, il impulse la dimension territoriale du projet, porté par les contacts qu'il noue avec tous les maires de la vallée – soit à peu près une vingtaine de communes. Marc me rapporte que des maires aimeraient pouvoir accueillir un concert dans leur commune. Je me dis alors qu'il faut qu'on s'organise pour pouvoir répondre à cette demande. Faire deux concerts par soir, un concert à Chaillol, puis un concert en dehors. On a fait ça pendant quelques années, en redéfinissant les équipes. C'était beaucoup de musique de chambre au départ.

Et, petit à petit, cela nous a obligés à redéfinir le projet. D'autant que, très rapidement, un maire important des Hautes-Alpes qui est aujourd'hui sénateur, Jean-Michel Arnaud, maire de la commune de Tallard (de l'autre côté de Gap, c'est-à-dire assez loin), dispose d'un château exceptionnel dans sa commune. Il vient me voir et me demande trois concerts du festival de Chaillol. À ce moment-là, on a commencé à comprendre que **le festival de Chaillol était devenu une garantie de qualité, comme un label. On est passé d'une demande qui venait du territoire à un travail régulier, approfondi, auprès des habitants pour accompagner cette demande**. Marc parlait aux maires pour convenir des conditions, et moi, je les appelais après lui pour parler du projet artistique. J'expliquais la nature de nos répertoires, la résonance avec les paysages de montagne, avec l'esprit des lieux. Pour beaucoup, la musique que nous jouions n'était pas attendue, souvent elle n'avait jamais été entendue non plus.

En 2003, la crise des intermittents a été pour beaucoup un électrochoc, et pour moi l'accélérateur d'une prise de conscience, puisque notre petit festival ne devait son existence qu'à ce régime d'indemnisation qui permettait à des artistes, la plupart intermittents, de consacrer du temps à faire naître un projet. Ce festival pouvait exister grâce à un système qui se trouvait attaqué de manière brutale. On a donc décidé de ne pas annuler l'événement, mais d'expliquer comment il pouvait exister. Ce furent donc des étapes de mûrissement. On est aussi sortis du temps estival pour organiser des concerts tout au long de l'année, pour rencontrer les habitants de manière plus intime que pendant la haute saison touristique. Nous avons développé les volets sociaux et éducatifs qu'on appelle aujourd'hui « éducation artistique et culturelle » (EAC). Plus récemment encore, grâce au conventionnement avec l'État en tant que Scène conventionnée d'intérêt national, nous avons pu soutenir plus nettement la production de la création, c'est-à-dire des résidences d'artistes, avec le soutien de la Sacem, du CNM et de toutes les sociétés civiles qui concourent à la qualité et à la qualification du geste musical.

Comment est née l'idée de faire circuler la musique sur différents territoires ? Comment avez-vous défini le périmètre du festival autour du Pays gapençais ?

L'idée de circulation est venue très tôt : « circulation dans les répertoires, circulation dans les territoires ». On disait ça comme ça. Mais comment faire, et à quelle échelle territoriale ? À l'époque, nous ne sommes qu'une petite association de bénévoles, sans aucun salarié. Il y a eu une rencontre déterminante avec Julien Saint-Aman, alors directeur du Pays gapençais – une instance administrative de développement territorial à l'échelle d'un bassin de vie, créée par les lois Pasqua (1995) puis Voynet (1999). C'est une instance qui accompagne des projets qui concourent à la cohésion géographique, économique, culturelle ou sociale, à l'échelle d'un bassin de vie ou d'emploi. Pendant une dizaine d'années, Julien Saint-Aman, aujourd'hui président de l'Espace culturel de Chaillol, accompagne la montée en puissance des concerts en dehors de l'été, avec des moyens issus de fonds européens et de la Région PACA. On a commencé avec un concert par mois dans une commune, puis deux, puis trois l'année suivante, etc. On avait donc quasiment une autre saison de janvier à juin, financée par le Pays gapençais via des fonds FEDER européens, des fonds régionaux et des fonds d'initiatives locales.

Le projet s'est finalement stabilisé autour du périmètre du Pays gapençais qui recoupe les quatre vallées qui font le tour de Gap. C'est un bassin de vie cohérent, parce que les gens qui habitent dans les vallées à Chaillol travaillent souvent à Gap, un peu comme les dynamiques qui peuvent exister entre Paris et les communes de la petite couronne. Il y a des circulations de la périphérie vers le centre. Mais les gens ne se déplacent que rarement d'une vallée à l'autre, à l'exception des marcheurs passionnés. Des gens venus pour un concert nous disaient très fréquemment : « ah, c'est incroyable, on est allé à Châteauvieux » alors qu'ils habitaient la vallée d'en face, ou « on n'était jamais rentré dans cette commune, elle est absolument magnifique, on a mangé au restaurant du coin ». C'est un argumentaire qu'on a travaillé, j'ai beaucoup écrit sur tout ça aux élus ou à la presse. **On a conceptualisé ensuite ces deux moteurs que sont la circulation dans les territoires et la circulation dans les répertoires, avec cette intuition qu'à l'échelle d'un bassin de**

vie, on peut trouver une offre culturelle musicale adaptée à la démographie d'un territoire de montagne qui permet de créer aussi une communauté d'attention à la question de la création musicale.

Comment la programmation musicale a-t-elle évolué depuis les débuts du festival ? Comment le festival aborde-t-il l'hybridité entre musique savante, populaire et expérimentale ?

Partant d'une programmation qui était celle de jeunes gens passionnés par la musique de chambre savante européenne (Brahms, Schuman, Beethoven, on ne jouait que ça nous, à cette époque !), la programmation s'est rapidement ouverte au jazz et aux nouvelles musiques du monde, aux musiques issues des oralités traditionnelles, aux musiques de terroir, d'Europe et d'ailleurs. Moi qui étais un pur produit du conservatoire, j'ai eu envie de proposer tout ce que ma curiosité me poussait à découvrir. Nous nous vivions comme un opérateur de service public, portant des missions d'animation du territoire qui exigeaient une réflexion sur les répertoires.

Quand j'avais vingt ans, il fallait aller à la Médiathèque musicale de la ville de Paris pour découvrir de la musique : on avait le droit à trois 33 tours et une cabine pendant deux heures. Aujourd'hui, les musiciens qui sont formés dans les conservatoires sont nourris de tant de répertoires différents, spontanément ouverts au dialogue interculturel et très à l'aise avec les outils de compositions numériques. Ce que j'ai appelé « le retour du refoulé », ce sont toutes les mémoires traditionnelles et populaires qui sont enfouies dans les territoires et qui percolent de manière de plus en plus nette dans le travail des musiciens et compositeurs. Aujourd'hui, le paysage musical de l'Espace culturel de Chaillol témoigne de l'amplification de l'élargissement du périmètre d'attention aux musiques d'aujourd'hui. C'est vraiment une approche d'hybridation, de redéploiement des mémoires collectives.

Comment différenciez-vous les publics de l'été et ceux du reste de l'année ? Quelles stratégies avez-vous mises en place pour fidéliser les habitants du territoire ?

Tout au début, le festival était essentiellement fréquenté par les résidents secondaires et les touristes. On n'avait que peu de locaux. On les avait marginalement, mais ils se disaient que c'était pour les Marseillais, pour les Parisiens, pas pour eux. En développant une saison tout au long de l'année, nous voulions aller à la rencontre des habitants, puisqu'il y a peu de touristes à cette époque. Concert après concert, on arrive à attraper les gens, à leur faire sentir qu'ils sont chez eux puisqu'on joue dans leurs églises, dans leurs salles des fêtes, et même parfois dans des salles de conseils municipaux. Ce qui est très intéressant, c'est que la proportion d'habitants dans le festival annuel s'est évidemment répercutée dans le festival d'été : on n'avait pas moins de touristes, mais on avait plus d'habitants. On a aujourd'hui une programmation estivale dont je suis très heureux. Je me retourne et je vois des gens dont je sais qu'ils sont des résidents secondaires très fidélisés, et puis on a tous ceux qu'on croise dans l'année et qui se sentent tout à fait à leur place, fidélisés par le travail que nous avons développé avec les écoles, les centres sociaux, les associations du territoire, etc.

J'ai l'impression, après 30 ans d'activités, que nous faisons partie du paysage. J'ai le souvenir d'un groupe de personnes, que j'ai vu vieillir parce qu'elles avaient cinquante ans quand j'ai commencé il y a trente ans, qui jouent toujours aux boules à côté d'endroits où on fait les concerts, et qui ne sont jamais venues. Je les ai invitées des dizaines de fois, en leur disant « ce soir, c'est du jazz » ou « demain, c'est de la chanson française, ça va vous plaire ! ». J'ai finalement arrêté d'essayer de les convaincre quand je me suis rendu compte qu'elles étaient très fières que le festival existe. Chaque fois que je les croise, elles me disent : « ça va le festival ? Ça tient ? Tu as toujours tes subventions ? Bon, c'est super ! ». Elles y sont très sincèrement attachées alors qu'elles ne sont jamais venues, même une fois, c'est incroyable.

À travers cette expérience, qu'avez-vous appris sur la manière d'écouter de la musique ? Comment est-elle partagée ? Quels sont les freins à venir écouter de la musique ?

J'avais des représentations un peu classiques, je me disais « il faut donner l'accès aux gens ». Alors, je faisais des petites levées de rideau avec des explications pédagogiques et musicologiques. J'ai arrêté de le faire parce que je me suis rendu compte que ce n'était pas du tout ce qui manquait.

La musique est un art de la relation, essentiellement. **Ce qui m'intéresse dans la musique aujourd'hui, ce n'est absolument pas le prestige qui l'entoure, ni les valeurs esthétiques au sens du plaisir individuel qu'on en retire comme auditeur (qui relève de l'intime), mais ce qui me fascine, c'est la capacité qu'a la musique de générer des communautés d'attention, de la communion**. Par ailleurs, on est dans un territoire qui invite à cela parce que ce sont des petites collectivités où les gens se connaissent. La vallée du Champsaur compte 11 000 habitants. Si vous allez au marché du Pont du Fossé ou à celui de Saint-Bonnet, tout le monde se connait et se parle. Quand vous produisez une offre culturelle qui prend les gens au sérieux, cela génère une qualité de relation qui fait que des artistes qui jouent dans des festivals parfois très prestigieux, sortent de scène et me disent tous : « le public du festival de Chaillol est incroyable, il y a une écoute rare, presque fervente ».

Je parle beaucoup de la nature du travail des artistes au public, lors de rencontres, d'émissions de radio, ou de moments plus informels. Le geste musical est un geste d'excellence. Jouer du violon, du piano, du n'goni ou de n'importe quel instrument qui existe sur la planète, demande une maîtrise qui s'apparente à un artisanat d'art, le fruit d'une vie de travail, sur soi et avec son instrument. Il y a un art de faire musical comme il existe d'autres arts de faire dans un territoire. Par exemple, lors d'une balade musicale, où on va rencontrer un berger qui conduit son troupeau, on se rend compte qu'on utilise les mêmes mots pour parler de son savoir-faire, de sa conduite du troupeau. C'est très musical aussi, l'art du berger.

Je peux vous parler d'un autre souvenir qui a été une belle leçon d'humilité. Il y a environ quinze ans de cela, j'avais programmé le quatuor Béla, un des grands quatuors français qui se dédie à la création contemporaine. L'équipe me dit : « on a programmé ça à Bénévent »,

un petit village au-dessus de Saint-Bonnet, de quelques dizaines d'habitants. Je programme les artistes, et après, je transmets à l'équipe qui effectue ce travail très fin de couture pour ventiler sur le territoire. Il y avait des raisons acoustiques et de calendrier, mais tout de même, vingt-cinq habitants, et un quatuor avec des répertoires hongrois du XXe siècle, de Bartok à Ligeti… Et bien le concert était plein. Il n'y a pas de parking dans les petites communes de vallée, donc les gens se garent où ils peuvent, il y avait un embouteillage. Je suis au premier rang, je présente le concert et dis deux mots de remerciements pour l'accueil du maire et de la paroisse. Je passe à la fois un bon concert, c'était exceptionnel, mais je me demande bien comment cela se passe pour le public. Je me dis que c'est peut-être un répertoire trop exigeant. Quand j'ai vu tout le monde se lever et applaudir, être emporté par la vérité et la force du geste artistique, j'ai été un peu honteux de ce que j'avais pensé. J'ai vraiment pris une leçon que je n'ai jamais oubliée, et de ce fait, je sais que les gens peuvent tout écouter. Cependant, il faut les accueillir en disant que la musique est en réalité un geste de composition, d'élaboration de grande honnêteté, et que chacun conserve la liberté d'y réagir à sa façon. Toutes les émotions, y compris l'incompréhension ou l'agacement face à une œuvre qu'on ne saisit pas, sont acceptables.

Intégrez-vous les habitants dans certaines de vos créations artistiques ? Les transformations que vous proposez encouragent-elles une plus grande pratique musicale de leur part ?

Il faut lever une ambiguïté sur cette notion de participation. Je l'entends au sens où elle est définie dans le cadre des droits culturels. Il faut commencer par reconnaitre à toute personne des ressources culturelles dignes d'être mobilisées. Ces ressources me permettent de dire que chacun est prédisposé à la curiosité musicale. Quand on est spectateur ou bénévole, n'est-on pas déjà dans la participation, dans le fait de contribuer, à la réalisation d'un événement artistique ? Il faut donner une dimension extensive à cette notion de participation et ne pas la réduire à la participation au geste artistique. Car si vous donnez un violon à quelqu'un qui n'en a jamais joué, il n'en fera rien. Donc, si la participation est une dimension essentielle du projet de l'éducation artistique et culturelle (EAC), elle est entendue de manière ouverte, qui permet aux personnes de contribuer de manière significative pour elles.

Pensez-vous que le modèle de Chaillol puisse être reproduit ailleurs ? Comment concevez-vous la coopération à l'échelle régionale, nationale ou européenne ?

Le projet est stabilisé depuis une dizaine d'années et maintenant on réfléchit, pour revenir à la question du territoire, à des échelles de coopération un peu élargies au niveau régional et national. C'est un peu naturel pour une scène conventionnée. Mais là, on a mis au travail depuis cet été une intuition, celle d'imaginer des coopérations avec d'autres villes ou villages de l'arc alpin en Europe qui ont des projets de cette nature-là, avec un lien territorial très fort. On a l'idée de déposer un projet européen l'année prochaine, qui mettrait en relation des projets un peu cousins de l'espace culturel de Chaillol, mais dans des communes rurales ou rurales de montagne de l'arc alpin. Parce que l'arc alpin, c'est une chose considérable, qui traverse toute l'Europe depuis Monaco, remonte ensuite jusqu'à

l'Italie, l'Autriche, etc. C'est pour cela que la question du territoire est, pour moi, au cœur de tout, avec la notion de territoire appliquée au territoire de la création. **Il y a aussi un enjeu de définir, par la notion de territoire, le paysage de la création musicale aujourd'hui en France et en Europe.**

Pendant des années, j'étais concentré dans mon champ que je labourais dans tous les sens. J'ai été sollicité pour des postes très prestigieux parce que l'expérience de Chaillol a conduit à ce que l'on repère mon travail. On a développé des manières de faire extrêmement qualitatives, très appréciées par les artistes, dans la manière de conduire une production, de les accompagner, de développer une écoute de leur intention profonde, de les conduire dans l'épanouissement de ce qu'ils portent. J'ai toujours refusé d'étendre le projet, de suivre l'idée que si cela fonctionne ici, cela fonctionnera ailleurs. Il y a pour moi la conviction que la qualité tient au choix de l'échelle, parce qu'on est dans un rapport de résonance humaine avec ceux avec lesquels on travaille. Mais on affine des manières de faire qui sont modélisables, et qui sont une partie des réponses recherchées dans pas mal d'endroits. C'est une forme de contradiction, je pense qu'il faut faire la promotion d'une manière de faire, mais je ne pense pas qu'il faille le faire à grande échelle. Il n'y a pas de *turn over* dans notre équipe, les gens sont là depuis quinze ans, ils ont construit une vie ici. Et en même temps, on ne peut pas totalement se détacher de la question de comment cela peut inspirer ailleurs. Les musiciens nous disent que ce qu'on leur offre ici n'existe pas ailleurs. **Finalement, le cœur du projet, c'est la coopération. Nous n'avons pas d'équipement, donc tout ce que nous faisons est en coopération avec une commune, une paroisse, une communauté, etc.** Cette co-construction permanente est un savoir-faire, avec des compétences techniques et relationnelles qui permettent de mettre en œuvre ce projet.

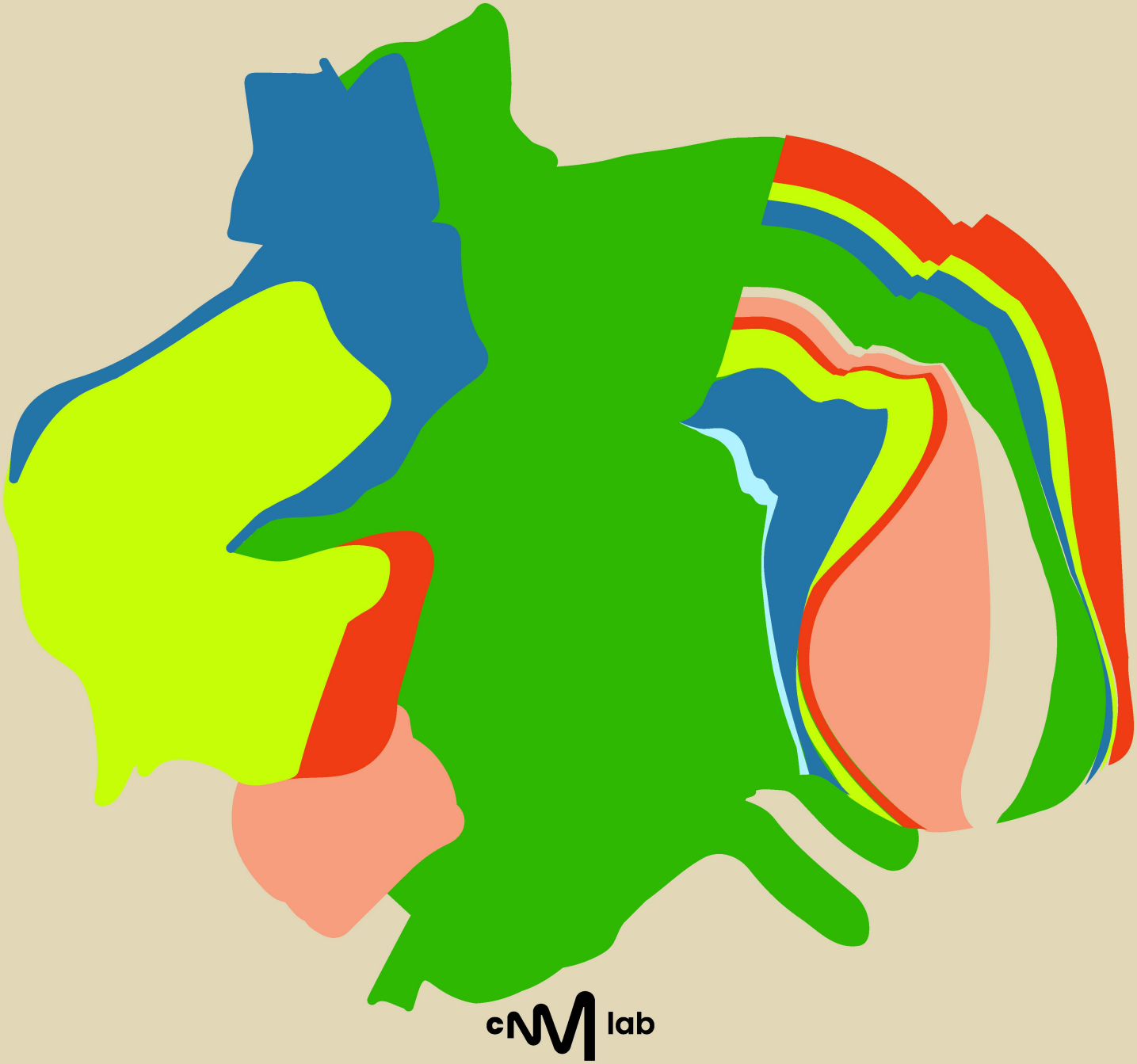
Depuis quelques années, quand on produit quelque chose qui a de la valeur, on essaie de le faire circuler dans d'autres territoires. Et finalement, on s'est dit qu'on pouvait peut-être coopérer au niveau de la production. On est accompagné par le ministère de la Culture depuis deux ans sur le fonds « Mieux produire, mieux diffuser », donc on a naturellement transféré à l'échelle régionale ou interrégionale ce qu'on faisait à l'échelle communale. Je pense qu'on peut articuler des échelles équivalentes au niveau européen. Je suis très lucide sur l'instabilité de la situation budgétaire en France, et sur les contraintes qui vont peser sur les acteurs. Nous devons réfléchir dès maintenant à la manière dont on peut garantir ces espaces de réalisation qui sont les nôtres. Et pour cela, je pense qu'il faut les articuler à d'autres lieux à l'échelle européenne.

Propos recueillis par Anna Cuomo et Céline Lugué

Comprendre la dynamique des scènes musicales

L'exemple de Black & Noir à Angers (1988-1995)

Par Gérôme Guibert



Comprendre la dynamique des scènes musicales

L'exemple de Black & Noir à Angers (1988-1995)

Gérôme Guibert

Gérôme Guibert est professeur des universités en sociologie, directeur de l'Institut de la communication et des médias de la Sorbonne-Nouvelle (Paris). Ses recherches sont focalisées sur les musiques populaires, leurs logiques de production et de réception et leurs articulations aux enjeux économiques et culturels selon différentes échelles (locales et globales), en particulier dans le domaine du live.

Introduction

Pourquoi certains endroits, certaines villes, certains quartiers se font-ils remarquer pour leurs spécificités artistiques, leur dynamique, leur effervescence musicale particulière ou encore le nombre d'artistes qui s'en réclament ? Ceci alors même qu'ailleurs, dans d'autres lieux, dans d'autres espaces, il ne semble rien se passer. Le buzz médiatique et les discours sur l'effervescence culturelle d'un territoire ne sont d'ailleurs pas toujours le reflet de l'activité créatrice ou événementielle associée à ces villes ou quartiers. Comment expliquer, donc, les relations (ou l'absence de relations) entre activité culturelle remarquable et territoire, dans les faits comme dans les représentations ? C'est l'objet des recherches qui s'intéressent à la notion de « scène », un terme dont l'usage apparaît dans l'environnement contre-culturel des années 1960. Il trouve son origine auprès des communautés subculturelles[1] et des journalistes qui rendent compte de l'effervescence créative[2] par l'activité artistique, musicale en particulier[3]. La notion de « scène » a été prise au sérieux et commencé à être théorisée dans le champ des arts et de la culture seulement dans les dernières années du XXe siècle[4].

À partir des résultats d'un programme de recherche pluridisciplinaire, SCAENA[5], j'aborderai ici des éléments pouvant constituer autant de points de repère ou d'indications permettant de mieux comprendre les dynamiques culturelles qualifiées de « scène ». Après une revue de littérature et une série d'échanges, nous avons collectivement considéré en première approche, dans le cadre de SCAENA, une « scène » comme un moment créatif prolifique particulier. Une scène est caractérisée par un type d'expression(s) artistique(s) donné qui s'inscrit dans un territoire localisé, et est par définition limitée dans le temps[6]. Des échanges fédérateurs de SCAENA, il nous semble que trois phénomènes, trois notions récurrentes permettent de mieux comprendre une scène lorsqu'elles sont articulées : celle d'agglomération (entre acteurs et actrices, entre personnes initiées au sein de lieux, de quartiers, de clusters), celle de récit (les représentations, les discours autour de la scène, notamment politiques ou médiatiques) et celle de débordement (les lieux, les événements rayonnent sur le territoire, ont un effet, créent une atmosphère)[7]. Par ailleurs, le moment collectif que constitue une scène, en général peu contrôlé, laisse la place, dans un second temps, à des spéculations et investissements marchands (gentrification, tourisme) ou bien institutionnels (patrimonialisation, marketing urbain), qu'ont mis en évidence les travaux critiques des industries créatives[8].

1. Réunir espaces social et physique dans l'étude de la culture

Au sein du projet de recherche SCAENA, notre but était de comprendre et d'analyser ce qui permettait de « faire scène ». De nos dialogues pluri et interdisciplinaires et de nos études de terrain dans trois villes (Angers, Nantes, Grenoble) et concernant plusieurs disciplines artistiques et expressions culturelles[9], nous avons proposé quatre dimensions complémentaires permettant de comprendre les scènes culturelles (réseaux ; ambiances ; récits ; médias). Ces approches opèrent en écheveau, permettant d'aborder des dynamiques culturelles locales par différents prismes. La vocation de cette contribution, méthodologique, est de les expliciter. Elles permettent de mieux appréhender les discours sur l'effervescence artistique et culturelle, en particulier les différences entre faits et représentation. Je m'appuierai pour cela sur un terrain d'enquête : celui que j'ai investi dans le cadre du programme SCAENA avec ma collègue Sandrine Emin, à savoir la scène Black & Noir à Angers entre 1988 et 1995.

Pour comprendre le succès actuel des questions territoriales associées à la musique, il faut les restituer dans un contexte de long terme. En sciences sociales, les débats et les préoccupations sur la culture ou ses enjeux étaient dans la seconde partie du XXe siècle en grande partie centrés sur les artistes, leurs effectifs, leurs qualités ou leurs différences[10]. Des perspectives liées, à certains égards, à la notion de production artistique, ou de création [11]. Quand elles ne concernaient pas l'offre artistique, les analyses se focalisaient sur la consommation culturelle, ou encore les « pratiques culturelles[12] », ou les « publics[13] », ou encore les intermédiaires culturels[14]. La fin du XXe siècle est caractérisée par un « *spatial turn*[15] », un retour de la prise en compte de la dimension physique du territoire et de sa matérialité dans les phénomènes artistiques et culturels par les sciences sociales.

Parmi les textes à l'origine de la définition du projet SCAENA se trouvaient, d'abord, les recherches sur les clusters culturels[16] ou les quartiers créatifs[17] de Dominique Sagot-Duvauroux et Charles Ambrosino qui dirigeaient le programme. Elles rendaient visible le rôle de la proximité spatiale dans les dynamiques culturelles de production artistique. Ces travaux sur les clusters d'entreprises ou les quartiers créatifs avaient l'avantage de montrer comment la proximité des entreprises génère une dynamique créative, une émulation. Mais, focalisés sur la production, ils laissaient souvent de côté les significations, les représentations associées à un type d'activité et leurs effets[18]. À ces travaux s'ajoutait un chapitre programmatique que j'avais publié en 2012[19]. J'y proposais trois lectures complémentaires de la notion de scène musicale – alors encore émergente, mais de plus en plus utilisée[20] pour comprendre les cycles de développement de la musique : la « scène vécue » (les comportements des musiciennes, musiciens et des autres acteurs impliqués dans la musique, y compris leurs rapprochements au sein de lieux ou de quartiers), la « scène construite » (qui caractérisait les récits politiques de la culture locale) et la « scène perçue » (qui était avant tout le discours médiatique sur la musique d'une ville), devenue

« scène médiatique » dans SCAENA. De là, le projet SCAENA avait pour objet de reconsidérer et d'étoffer chacun de ces trois éléments, auxquels les collègues urbanistes et architectes ont estimé important d'ajouter un autre : celui de « scène éprouvée ». Ce dernier, davantage associé à la matérialité des lieux, à leurs aménités et à leur dimension extatique[21], correspondait aux « ambiances » et autres « atmosphères » caractéristiques qu'elles et ils avaient pour habitude d'étudier, y compris dans le ressenti des personnes présentes dans les lieux passés en revue.

2. Quatre approches de la scène musicale angevine

Introduction de l'étude de cas

Porteuse de l'image d'une ville modérée et tranquille – « la douceur angevine » associée à l'écrivain Joachim Du Bellay (1522-1560) –, la ville d'Angers n'était pas particulièrement reconnue pour son activisme rock ou pop au moment où ces musiques s'implantent en France entre les années 1960 et 1980. Cependant, dans la seconde partie des années 1980, la réputation d'Angers grandit après que l'un des groupes locaux, Les Thugs[22], déjà auteur de disques chez plusieurs labels indépendants réputés (Gougnaf Mouvement de Juvisy[23], Closer Records du Havre ou Vinyl Solution de Londres), signe avec le label américain Sub Pop (Seattle) à la suite d'un concert à Berlin en 1988, à la même période que Nirvana, avant une première tournée aux États-Unis. Alors que le manager des Thugs devient, par manque d'autres relais, un point avancé de Sub Pop en Europe, et donc de l'émergence du grunge au début des années 1990, et alors qu'un studio monté par un leader du rock alternatif américain allait ouvrir près d'Angers pour les mêmes raisons en 1993 (Black Box de Iain Burgess et Peter Deimel), un réseau impliquant plusieurs proches des Thugs lance un magasin de disques (1988) puis un label (1990) du nom de Black & Noir, qui définissent bientôt un genre musical, un rock à guitare, associé à Angers[24]. Ce moment de montée en notoriété des groupes angevins est lié à la création de l'Adrama (Association pour le développement du rock et des autres musiques à Angers)[25] qui aboutit, à la suite de rassemblements des musiciens et d'actions de protestations collectives, à la mise en place d'un lieu public pour la répétition (Les Locaux, en 1990, rebaptisés ensuite La Cerclère), puis à un lieu de concert géré par l'Adrama, le Chabada, inauguré en septembre 1994[26]. Cependant, ni les groupes de cette période, ni le disquaire, ni le label n'existent encore aujourd'hui. L'ancien manager est toujours producteur de spectacles, mais il a largement diversifié les genres musicaux dont il s'occupe. Point remarquable à noter, Angers ne connaît pas le mouvement de patrimonialisation du rock et des musiques actuelles à l'œuvre à ce jour dans la plupart des grandes villes (et notamment ici chez les voisines Nantes et Rennes), qui utilisent cette culture rock locale (et son histoire) comme argument de « marketing culturel ». L'importance de cette culture est plutôt travaillée par des acteurs underground spécialisés dans les « mémoires alternatives », comme le label physique et

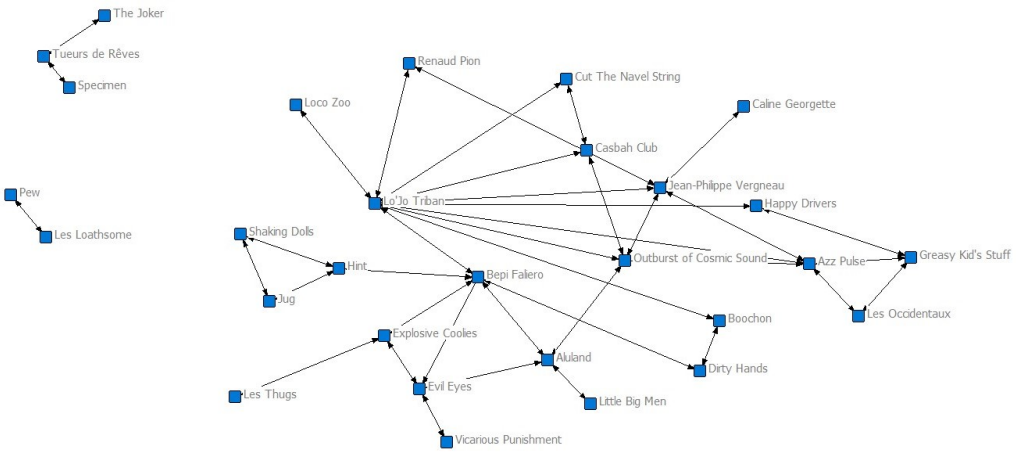
numérique Nineteen Something[27].

Il paraît donc intéressant d'étudier plus précisément ce qui s'est passé à Angers en matière de dynamique musicale lors de cette période dans le cadre même d'une recherche sur les scènes culturelles, et ce en confrontant plusieurs sources de données d'enquête.

Scène vécue : réseaux d'acteurs artistiques et culturels

La première approche d'analyse des scènes cherche à comptabiliser les types d'acteurs, leur nombre et leurs connexions. Les forces en présence concernant l'exemple de la scène angevine ont été étudiées à partir des données provenant du fanzine *Le Yéti* de l'Adrama sur trois années : 1988 (au début de l'association), 1990 (ouverture des locaux de répétition pour les groupes de rock et d'autres musiques actuelles) puis 1994 (ouverture du lieu de diffusion, de concert et d'accompagnement le Chabada). Tous les groupes locaux recensés et cités pendant ces différentes périodes dans ce fanzine officiel de l'association angevine y ont été pointés, afin de mesurer leur croissance en même temps que la densité des réseaux construits entre eux. Les relations intergroupes qui s'y lisent mettent en évidence la solidité d'une scène en devenir. Et ce, alors même que la fin de la période étudiée, tandis qu'elle confirme la montée en puissance de la scène, ouvre sur une diversification des genres musicaux. Par l'analyse de réseaux, un outil permettant de souligner quantitativement les connexions entre les formations, j'ai ainsi cherché à comprendre dans quelle mesure les groupes partageaient ou avaient partagé des musiciens. Le nombre de ces groupes (partageant des musiciens) croît à mesure que les projets artistiques se développent et sont de plus en plus nombreux à Angers, et ce même si, dans la dernière année, le nombre total de groupes croît plus vite que les connexions intergroupes.

Graphique 1. Matrice de connexion intergroupes à Angers élaborée *via* le corpus de fanzines *Yéti* de 1994 et une série d'entretiens avec des musiciens (détail).



Notes : Un lien entre deux groupes signifie qu'au moins un musicien a joué dans les deux groupes reliés. Parmi les groupes présents sur le graphique, ceux qui ont

publié au moins un titre sous le label Black & Noir en 1994 ou avant sont Bepi Faliero, Casbah Club, Dirty Hands, Explosive Coolies, Hint, Shaking Dolls et Les Thugs.

Tableau 1. Indicateurs de liens entre les groupes angevins cités dans le *Yéti*.

	Nombre total de groupes	**Densité**	**Diamètre**	**Coefficient de *clustering***	**Nombre de groupes du label Black & Noir**
1988	17	0.02205882	2	0	1
1991	27	0.03908046	9	0.1666667	7
1994	47	0.02693603	11	0.2758621	6

Ces données (tableau 1) permettent de réaliser une analyse structurelle du réseau de groupes angevins, à partir de la mesure des musiciens que les groupes partagent ou ont partagés.

La densité exprime le rapport entre le nombre de liens existants et le nombre de liens possibles. Elle varie de 0 (vide) à 1 (complet). C'est parce que l'effectif croît (ce qui augmente le nombre de liens possibles) que la densité décroît finalement en dernière période (même si elle reste plus élevée qu'au début, ce qui montre le dynamisme de la scène).

Le diamètre permet d'évaluer la distance entre les deux nœuds les plus éloignés du réseau. Sa croissance montre que le réseau est très connecté.

Le coefficient de *clustering* mesure la fréquence relative de triangles – c'est-à-dire quand deux paires de nœuds (*a,b*) et (*a,c*) sont connectées par un lien (*b,c*) –, ce qui permet d'identifier des petits groupes de nœuds (clusters) dans le réseau. Une croissance de ce coefficient contribue à montrer que le cercle d'interconnaissance n'est pas limité à la circulation de musiciens isolés ou même à des couples de musiciens.

Outre l'étude des musiciens, l'analyse des réseaux d'acteurs inclut aussi les personnes impliquées dans les différents domaines associés à la pratique de la musique. Trois ingénieurs du son produisent les enregistrements des groupes locaux et marquent ainsi la période : Christophe Sourice (par ailleurs batteur des Thugs), Gilles Théolier (par ailleurs musicien au sein de groupes au moins un temps proches de Black & Noir, comme Seconde Chambre, Hydrolic Systems, Explosive Coolies, Les Oidgts et d'autres projets plus éphémères – les quatre premiers cités ayant publié des enregistrements chez Black & Noir) et Iain Burgess du studio Black Box en fin de période (à partir de 1992, où il enregistre Bepi Faliero, Les Thugs, Hint pour Black & Noir, mais aussi Cut The Navel String). Il faut également tenir compte des lieux fréquentés : jusqu'au milieu des années 1990, les principaux cafés dans lesquels se rendent les musiciens (La Civette, Le Mezcalibur,

Le Louisiane, le Donald's Pub) se situent dans le « bas » de la ville, non loin de la Maine[28], dans un quartier du centre-ville populaire où les loyers étaient traditionnellement moins chers et les appartements à petite surface plus nombreux. En effet, lors de la période étudiée, la plupart des musiciens impliqués n'ont pas de famille : ils habitent seuls ou en couple, et le quartier n'est pas encore gentrifié.

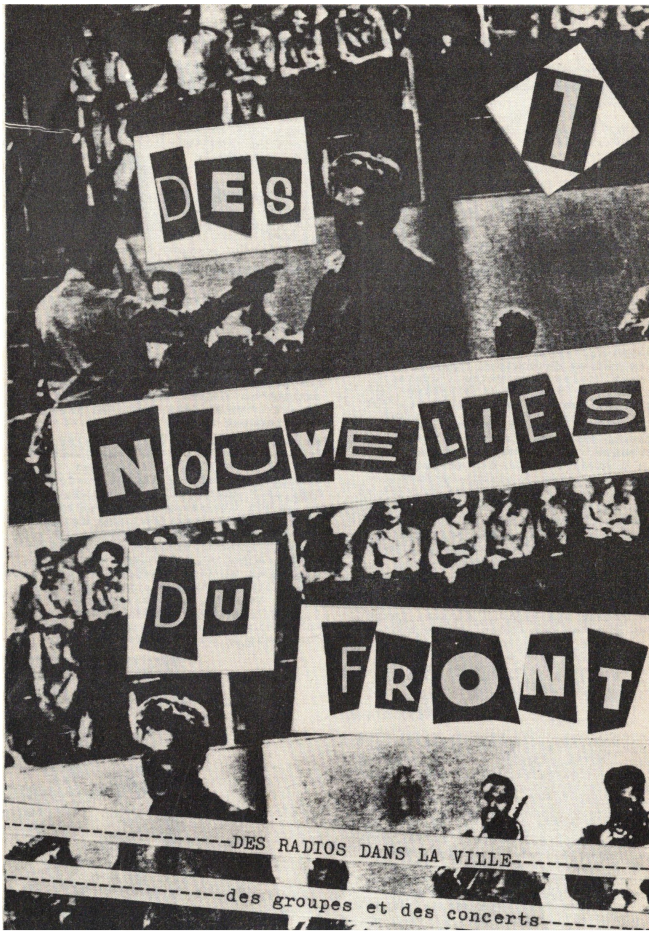
Outre le pointage des lieux dans le *Yéti*, nous avons confirmé et précisé ces éléments, avec ma collègue Sandrine Emin, en effectuant une série d'entretiens avec les musiciens des groupes Black & Noir, et plus largement les groupes répétant à la Cerclère ou membres de l'association Adrama. Pour mieux comprendre la « scène éprouvée » (dont je vais maintenant rendre compte), nous avons testé une méthodologie mise en place par les urbanistes du programme SCAENA : les entretiens déambulatoires[29]. L'idée était de circuler dans le centre-ville, guidés par les enquêtés, musiciens ou membres de la scène musicale proches de Black & Noir, qui nous indiquaient les lieux phares de la scène musicale en justifiant, selon eux, l'importance de ces lieux.

Scène éprouvée : ambiance expérimentée localement

Pour étudier les dynamiques culturelles locales, l'approche par la scène éprouvée cherche à évaluer des ambiances ou des atmosphères remarquables. Elle s'intéresse aux ressentis qu'ont conservés les acteurs d'une scène musicale : ressentis associés aux lieux et aux espaces dans lesquels la scène s'est développée, mais aussi à la place qu'occupaient ces lieux et ces espaces dans le contexte local. En l'occurrence, si elle a des retentissements ailleurs, notamment *via* les tournées des groupes, la scène musicale angevine du tournant des années 1990 s'inscrit dans un contexte urbain spécifique, en contraste avec l'architecture de la vieille ville et ses maisons à colombages. Si Angers est politiquement modérée (Jean Monnier est maire de 1977 à 1998, socialiste jusqu'en 1983 puis étiqueté divers gauche), la capitale historique de l'Anjou est structurellement marquée par la présence de la religion (de l'université catholique de l'Ouest aux séminaires de formation des religieux), la pratique catholique et ses rituels collectifs ayant longtemps joué un rôle structurant dans la vie locale[30]. Alors que l'expression « douceur angevine » peut renvoyer, pour reprendre les mots de l'urbaniste Jean-Paul Thibaud, à un type d'atmosphère consistante, prégnante et persistante[31], une dynamique de construction oppositionnelle à ce contexte hégémonique de douceur se développe au cours des années 1980. Les Thugs et l'association Black & Noir investissent d'abord le champ de la radio FM, au moment porteur des radios libres du début des années 1980, puis organisent des concerts dans les salles disponibles en ville (ils communiquent alors sur leurs projets dans plusieurs fanzines successifs dont *Des Nouvelles du Front*, voir document 1), qu'il s'agisse de lieux de l'éducation populaire comme les MPT – maisons pour tous – ou les FJT – foyers de jeunes travailleurs (Monplaisir, Jean-Vilar) –, de cinémas ou de cafés-concerts. Les Thugs se positionnent du côté d'un rock alternatif contre-culturel et contestataire politisé à gauche[32]. La ville qu'ils appréhendent est marquée par des lieux spécifiques. À compter de 1988, le disquaire Black & Noir est le lieu central de rendez-vous, y compris son sous-sol où sont conçus par exemple les flyers et affiches de concerts. L'ambiance associée à la musique et aux comportements subculturels de la scène Black & Noir déborde peu à

l'extérieur, dans les rues de la ville. Elle est cantonnée au disquaire, aux concerts ou à quelques bars du centre de la ville, à des lieux fermés dans lesquels il faut entrer si l'on veut l'appréhender.

Document 1. Fanzine *Des Nouvelles du Front*, par Éric Sourice et Christophe Sourice (du groupe Les Thugs, Angers), nº 1 : « Des radios dans la ville, des groupes et des concerts », 1984.



Épousant la culture locale, le centre-ville n'est pas couvert de tags sur les murs ou d'affiches sauvages. Selon Casbah, chanteur du groupe Casbah Club, qui débute en 1989 avant de sortir un premier disque chez Black & Noir :

C'est une petite ville… On restait dans les clous, car si on dérapait, la police municipale savait que c'était nous. […] D'ailleurs, notre numéro de téléphone était écrit sur les affiches des événements qu'on programmait et suffisait à nous dénoncer.

Le son des guitares agressives, influencé par le punk, le *hardcore* et le rock garage, résonne dans les bars ou les locaux de répétition, à l'abri de la majorité des regards. Pour Casbah encore, entre le Louisiane et le Boléro (la discothèque et boîte de nuit située de l'autre côté de la rue Saint-Laud), il y avait une grosse frontière invisible :

On ne se mélangeait pas avec les jeunes qui écoutaient de la musique de danse commerciale, là était la limite symbolique entre les deux lieux [il me montre le sol au milieu de la rue].

La conscience d'une résistance par des initiatives musicales indépendantes de l'industrie de la musique ou des institutions publiques est entretenue initialement par la fréquentation d'une librairie anarchiste (La Tête en Bas, détruite en 1985) ainsi que du cinéma d'art et essai Les 400 coups (qui ouvre en 1985 et existe toujours). Éric Sourice, le chanteur guitariste des Thugs, cofondateur du disquaire et du label Black & Noir et un temps président de l'Adrama à l'aube des années 1990, revient sur les origines du mouvement :

Pourquoi Angers, petite ville catho, va-t-elle devenir un pôle pour tout ce rock'n'roll furibard ? Je l'ignore. Ce n'est pas faux de dire qu'on a été un peu ceux qui ont allumé la mèche à Angers [mon frère Christophe et moi]. Après, il y a l'énergie de tout un tas de gens qui sont venus s'engouffrer dans la brèche. Il y avait tout à faire. Comme les Thugs commencent à tourner à l'étranger, on a des infos de première main sur les groupes américains, anglais, qui sont totalement inconnus ici [33].

C'est lors des concerts ou du tournoi de football annuel « Buddy Holly[34] » entre 1988 et 1991, accueillant les groupes d'envergure nationale qui se revendiquent du rock alternatif, que la scène compte ses forces, croissantes, alors que la notoriété des Thugs s'affirme grâce aux albums édités chez les labels américains Sub Pop et Alternative Tentacles et aux deux tournées américaines de la fin des années 1980 et du début des années 1990[35]. Mais, à la suite du festival Super Sonic Day du 13 juillet 1993 organisé par Radical (la société de production fondée par le manager des Thugs), et qui accueille alors 15 000 personnes (Faith No More, The Young Gods, Hole, Les Thugs, Ride sont programmés), le label Black & Noir commence à infléchir son activité : les dernières sorties du label associé au disquaire datent de 1995. Une scission s'opère au sein de l'Adrama, l'association « œcuménique » qui militait localement pour une reconnaissance symbolique du rock et un soutien des pouvoirs publics [36]. Le Chabada, lieu associatif géré par l'Adrama en délégation de service public, est conventionné Scène de musiques actuelles (SMAC) en 1996[37], ce qui est vu comme un progrès par certaines et certains (le lieu favorise alors une pluralité dans la programmation, liée à sa vocation d'intérêt général), et perçu par d'autres comme une concession « au pouvoir politique »[38].

Ainsi, l'approche par la scène éprouvée met en lumière un contraste d'ambiance, à Angers, dans la période étudiée, entre « une ville tranquille » (c'est d'ailleurs un titre du groupe local Seconde Chambre), rythmée par un calendrier religieux (« Les dimanches auront notre peau » est un autre titre du même groupe, publiéchez Black & Noir en 1991 après sa séparation), et une scène Black & Noir perçue comme subversive, qui s'impose par la radio puis par l'organisation de concerts et la sortie d'enregistrements ; qui privilégie une musique à base de guitare électrique, inspirée du punk, souvent contre-culturelle, jouée dans des petits lieux, le soir, rassemblant une partie de la jeunesse locale ; et qui ne déborde que peu dans l'espace public de la ville, même si elle circule à l'international.

Scène construite : mise en récit par les acteurs du territoire

Marquées par la politique socialiste nationale, les années 1980 seront à Angers comme ailleurs celles d'un développement des institutions culturelles labellisées[39]. Ainsi, le

Nouveau théâtre d'Angers (NTA), centre dramatique national créé en 1986, le Centre national de danse chorégraphique (CNDC) créé en 1984[40] et le festival de cinéma focalisé sur les premiers films Premiers Plans, dont la première édition a lieu en 1989[41], rejoignent le festival de théâtre d'Anjou, créé en 1950, ou encore la programmation annuelle de concerts symphoniques de l'Orchestre national des Pays de la Loire (ONPL), basé à Nantes et à Angers, créé en 1971. La scène rock angevine autour de Black & Noir qui s'affirme au cours de la seconde partie des années 1980 ne fait pas partie du récit politique de la culture à Angers, ce qui, quand elle est resituée dans l'époque, apparaît cohérent[42]. Il faut en effet attendre les années 1990 et l'acception ministérielle « musiques actuelles » pour que le rock commence à être considéré comme un élément à considérer esthétiquement par l'institution[43].

Plus tard, au cours de la première décennie 2000, les cultures populaires locales, leur histoire et leurs particularités apparaissent comme des ressources d'attractivité pour le territoire, alors que la notion d'industrie créative tend à s'implanter et que l'idée de la culture comme vecteur économique devient une conviction largement partagée[44]. Or à Angers, ce n'est pas une stratégie choisie. Si certaines entreprises œuvrant dans la production de musiques actuelles dans une perspective professionnelle sont soutenues localement au début des années 2010, avec le « 9 rue Claveaux » (qui se présentait comme une pépinière d'entreprises culturelles[45]), elles sont portées par des acteurs de générations postérieures à celle des années 1990. Le levier de notoriété symbolique « Black & Noir » – ou plus largement l'impact historique du rock angevin – n'est pas utilisé. Par ailleurs, d'un point de vue patrimonial, la mouvance Black & Noir n'est pas non plus, au cours du XXIe siècle, muséographiée ou mise en exposition. Au contraire, Nantes, la métropole voisine, organise l'exposition de grande ampleur « Rock ! Une histoire nantaise » en 2018-2019 et la pérennise par une déclinaison virtuelle[46] ; Rennes développe le site « Mémoires des Trans » en référence au festival national des Trans Musicales, dont la première édition date de 1979 ; ou encore, en Aquitaine, Bordeaux accueille à partir de 2004 le festival et label phonographique Bordeaux Rock. Seattle, la ville du label Sub Pop, développe également, après la mort de Kurt Cobain de Nirvana, une offre muséale exposant la dynamique locale du tournant des années 1990 associée au grunge[47].

Ainsi, Angers passe à côté de la mouvance de l'économie créative et de la contribution musicale au récit local. Il semble que ce ne soit pas une ville « rock » du point de vue de l'institution. Cependant, comme j'ai contribué à le montrer, un récit alternatif autour de la culture à Angers se développe *via* une nébuleuse d'activistes auparavant investis dans l'association Black & Noir, en particulier dans les activités associées aux concerts, puis au disquaire ou au label. Le nouveau label Nineteen Something créé en 2015, qui assume une dimension patrimoniale, réédite ainsi les groupes angevins de la période et propose un récit qui se veut éloigné des circuits institutionnels, « officiels ». Il se définit ainsi sur sa plateforme : « Label indépendant et distributeur numérique du rock souterrain. Pour que les héros du Peuple demeurent immortels[48]… » Or il s'avère que cette activité, même si elle n'est pas prise institutionnellement au sérieux du point de vue de la mémoire, a un effet sur la scène locale contemporaine : activité de nouveaux groupes influencés par l'esthétique Black & Noir, comme ceux portés par le label Twenty Something, ou même reformation de

groupes[49].

L'approche par la scène construite prend donc au sérieux les récits officiels proposés par une ville concernant ses atouts culturels. Ces récits, hégémoniques, empreints de lectures historiques particulières mais aussi liés aux stratégies politiques ou plus récemment au marketing urbain, façonnent une image de la ville. Ils sont remis en cause par des récits alternatifs ou des contre-récits qui expriment d'autres perceptions de la ville, et notamment de ses scènes. Concernant la scène angevine, l'activité de collectifs associatifs ou de labels intéressés par le patrimoine rock indépendant, comme Nineteen Something, témoigne de la vivacité avec laquelle des récits patrimoniaux alternatifs parviennent à voir le jour.

Scène perçue : notoriété et traitement médiatiques

La nécessité de cet axe, « scène perçue » ou « scène médiatique », vient de deux raisons principales. D'une part, les acteurs d'une scène culturelle, intégrés dans un mouvement collectif, ont souvent des ressentis différents ou décalés par rapport à ce que les médias et les réseaux sociaux disent d'eux, notamment parce que les premiers vivent la scène au quotidien alors que les seconds couvrent des événements ponctuels[50]. D'autre part, les scènes culturelles trouvent un élément décisif de leur importance et de leur pérennité dans le fait que des médias extérieurs au territoire en parlent[51]. Il arrive fréquemment, dans la littérature spécialisée, qu'une ville soit attachée à une expression artistique et que certaines étiquettes gardent une importance même lorsque la dynamique artistique est terminée depuis longtemps. Il faut tenir compte du cycle de vie des scènes pour comprendre ce décalage. Alors que, à l'échelle locale, une dynamique collective émerge en tant que scène, elle n'est d'abord pas couverte par les médias autres qu'alternatifs ou autrement que par les échanges interpersonnels *via* les réseaux sociaux. Puis, dans un second temps, souvent au moment où l'un ou l'une des artistes impliqués gagne en notoriété, les médias cherchent à comprendre cet engouement, et l'origine des artistes est l'une des raisons souvent invoquées. Des posts, des articles, des reportages, des enquêtes sont alors effectuées. Il y a souvent un emballement, qui est proportionnel à la notoriété de l'artiste révélé ou au fait que d'autres artistes apparaissent dans son sillage[52], et qui est repris par le récit officiel institutionnel… ou non (voir partie précédente).

Alors qu'Angers est perçu nationalement comme une ville politiquement et culturellement modérée dans les années 1980 (voir la partie consacrée à la notion de scène éprouvée), les médias locaux sont circonspects envers le rock. La situation commence à évoluer à la fin de la décennie. Or, comme à Nantes, les propos des médias nationaux, généralistes ou spécialisés, ont un impact à l'échelle locale. En janvier 1989, un article du quotidien *Le Monde* qui fait le bilan de la politique culturelle d'Angers (beaux-arts, théâtre, cinéma, danse…) propose une conclusion combative et critique envers la mairie, aussi surprenante qu'inespérée pour le monde du rock, qui sera largement reprise dans le contexte local, à en croire les entretiens que nous avons effectués : « Les rockers – les Thugs en tête, quatre musiciens teigneux qui ont baroudé un peu partout à l'étranger – ont donc la cote et négocient, par le biais d'une association qu'ils viennent de constituer, l'Adrama, avec la mairie pour obtenir des salles de répétition (c'est pratiquement chose faite) et une salle lieu

de concert dans le centre-ville (ce qui est loin d'être gagné). En attendant, les rockers se font diplomates, tout en restant sur leurs gardes. Ils publient même un journal, *le Yéti*, dont le cri devrait émouvoir les *Homo sapiens*… "Angers, c'est un champ en jachère"[53]. »

La diversité des militantes et militants locaux du rock est ici résumée par une figure de proue : celle des Thugs, *via* l'action de son chanteur et guitariste Éric Sourice, également codirecteur du disquaire Black & Noir. Dans la même logique, et alors que l'Adrama a obtenu une première victoire avec la construction du lieu de répétition en 1990, *Rock&Folk* ,la principale revue musicale française à cette époque, propose un dossier « Rock à Angers » dans son numéro mensuel de juin 1991. Malgré une description de la diversité des initiatives musicales locales sur quatre pages, le journal positionne Black & Noir et les Thugs en chefs de file : « En l'absence d'une salle adaptée au rock, le chef-lieu du Maine-et-Loire semble en proie à un drôle de bouillonnement […] grâce aux studios de répètes, aux assos, au label Black&Noir […]. Il reste impossible de nier l'existence d'un son angevin, que l'on peut ainsi caractériser : jouons vite et fort dans la langue de Shakespeare […], tournons, tournons, et respectons la trilogie guitare basse batterie[54]. »

Par ailleurs, la posture des Thugs et de Black & Noir, à la fois underground et frontale et d'une certaine manière idéologiquement cohérente, séduit, dès la fin des années 1980, également *Les Inrockuptibles*, journal leader du renouveau « rock indépendant » porté sur l'actualité culturelle, qui est impressionné par la reconnaissance des Thugs dans le circuit post-punk indépendant international : « Les silhouettes noires et émaciées des quatre Thugs sont les figures tutélaires du rock français le plus intransigeant. Respectés, admirés, ils ont eu la chance de ne jamais être à la mode. […] Éric [Sourice] a aussi lancé son label Black & Noir[55]. »

À la suite de leurs premiers disques édités chez Gougnaf Mouvement et chez Closer au milieu des années 1980, les Thugs sont suivis par les nombreux fanzines français du punk, du rock alternatif ou garage (à côté des mensuels nationaux spécialisés, les fanzines représentent le premier média translocal de l'époque pour ces mouvements musicaux). Les Thugs bénéficient de numéros spéciaux de plusieurs de ces publications (*Nineteen*, *Combo!*, *Abus Dangereux*, *Le Légume du Jour*, *Wake Up!*…) qui circulent dans les concerts et chez les disquaires indépendants. Cet intérêt constitue un appel d'air pour Black & Noir et les groupes angevins qu'édite le label, et qui bénéficient ensuite largement de ces espaces de publication (les premiers groupes concernés sont les Dirty Hands, les Shaking Dolls et le Casbah Club, ainsi qu'Hydrolic Systems, les Drift, Hint). L'appartenance à Black & Noir et à la ville d'Angers construit une sorte d'aura. Une représentation romantisée de ces groupes se construit peu à peu qui sera scellée avec l'explosion du grunge et de Nirvana à partir de 1992 – puisque les ponts existaient déjà entre Seattle et Angers, entre Sub Pop et Black & Noir, les Thugs ayant joué avec Nirvana, Mudhoney ou TAD. Aujourd'hui encore, le fait que des personnages médiatiques alternatifs comme la romancière Virginie Despentes, le dessinateur Luz[56], le journaliste politique David Dufresne ou le producteur Stéphane Saunier (ancien du label Roadrunner et des lives chez Canal+)[57] déclarent leur flamme envers les Thugs et Black & Noir témoigne de la dimension significative de la scène. Cette observation montre à quel point l'image que les médias donnent de la scène, au début des

années 1990 comme dans la période contemporaine, ne représente pas obligatoirement ce qui se passe au niveau local, les discours sur les scènes culturelles pouvant être parfois concordants, parfois divergents, en fonction de l'axe implicite adopté pour décrire la dynamique culturelle locale.

> **Ces récits, hégémoniques, empreints de lectures historiques particulières mais aussi liés aux stratégies politiques ou plus récemment au marketing urbain, façonnent une image de la ville. Ils sont remis en cause par des récits alternatifs ou des contre-récits qui expriment d'autres perceptions de la ville, et notamment de ses scènes.**

3. Synthèse analytique des outils d'étude d'une scène

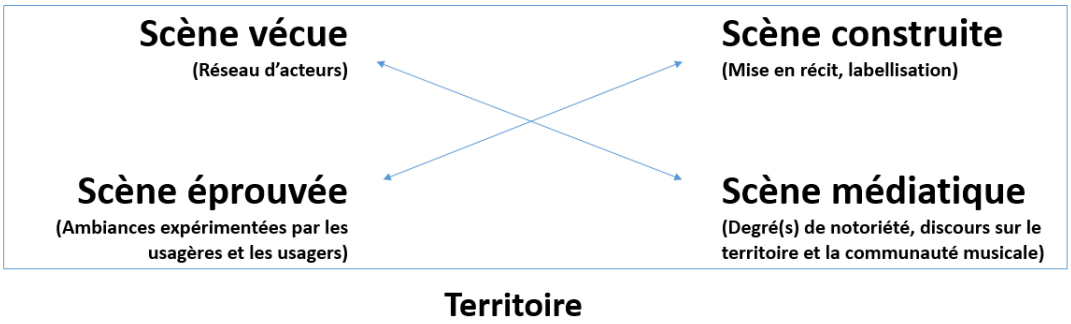
Quels facteurs permettent de dire d'une ville qu'elle est particulièrement dynamique sur le plan culturel, ou d'une scène musicale locale qu'elle est remarquable ? Le cas du rock angevin pointe vers une diversité d'angles d'approche possibles pour jauger la dynamique d'une scène : celui de la production (nombre de groupes, de concerts, d'enregistrements) ou des échanges de liens ; celui de l'ambiance d'émulation, de l'atmosphère, perçue de façon plus subjective ; celui des présentations des politiques et de l'activité culturelle à l'échelle locale ; ou encore celui de l'actualité médiatique et de l'intensité des discours des médias nationaux ou alternatifs. Si ces axes amènent des résultats différents, ils convergent aussi parfois, *a contrario*. Ainsi, sur le modèle du cas angevin que j'ai étudié ici, et en suivant la méthodologie développée dans le cadre du programme collectif SCAENA, je propose de définir et d'étudier les scènes musicales selon quatre dimensions :

- la scène vécue : un réseau d'acteurs sur un territoire ;
- la scène éprouvée : un faisceau d'ambiances ressenties sur un territoire ;
- la scène construite : les mises en récit du territoire, qu'elles soient officielles, stratégiques, hégémoniques ou au contraire alternatives ;
- la scène médiatique : le type de visibilité et les représentations de la musique sur un territoire proposés par les médias (quelle que soit leur forme) à différentes échelles.

C'est la combinaison de ces quatre dimensions sur un territoire qui constitue l'étude d'une scène musicale spécifique. Un recensement des travaux sur les scènes culturelles tend à montrer que, implicitement, les scènes sont considérées de manière diverse lorsqu'elles sont évoquées. Le dynamisme d'une scène locale est donc à relativiser[58]. S'agit-il d'une dynamique d'acteurs et de lieux ressources ? D'une attractivité du territoire (une « ville où il fait bon vivre » reconnue par des témoignages, le contraire étant une ville où le sentiment d'insécurité serait fort) ? D'un récit associé au marketing territorial ou à de fortes dépenses culturelles donnant une cohérence culturelle à la ville ? Ou bien d'un buzz médiatique indépendant du point de vue et des activités de ses habitantes et habitants, en particulier de ses artistes ?

Les propositions émanant du projet de recherche collectif SCAENA[59] avaient pour but de gagner en précision concernant l'analyse des scènes culturelles locales, et ce sur deux niveaux. D'abord, le projet cherchait à clarifier les diverses strates de compréhension des activités et des discours sur les scènes. **S'il existe de multiples manières de parler de pratiques musicales sur un territoire, l'important est de savoir dans quel registre on se place (individuel ou collectif, associé aux faits ou aux représentations, subjectif ou non…)**. Ensuite, le projet se donnait pour but d'élaborer un *modus operandi* pour étudier ces scènes artistiques et culturelles à partir de quatre prismes complémentaires (voir schéma 1), ces prismes pouvant ensuite être mis en dialogue pour tenir compte des spécificités des territoires étudiés et du contexte de la recherche.

Schéma 1. L'étude des scènes selon quatre axes (à partir des résultats du projet SCAENA).



Pour comprendre la dynamique territoriale d'une scène culturelle, il ne s'agit pas d'avoir « pour objectif de proposer une analyse statistique en silo (réseaux, ambiances, récits, médias) mais bien une analyse transversale dynamique qui met en évidence les manières dont ces dimensions se composent et se recomposent au sein d'un territoire suivant des interactions complexes et évolutives[60] ». S'agit-il d'une recherche sur une scène contemporaine, ou située dans le passé ? Une étude d'une scène ayant pris corps dans le passé peut permettre de mieux définir la posture de la ville face à la culture, de mieux comprendre ce qu'ont vécu les habitants par le passé, ou encore de mettre en avant les caractéristiques saillantes de l'identité d'un territoire. Du point de vue de son évolution, s'agit-il d'une scène en développement ou en fin de vie (investissant des friches, ou plus tard grevée par la gentrification, ou plus tard encore rattrapée par la patrimonialisation ou

la touristification)[61] ? Déceler une scène émergente peut permettre de mieux comprendre comment une ville évolue, ou encore les demandes ou l'aspiration des publics. L'articulation entre perspectives hégémoniques et contre-publics subalternes, notamment underground, peut permettre de construire une plus grande cohésion au sein de la ville, notamment entre les dimensions créatives, participatives ou interculturelles dont parle Guy Saez[62]. Comprendre une scène en déclin peut, par exemple, permettre de mieux articuler politique du spectacle vivant et patrimoine en devenir (les scènes actives d'hier sont le patrimoine de demain, *via* notamment l'attrait construit par l'activité médiatique). Par ailleurs, l'intersection des divers axes de travail proposés pour étudier les scènes peut permettre de confronter l'atmosphère et les ambiances des lieux avec l'activité artistique, ses événements, son dynamisme, ainsi qu'avec les récits autour de la ville. Cela conduit à établir de nouvelles connexions entre d'une part l'espace physique, notamment architectural et patrimonial, et d'autre part l'espace social et les communautés culturelles définissant les villes. Les chercheurs et chercheuses investis au sein de SCAENA ont déjà testé la grille d'analyse proposée dans le cadre de multiples domaines et pratiques artistiques dans trois villes (Angers, Grenoble, Nantes)[63]. Nul doute que les résultats obtenus amèneront à de nouvelles discussions et à un bilan à moyen terme.

> **Déceler une scène émergente peut permettre de mieux comprendre comment une ville évolue, ou encore les demandes ou l'aspiration des publics. [...] Comprendre une scène en déclin peut, par exemple, permettre de mieux articuler politique du spectacle vivant et patrimoine en devenir.**

Conclusion

La façon dont la matérialité des villes imprègne la musique (et plus largement l'art et la culture) et la façon dont le phénomène est perçu et ressenti sont des problématiques décisives pour comprendre l'écologie globale de la musique. Lorsqu'on parle des pratiques musicales au niveau global (national, voire international), on a parfois tendance à oublier que la musique émerge d'abord *via* des dynamiques collectives locales et que les acteurs qui s'y investissent vivent quelque part sur le territoire. Cela étant donné, j'ai voulu, dans le cadre de cette contribution, rappeler que les discours sur la dynamique culturelle d'une scène locale partent souvent d'optiques ou d'axes d'analyse différents. À partir des résultats

du programme de recherche SCAENA, j'ai cherché à recenser quatre manières de parler de la vigueur, de la particularité ou de l'originalité des scènes musicales locales. Certes, les données sociodémographiques (population totale, taille de la population immigrée, âge moyen, part des moins de vingt ans) ou économiques (revenu par habitant, part de la population active et distribution par profession et par catégorie socioprofessionnelle) sont des variables qui permettent de mieux comprendre ce que sont un quartier ou une ville, mais elles ne suffisent pas à spécifier la marque artistique d'un territoire, qui dépend aussi des activités privilégiées, de la circulation des personnes et des discours et des représentations qui leur sont associés. C'est pourquoi parler de scène musicale a un sens.

Remerciements

L'auteur remercie les relecteurs anonymes du texte, l'équipe éditoriale du CNM Lab, ses collègues de SCAENA, en particulier Sandrine Emin pour l'enquête de terrain, Etienne Capron pour l'analyse de réseau et Basile Michel pour la version originale du schéma, et il dédicace l'article à deux musiciens de la scène angevine récemment disparus, Doumé (Noodles puis Dirty Hands, magasin Black & Noir) et Laurent Terrade (Death Row B puis Explosive Coolies, association l'Étincelle).

---

[1] HALL S. et JEFFERSON T. (éd.), *Resistance Through Rituals. Youth Subcultures in Post-War Britain*, Londres, Hutchinson, 1976.

[2] IRWIN J., *Scenes*, Beverly Hills, Sage, 1977.

[3] STRAW W., « Systèmes d'articulation, logiques de changements : communautés et scènes de musiques populaires », dans G. Guibert et G. Heuguet (dir.), *Penser les musiques populaires*, Paris, Éditions de la Philharmonie, 2022 [traduit de « Systems of articulation, logics of change: communities and scenes in popular music », *Cultural Studies*, vol. 5, nº 3, 1991, p. 368-388].

[4] GUIBERT G., « Les approches pionnières des scènes », dans C. Ambrosino *et al.* (dir.), *Scènes artistiques. Au-delà de la ville créative*, Fontaine, Presses universitaires de Grenoble (PUG), 2025, p. 53-60.

[5] SCAENA (Scènes culturelles, ambiances et transformations urbaines) est un programme de recherche financé par l'Agence nationale de la recherche (ANR) qui fédérait entre 2019 et 2023 une équipe de chercheurs et chercheuses rattachés à cinq laboratoires (Angers, Nantes, Grenoble, Paris).

[6] BLUM A., « Scenes », *Public*, nº 22-23, 2001, p. 7-35, en ligne : https://public.journals.yorku.ca/index.php/public/article/view/30324.

[7] AMBROSINO C. *et al.* (dir.), *Scènes artistiques. Au-delà de la ville créativ*e, Grenoble, PUG, 2025.

[8] ZUKIN S., *The Culture of Cities*, Cambridge, Blackwell, 1995.

[9] Architecture, économie, sociologie, urbanisme, gestion, sciences de l'information et de la communication, géographie.

[10] HUBBARD P. *et al.* (éd.), *Key Thinkers on Space and Place*, Londres, Sage, 2004.

[11] C'est le cas des débats associés aux politiques culturelles ou des travaux de recherches en socio-économie sur les artistes (colloque organisé par Raymonde Moulin en 1985), ou plus largement sur « l'offre » – pour utiliser un vocabulaire marchand.

[12] Voir notamment la célèbre enquête structurelle du département des Études, de la Prospective et des Statistiques (DEPS) du ministère de la Culture « Les pratiques culturelles des Français » (1973, 1981, 1988, 1997, 2008, 2018).

[13] DONNAT O. et TOLILA P., *Le(s) public(s) de la culture*, Paris, Presses de Sciences Po, 2003.

[14] HENNION A., *La passion musicale. Une sociologie de la médiation*, Paris, Métailié, 1993.

[15] HUBBARD P. *et al.*, *Key Thinkers on Space and Place*, *op. cit.*

[16] SAGOT-DUVAUROUX D., « Du cluster à la scène : l'encastrement des activités artistiques dans le territoire », *L'Observatoire*, nº 47, 2016, p. 9-13, en ligne : https://doi.org/10.3917/lobs.047.0009.

[17] AMBROSINO C., « Quartiers artistiques, territoires (ré)créatifs. Perspectives londoniennes », dans G. Bellavance et M. Roy-Valex (dir.), *Arts et territoires à l'ère du développement durable. Vers une nouvelle économie culturelle ?*, Laval, Presses de l'université Laval, 2015.

[18] Voir EMIN S. et SCHIEB-BIENFAIT N. (dir.), *Scènes culturelles, clusters culturels et quartiers créatifs. Les ressorts des enjeux territoriaux du développement culturel*, Rennes, Presses universitaires de Rennes (PUR), 2019.

[19] GUIBERT G., « La notion de scène locale. Pour une approche renouvelée de l'analyse des courants musicaux », dans S. Dorin (dir.), *Sound Factory. Musique et logiques de l'industrialisation*, Guichen-Paris, Mélanie Seteun-Uqbar, 2012, p. 93-124, en ligne : https://doi.org/10.4000/books.ms.1055.

[20] Pour un état des lieux des travaux, ainsi qu'une dizaine de contributions d'auteurs et autrices, voir BENNETT A. et PETERSON R. A. (éd.), *Music Scenes. Local, Translocal, and Virtual*, Nashville, Vanderbilt University Press, 2004.

[21] C'est-à-dire qui déborde sur le territoire pour lui donner un cachet particulier. Voir SAGOT-DUVAUROUX D., « La valeur vaporeuse de l'art et les nouvelles dynamiques territoriales », *Études théâtrales*, nº 67, 2019, p. 179-188, en ligne :

https://doi.org/10.3917/etth.067.0179.

[22] Le groupe est formé en 1983 et s'arrête en 1999, à l'exception d'un « No-Reform Tour » en 2007 à la suite d'une invitation à jouer pour les vingt ans du label états-unien de Seattle Sub Pop.

[23] En 1985, le label édite leur premier 45 tours ainsi que la compilation *Les héros du peuple sont immortels* avec, outre les Thugs, plusieurs groupes réputés de la scène de rock alternatif (Hot Pants, OTH, Parabellum, Les Rats, La Souris Déglinguée, Camera Silens…).

[24] Ces éléments sont relevés dans plusieurs ouvrages de journalistes comme FOULHOUX P., *Black & Noir. Enragez-vous !*, Tarnos, Metro Beach, 2024 ; FOULHOUX P., *Les Thugs. Radical history*, Paris, Le Boulon, 2020 ; DENIAU C., *Look back in Angers. Une histoire de la scène musicale angevine*,La Varenne-Saint-Hilaire, Acetate, 2020.

[25] L'Adrama est l'association qui fédère les musiciennes et les musiciens de musiques populaires à Angers, quel que soit leur style.

[26] Lieu qui détient aujourd'hui le label ministériel SMAC (Scène de musiques actuelles).

[27] GUIBERT G. et EMIN S., « Culture *underground* et (in)visibilité des scènes musicales. La scène Black & Noir à Angers (1988-1994) et sa patrimonialisation alternative », dans C. Ambrosino *et al.* (dir.)*, Scènes artistiques*, *op. cit.*, p. 133-147.

[28] Pour une représentation cartographique que nous avons, avec Sandrine Emin, contribué à alimenter, voir « La ville en musique », dans « Le Chabada : 30 ans. Actuel depuis 1994 », 2024, en ligne : https://lechabada.com/30-ans.

[29] THIBAUD J.-P., *En quête d'ambiances. Éprouver la ville en passant*, Genève, MétisPresses, 2015.

[30] LEBRUN F. (dir.), *Angers*, Paris, Beauchesne, 1997. Voir aussi BIGUET O. et LETELLIER-D'ESPINOSE D., *Angers. Formation de la ville, évolution de l'habitat*, Nantes, Éditions 303, 2016.

[31] THIBAUD J.-P. (dir.), « Ambiances et scènes : cadres analytiques et démarches d'enquête », séminaire de l'ANR SCAENA, fév. 2021 ; THIBAUD J.-P., « Petite archéologie de la notion d'ambiance », *Communications*, n° 90, 2012, p. 155-174, en ligne : https://doi.org/10.3406/comm.2012.2659.

[32] RUDEBOY A., *Nyark nyark ! Fragments des scènes punk et rock alternatif en France (1976-1989)*, Paris, Folklore de la zone mondiale-Zones, 2007.

[33] À ce sujet, voir DORDOR F., « Angers, la belle enragée », dans *Disquaires. Une histoire : la passion du vinyle*, Paris, GM, p. 218-223.

[34] WELL M., « Foot et rock à Angers », *Le Légume du Jour. Fanzine rock et punk*, nº 5, nov. 1989, p. 26.

[35] FOULHOUX P., *Les Thugs*, *op. cit.*

[36] GUIBERT G. et EMIN S., « Culture *underground* et (in)visibilité des scènes musicales », *op. cit.*

[37] « Le Chabada. Consolidation des emplois », *Culture & proximité*, nº 4, juin 1997, p. 13.

[38] Entretiens avec Éric Sourice, menés avec Sandrine Emin en juin 2021.

[39] POIRRIER P., *L'État et la culture en France au XXe siècle*, Paris, Le Livre de poche, 2000.

[40] TEILLET P., « L'embusqué à découvert », *Volume!*, vol. 4, nº 1, 2005, p. 95-116, en ligne : https://doi.org/10.4000/volume.1696.

[41] Collectif, *30 ans de Premiers Plans (1989-2018)*,Angers, Festival Premiers Plans d'Angers, 2018.

[42] TEILLET P., « Une politique culturelle du rock ? », dans P. Mignon et A. Hennion (dir.), *Rock. De l'histoire au mythe*, Paris, Anthropos, 1991, p. 217-246, en ligne : https://doi.org/10.3406/vibra.1991.1106.

[43] TEILLET P., « Le "secteur" des musiques actuelles. De l'innovation à la normalisation… et retour ? », *Réseaux,* nº 141-142, 2007, p. 269-296.

[44] LERICHE F. *et al.* (dir.), *L'économie culturelle et ses territoires*, Toulouse, Presses universitaires du Mirail (PUM), 2008. Voir aussi BOUQUILLION P. (dir.), *Creative economy, creative industries. Des notions à traduire*, Saint-Denis, Presses universitaires de Vincennes (PUV), 2012.

[45] Voir le site de l'association : https://9rueclaveau.wordpress.com.

[46] CRETON C. *et al.*, « "Pour moi, c'est plus qu'une expo !" Production et réception d'une exposition sur les musiques populaires dans un musée d'histoire », *Culture & Musées*, nº 40, 2022, p. 257-285, en ligne : https://doi.org/10.4000/culturemusees.9397.

[47] MALFETTES S., *American rock trip*, Paris, Zones sensibles, 2012.

[48] Voir le site du label : https://nineteensomething.fr. Il s'agit d'une référence à un album compilation de rock alternatif des années 1980 déjà mentionné.

[49] GUIBERT G. et EMIN S., « Culture *underground* et (in)visibilité des scènes musicales », *op. cit.*

[50] DAYAN D. et KATZ E., *Media Events. The Live Broadcasting of History*, Cambridge, Harvard University Press, 1992.

[51] GUIBERT G., « “La classe rémoise”. À propos du traitement médiatique des musiques populaires émergentes en France », *Contemporary French Civilization*, vol. 36, nº 1-2, 2011, p. 113-126.

[52] BENNETT A., « Music, media and urban mythscapes: a study of the ‘Canterbury Sound’ », *Media, Culture & Society*, vol. 24, nº 1, 2002, p. 87-100.

[53] « La culture en mosaïque. À côté des institutions très nombreuses, très aidées, un foisonnement d’initiatives individuelles », *Le Monde*, 20 janv. 1989.

[54] COROLLER V., « Rock à Angers », *Rock&Folk*, nº 286, juin 1991, p. 71.

[55] DAVET S., « Les Thugs », *Les Inrockuptibles*, nº 50, nov. 1993, p. 20.

[56] Voir *Les Inrockuptibles*, nº 1301 : « Luz rédac’ chef », nov. 2020.

[57] Tous deux sont longuement interviewés dans l’ouvrage de Patrick Foulhoux *Les Thugs. Radical history*.Virginie Despentes, qui parle de Black & Noir, des Thugs, du Casbah Club et d’autres groupes angevins dans son roman *Vernon Subutex*, a rédigé la préface dece livre.

[58] STRAW W., « Scènes : ouvertes et restreintes », *Cahiers de recherche sociologique*,nº 57, automne 2014, p. 17-32, en ligne : https://doi.org/10.7202/1035273ar.

[59] Je dirigeais l’une des cinq équipes du projet, celle issue du laboratoire IRMÉCCEN (Institut de recherche Médias, cultures, communication et numérique) de la Sorbonne-Nouvelle, dans les approches sociologiques et liées aux sciences de l’information-communication et, du point de vue des pratiques étudiées, j’étais le référent sur la musique.

[60] MICHEL B. et SAGOT-DUVAUROUX D., « Renouveler l’approche des scènes », dans C. Ambrosino *et al.* (dir.)*, Scènes artistiques*, *op. cit.*,p. 65.

[61] CAPRON É. et MORTEAU H., « Accompagner les scènes culturelles en pensant leur cycle de vie », Observatoire des politiques culturelles (OPC),16 nov. 2023, en ligne : https://www.observatoire-culture.net/accompagner-scenes-culturelles-selon-cycle-vie.

[62] SAEZ G., « La métropolisation de la culture », *Cahiers français*, nº 382, 2014, p. 10-15.

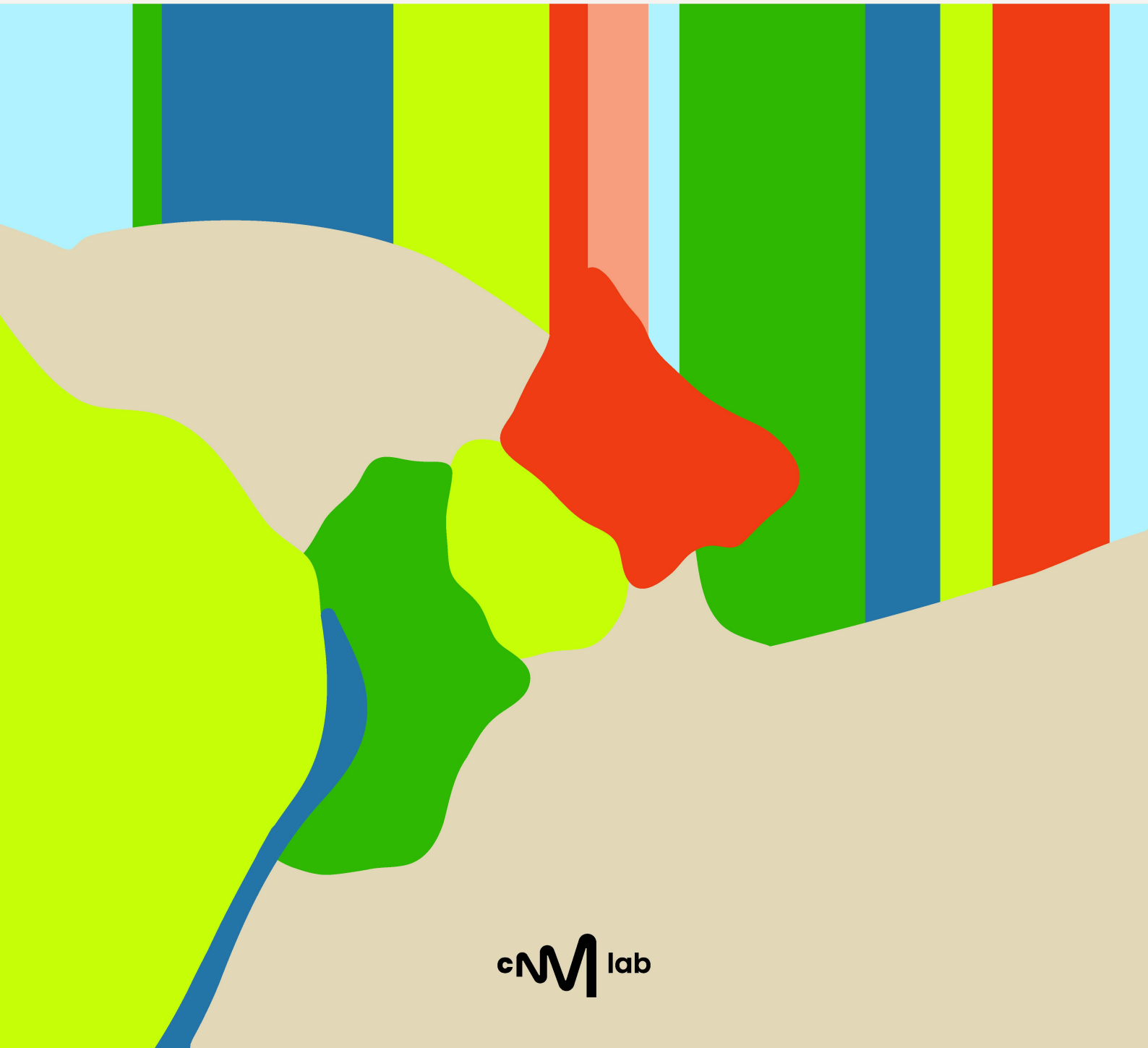
[63] Voir notamment AMBROSINO C. *et al.* (dir.), *Scènes artistiques*, *op. cit.* Voir aussile dossier de l’OPC de Grenoble sur la ville de Nantes, par les chercheurs du projet SCAENA : « Scènes culturelles, ambiances et transformations urbaines », OPC, 2025, en ligne : https://www.observatoire-culture.net/dossier/scenes-culturelles-ambiances-transformations-urbaines ; et l’appel en cours de la revue *Ambiances* : GUIBERT G. *et al.* (dir.), « Ambiances et scènes culturelles. Croisements, articulations, contextualisations », *Ambiances. Revue internationale sur l’environnement sensible, l’architecture et l’espace urbain*

,2025, en ligne : https://journals.openedition.org/ambiances/5142.

Les crédits d'impôt musicaux

Un outil au service des territoires

Par Michaël Spanu



cnm lab

Les crédits d'impôt musicaux : un outil au service des territoires

Michaël Spanu

Michaël Spanu est chercheur et consultant indépendant spécialisé dans les politiques culturelles et les industries créatives. Docteur en sociologie, il travaille sur les liens entre culture, territoire et économie, avec une expertise particulière sur les dispositifs comme les crédits d'impôt, les stratégies d'export et les villes créatives. Actuellement postdoctorant à l'université de Manchester, il collabore régulièrement avec des institutions culturelles, des collectivités et des cabinets de conseil à l'international.

Introduction

Le lien entre fiscalité, culture et territoire est méconnu et peu traité dans la littérature sur la politique culturelle[1]. Pourtant, l'un des succès les plus emblématiques de développement culturel local, celui de l'industrie hollywoodienne, repose justement sur ce lien. En effet, la consolidation et la réussite de cette industrie sont en grande partie dues à la fiscalité avantageuse de la Californie, même si elle ne concernait pas, à l'époque de son émergence, spécifiquement le secteur audiovisuel[2]. Dans de nombreux pays, les arts et la culture bénéficient d'une fiscalité adaptée, dans le but d'encourager leur financement, de stimuler la création ou encore de préserver le patrimoine[3]. Bien souvent, ces mesures fiscales s'inscrivent dans une politique plus large de soutien à la culture, par exemple *via* des taxes dédiées alimentant des programmes de subvention ou d'accompagnement, des incitations fiscales pour les tiers, de type mécénat, et des exemptions ou réductions de taxes sur certaines activités.

Les crédits d'impôt se distinguent des autres mécanismes car ils sont devenus des outils courants pour soutenir la culture sur un territoire donné, notamment dans le domaine audiovisuel et, de plus en plus, musical. Ils consistent en un remboursement d'un pourcentage des dépenses de production, sous la forme d'un crédit qui peut être utilisé pour réduire les obligations fiscales de la production ou d'un crédit en espèces. Ces mécanismes visent à stimuler l'activité dans un secteur donné ; on les retrouve donc dans de nombreux domaines culturels, ainsi que, en dehors du champ du ministère de la Culture, dans la recherche, l'innovation, le tourisme, ou encore l'environnement.

Ils occupent aujourd'hui une place de plus en plus importante, étant perçus comme plus efficaces que les aides directes de type subvention ou, *a minima*, comme complémentaires à celles-ci. En effet, les crédits d'impôt se distinguent de ces dernières ou du mécénat car ils apparaissent davantage horizontaux, prévisibles, et s'étendent généralement au-delà du secteur non marchand, ce qui décuple leur impact sur les territoires. Cet article vise non seulement à aborder comment les crédits d'impôt sont pensés de manière différente selon les territoires et les secteurs, mais aussi à explorer les opportunités de développement de mécanismes fiscaux dans le secteur musical français.

1. Caractéristiques des crédits d'impôt dans la musique

La plupart des programmes, en France comme à l'étranger, reposent sur un modèle de remboursement d'un pourcentage des frais de production musicale engagés. En théorie, les crédits d'impôt ont pour vocation principale d'inciter la réalisation de projets qui n'auraient

pas eu lieu sans ce soutien. C'est le principe de l'additionnalité : le crédit d'impôt doit générer une activité supplémentaire, soit en quantité (plus de projets), soit en qualité (des projets plus ambitieux), soit en localisation (des projets réalisés dans un territoire donné grâce à l'incitation). Mais dans la pratique, les crédits d'impôt soutiennent aussi des projets qui auraient peut-être eu lieu de toute manière, surtout dans les secteurs très dynamiques ou internationalisés (comme l'audiovisuel, le jeu vidéo ou la musique), où les producteurs et productrices savent optimiser les dispositifs fiscaux. C'est ce que l'on nomme l'effet d'aubaine[4].

Comme nous le verrons, l'un des facteurs qui différencient le plus les crédits d'impôt concerne le focus sur les productions locales, étrangères, ou un mélange des deux. Les autres facteurs à retenir sont :

- le type de production musicale : spectacle vivant et/ou œuvres enregistrées[5] ;
- les types de dépenses éligibles : développement, composition, production, postproduction (mixage, *mastering*), captation[6] ;
- le pourcentage des dépenses concernées (entre 15 et 30 %, voire 40 % pour des cas spécifiques) ;
- dans certains cas, des restrictions concernant le type de contenu produit[7].

Ces mécanismes fiscaux reflètent une évolution de la philosophie de l'aide publique à la culture, notamment en France, où le principe sélectif basé sur l'excellence a longtemps primé[8]. Nombre de subventions sont historiquement accordées de manière sélective par des commissions représentant la profession[9]. Elles visent à privilégier les projets artistiques innovants au-delà de leurs potentiels de rentabilité, bien qu'elles soient aussi envisagées comme des vecteurs de professionnalisation du secteur.

Or, cette forme de soutien a fait l'objet de certaines controverses, malgré la perception largement répandue de son importance. Le caractère sélectif des financements directs privilégie une « qualité » artistique socialement construite par les groupes professionnels des milieux culturels français, dont la légitimité est régulièrement remise en cause. En outre, ces aides sont elles-mêmes financées par les contributions d'autres maillons de la chaîne de valeur (taxe sur les services de streaming, taxe sur la vente de billets de spectacles, etc.), attisant les attaques. Les crédits d'impôt, par leur fonctionnement, recentrent en apparence le financement sur les porteurs et porteuses de projet, puisqu'il s'agit d'encourager des investissements qui n'auraient pas eu lieu autrement et d'en alléger l'imposition. Ils se présentent comme un manque à gagner fiscal, compensé par davantage d'investissement privé, plutôt que comme une « charge » pour les finances publiques. En même temps, ils sont perçus comme plus horizontaux, car accordés sur des principes économiques plutôt qu'esthétiques. En ce sens, ils auraient le double avantage d'éviter l'élitisme culturel et de générer de l'investissement dans un territoire donné, et sont encouragés à ce titre.

2. Entre soutien local et compétition territoriale

Aux États-Unis et au Canada, les premières discussions sur les crédits d'impôt musicaux remontent à la fin des années 2000 et concernent davantage le spectacle vivant que la production phonographique, au niveau local plutôt que national. Chicago et Toronto se livrent, de longue date, une compétition pour obtenir l'exclusivité de certaines productions de spectacle[10]. Au début des années 2010, l'Illinois a introduit un crédit d'impôt, offrant jusqu'à 2 millions de dollars de rabais, afin d'attirer les spectacles de Broadway et de contrecarrer la concurrence de Toronto. Les principaux producteurs de spectacles de Toronto ont alors collaboré avec les syndicats, l'industrie touristique et les associations professionnelles pour faire pression en faveur de crédits d'impôt similaires au niveau provincial et fédéral. Ce cas montre à quel point **les crédits d'impôt musicaux peuvent constituer une arme dans la bataille que se livrent les territoires pour rester compétitifs sur le plan culturel, et met en évidence le potentiel économique de la musique au niveau local**[11]. Les systèmes fédéraux, comme les États-Unis et le Canada, sont particulièrement enclins à développer des incitations fiscales en raison de leurs structures de gouvernance décentralisées, favorisant la concurrence et, supposément, l'innovation[12].

Le domaine audiovisuel a depuis longtemps ouvert la voie à cette bataille *via* les crédits d'impôt. À partir des années 1970, en Allemagne, en Irlande, puis dans certaines provinces canadiennes et certains États américains, des programmes ont été mis en place pour attirer des productions cinématographiques extérieures au territoire concerné, en utilisant la fiscalité comme ressort principal[13]. À la fin des années 1980, nombre d'États américains, comme la Caroline du Nord et le Texas, ont créé des *film commissions* chargées d'attirer des cinéastes grâce à des aides en nature (repérage de lieux, services de relations publiques, utilisation gratuite d'installations publiques) et des exonérations fiscales[14]. En 1992, la Louisiane est devenue le premier État à proposer des crédits d'impôt remboursables pour des dépenses de production. Ce modèle s'est ensuite généralisé, au détriment des crédits d'impôt destinés à des investisseurs tiers ou transférables, plus proches du mécénat. Si, en 2000, seuls six États disposaient d'incitations fiscales pour la production de films et de vidéos, en 2010, tous sauf six en disposaient[15]. Les grandes sociétés de production cinématographique telles que Warner Bros, Universal, Paramount et Disney se sont progressivement équipées de départements exclusivement chargés d'évaluer où la production aura lieu, en prenant en compte les incitations fiscales disponibles. Cela a engendré une véritable compétition au sein même du territoire américain, qui s'est ensuite propagée au reste du monde.

Sur la base des résultats déjà obtenus dans le milieu audiovisuel, notamment en matière d'attraction des productions étrangères, le Royaume-Uni s'est doté d'un mécanisme de déduction d'impôt pour les spectacles depuis 2014[16]. Ainsi, contrairement à la France,

nombre de crédits d'impôt en faveur de la musique agissent sans discrimination et sans considération des contenus, y compris de la langue. C'est le cas au Québec qui, normalement, est très protectionniste sur le plan linguistique, mais qui, dans le cas du crédit d'impôt pour le spectacle vivant, ne requiert que la participation d'une entreprise locale.

Le cas de l'Islande

Comme dans le cinéma, la production musicale contemporaine est très mobile : les films comme les chansons et albums peuvent aujourd'hui être réalisés et postproduits n'importe où, et il est possible de trouver des studios de grande qualité dans de nombreux pays. Pour cette raison, toutes les productions musicales sont des « productions fugitives » potentielles, ce qui en fait des cibles intéressantes pour des crédits d'impôt visant à stimuler l'activité économique d'un territoire. Bien que les productions musicales n'engagent pas d'aussi grandes sommes que dans le cinéma, en volume, leur impact est tout à fait significatif, sans parler de leurs effets sur l'image des territoires, justifiant une approche fiscale qui permet d'amplifier ces retombées[17].

Depuis 2019, le programme Record in Iceland propose un remboursement direct de 25 % des frais engagés pour l'enregistrement de musique sur l'île[18]. Record in Iceland est probablement le programme le plus directement lié à des objectifs d'attractivité territoriale. Il renvoie au reste de l'économie islandaise, qui repose largement sur l'importation de biens. Il ambitionne d'attirer principalement des projets internationaux de production phonographique : d'une simple chanson à un album entier. De plus, il a été décidé de ne pas imposer de procédure d'approbation préalable ou de budget minimum pour l'initiative d'enregistrement, afin de rendre le processus plus fluide et plus attrayant pour les producteurs internationaux[19]. Par ailleurs, le programme islandais se différencie de la plupart des crédits d'impôt, puisque le remboursement est effectué directement par le gouvernement, sans même passer par l'entité fiscale. Il suffit de déclarer des dépenses pour être directement remboursé, sans autre difficulté administrative que la présentation des notes de frais.

Le programme repose en grande partie sur la renommée internationale des studios, de l'arrangement, de la production et de l'ingénierie du son en Islande. Il s'appuie également sur l'idée que l'expérience des artistes venant de l'étranger serait sublimée par la beauté des paysages islandais. De fait, le programme est promu sur la base de l'argument suivant : « La musique est toujours le produit de son environnement[20]. » Le manager du programme cite notamment le succès d'artistes reconnus pour leur identité islandaise unique, comme Björk, Sigur Rós et Of Monsters and Men, mentionnant leur lien avec l'environnement naturel et social de l'île. En ce sens, le programme vise à promouvoir l'image de l'île tout en générant des bénéfices économiques, plutôt que de soutenir la production locale. Toutefois, indirectement, ces productions étrangères soutiennent le développement local des métiers de l'enregistrement, l'arrangement et l'ingénierie du son, dont l'expérience peut ensuite bénéficier à la création locale. Par ailleurs, d'autres programmes existent pour soutenir la création et la production locales[21].

Record in Iceland s'inscrit dans la lignée du programme Film in Iceland, également fondé sur la spécificité des paysages de l'île. Ce dernier a réussi à attirer des productions comme *Interstellar*, *Game of Thrones* ou *The Northman*. En plus d'impulser une nouvelle économie, Film in Iceland est censé avoir apporté à l'Islande les savoir-faire et les infrastructures nécessaires pour accueillir des productions internationales de haut niveau, ce dont elle ne disposait pas avant. Un effet secondaire est que l'Islande est devenue une destination davantage attrayante pour les voyageurs et voyageuses : s'ils ont vu des images de l'Islande dans un film ou une série, ils ont envie de visiter le pays[22]. Le principal objectif de l'initiative de production musicale est d'atteindre les mêmes résultats, bien que les vidéos musicales ne soient pas incluses dans le programme.

Certains artistes profitent d'aller jouer en Islande, par exemple au festival Iceland Airwaves, pour prolonger leur séjour et faire un enregistrement, avant de demander le remboursement Record in Iceland[23]. Le fait que les frais de voyage et d'hébergement puissent être inclus dans le budget renforce l'attrait de ce programme. En ce sens, il s'agit d'un programme particulièrement agile sur le plan administratif, attractif pour les productions étrangères et clairement lié à la spécificité du territoire, notamment dans sa dimension naturelle. S'il bénéficie aux studios locaux et génère un certain impact économique indirect, il s'inscrit davantage dans la capitalisation de l'image et des paysages préexistant au programme que dans le soutien à de nouvelles propositions culturelles. Une véritable politique musicale territoriale appelle, dès lors, d'autres programmes de soutien à la production locale, comme nous le verrons dans la dernière partie.

Le cas de la France

À partir des données disponibles, il semble que la France soit pionnière dans la mise en place de crédits d'impôt en faveur du secteur musical, alors même qu'elle s'y est intéressée tardivement dans le secteur audiovisuel. L'instauration du premier dispositif de ce type en France date de 2006, deux ans après celui destiné au cinéma. Il s'agit du crédit d'impôt en faveur de la production phonographique (CIPP), dont l'objectif était de soutenir les labels installés en France[24]. En effet, face à l'étendue de la crise du disque de l'époque, les mesures sélectives de type subvention, qui étaient l'apanage de la politique culturelle française jusqu'alors, ne semblaient plus suffire. Le crédit d'impôt avait, quant à lui, l'avantage de moins discriminer et de soutenir le secteur dans toute sa diversité, depuis les multinationales jusqu'aux associations, en passant par les labels indépendants. En plus de soutenir divers modèles économiques, le programme visait à inclure toutes les esthétiques musicales et, ainsi, à niveler les domaines qui dépendent généralement de financements directs, comme la musique classique, contemporaine, l'opéra, ou encore le jazz.

Dans la lignée des crédits d'impôt pour le cinéma, le CIPP couvre une partie cruciale de la chaîne de valeur, c'est-à-dire les dépenses de développement, de production et/ou de postproduction, d'un disque et/ou d'une vidéomusique[25]. Son taux de remboursement est de 20 % des dépenses concernées, mais il passe à 40 % pour les très petites et petites et moyennes entreprises (TPE et PME) de production – des taux alignés sur les standards les plus élevés du soutien à l'industrie audiovisuelle dans le monde (Royaume-Uni, Nouvelle-

Zélande, Espagne, Japon, Inde, Arabie saoudite, etc.)[26]. Les dépenses de développement éligibles au CIPP sont plafonnées à 700 000 euros par enregistrement et ne peuvent excéder 1,5 million d'euros par entreprise. Toutefois, ce dispositif ne concerne que les entreprises de production françaises[27].

Le modèle du crédit d'impôt a été étendu à la production de spectacle vivant (CISV) en 2016, puis à l'édition depuis 2022[28]. Le cas du spectacle vivant est intéressant car il fait également écho à un moment de crise du secteur, tout en répondant à des enjeux plus profonds liés au financement des spectacles. En effet, le CISV a été créé après l'attaque terroriste au Bataclan en 2015. Cet événement a profondément affecté le secteur, sur le plan non seulement émotionnel, mais aussi économique, du fait de la baisse de fréquentation du public et de la hausse des coûts de sécurité.

Comme le CIPP, le CISV couvre les dépenses de développement et de production des spectacles vivants musicaux (salaires, honoraires, droits d'auteur, taxes et organismes de gestion collective, location de lieux, location de matériel, hébergement, restauration, transport, entretien du matériel, promotion), ainsi que leur captation ou numérisation. Ses taux sont toutefois plus faibles : 15 % du montant total des dépenses engagées (30 % pour les TPE et PME). Le montant des dépenses éligibles est limité à 500 000 euros par spectacle. Le crédit d'impôt accordé est limité à 750 000 euros par entreprise, et des limites de jauge sont imposées par genre musical.

Contrairement à d'autres crédits à travers le monde centrés principalement sur le soutien aux entreprises de production étrangères, le CIPP et le CISV soutiennent non seulement les entreprises basées en France[29], mais aussi l'émergence artistique et la francophonie. Cela s'explique par leur lien avec le ministère de la Culture, pour qui ce type de mécanisme fiscal doit répondre à une mission d'intérêt général, ici conçue à partir d'un idéal de diversité culturelle incarné par le renouvellement culturel (émergence) et la promotion de la langue (face à l'hégémonie de l'anglais notamment). Le ministère de la Culture reconnaît par exemple que l'activité de production de nouveaux talents est structurellement déficitaire, justifiant l'intervention publique pour la conserver[30].

Ces critères font des crédits d'impôt des outils au service des éléments proprement culturels du territoire : ses langues[31] et sa capacité d'innovation. Le CIPP s'adresse certes à des entreprises de toute taille, mais concerne seulement des artistes qui n'ont pas dépassé le seuil de 100 000 équivalents-ventes pour deux albums distincts depuis le début de leur carrière. Par ailleurs, le critère de langue n'est pas exclusif et compense ainsi le biais en défaveur des styles musicaux interprétés dans des langues non locales, même lorsque les interprètes sont de nationalité française ou installés en France[32].

De manière plus générale, la dimension culturelle des crédits d'impôt est facilitée par le fait que le ministère de la Culture participe à leur attribution *via* ses différentes entités (Centre national de la musique [CNM] dans le cas de la musique), en délivrant des agréments permettant d'attester que les projets remplissent les conditions d'éligibilité aux dispositifs. Dans d'autres secteurs, comme celui de la recherche, les crédits d'impôt sont gérés

directement par le ministère de l'Économie et des Finances. Ce modèle, où les entités responsables de la politique culturelle fonctionnent comme des relais fiscaux relativement autonomes, est unique au monde[33]. Il fait en partie écho au principe d'exception culturelle, au sens où il s'agit d'un régime spécifique au secteur culturel, visant à le protéger des règles commerciales de libre-échange. Il diffère des pays, notamment fédéraux, comme les États-Unis et le Canada, où les compétences fiscales se situent au niveau des États ou provinces. Cela a un impact sur la manière dont les crédits d'impôt s'imbriquent dans le territoire. D'un point de vue comptable, on peut considérer les mécanismes français comme un dévoiement de l'idée de crédit d'impôt, ou, du point de vue de la politique culturelle, on peut le voir comme un outil certes non rentable, mais qui relève d'un soutien aux écosystèmes locaux[34].

Le cas de la Louisiane

En 2009, pour aider ses industries culturelles à se remettre de l'ouragan Katrina, la Louisiane a mis en place un crédit d'impôt sur les dépenses de production et le développement d'infrastructures de spectacles vivants, dans la limite de 10 millions de dollars par projet. Ce crédit d'impôt s'inscrivait alors pleinement dans une logique de régénération territoriale. Par ailleurs, il s'inspirait du programme similaire dédié à l'industrie audiovisuelle, créé en 1992 et dont les résultats ont été éprouvés, en ce qui concerne les revenus et les emplois[35]. À l'époque, bien que la culture musicale louisianaise fût largement reconnue, la région ne disposait pas d'une industrie bien implantée localement et souffrait de son éloignement géographique. La mise en place d'incitations fiscales a permis de compenser, voire d'instrumentaliser, dans une certaine mesure, cet éloignement, offrant une alternative sérieuse aux producteurs situés hors de l'État, tout en soutenant les productions locales.

La Louisiane propose aujourd'hui des crédits à la fois pour le spectacle vivant et la production phonographique[36].

- Le Louisiana's Sound Recording Investor Tax Credit pour la musique enregistrée concerne 18 % des dépenses des projets d'enregistrement sonore réalisés dans l'État. Le programme est soumis à un plafond de 2,16 millions de dollars par an, tandis que les projets sont plafonnés à 100 000 $ par an. Les dépenses doivent s'élever à un minimum de 25 000 $ (10 000 $ pour les résidentes et résidents de Louisiane).
- Le Live Performance Production Incentive Program concerne les dépenses de spectacles réalisés dans l'État (7 % pour des productions comprises entre 100 000 et 300 000 $; 14 % entre 300 000 et 1 000 000 $; 18 % pour les budgets supérieurs). Le programme est soumis à un plafond de 10 millions de dollars par an (dont 50 % sont réservés aux organisations à but non lucratif). Les projets sont soumis à un plafond d'un million de dollars par an.

Le patrimoine culturel local est un argument central dans la stratégie de Louisiana Entertainment : « Connue pour être le berceau du jazz et abriter de nombreux artistes récompensés par des Grammy Awards, la culture créative renommée de la Louisiane a

donné naissance à des artistes légendaires de tous les genres depuis des générations [...][37] Entertainment recense également les studios, les salles de concert et le personnel qualifié, se tenant à la disposition des producteurs extérieurs. Les incitations fiscales fonctionnent, dès lors, comme une manière de promouvoir et de soutenir la culture et l'industrie musicale locales, en même temps que cette culture sert à promouvoir les incitations fiscales. Entertainment recense également les studios, les salles de concert et le personnel qualifié, se tenant à la disposition des producteurs extérieurs. Les incitations fiscales fonctionnent, dès lors, comme une manière de promouvoir et de soutenir la culture et l'industrie musicale locales, en même temps que cette culture sert à promouvoir les incitations fiscales.

La Louisiane fournit un exemple notable de mélange des logiques précédemment exposées, où productions étrangères et locales sont encouragées, bien qu'à des taux et conditions différents. En effet, le crédit d'impôt sur le spectacle vivant permet de déduire 7 % de dépenses supplémentaires pour les salaires des résidents de la Louisiane, tandis que le crédit d'impôt phonographique dispose d'un seuil minimum moins élevé pour les producteurs locaux. En ce sens, l'incitation fiscale intègre une double logique (attractivité et soutien local) dans son fonctionnement même. De plus, Louisiana Entertainment s'efforce de soutenir l'éducation et la formation professionnelle dans l'industrie du divertissement (live, phono et audiovisuel) en connectant l'incitation fiscale à un programme de soutien à l'éducation, *via* le Fonds de développement du divertissement, créé en 2017. Le fonds est financé par un droit de transfert de 2 % perçu lorsque des crédits d'impôt certifiés sont générés, et vise à soutenir les établissements d'enseignement supérieur accrédités en Louisiane et les instituts de formation spécialisés dans les domaines des arts, des médias et du divertissement. À pleine capacité, cela représente environ 2,7 millions de dollars par an [38]. Ce type de mécanisme s'apparente, d'une certaine manière, à la taxe prélevée sur les spectacles en France, qui sert ensuite à alimenter les fonds de soutien au secteur, sauf qu'il est ici connecté aux crédits d'impôt et à la formation. La Louisiane est l'unique exemple identifié pour cet article où une partie des crédits générés est réinjectée dans les structures de formation locales.

Malgré des fluctuations, la Louisiane reste aujourd'hui l'un des États américains, avec la Géorgie[39], les mieux positionnés en matière d'incitation fiscale pour la culture, avec des programmes dédiés à l'audiovisuel, au live et à la production phonographique, tous réunis sous une même bannière : Louisiana Entertainment. Cette marque confère aux crédits d'impôt musicaux une grande visibilité et lisibilité.

3. Les effets économiques et culturels des crédits d'impôt

Dans de nombreux cas, la mise en place de crédits d'impôt a entraîné une augmentation significative des dépenses de production, de la valeur économique des secteurs culturels auxquels ils s'adressent, de leurs emplois et des impacts dits indirects dans les territoires

concernés. Par exemple, en Louisiane, le crédit d'impôt pour la production de spectacles vivants a vu ses dépenses certifiées augmenter sans cesse entre 2007 (date de son entrée en vigueur) et 2014. Malgré une baisse des dépenses de production engagées après 2014, le programme a maintenu son impact, notamment en soutenant la production locale. En 2019 (derniers chiffres disponibles), les dépenses liées à ce programme ont atteint 16 millions de dollars, générant 414 emplois, ainsi que 30 millions de dollars de ventes. Les recettes fiscales associées ont atteint 1,6 million en 2019, avec un retour sur investissement allant jusqu'à 0,63 $ de recettes publiques par dollar de crédit accordé. Chaque dollar de crédit a entraîné jusqu'à 4,99 $ de revenus et plus de 9 $ de ventes. De son côté, le crédit d'impôt pour l'enregistrement sonore a eu une activité stable entre 2017 et 2018, puis a légèrement augmenté en 2019 avant de chuter durant la pandémie. Plus modeste, ce programme a généré 6 emplois en 2019, avec des retombées fiscales de 41 000 $[40].

En France, au-delà des effets économiques, les crédits d'impôt sont évalués vis-à-vis de leur impact en matière de diversité culturelle, d'accès à la culture et de structuration sectorielle. Par exemple, 95 % des bénéficiaires du CIPP sont des TPE ou PME, qui représentent 80 % de la dépense fiscale totale[41]. Le dispositif joue ainsi un rôle redistributif vers les acteurs les plus fragiles de la filière, en particulier dans des esthétiques moins rentables ou plus expérimentales. Il agit aussi comme un puissant levier d'investissement : sans ce soutien, 34 % des projets n'auraient pas vu le jour et 58 % auraient été réalisés de manière moins ambitieuse, selon les personnes enquêtées. Le crédit d'impôt permet d'amortir les risques liés au développement d'un nouveau talent, en facilitant les investissements à long terme [42]. En ce qui concerne l'emploi, les bénéficiaires ont connu une croissance significative de leurs effectifs, et une part de contrats à durée indéterminée (CDI) supérieure à la moyenne nationale. Du côté du CISV, le constat est proche. Il permettrait aux producteurs de spectacles de sécuriser des tournées et de les rentabiliser, y compris dans des lieux à faible jauge. Le dispositif a favorisé la création d'emplois (+ 10 % en moyenne), avec un taux de CDI deux fois supérieur à celui observé dans l'ensemble de la filière. Il est estimé qu'il a permis la création d'environ 160 équivalents temps plein permanents.

> **Dans de nombreux cas, la mise en place de crédits d'impôt a entraîné une augmentation significative des dépenses de production, de la valeur économique des secteurs culturels auxquels ils s'adressent, de leurs emplois et des impacts dits indirects dans les territoires concernés.**

Ces programmes français sont considérés par les producteurs musicaux comme un soutien fondamental à l'activité de leur filière dans toute sa diversité[43]. Celui-ci contribue à préserver une filière musicale francophone et à encourager la production d'œuvres en langue française, qui représentent plus de la moitié (53 %) des projets soutenus. Le CISV a notamment permis d'élargir la diffusion des spectacles sur l'ensemble du territoire, dans des zones peu couvertes par l'offre culturelle marchande. Si les études d'impact ne montrent pas de retour sur investissement particulier, ces dispositifs bénéficient non seulement aux petites structures, mais surtout à celles qui ne touchent pas ou très peu de subventions, notamment dans le secteur des musiques dites actuelles situées en dehors de la région parisienne[44]. Autrement dit, **la dimension territoriale des crédits d'impôt musicaux français résiderait avant tout dans une forme de soutien à la décentralisation de la production**.

Il est également utile de comparer ces résultats avec ceux des programmes pour l'audiovisuel qui ont davantage d'ancienneté. L'analyse longitudinale (1998-2010) couvrant 50 juridictions américaines montre que la présence d'incitations, même sans tenir compte de leur montant, est associée à une hausse de 37 % du nombre de tournages, de 17 % de l'emploi, et de 19 % des créations d'entreprises dans le territoire concerné[45]. Ces effets sont décuplés lorsque le territoire est composé d'entreprises cinématographiques diversifiées capables de se saisir du mécanisme. Par exemple, en 2022, l'industrie audiovisuelle aurait soutenu 59 700 emplois en Géorgie[46]. Un aspect particulièrement intéressant de l'essor des dépenses de production est qu'il s'est accompagné d'un investissement privé de 1,28 milliard de dollars pour la construction de nouveaux studios, l'agrandissement de studios existants et la reconversion de bâtiments. Bien qu'il soit toujours difficile de l'affirmer avec certitude, il est peu probable que ces investissements aient eu lieu sans les incitations fiscales. Cela ouvre des perspectives intéressantes pour le secteur musical, où l'on manque encore de données de ce type.

En France, le cas des crédits d'impôt pour les productions audiovisuelles internationales indique également des développements possibles pour le secteur musical. On assiste en effet à un essor remarquable de ces productions depuis l'instauration du crédit d'impôt international (C2I). En 2009, la France accueillait environ 100 jours de tournages étrangers. Ce chiffre a bondi à 1 900 jours en 2021[47]. En 2022, un record a été établi avec 133 projets internationaux bénéficiant du C2I (contre seulement 5 en 2009), représentant près de 591 millions d'euros de dépenses. Des réalisateurs de renom tels que Woody Allen (*Minuit à Paris*), Martin Scorsese (*Hugo Cabret*), Christopher Nolan (*Dunkerque*), Ridley Scott (*Le dernier duel*), Wes Anderson (*The French Dispatch*) ou Tom McCarthy (*Stillwater*) ont tourné en France. Selon le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC), ces grandes productions ont mis en valeur les compétences des producteurs exécutifs et des équipes techniques françaises, contribuant à leur forger une réputation internationale, sans affecter le dynamisme de la production locale qui bénéficie de nombreux soutiens dédiés. On peut ainsi imaginer comment les studios et producteurs musicaux français, dont la qualité est déjà reconnue au niveau international, pourraient profiter d'un tel programme. La stratégie d'internationalisation du CNM pourrait ainsi inclure l'attraction de productions internationales, en plus du soutien aux producteurs français qui cherchent à

s'exporter.

Par ailleurs, l'un des impacts qui n'ont pas encore été envisagés dans le cadre des crédits d'impôt musicaux français concerne l'essor d'un tourisme spécifique, comme dans le cas islandais. Une étude réalisée en 2021 pour Netflix et l'Organisation mondiale du tourisme montrait que visionner des contenus provenant d'autres pays augmente significativement la probabilité d'y voyager. Par exemple, plusieurs sites apparus dans la série *Game of Thrones* ont vu leur fréquentation croître fortement[48]. Les productions musicales internationales réalisées en France pourraient avoir des effets similaires, notamment lorsqu'elles concernent les vidéos musicales[49]. Le tourisme musical connaît déjà un certain essor à travers le monde et pourrait bénéficier de nouvelles synergies[50].

Malgré ces exemples de réussite, l'analyse des dispositifs fiscaux dans le domaine audiovisuel met aussi en évidence des résultats mitigés, notamment l'impact faible sur l'économie de certains territoires[51]. Nombre de crédits d'impôt, dans la musique comme dans d'autres secteurs comme l'audiovisuel, ont été créés selon des logiques d'attractivité territoriale sans que les écosystèmes locaux existants ou en devenir soient toujours pris en compte. Les critiques ont pointé du doigt les effets d'aubaine pour les producteurs internationaux au détriment des locaux[52]. Par exemple, en Espagne, les entreprises étrangères accaparent 76 % des avantages fiscaux[53]. Une autre critique s'est concentrée sur la « course vers le bas » : les territoires se livrent à une concurrence excessive, en offrant des incitations toujours plus élevées. En effet, nombre de crédits d'impôt répondraient à une « logique de l'ajustement sectoriel [...], privilégiée par des gouvernements souvent soucieux de compromis politiques et d'électoralisme[54] ». Ils éroderaient les finances publiques sans même contribuer au bien commun. Pour compenser cela, une vision davantage écosystémique des crédits d'impôt doit être envisagée.

4. Pour une vision écosystémique des crédits d'impôt musicaux

Cette dernière partie propose une série de recommandations qui font des crédits d'impôt des outils au service d'un tissu industriel structuré en forme d'écosystème territorialisé. Le secteur audiovisuel a pris de l'avance sur ce terrain, *via* des approches écosystémiques qui combinent les mécanismes fiscaux avec d'autres instruments, liés au développement de la formation professionnelle, des infrastructures, et de la diversité socioculturelle par exemple, le tout dans une logique double de développement territorial et culturel[55]. Ces instruments forment un ensemble interconnecté, un écosystème censé à la fois attirer des productions internationales et favoriser des industries locales. Cette vision peut être adaptée, dans une certaine mesure, au secteur musical.

Pour que les incitations fiscales constituent des éléments moteurs des écosystèmes musicaux, elles doivent non seulement envisager les productions locales et internationales,

mais aussi être prévisibles, simples et transparentes, afin de permettre aux producteurs phonographiques et de spectacles français comme étrangers de planifier de manière efficace. Les recommandations issues des études d'impact des programmes français vont d'ailleurs dans ce sens[56]. Pour que les incitations profitent aux producteurs étrangers désirant développer un spectacle, une œuvre ou un enregistrement en France, elles doivent être présentées en différentes langues, recenser les partenaires locaux et clarifier les modalités de coproduction. Dans l'audiovisuel, c'est le rôle que jouent les sites Internet dits « *one-stop shop* », qui prennent généralement la forme d'une plateforme numérique qui centralise toutes les ressources, autorisations, informations et soutiens nécessaires à la réalisation d'une production audiovisuelle (film, série, publicité, etc.) au sein d'un territoire donné (ville, région, pays). En France, le modèle de référence est le site Film France du CNC.

De plus, pour attirer des productions internationales, les incitations fiscales doivent supprimer tous les filtres liés au contenu des productions, par exemple le critère de francophonie, sur le modèle du C2I dans l'audiovisuel. Cela n'empêche pas de conserver ce critère pour les productions locales, ou sous forme de bonus en pourcentage des dépenses remboursées. Tant que les dépenses sont engagées sur le territoire français, les projets devraient pouvoir renvoyer à n'importe quelle expression culturelle.

Pour une efficacité optimale, les incitations fiscales doivent aussi s'inscrire dans un environnement propice, notamment sur le plan légal et administratif. En effet, comme dans le cinéma, les incitations fiscales ne servent à rien si, par exemple, les permis liés à la mise en place de spectacles, les visas et autres procédures visant les productions locales et étrangères sont trop complexes. Si les organismes rchargés des incitations fiscales n'ont généralement pas la main sur ces processus, ils peuvent au moins les rendre plus clairs et faciles à appréhender, *via* des fiches pratiques et des services de conseil.

De même qu'en Islande et en Louisiane, le savoir-faire des techniciennes et techniciens locaux et la force d'inspiration liée à l'atmosphère locale peuvent constituer des arguments forts pour attirer les productions étrangères. Il est donc nécessaire que les crédits d'impôt se dotent de stratégies de communication faisant la promotion de ces aspects. En retour, les crédits d'impôt peuvent contribuer à la formation des acteurs locaux. Si nombre de régions et pays investissent dans la formation des intermédiaires de la culture, ces programmes sont bien souvent déconnectés des incitations fiscales. Or, il est crucial pour leur attractivité que les territoires soient alignés sur les besoins des industries qui y investissent potentiellement, en particulier en ce qui concerne les compétences pratiques sur scène et en studio. Les dispositifs fiscaux constituent non seulement un outil pour recueillir des données au sujet de ces besoins, mais aussi un réservoir de ressources financières, lorsque leur impact économique est positif. Il en va de même pour les investissements dans les infrastructures (résidences, studios d'enregistrement, studios de répétition, scènes). Ils peuvent aussi contribuer à une plus grande diversité, équité et inclusion, en se dotant d'outils supplémentaires : par exemple, des taux de remboursement préférentiels (comme pour les TPE et PME) lorsque les productions musicales favorisent la participation de

cultures, de territoires et groupes sociaux marginalisés.

5. Conclusion

La France a historiquement envisagé les incitations fiscales et les programmes de soutien à la culture comme des outils au service du développement du secteur plutôt que du territoire. Toutefois, dans l'absolu, rien n'oblige à conserver une telle dichotomie, comme le montrent les cas de l'audiovisuel français et, dans une certaine mesure, de la Louisiane. Au contraire, les deux paradigmes peuvent coexister et être mutuellement bénéfiques. Pour cela, il faut sortir d'une vision où les incitations fiscales fonctionnent en silo, que ce soit pour le développement culturel, territorial, ou économique. En effet, les incitations fiscales peuvent attirer des productions à court terme, mais elles ne suffisent pas à créer un secteur local durable, même dans d'autres secteurs économiques[57]. Elles peuvent certes envoyer un signal positif, mais leur impact reste limité lorsqu'elles fonctionnent de manière isolée.

Les approches écosystémiques, cependant, peuvent permettre aux crédits d'impôt musicaux de devenir de véritables outils au service des écosystèmes musicaux et, par là même, des territoires qu'ils occupent. Dans les secteurs culturels, face à la perception largement répandue d'une diminution générale des ressources publiques directes disponibles, les crédits d'impôt peuvent non seulement fournir une alternative de financement[58], mais aussi devenir des éléments moteurs du renouvellement des politiques culturelles pour la musique, notamment au niveau européen.

---

[1] Cet article fait partie d'un projet qui a reçu un financement du programme de recherche et d'innovation Horizon 2020 de l'Union européenne dans le cadre de la convention de subvention Marie Skłodowska-Curie nº 101022942.

[2] SCOTT A. J., « Origins and growth of the Hollywood motion-picture industry: the first three decades », dans P. Braunerhjelm et M. P. Feldman (dir.), *Cluster Genesis. Technology-Based Industrial Development*, Oxford, Oxford University Press, 2006, p. 17-37.

[3] DUVAL S., « État des lieux des mesures fiscales incitatives en faveur de la culture et de la presse », *La lettre juridique*, nº 175, 7 juill. 2005, en ligne : https://www.lexbase.fr/article-juridique/3207477-le-point-sur-etat-des-lieux-des-mesures-fiscales-incitatives-en-faveur-de-la-culture-et-de-la-press. À l'inverse, il faut signaler que la fiscalité peut également constituer un obstacle voire un outil de répression pour la culture.

[4] Pour cette raison, certains programmes, comme à Porto Rico ou en Louisiane, disposent d'un plafond pour chaque production incitée, mais aussi pour le programme entier. Voir Nordicity, « Live performing arts sector. Tax credit research », oct. 2024, en ligne : https://www.arts.on.ca/research-impact/research-publications/live-performing-arts-sector-%E2%80%93-tax-credit-research-final-report.

[5] Par exemple, en Irlande, le crédit d'impôt musique ne concerne que la musique à l'image, tandis que dans de nombreux pays, il ne concerne que des chansons ou albums. En France, il inclut à la fois les disques et les vidéomusiques.

[6] Par exemple, certains crédits prennent en charge les tarifs horaires des studios d'enregistrement, d'autres les dépenses salariales (pour l'embauche d'interprètes, de producteurs et productrices, d'ingénieures et ingénieurs ou de personnel de studio ou de scène), ou alors les décors et costumes dans le cas du live, et éventuellement les frais de voyage et de transport des instruments de musique et des interprètes.

[7] En France, les programmes soutiennent la francophonie, tandis qu'au Mexique, ils se limitent à certains répertoires musicaux (classique, jazz et traditionnel).

[8] Par exemple dans le cinéma, où les projets sont évalués par des commissions *via* des critères artistiques qualitatifs. GIMELLO-MESPLOMB F., « Un régime de justification comme modèle historiographique de la politique du cinéma : l'idéaltype de la "qualité" », *Les Actes du Cresat*, n° 11, 2014, p. 27-39, en ligne : https://hal.science/hal-00997944.

[9] CHARBONNIER R., « La régulation à l'épreuve du changement : le cas de la musique », thèse en sciences de gestion, Palaiseau, Institut polytechnique de Paris, 2022, en ligne : https://theses.hal.science/tel-04082849.

[10] NESTRUCK J. K., « In Toronto-vs-Chicago theatre war, tax credits are the new ammo », *The Globe and Mail*, 30 janv. 2012, en ligne : https://www.theglobeandmail.com/arts/theatre-and-performance/in-toronto-vs-chicago-theatre-war-tax-credits-are-the-new-ammo/article554545.

[11] ENOS M., « Oxford Economics reveals findings on the fiscal impact of live music », Recording Academy, 5 août 2021, en ligne : https://www.recordingacademy.com/advocacy/news/oxford-economics-reveals-findings-fiscal-impact-live-music.

[12] MARKUSEN A. et NESSE K., « Institutional and political determinants of incentive competition », dans A. Markusen (éd.), *Reining in the Competition for Capital*, Kalamazoo, W. E. Upjohn Institute for Employment Research, 2007, p. 1-42.

[13] CASTENDYK O., « Tax incentive schemes for film production: a pivotal tool of film policy? », dans P. Murschetz *et al.* (dir.), *Handbook of State Aid for Film. Finance, Industries and Regulation*, Cham, Springer, 2018, p. 597-614.

[14] CHRISTOPHERSON S. et RIGHTOR N., « The creative economy as "big business". Evaluating state strategies to lure filmmakers », *Journal of Planning Education and Research*, vol. 29, n° 3, mars 2010, p. 336-352.

[15] LEISER S., « The diffusion of state film incentives. A mixed-methods case study », *Economic Development Quarterly*, vol. 31, n° 3, août 2017, p. 255-267.

[16] ALBERGE D., « Tax relief sets stage for investment boom in UK theatre », *The Guardian*, 1er sept. 2014, en ligne : https://www.theguardian.com/stage/2014/sep/01/tax-relief-uk-theatre-investment-boom?CMP=twt_gu.

[17] ENOS M., « Oxford Economics reveals findings on the fiscal impact of live music », art. cité ; STONER R. et DUTRA J., « The U.S. music industries: jobs & benefits. The 2020 report », Economists Incorporated, déc. 2020, en ligne : https://www.riaa.com/reports/the-u-s-music-industries-jobs-benefits-economists-incorporated.

[18] YGLESIAS A. M., « Be like Björk: Iceland unveils new 'Record In Iceland' initiative », Recording Academy, 9 oct. 2019, en ligne : https://www.grammy.com/news/be-bjork-iceland-unveils-new-record-iceland-initiative.

[19] À la différence des programmes en France et en Louisiane, qui imposent des seuils minimaux.

[20] Voir le site du programme : https://www.record.iceland.is.

[21] Voir notamment le Music Fund : https://www.icelandmusic.is/en/music-fund.

[22] Voir le site du programme : https://filminiceland.com/about.

[23] Music Cities Events, « #InConversationWith Leifur Björnsson. All you need to know about Record in Iceland programme », 15 mars 2024, en ligne : https://www.musiccitiesevents.com/post/leifur-bjornsson-record-in-iceland.

[24] Les données historiques sont notamment issues d'un entretien avec Cécile Jeanpierre, responsable des crédits d'impôt au Centre national de la musique (CNM).

[25] CNM, « Crédit d'impôt en faveur de la production phonographique », 30 sept. 2020, en ligne : https://cnm.fr/aides-financieres/credit-dimpot-en-faveur-de-la-production-phonographique.

[26] CHIANESE J., « Global production incentives to watch: a look back at 2024 and what's ahead in 2025 », Entertainment Partners, 14 janv. 2025, en ligne : https://www.ep.com/blog/global-production-incentives-to-watch-a-look-back-at-2024-and-whats-ahead-in-2025.

[27] « [E]ntreprises soumises à l'impôt sur les sociétés, françaises ou ressortissantes d'un autre État membre de l'Espace économique européen ayant un établissement stable en France pour toute dépense effectuée dans un État membre de l'Espace économique européen » : voir CNM, « Crédit d'impôt en faveur de la production phonographique », *op. cit.*

[28] Les taux du crédit d'impôt en faveur de l'édition sont équivalents au crédit spectacle vivant, mais son périmètre est plutôt similaire au crédit phonographique, du fait d'un focus

sur les nouveaux talents francophones. Le montant des dépenses éligibles est limité à 300 000 euros par contrat et ne peut excéder 500 000 euros par entreprise. Voir CNM, « Crédit d'impôt en faveur de l'édition d'œuvres musicales », 18 nov. 2022, en ligne : https://cnm.fr/aides-financieres/editeurs/credit-dimpot-en-faveur-de-ledition-doeuvres-musicales.

[29] Dans les deux cas, les entreprises éligibles doivent être françaises, et les dépenses doivent être engagées majoritairement sur le territoire français ou dans un autre État membre de l'Union européenne.

[30] Direction générale des Médias et des Industries culturelles (DGMIC), « Synthèse de l'étude sur l'évaluation de la répartition des rémunérations entre producteurs phonographiques et artistes-interprètes », ministère de la Culture, 4 juill. 2017, en ligne : https://www.culture.gouv.fr/espace-documentation/etudes-et-statistiques/Repartition-des-remunerations-entre-producteurs-phonographiques-et-artistes-interpretes.

[31] Le critère de langue inclut les langues régionales.

[32] Lorsque les albums sont chantés dans une langue autre que le français ou qu'une langue régionale en usage en France, leur éligibilité au crédit d'impôt est soumise à une condition dite de « francophonie » évaluée au niveau de l'ensemble de la production annuelle de l'entreprise : au moins la moitié des albums d'expression qu'elle produit chaque année doivent être en français ou dans une langue régionale reconnue. Une dérogation à cette clause est mise en place pour des projets portés par des microentreprises. Toutefois, elle reste un frein pour des structures spécialisées dans des esthétiques internationales (musique classique, musiques du monde), où l'usage d'autres langues est constitutif de l'identité de l'entreprise. Voir CNM, « Crédit d'impôt en faveur de la production phonographique », *op. cit.* ; SPANU M., « Pour une approche critique de la diversité des langues chantées dans les musiques populaires à l'ère de la mondialisation numérique », *Questions de communication*, n° 35, 2019, p. 281-303, en ligne : https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.19465.

[33] CHARBONNIER R., « La régulation à l'épreuve du changement : le cas de la musique », *op. cit.*

[34] O'CONNOR J., *Culture Is Not an Industry. Reclaiming Art and Culture for the Common Good*, Manchester, Manchester University Press, 2024.

[35] SELSKY R. et TAGLAFIERRO J., « Economic and fiscal impact. Motion picture production tax credit (2019-2020): Louisiana Entertainment », Camoin Associates, mars 2021, en ligne : https://www.opportunitylouisiana.gov/wp-content/uploads/2023/12/2021-economic-and-fiscal-impact-reports-film-live-sound.pdf.

[36] Il convient de préciser que l'étude présentée ici a été conduite avant juin 2025, date de la restructuration du programme et de la disparition de l'entité « Louisiana Entertainement ».

[37] Louisiana Entertainement, « Why record here? », consulté en ligne le 23 mars 2025.

[38] Louisiana Entertainment, « Entertainment Development Fund », consulté en ligne le 23 mars 2025.

[39] Depuis 2005, en Géorgie, les entreprises peuvent économiser sur des dépenses telles que l'enregistrement du son et de la vidéo grâce à un crédit d'impôt transférable pouvant aller jusqu'à 30 %. Ce crédit s'inscrit dans le programme audiovisuel préexistant et concerne également des industries connexes, comme le jeu vidéo. Un crédit d'impôt dédié au spectacle vivant a également été mis en place pour stimuler l'investissement local.

[40] SELSKY R. et TAGLAFIERRO J., « Economic and fiscal impact », *op. cit.*

[41] ZAPARUCHA E. *et al.*, « Étude d'impact de deux dispositifs fiscaux du CNM : Crédit d'impôt en faveur de la production phonographique et Crédit d'impôt en faveur des producteurs de spectacles vivants », Technopolis Group, août 2023, en ligne : https://cnm.fr/wp-content/uploads/2023/10/Technopolis-Rapport-devaluation-des-credits-dimpot-geres-par-le-CNM.pdf.

[42] *Ibid.*

[43] *Ibid.*

[44] EY (Ernest & Young), « Étude d'impact du crédit d'impôt pour le spectacle vivant musical ou de variétés », juill. 2018, en ligne : https://ekhoscenes.com/storage/medias/impact-credit-dimpot_o_1hst01rol1fnq1j4vm2b18f7haf13.pdf.

[45] O'BRIEN N. F. et LANE C. J., « Effects of economic incentives in the American film industry: an ecological approach », *Regional Studies*, vol. 52, nº 6, 2018, p. 865-875.

[46] *Ibid.*

[47] Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC), « Rapport d'activité 2022 », oct. 2023, en ligne : https://www.cnc.fr/a-propos-du-cnc/etudes-et-rapports/rapports-d-activite/rapport-dactivite-2022-du-cnc_2281214.

[48] ZURRO J., « España, el "Hollywood de Europa" : el 85 % de los beneficios fiscales del cine son para producciones extranjeras », *El Diario*, 11 avr. 2023, en ligne : www.eldiario.es/cultura/cine/espana-hollywood-europa-85-beneficios-fiscales-cine-sonproducciones-extranjeras_1_10107815.html.

[49] Le CNC propose déjà une aide particulière pour les vidéomusiques, mais celle-ci est une subvention sur dossier à laquelle ne peuvent prétendre que les productions françaises.

[50] Sound Diplomacy et ProColombia, « Music is the new gastronomy », en partenariat avec l'Organisation mondiale du tourisme, 2018, en ligne :

https://www.sounddiplomacy.com/reports/music-is-the-new-gastronomy.

[51] BUTTON P., « Can tax incentives create a local film industry? Evidence from Louisiana and New Mexico », *Journal of Urban Affairs*, vol. 43, nº 5, 2021, p. 658-684 ; BRADBURY J. C., « Do movie production incentives generate economic development? », *Contemporary Economic Policy*, vol. 38, nº 2, avr. 2020, p. 327-342.

[52] MESSERLIN P. et PARC J., « The myth of subsidies in the film industry: a comparative analysis of European and US approaches », *Innovation. The European Journal of Social Science Research*, vol. 33, nº 4, 2020, p. 474-489.

[53] ZURRO J., « España, el "Hollywood de Europa" : el 85 % de los beneficios fiscales del cine son para producciones extranjeras », art. cité.

[54] LEROY M., « Découvrir la sociologie fiscale », *Regards croisés sur l'économie*, nº 1, 2007, p. 94-100, en ligne : https://doi.org/10.3917/rce.001.0094.

[55] Je m'appuie ici principalement sur l'étude suivante : Olsberg SPI, « Best practice in screen sector development », en collaboration avec l'Association of Film Commissioners International (AFCI), sept. 2024, en ligne : https://afci.org/wp-content/uploads/2024/09/Best-Practice-in-Screen-Sector-Development-Final-2024-09-18.pdf.

[56] ZAPARUCHA E. *et al.*, « Étude d'impact de deux dispositifs fiscaux du CNM : Crédit d'impôt en faveur de la production phonographique et Crédit d'impôt en faveur des producteurs de spectacles vivants », *op. cit.*

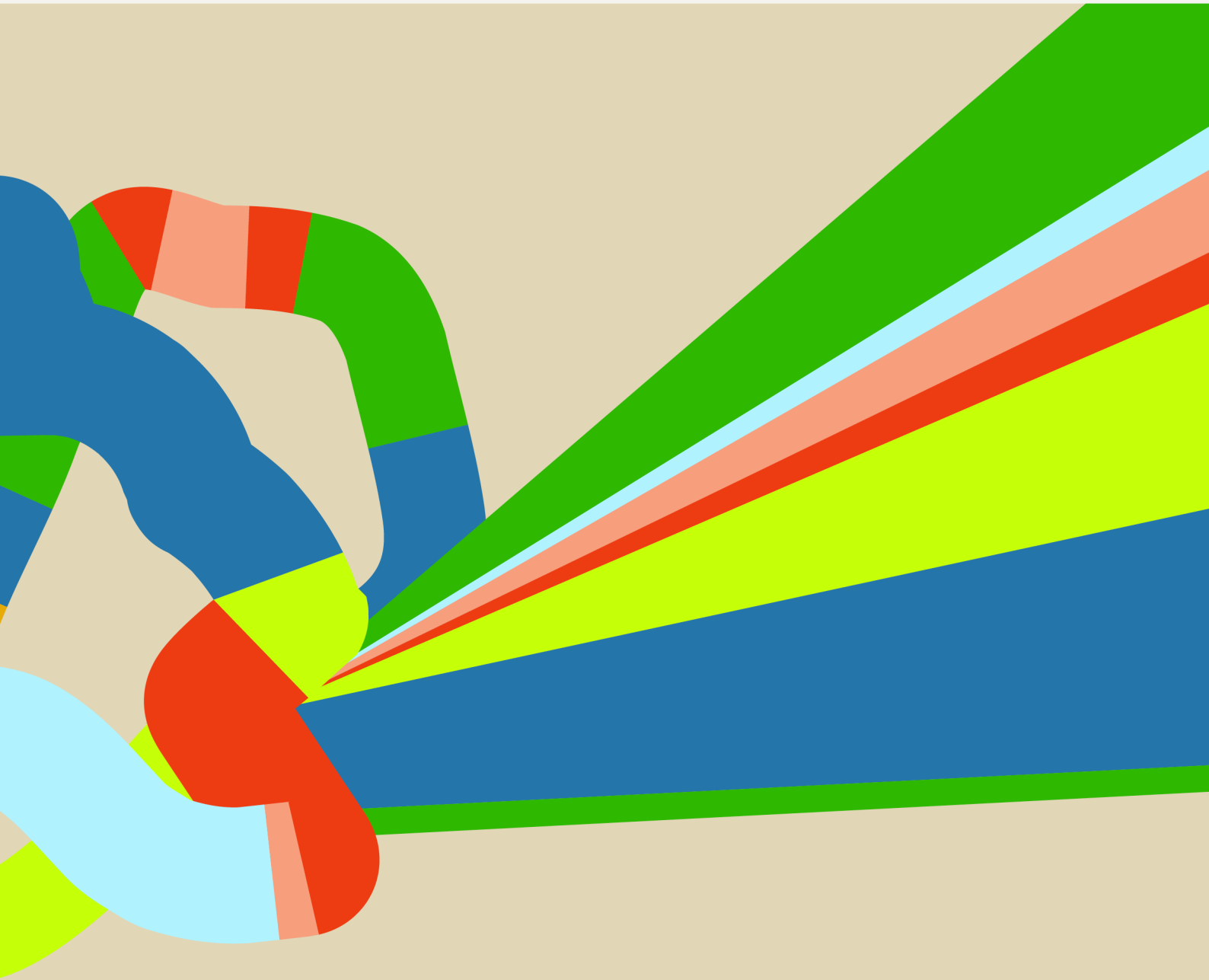
[57] DELTOUR-BECQ L., « Attractivité des territoires et fiscalité locale des entreprises », Paris, Conseil des prélèvements obligatoires, janv. 2014, en ligne : https://www.ccomptes.fr/sites/default/files/EzPublish/rapport_particulier_Deltour_Becq.pdf .

[58] SCHUSTER J. M., « Tax incentives in cultural policy », dans V. A. Ginsburg et D. Throsby (éd.), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Amsterdam, Elsevier, vol. 1, 2006, p. 1253-1298.

Le Hellfest Open Air Festival

Un levier d'attractivité territoriale

Par Corentin Charbonnier, Emilie Ruiz, Lise Bodin



cnm lab

Le Hellfest Open Air Festival

Un levier d'attractivité territoriale

Corentin Charbonnier

Corentin Charbonnier est docteur en anthropologie et attaché temporaire d'enseignement et de recherche (ATER) à l'université de Tours. Ses recherches portent principalement sur l'industrie musicale, les festivals et leurs publics, notamment sur les *metal studies*. Il a publié divers articles dans des revues telles qu'*Urbanités* et *Hypothèses*. Il est le commissaire de l'exposition « Metal » qui s'est tenue à la Philharmonie de Paris en 2024, et chargé des statistiques officielles du Hellfest et du Motocultor.

Émilie Ruiz

Émilie Ruiz est maître de conférences habilitée à diriger des recherches en management de l'innovation à l'université Savoie–Mont–Blanc et membre de l'Institut de recherche en gestion et économie (IREGE). Ses recherches, publiées dans diverses revues telles que la *Revue française de gestion* ou *M@n@gement*, traitent d'innovation ouverte et de créativité organisationnelle ainsi que des industries culturelles et créatives, avec un focus sur l'industrie musicale (festivals de metal).

Lise Bodin

Lise Bodin est doctorante en anthropologie à l'université de Tours, membre du laboratoire Cités, Territoires, Environnement et Sociétés (CITERES). Ses recherches portent sur le lien entre économie et culture appliqué aux festivals de musique metal. Elle a publié un article dans la revue *Urbanités* et a présenté ses recherches au colloque de l'International Society for Metal Music Studies en 2025.

Introduction

Depuis près de deux décennies, le Hellfest Open Air Festival joue un rôle qui dépasse son statut d'événement musical. Implanté à Clisson (Loire-Atlantique), ce festival dédié aux musiques extrêmes (metal) est devenu un véritable catalyseur de dynamiques territoriales, associant enjeux culturels, sociaux et économiques. Né à la fin des années 1960 en Angleterre, le metal fait partie des plus anciennes musiques dites actuelles. La scène metal française s'est développée dès le milieu des années 1970, même si elle est restée peu représentée dans les médias et institutions durant plusieurs décennies. Dans une société où les perceptions autour de la culture metal évoluent, le Hellfest se distingue par sa capacité à aller au-delà des représentations négatives et à établir un dialogue fertile avec son environnement local.

En s'appuyant sur le Hellfest, cette contribution explore la notion de *territoire créatif*. Selon Gaëlle Dechamp et Bérangère L. Szostak, il s'agit d'un espace où diverses formes de savoirs sont générées – qu'ils soient scientifiques, industriels, mais aussi symboliques[1]. Dans ce type de territoire, les idées émergent grâce à l'interaction des acteurs locaux – communautés, organisations et individus – et profitent au développement des activités territoriales. Plus particulièrement, le cadre du *middleground*[2] permet de mieux comprendre cette orchestration territoriale. Ce concept, emprunté à la littérature sur la créativité organisationnelle, fait référence à un espace d'intermédiation qui connecte l'*upperground* (ici les acteurs institutionnels et économiques tels que les instances politiques, touristiques, les institutions locales, etc.) avec l'*underground* (les festivalières et festivaliers, les artistes et les communautés créatives issues de la scène metal qui développent l'activité économique du territoire durant le festival).

Ainsi, au-delà de leur influence sur leur identité, les festivals de musique deviennent un véritable moteur de créativité pour les territoires. Ils leur permettent de se renouveler et d'exprimer leur potentiel créatif à travers des projets, des événements et des espaces qui encouragent l'innovation. Ils deviennent une ressource pour la transformation des espaces urbains et l'émergence de nouvelles dynamiques sociales, culturelles et économiques. En agissant comme un *middleground* entre différents acteurs, la musique crée des ponts et participe à la construction d'une identité territoriale moderne et inclusive.

Cependant, bien que le rôle du festival en tant que *middleground* puisse stimuler la créativité territoriale en connectant diverses communautés, il n'en reste pas moins que cette interaction entre différents acteurs, notamment issus de l'*underground* et de l'*upperground*, peut s'avérer complexe. D'une part, les festivaliers et artistes, qui font partie de l'*underground*, sont souvent motivés par des valeurs de liberté créative, d'autonomie artistique, et de subversion des normes établies. Leur objectif principal est de créer un espace d'expression personnelle et collective qui, bien que souhaitant se distinguer initialement des contraintes du marché et des attentes commerciales, s'y inscrit pleinement.

D'autre part, les acteurs de l'*upperground*, tels que les institutions politiques ou les professions du tourisme, ont des intérêts souvent plus orientés vers la rentabilité, la gestion de l'image du territoire et l'attractivité économique. Pour autant, les acteurs locaux mettent également en place des actions d'intérêt général (début des travaux du nouveau lycée Aimé-Césaire en 2011 entraînant le déménagement du festival, désenclavement de Clisson, située dans l'aire d'attraction de la métropole nantaise, *via* la gare également sollicitée par les festivaliers, etc.).

Ces divergences peuvent parfois entraîner des tensions, car les objectifs des uns (dynamiser la scène musicale locale, favoriser l'innovation artistique) ne sont pas toujours alignés avec ceux des autres (attirer des touristes, garantir la stabilité économique). Les festivals, en tant qu'espaces de rencontre et d'échange entre ces deux mondes, doivent donc jouer un rôle d'équilibriste, cherchant à répondre à la fois aux exigences créatives des artistes et des festivaliers et aux attentes pratiques des autorités publiques et des acteurs économiques. Ce défi de coordination et de négociation entre des parties prenantes aux logiques souvent opposées fait partie intégrante de la gestion du *middleground*, et si ce travail de médiation est mal maîtrisé, il peut nuire à la réussite du festival et à la valorisation du territoire. L'enjeu est de créer des synergies entre ces différentes parties prenantes sans sacrifier l'authenticité de la scène créative locale, malgré des temporalités pouvant être différentes entre les acteurs.

Pour étudier cela, nous proposons de nous intéresser plus particulièrement au Hellfest, qu'il convient de qualifier, d'un point de vue scientifique, d'exemplaire[3], tant il s'agit d'un cas critique dont les fondements théoriques sont bien définis, d'un cas révélateur d'un phénomène peu accessible à toute investigation scientifique, et d'un cas extrême permettant d'étudier un phénomène rare. Le Hellfest se positionne comme un acteur structurant du développement local, multipliant les interactions entre culture et économie, grâce à diverses initiatives concrètes : l'instauration d'un rond-point surmonté d'une sculpture de guitare géante, la mise en place de la marque territoire[4] « Clisson Rock City », ou encore la création de partenariats avec les vigneronnes et vignerons locaux *via* le « Kingdom of Muscadet ». En 2024, la commande de la sculpture *La gardienne des ténèbres* à une association nantaise et le lancement du premier festival « Hellfest Kids » réservé aux habitantes et habitants de l'agglomération soulignent cette volonté de renforcer les liens territoriaux et s'inscrivent dans une forme de continuité : le Hellfest a, dès 2008, commencé à travailler avec des acteurs tels que Madneom pour structurer l'espace du festival avec des œuvres visuelles comme le *Mausolée de Lemmy*, créé en 2016 en hommage à Lemmy Kilmister, leader de Motörhead, décédé en 2015. Si la plupart des installations ont été prises en charge par le festival lui-même, pour la *Gardienne des ténèbres* (projet estimé à 12,5 millions d'euros), 7 millions de subventions ont été demandés au département, à la région, à la commune de Clisson ainsi qu'à l'agglomération Sèvre et Maine (amenant des tensions vis-à-vis de leur obtention ou refus).

En mobilisant les quatre composantes du *middleground* – espaces, lieux, projets et événements –, le Hellfest contribue à articuler les intérêts socio-économiques d'une

multitude de parties prenantes. Tout en nous inscrivant dans la lignée des travaux d'Emmanuel Négrier et Marion Vidal[5], nous nous référons donc à ce modèle, qui invite à repenser le rôle des festivals de musique dans le développement local en montrant comment une identité culturelle forte peut devenir une force motrice pour l'attractivité, l'innovation et la cohésion sociale d'un territoire.

1. Présentation du Hellfest

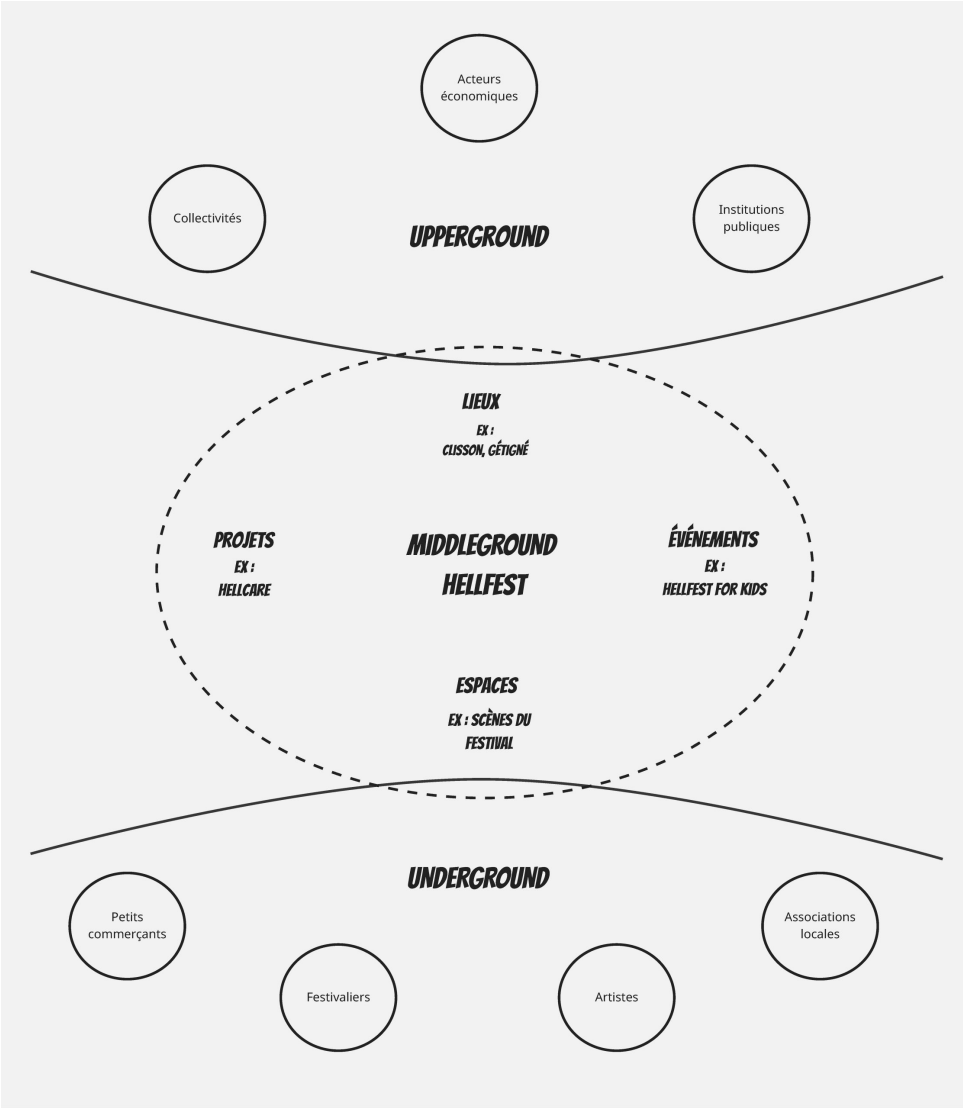
Depuis sa création en 2006, le Hellfest Open Air Festival s'est imposé comme l'un des plus grands rendez-vous mondiaux des amateurs et amatrices de musiques extrêmes. Fondé par Ben Barbaud et Yoann Le Nevé, cet événement annuel se déroule à Clisson, une commune de 7 500 habitants située en Loire-Atlantique, près de Nantes. Organisé par l'association non lucrative Hellfest Productions, le festival attire chaque année des dizaines de milliers de spectateurs et spectatrices venus des quatre coins du monde.

Le Hellfest se distingue d'autres festivals de metal par sa programmation riche et diversifiée, rassemblant des groupes emblématiques et émergents de la scène metal et de ses innombrables sous-genres[6]. Cet éventail musical permet aux festivaliers de découvrir ou redécouvrir des groupes mythiques tout en explorant de nouveaux horizons sonores.

Au-delà de sa dimension musicale, le Hellfest joue un rôle économique et culturel majeur sur son territoire[7]. Il génère des retombées significatives pour l'hôtellerie, la restauration et les commerces locaux, tout en contribuant à donner de Clisson l'image d'un haut lieu de la culture « rock »[8]. En 2015, l'association Le Pôle annonçait plus de 20 millions de retombées économiques[9] ; en 2025, lors d'une conférence publique, Ben Barbaud annonçait plus de 60 millions. Le succès et la popularité grandissante du festival durant la deuxième décennie de son existence suggèrent l'importance du metal dans l'industrie musicale et témoignent du dynamisme de cette scène en perpétuelle évolution[10].

L'implantation territoriale du Hellfest a évolué au fil des ans. Des relations avec diverses parties prenantes se sont formalisées afin de lui permettre de rayonner sur son territoire, faisant de ce festival un *middleground* (voir figure 1).

Figure 1. Le Hellfest comme *middleground* du territoire (inspiré de Sarazin *et al.*, 2017[11]).



Création du lien avec la commune (2006-2011)

L'histoire du Hellfest est indéniablement liée à l'histoire de la commune de Clisson. Comme tout événement, ce dernier ne peut avoir lieu sans l'accord préalable des institutions, dont la commune d'accueil. Lors des premières éditions, le festival a ainsi pu compter sur le soutien de la mairie de Clisson pour utiliser les infrastructures communales (complexe sportif du Val-de-Moine). Le festival a également choisi de s'appuyer sur Animaje, association locale d'éducation populaire, qui lui fournit de nombreuses et nombreux bénévoles (450 dès 2008) pour gérer différents postes sur le festival : accueil des artistes et gestion des loges, camping, dessoiffeurs et dessoiffeuses[12], etc. L'année 2007, deuxième édition du Hellfest, a été particulièrement pluvieuse. Elle a donc amené le festival à interagir avec des acteurs locaux, notamment pour rendre le site du festival praticable, illustrant le soutien reçu par ce dernier sur son territoire. Cette édition suggère aussi une forme de solidarité des Clissonnaises et Clissonnais, qui apportent leur aide aux festivaliers, en proposant quelques boissons chaudes, une douche, des bottes… Si, pendant ces

premières éditions, le lien aux habitants est observable sans être quantifiable, il reflète néanmoins l'existence de liens forts entre le Hellfest et une partie des acteurs locaux[13].

Toutefois, malgré ces relations, le festival a fait face à une première opposition en 2008[14]. L'association Bien vivre à Clisson… sans Hellfest, créée du fait des représentations liées à la musique metal, incarne une première forme instituée de contestation locale. Dans cette lignée, les jeunes du Centre national des indépendants et paysans (CNIP) soutiennent une demande d'arrêt de subventions au festival. En 2010, le Hellfest devient la cible de critiques politiques et religieuses à l'échelle nationale alors qu'il franchit la barre des 20 000 visiteurs et visiteuses sur 3 jours. Les Associations familiales catholiques (AFC) intentent une action en justice contre le festival. Christine Boutin, alors membre fondatrice du Parti chrétien-démocrate, s'oppose publiquement à son existence *via* un courrier en date du 17 mars, envoyé à l'entreprise Kronenbourg, marque de bière partenaire du Hellfest, accusant le festival de valoriser la « culture de la mort ». De son côté, Philippe de Villiers, parlementaire européen, l'accuse d'être vecteur d'idées néfastes. En mai 2010, le député Patrick Roy saisit à l'Assemblée Frédéric Mitterrand, alors ministre de la Culture, ainsi que les détracteurs et détractrices du Hellfest, rappelant l'importance de la diversité culturelle et de la scène « rock metal » en France. Le maire de Clisson, Jean-Pierre Coudrais, est amené à prendre la défense du festival, cherchant une solution pour sa pérennisation en 2012.

Changement de site, tournant symbolique (2012-2015)

Le projet de construction du lycée Aimé-Césaire, qui aboutit en 2013 à son ouverture sur l'ancien site du festival, amène ce dernier à déménager en 2012 de l'autre côté de la départementale D149, sur un terrain qui accueillait historiquement des vignes dédiées à la production de muscadet ainsi que le « Camping festivaliers ». La signature d'un bail local agricole avec les vignerons sous-tend un lien étroit entretenu avec le territoire. Le coût du déménagement est estimé à 1 million d'euros, dont 400 000 euros de subventions publiques provenant des collectivités locales. L'aménagement du site marque une volonté d'ancrage du festival dans la commune, avec des installations structurelles nouvelles comme une cathédrale éphémère et un arbre au centre du site, dont les branches forment l'inscription *Hellfest*. Soutenu par un nombre important de nouveaux mécènes et un public plus massif (passant de 25 000 visiteurs en 2011 à 46 000 en 2015), le Hellfest devient un rendez-vous symbolique pour ses participantes et participants, et institué localement.

Le festival devient aussi un levier de développement touristique, puisque le site est désormais ouvert au public à l'année, amenant ainsi les habitants à se le réapproprier, ainsi que l'esthétique proposée. Les festivaliers, au-delà de l'événement, commencent à découvrir la région à travers des projets touristiques, des partenariats avec les vignerons locaux et des initiatives comme la création du Kingdom of Muscadet en 2013 : un bar dédié à la consommation de muscadet, auquel conduisent une porte, représentant Bacchus avec une guitare, et une petite forêt. Cette collaboration avec le vignoble nantais se veut ainsi un soutien à l'économie locale[15].

En outre, l'élargissement des offres de logement par les habitants de Clisson eux-mêmes fait écho à leur intérêt économique pour le festival autant qu'à la demande des festivaliers. En effet, seules quelques solutions existaient initialement : un gîte (Moulin de Plessard) et deux hôtels, dont un ouvert en 2011. Avec la montée en puissance du festival, l'offre s'est diversifiée, notamment sur Airbnb, ainsi que *via* la plateforme Hellfest-hébergement.fr, active durant plusieurs années[16]. Désormais, de nombreux habitants louent des gîtes, des chambres d'hôtes ou proposent des emplacements pour tentes et camping-cars, générant ainsi une source de revenus supplémentaires, non seulement pendant le festival, mais aussi tout au long de l'année.

> **« Le festival devient aussi un levier de développement touristique, puisque le site est désormais ouvert au public à l'année, amenant ainsi les habitants à se le réapproprier, ainsi que l'esthétique proposée.**

Le lien avec la commune s'intensifie au fil des années. Dès 2014, le festival installe une guitare géante, réalisée par l'artiste Jean-François Buisson, à l'entrée du site, marquant un tournant dans la visibilité de l'événement. Cette guitare s'accompagne, sur l'un des bords du rond-point, d'un « H » (symbole du Hellfest) accompagné du message « Clisson Rock City », inscrit sur un vaste muret. Parallèlement, les commerçantes et commerçants locaux, conscients de l'intérêt socio-économique du festival pour le territoire, se mobilisent, en partenariat avec l'association des commerçants de Clisson, pour organiser des animations et renforcer les liens avec les festivaliers. Le développement des offres de logement, les transports améliorés (tram-train vers Nantes, gare SNCF et aéroport de Nantes aménagés pour les festivaliers) et l'augmentation des partenariats touristiques sont autant d'indicateurs de l'intégration croissante du festival dans le paysage local.

Lien formel renforcé, ancrage visible (2016-2022)

En 2022, du fait des éditions annulées au regard de la situation sanitaire liée au covid, le Hellfest organise une édition exceptionnelle de deux week-ends, qui permet à l'office de tourisme du Vignoble de Nantes de mettre en place un large programme touristique. Celui-ci comprend 80 animations et activités, allant des randonnées et visites de sites historiques à des dégustations de vin et à des excursions dans des lieux comme le château de Tiffauges, Pornic ou le parc du Puy du Fou. Un livret, relayé par les réseaux sociaux du festival, puis distribué pendant le festival, regroupe toutes ces informations, soulignant l'importance de l'offre touristique locale et du rayonnement accru de la région grâce au Hellfest. Selon les

statistiques réalisées en début d'année 2022[17], plus de 20 000 festivaliers – hors résidentes et résidents de Loire-Atlantique – sont restés entre les deux week-ends.

Cette transformation a également impacté les infrastructures de transport. La ligne tram-train entre Clisson et Nantes a été améliorée pour faciliter l'accès des festivaliers. En 2022, grâce à ces multiples évolutions, le Hellfest n'est plus un simple festival : il est devenu un moteur de développement touristique et économique pour Clisson et sa région, attirant visiteurs et amateurs de metal tout au long de l'année.

La Société nationale des chemins de fer français (SNCF), exploitant de la gare de Nantes, principal point de transit vers le Hellfest, y a par exemple organisé une journée spéciale d'animations. De son côté, l'aéroport de Nantes a adapté ses infrastructures pour accueillir une guitare de quelques mètres de hauteur aux couleurs du Hellfest et installer un salon dédié aux festivaliers, marquant ainsi son engagement envers cet événement emblématique. Cette double édition a également abouti à la création de deux parkings : un « petit » parking est, situé non loin de la seconde zone commerciale de la commune, et le parking ouest, deuxième plus grand parking de France après celui de Disneyland Paris, à plusieurs kilomètres du festival et desservi par des navettes, de jour comme de nuit, pendant la durée du festival. Des aménagements ont également été mis en place dans les quartiers environnants pour limiter la circulation des festivaliers avec leurs véhicules. La D149, qui servait de parking temporaire, est fermée aux voitures, désormais uniquement praticable à pied et à vélo pour les festivaliers, et permettant l'accès aux véhicules de secours. Alors qu'il est géré dans un espace relativement restreint lors des premières éditions, en 2023, le Hellfest « déborde » sur la commune et l'agglomération[18].

L'année 2022 a également vu naître le projet de prévention, intitulé Hellcare, pour répondre aux problématiques sociales : prévention auditive, prévention des risques d'addiction, prévention des risques sexués. Le pôle Hellcare dispose également d'une zone de répit et d'un espace d'échange en cas de violences.

Relations renforcées, nouveaux impacts (depuis 2023)

En 2023, le développement amorcé et formalisé au fil du temps est soutenu par des aménagements permanents, comme de nouvelles sculptures sur le site et des projets de mobilité renforcés. Cependant, la pérennité de l'événement dépend également de l'équilibre entre les attentes et les besoins des différents acteurs. Les tensions qui ont eu lieu en 2024 entre le Hellfest et l'agglomération Clisson Sèvre et Maine au sujet du réseau d'assainissement du festival en sont un exemple. En effet, si l'ouverture de la brasserie Hellcity en février 2025, notamment, nécessitait de renforcer la capacité du réseau, cette nouvelle infrastructure allait perpétuer par ailleurs, à travers une licence de marque, la présence quotidienne du Hellfest sur la commune. Or le festival est un vecteur de retombées économiques pour celle-ci : 890 emplois directs et indirects et 15 millions d'euros de fiscalité dont 80 % bénéficient à l'agglomération, d'après Ben Barbaud[19]. Cette situation illustre la recherche de compromis à laquelle peuvent faire face les événements dès lors qu'ils s'implantent durablement dans un territoire.

En ce qui concerne la population locale, le Hellfest a su tisser des liens forts avec une grande partie de celle-ci, en particulier avec des publics spécifiques variés. Si plusieurs milliers de bénévoles sont impliqués chaque année, l'événement a également ouvert son site à des initiatives sociales marquantes. Depuis 2015, il s'associe à la municipalité pour permettre aux habitants de découvrir les coulisses du festival, son implantation sur le territoire communal, et pour changer les représentations du public metal. Ainsi, les « visites des anciens » s'adressent à une tranche importante de la population clissonnaise – la part des plus de 60 ans est supérieure à 30 % –, un public dont la participation est d'autant plus intéressante qu'il est celui qui héberge les festivaliers. Du côté des plus jeunes, en 2024, le Hellfest met en œuvre une nouvelle initiative : le Hellfest Kids. Ce mini-festival d'une journée se déroule à Gétigné, commune voisine de Clisson, à l'espace Bellevue. Il est réservé aux élèves de CP de l'agglomération, chaque enfant pouvant venir avec deux accompagnantes ou accompagnants adultes, et la première édition a affiché complet avec plus de 3 000 personnes sur le site, dont 850 enfants. Le Hellfest Kids a permis aux artistes Smash Hit Combo puis Guillaume Aldebert de présenter un concert adapté au jeune public. Différentes activités étaient proposées par les associations locales, allant du maquillage aux barbes à papa, boissons, etc., dont les bénéfices ont été reversés dans leur totalité aux associations de la commune – renforçant, de ce fait, l'ancrage du festival auprès des familles et de l'agglomération. Le festival a ainsi consolidé ses engagements sociaux, en soutenant de nouvelles associations locales et par sa volonté de rendre accessible la culture metal auprès d'un public jeune. En 2025, il s'appuie par ailleurs toujours sur l'association Animaje pour les bénévoles.

En ce qui concerne ses engagements environnementaux, le Hellfest s'appuie désormais aussi sur le projet Anima'Green pour la collecte des déchets. Un projet de développement de l'emploi des énergies renouvelables a également abouti à la mise en place de panneaux solaires pour alimenter différents lieux, tels que le parking ouest, et pour permettre d'y recharger les voitures électriques. Sur ce même parking, une écologue intervient afin de préserver l'habitat naturel d'une dizaine de couples d'alouettes. Sur le site, dès 2024, le Hellfest s'est engagé dans un partenariat avec l'organisation non gouvernementale (ONG) Savage Lands, menée par le musicien Sylvain Demercastel. Celle-ci, dont l'objet principal est de préserver les forêts du Costa Rica, a engagé, dans le cadre de ce partenariat, différentes actions afin de favoriser, dans les années à venir, la reforestation des alentours du site du festival. Dans l'espace de l'Extreme Market, plusieurs associations sont représentées, notamment des associations régionales telles qu'Hardcore Cares, qui reloge des animaux, ou encore la Société protectrice des animaux (SPA) de Montaigu. Enfin, l'enquête menée par Le Pôle[20] souligne l'importance du partenariat avec la Ressourcerie culturelle de Montaigu-Vendée, qui permet de favoriser l'économie circulaire. Ces opérations ont commencé d'être mises en œuvre au cours de la dernière décennie, en même temps que le festival accédait à la pérennité économique, et sont toujours en phrase de développement – en témoigne la création en mai 2025 du Hellfest Lab, sous la direction de Cindy Pajot, responsable RSO (responsabilité sociétale des organisations) du festival.

Ces différentes initiatives illustrent la fonction d'intermédiation du Hellfest entre *upperground* et *underground* : elles amènent des institutions publiques à travailler

directement avec des associations locales ou des artistes, ce qui n'aurait pas lieu sans le cadre offert par le festival. Le Hellfest agit ainsi comme catalyseur de relations inédites, en transformant des coopérations ponctuelles en véritables dynamiques territoriales.

Si, à ce jour, le Hellfest Open Air bénéficie d'une bonne visibilité, son impact économique est plus grand encore. Le festival joue un rôle clé dans le développement de Clisson, si bien qu'il est intégré au projet de développement communal 2020-2030, et plus précisément à l'atelier « Renforcer encore et valoriser pleinement l'image et la notoriété du territoire » organisé en 2021 par l'agglomération Sèvre et Maine, dont les objectifs concernaient les points suivants : construire une identité forte en valorisant la richesse du territoire, pour les résidents et les touristes ; questionner le tourisme local ; apporter une réflexion collective autour de l'identification des axes de développement, mais aussi autour de la communication du territoire en la matière.

> **“ Le festival a ainsi consolidé ses engagements sociaux, en soutenant de nouvelles associations locales et par sa volonté de rendre accessible la culture metal auprès d'un public jeune.**

Impacts de la consommation du public

En 2022, le Hellfest a sollicité plusieurs chercheurs et chercheuses (incluant l'auteur et les autrices de l'article), regroupés sous le collectif Hellstats, pour réaliser une étude en amont et en aval de la double édition du festival (récoltant près de 13 000 réponses exploitables), afin de mieux connaître son public et ses pratiques et, ainsi, d'adapter son offre.

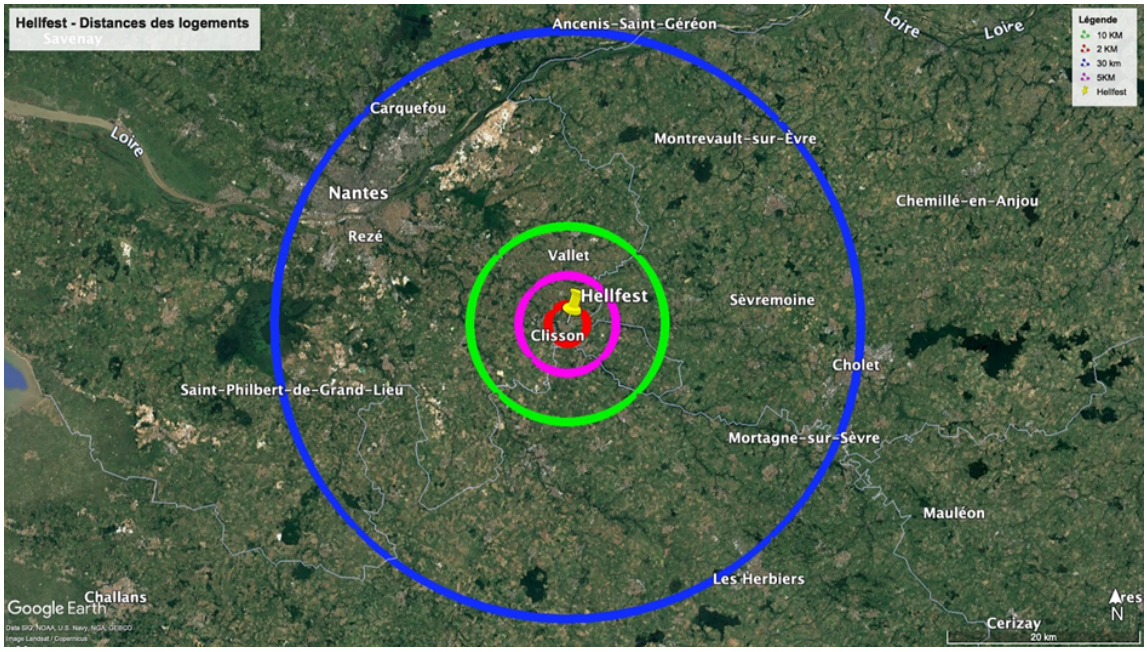
Une première étude menée par Christophe Guibert et Gérôme Guibert en 2011[21] faisait état d'une moyenne d'âge des festivaliers de 26 ans. Si celle-ci était ensuite de 32,7 ans en 2019, la dernière enquête de 2022[22] témoigne d'une moyenne d'âge dépassant dorénavant les 39 ans. Le public féminin atteint également les 27 %, alors qu'il ne représentait que 19,3 % en 2011. En outre, les dernières données collectées montrent que le public du Hellfest est en majorité une population active, composée à 48,9 % de cadres et professions intellectuelles supérieures, et pour 78,6 % détentrice au minimum d'un bac + 2 – parmi lesquels 36,7 % sont également titulaires d'un bac + 5. Ces chiffres témoignent d'un public disposant d'un pouvoir d'achat de plus en plus important au fil des ans. Dans le même temps, une part du public vieillit en même temps que le festival (selon l'enquête 2019, plus de la moitié des festivaliers venaient depuis plus de 7 ans), ce qui a un impact sur les pratiques d'hébergement : de plus en plus de festivaliers dorment en gîte ou chez l'habitant. Par ailleurs, l'étude « Hellstats » met en évidence l'apparition de nouveaux publics (notamment caractérisés par une diversité de goûts), qui viennent au Hellfest pour

vivre une expérience : en 2022, 25,7 % de la population interrogée étaient des primo-festivaliers. Il est important de souligner que l'image médiatique du festival n'est plus la même que durant ses premières années : les différents médias favorisent aujourd'hui l'acceptabilité du genre metal. À titre d'exemple, les reportages de M6, qui jusqu'en 2011 critiquaient ouvertement le festival ou le stigmatisaient, sont devenus dithyrambiques. Les médias généralistes, nombreux, dans la dernière décennie, à être venus au Hellfest, font changer le regard sur le festival. Celui-ci est devenu pérenne et a investi dans une identité visuelle (parc ouvert à l'année où l'on peut découvrir les structures), se rendant identifiable.

Plus de quinze ans après l'arrivée du Hellfest à Clisson, les festivaliers, dont le profil a donc évolué au fil des ans, et les habitants ont noué des liens forts[23] , ne serait-ce que par l'intermédiaire des habitudes créées sur le territoire. Ainsi, l'entretien avec l'un des responsables de l'association des commerçants en 2023 attestait de zones plus ou moins fréquentées dans la commune. De plus, l'un des aspects incontournables du séjour a trait à l'hébergement ; or, si le camping gratuit proposé par le festival reste le premier choix pour se loger (38,3 % des festivaliers en 2022), 25,5 % des festivaliers ont opté pour un logement en gîte, à l'hôtel ou chez l'habitant lors de la double édition. Il est intéressant de noter que malgré la visibilité internationale du Hellfest, en 2022, 17,8 % des festivaliers déclarent provenir du département Loire-Atlantique (44).

Géographiquement, les logements les plus plébiscités sont ceux aux alentours du site (et pouvant être rejoints à pied, la plupart des voies environnantes excluant l'emploi des voitures). La mise en cartographie (voir figure 2) permet de mettre en lumière la concentration de lieux d'hébergement dans un rayon d'une vingtaine de kilomètres séparant notamment le festival de la métropole nantaise, desservie toutes les nuits, pendant l'événement, par des navettes de type bus et train.

Figure 2. Hellfest : distance des lieux de logement par rapport au site du festival (hors camping). Source : enquête « Hellstats », 2022. Cartographie réalisée avec Google Earth Pro.



Légende :
20,3 % des festivaliers logent dans le rayon de 2 km (rouge).
10,7 % logent dans le rayon de 2 à 5 km (violet).
6,6 % logent dans le rayon de 5 à 10 km (vert).
13,5 % logent dans le rayon de 10 à 30 km (bleu).
11,8 % logent au-delà de 30 km.

Si le nombre de personnes logeant à l'extérieur du festival entraîne indéniablement des retombées économiques sur le territoire, la fréquentation des commerces locaux est disparate. L'enquête réalisée en 2022 montre que 29,2 % des festivaliers font leurs courses en amont du festival, et 29,6 % les font en arrivant au Hellfest à la grande surface E.Leclerc de Clisson, qui demeure le premier choix des festivaliers (6,29 % indiquent faire leurs courses au Super U et 1,57 % à l'Intermarché). Ce choix s'explique par la localisation du festival à 350 mètres du centre commercial et par les nombreuses opérations mises en place par E.Leclerc sur la nourriture, les boissons, les caisses spécifiques, jusqu'au festival « Hellfest le Off » instauré depuis 2014. En ce qui concerne les commerces locaux, 45 % des festivaliers interrogés déclarent ne pas les fréquenter. L'activité économique est ainsi concentrée au sein même du festival.

Le Hellfest ayant développé une offre répondant aux besoins des festivaliers (possibilité de recharger son téléphone portable, distributeurs automatiques de billets, vente de cigarettes électroniques, de petits déjeuners, etc.), ce dernier peut être qualifié de festival 360°, car il limite ainsi leurs déplacements dans la commune. Alors qu'il est indéniablement un levier d'attractivité territoriale, le festival n'entraîne pas l'effet économique escompté pour les commerces locaux. Les données récoltées par les observations menées lors des différentes éditions permettent de constater que les festivaliers ont tendance à ne pas sortir de

l'enceinte du festival une fois les animations commencées. Ainsi, en ce qui concerne les dépenses réalisées en dehors du site du festival (dans les commerces de Clisson et le vignoble), 44,5 % des répondantes et répondants interrogés en 2022 déclarent ne rien avoir dépensé et 22,3 % ont dépensé moins de 50 euros. Seuls 3,9 % de festivaliers déclarent avoir dépensé plus de 200 euros. En réponse à ce constat, l'association des commerçants de Clisson multiplie les opérations visant à drainer le flux de festivaliers vers leurs commerces.

Les résultats de cette étude sont à nuancer : les retombées indirectes d'un festival sur son territoire peuvent être de plusieurs natures[24]. Ainsi, dans la lignée des travaux de Yann Nicolas[25], notre article montre que le festival est une source d'emploi : directe si l'employeur est le festival ; indirecte dans le cas d'une prestation de service, de communication, de presse, etc. ; induite si ces emplois sont créés par la présence du festival sur sa commune, témoignant d'une « économie d'opinion[26] » *via* sa réputation. Nous pourrions par exemple citer des restaurateurs tels que le fast-food McDonald's de Clisson, situé sur le parking de l'E.Leclerc et qui nécessite l'embauche de personnel saisonnier le temps du week-end du Hellfest, ou encore la présence de nombreux Uber dans la commune, absents le reste de l'année. Le festival participe à créer des emplois, certes saisonniers et temporaires, parfois précaires, mais générant d'importants échanges économiques sur le territoire de la commune d'accueil.

2. Conclusion

Outre les retombées économiques ponctuelles qu'il génère, le Hellfest s'est durablement ancré dans le territoire, en agissant comme un *middleground* connectant deux sphères souvent disjointes : l'*underground* (festivaliers, artistes, associations locales, petits commerçants) et l'*uppergound* (collectivités, acteurs économiques, institutions publiques). Comme nous l'avons vu précédemment, en mobilisant les quatre composantes du *middleground* – projets, lieux, espaces et événements –, le festival a su aligner les intérêts et les attentes de ces parties prenantes, créant ainsi un écosystème créatif cohérent et durable.

Dans ce contexte, le *middleground* devient le lieu d'un métissage entre l'événement majeur et diverses initiatives locales. Ce croisement entre les festivaliers, la population locale et les acteurs dont le rayonnement est plus large (par exemple, *bookers*, agentes et agents, labels pour les acteurs économiques et mairie, département, région pour les institutions publiques) est un processus qui favorise l'ouverture et l'implantation du festival sur son territoire, mais qui soulève parfois des tensions, notamment autour des enjeux d'acceptabilité sociale et politique du festival.

Ce rôle d'interface, initialement fondé sur une acceptabilité conditionnelle des institutions locales, a évolué vers une légitimité territoriale forte, incarnée par la création d'une marque territoire partagée : Clisson Rock City. Ce changement illustre la capacité du Hellfest à faire du territoire non seulement un espace d'accueil, mais aussi un acteur à part entière du projet culturel. Les installations permanentes – telles que la guitare géante, le *Mausolée de*

Lemmy, ou encore la brasserie Hellcity – participent à la création d'une identité partagée entre le festival et la commune, tout en favorisant l'émergence d'un tourisme pérenne.

Le Hellfest est aujourd'hui bien plus qu'un événement : il est devenu une destination touristique à part entière, dont le rayonnement dépasse la temporalité du festival. Le site, accessible tout au long de l'année, attire curieuses et curieux, passionnées et passionnés, tandis que les partenariats avec les vignerons locaux ou les initiatives de l'office de tourisme favorisent une dynamique de tourisme durable, ainsi que la construction de lieux de consommation répondant aux besoins de ces « touristes singuliers ». Ainsi, l'espace culturel E.Leclerc a créé un espace dédié au Hellfest permettant d'acquérir des objets inédits, estampillés des logos « H » ou « Hellfest » ; et la boutique Sin City, spécialisée dans les looks de metal, s'est installée face à la gare. Cette transformation territoriale est à la fois symbolique et économique, mais produit aussi de nouveaux enjeux sociaux et environnementaux[27].

Le lancement du Hellfest Kids, les visites du site pour les seniors, les engagements écologiques et la mise en réseau avec des associations locales montrent que le festival cherche désormais à être un acteur de la cohésion sociale et de la durabilité environnementale. Le Hellfest n'agit plus uniquement pour son propre bénéfice économique, mais participe activement à la valorisation du territoire dans toutes ses dimensions.

Il convient toutefois de souligner que cette fonction d'intermédiaire du festival n'efface pas les divergences persistantes. Les exemples du financement de certaines installations, de la répartition inégale des retombées économiques entre commerces, ou encore des tensions autour des infrastructures (eaux usées, mobilité) rappellent que l'articulation entre *upperground* et *underground* n'est jamais acquise. Le Hellfest doit composer avec des temporalités, des objectifs et des représentations qui ne se superposent pas toujours, ce qui en fait un espace de médiation autant qu'un lieu de friction. En somme, le cas du Hellfest illustre la manière dont un festival peut devenir un moteur de créativité territoriale en alignant les intérêts de ses parties prenantes, grâce à une stratégie d'intermédiation solide.

Enseignements tirés du cas du Hellfest

Le cas du Hellfest est porteur de divers enseignements, que nous synthétisons dans le tableau 1.

Enseignement	Détail
Penser l'implantation comme une co-construction territoriale	S'associer très tôt avec les acteurs locaux (élues et élus, commerçants, habitants, associations) pour co-construire l'événement. Ne pas viser l'acceptabilité minimale, mais la création d'une identité territoriale partagée.

Devenir un *middleground* : aligner les parties prenantes	Être une interface active entre l'*upperground* (institutionnels) et l'*underground* (public, associations, artistes). Cela suppose de connaître les attentes des acteurs (questionnaires, évaluations) et de créer des projets qui répondent à leurs besoins spécifiques.
Investir dans des lieux, espaces et événements durables	Créer des espaces visibles et pérennes (exemples : sculpture, salle ou espace ouverts et accessibles pour tous les publics) permettant de prolonger l'expérience, de la faire connaître et ainsi se distancier des préjugés, et de stimuler le tourisme hors période événementielle. Favoriser des événements annexes visant un public distinct (à l'image du Hellfest Kids), pour inclure toute la population (et amorcer un renouvellement du public).
Passer du levier économique à la valeur sociale et environnementale	Développer des actions durables au-delà de l'économie : écologie, inclusion sociale, initiatives culturelles locales. S'ancrer durablement, en étant créateur d'emplois, permet de participer au dynamisme territorial. Démontrer son utilité sociale et diversifier ses retombées.
Co-construire une marque territoire	Co-construire avec la commune une marque partagée qui valorise à la fois l'événement et le territoire (exemples : Clisson Rock City, Kingdom of Muscadet). Cela renforce la légitimité du festival auprès du grand public et des décideurs.

Bien que le cas du Hellfest soit exemplaire et reste relativement unique en son genre, son modèle invite à repenser la place des événements culturels dans le développement local, non plus comme des leviers économiques isolés, mais comme des interfaces stratégiques au service de l'attractivité, de la cohésion sociale, de l'innovation et de la durabilité des territoires, faisant de ces derniers des territoires créatifs. Le cas du Hellfest amène toutefois à des précautions : pour un festival, l'enjeu de son implantation territoriale réside dans l'articulation des acteurs de l'*underground*. La réponse aux besoins des festivaliers et de la population locale doit impérativement associer les acteurs économiques locaux et leurs savoir-faire, afin de satisfaire les attentes de l'ensemble des parties prenantes.

---

[1] DECHAMP G. et SZOSTAK B. L., « Créativité organisationnelle et territoire créatif : nature de l'influence et enjeux stratégiques pour les organisations », *M@n@gement*, vol. 19, n° 2, 2016, p. 61-88, en ligne : https://doi.org/10.3917/mana.192.0061.

[2] COHENDET P. *et al.*, « The anatomy of the creative city », *Industry and Innovation*, vol. 17, nº 1, 2010, p. 91-111.

[3] YIN R. K., « Designing case studies », dans L. Maruster et M. J. Gijsenberg (éd.), *Qualitative Research Methods*, Londres, Sage, 2013, p. 359-400.

[4] Ensemble des stratégies de communication et d'identité mises en place pour promouvoir un territoire. Voir MARTIN E. et CAPELLI S., « Place brand communities: from terminal to instrumental values », *Journal of Product & Brand Management*, vol. 27, nº 7, 2018, p. 793-806.

[5] NÉGRIER E. et VIDAL M., « L'impact économique de la culture. Réels défis et fausses pistes », *Economia della Cultura*, nº 4, 2009, p. 487-498, en ligne : https://hal.science/hal-01437511v1.

[6] CHARBONNIER C. et GARCIN M. (dir.), *Metal. Diabolus in musica*, Paris, Gründ-Philharmonie de Paris, 2024.

[7] GUIBERT C., « Festival Hellfest de Clisson. Les retombées économiques de la musique *metal* plus fortes que sa stigmatisation », *Espaces. Tourisme et loisirs*, nº 309, déc. 2012, p. 13-18, en ligne : https://shs.hal.science/halshs-01098692v1.

[8] PAVAGEAU H., « Hellfest : quelles retombées économiques pour le territoire ? », *L'Hebdo de Sèvre et Maine*, 27 mai 2016, en ligne : https://actu.fr/pays-de-la-loire/clisson_44043/hellfest-quelles-retombees-economiques-pour-le-territoire_9038510.html.

[9] Le Pôle de coopération pour les musiques actuelles en Pays de la Loire, « Les festivals de musiques actuelles en Pays de la Loire », 2016, en ligne : https://lepole.asso.fr/library/document/file/2022/10/eddf5e2b-424b-426c-b546-414cc5e19fab.pdf.

[10] MOREIRA E., « Hellfest : les chiffres dantesques du célèbre festival de metal », *Les Échos*, 16 juin 2022, en ligne : https://www.lesechos.fr/industrie-services/services-conseils/hellfest-les-chiffres-dantesques-du-celebre-festival-de-metal-1413781.

[11] SARAZIN B. *et al.*, « La pratique des communautés : comment l'entreprise peut mobiliser les communautés d'innovation », dans B. Sarazin *et al.*, *Les communautés d'innovation. De la liberté créatrice à l'innovation organisée*, Caen, EMS (Éditions management et société), 2017.

[12] Spécialistes de la distribution de boissons ambulante.

[13] CHARBONNIER C., « Approche anthropologique du festival du Hellfest : un lieu de pèlerinage pour metalheads », thèse en anthropologie, Tours, université de Tours, 2015.

[14] GUIBERT G., « Le Hellfest, arène discursive. Sociologie des festivals de musique *live* comme sphères publiques », *Criminocorpus*, nº 11, 2018, https://doi.org/10.4000/criminocorpus.6393.

[15] À titre indicatif, avec une consommation atteignant 24 000 litres de vin en 2024, et la vente de 6 000 bouteilles de la cuvée spéciale Hellfest.

[16] Avant sa fermeture en 2024, à la suite de tentatives de fraude.

[17] Données internes « Hellstats » de 2022. Au sujet de cette étude, voir notamment RAINEAU C., « Entretien. "Plus du tiers des festivaliers du Hellfest présentent un niveau bac +5" », *Presse Océan*, 25 mai 2023, en ligne : https://www.ouest-france.fr/festivals/hellfest/entretien-plus-du-tiers-des-festivaliers-du-hellfest-presentent-un-niveau-bac-5-103c7a86-f988-11ed-9cb0-66cad6563dc6.

[18] BODIN L. *et al.*, « Déborder en ville sans déborder la ville : le Hellfest à Clisson », *Urbanités*, nº 19, 28 juin 2024, en ligne : https://www.revue-urbanites.fr/19-bodin.

[19] Voir MALBŒUF V., « Assainissement du bar-brasserie du Hellfest : Ben Barbaud monte au créneau et tacle les élus locaux », *L'Hebdo de Sèvre et Maine*, 29 oct. 2024, en ligne : https://actu.fr/pays-de-la-loire/clisson_44043/assainissement-du-bar-brasserie-du-hellfest-ben-barbaud-monte-au-creneau-et-tacle-les-elus-locaux_61797194.html.

[20] Le Pôle, « Énergie, restauration, mobilités, déchets : on a tout compté ! », 2 juill. 2024, en ligne : https://lepole.asso.fr/posts/3004/energie-restauration-mobilites-dechets-on-a-tout-compte.

[21] GUIBERT C. et GUIBERT G., « The social characteristics of the contemporary metalhead. The Hellfest survey », dans A. Brown *et al.* (éd.), *Global Metal Music and Culture. Current Directions in Metal Studies*, New York, Routledge, 2016, p. 167-189.

[22] CHARBONNIER C., « Gentrifying metal? the evolving gender and social class characteristics of metal festival audiences: a statistical study of the Hellfest festival (France) », dans R. Garbaye et G. Guibert (éd.), *Musical Scenes and Social Class. Debating Punk and Metal*, Cham, Palgrave Macmillan, 2024, p. 195-209.

[23] FREY C., « Clisson Rock City. Le Hellfest du siècle », France Bleu, sept. 2022, en ligne : https://www.francebleu.fr/emissions/clisson-rock-city-bienvenue-au-hellfest.

[24] Les retombées directes pour le territoire sont les dépenses générées par l'activité du festival elle-même : l'argent dépensé dans la production de l'événement, le cachet des artistes, les montants versés aux entreprises prestataires de services, ou encore l'achat du ticket d'entrée. Les retombées indirectes prennent entre autres en compte les dépenses touristiques du public. Voir BRENNETOT A., « Des festivals pour animer les territoires », *Annales de Géographie*, t. 113, nº 635, 2004, p. 29-50, en ligne : https://doi.org/10.3406/geo.2004.21409.

[25] NICOLAS Y., « Les premiers principes de l'analyse d'impact économique local d'une activité culturelle », *Culture méthodes*, n° 2007-1, avr. 2007, p. 1-8, en ligne : https://books.openedition.org/deps/324.

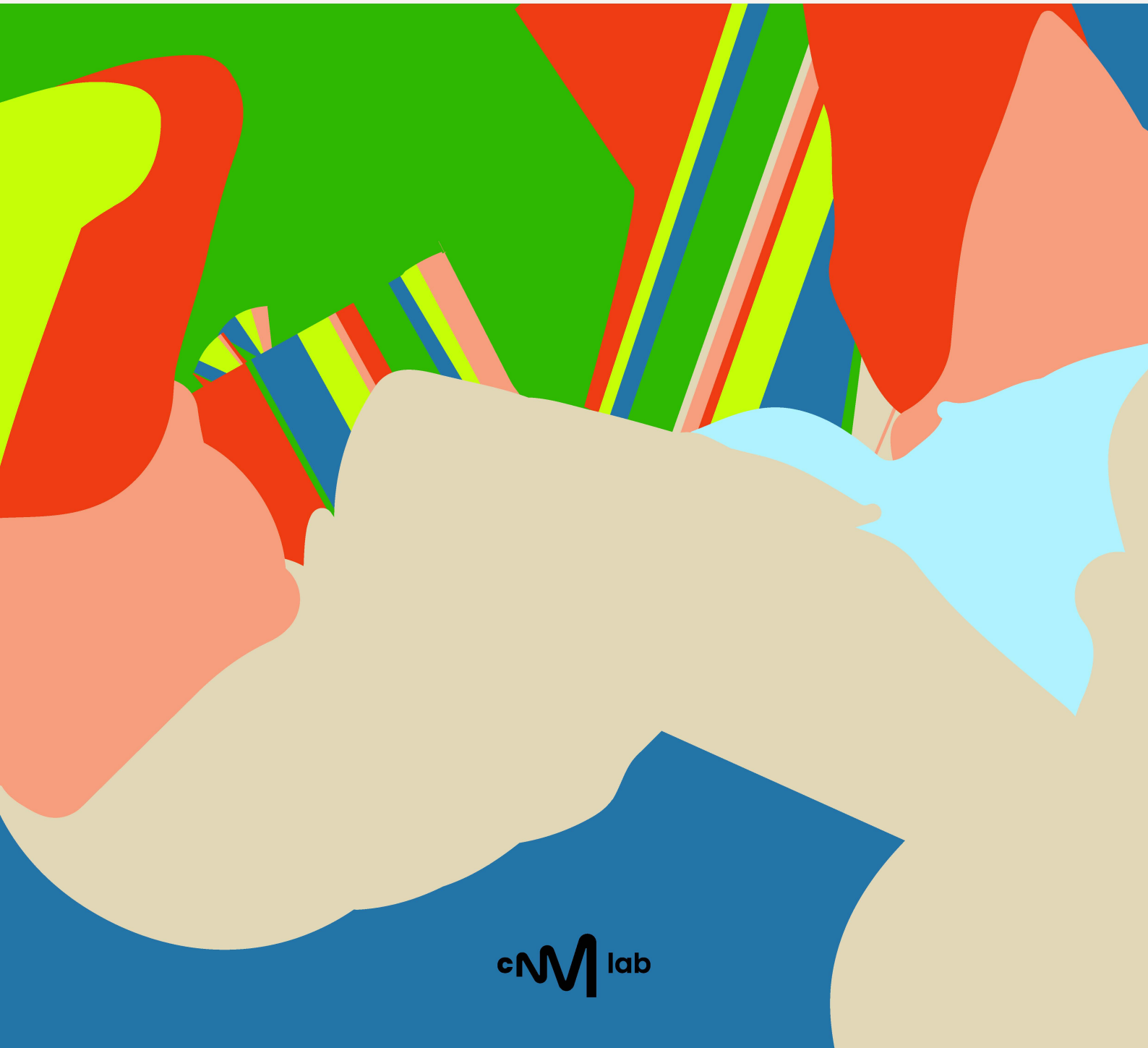
[26] ORLÉAN A., *Le pouvoir de la finance*, Paris, Odile Jacob, 1999.

[27] ARGENTINI C., « Hellfest 2025. Un vrai business qui fait aussi travailler 225 entreprises en Pays de la Loire », *Ouest-France*, 18 juin 2025.

Écologie, musique et territoires

Penser l'empreinte territoriale du secteur musical à l'heure des bouleversements écologiques

Par Basile Michel



Écologie, musique et territoires

Penser l'empreinte territoriale du secteur musical à l'heure des bouleversements écologiques

Basile Michel

Basile Michel est docteur en géographie et maître de conférences à l'université de Cergy–Paris, membre du laboratoire PLACES et chercheur associé au laboratoire Espaces et Sociétés. Il est responsable scientifique du projet ECOMUSIQ financé par l'Agence nationale de la recherche (ANR) et dédié, dans une perspective territoriale, aux enjeux écologiques dans le secteur musical.

Introduction

Les enjeux écologiques de la musique font l'objet d'une attention croissante de la part des différents acteurs et actrices du secteur. Depuis l'engagement de festivals au début des années 2000, les initiatives prenant en compte les questions environnementales se sont multipliées au tournant des années 2020. Mêlé à des injonctions institutionnelles à la « transition écologique », ce foisonnement fait de l'écologie un sujet de réflexion, de débat et d'action au sein de la filière. Pourtant, comme dans l'ensemble de la société, peu de changements fondamentaux ont lieu : la musique demeure dominée par les logiques du capitalisme mondialisé et du star-système qui participent activement aux dégradations environnementales et sociales contemporaines. Malgré tout, certains acteurs expérimentent d'autres manières de penser et de faire dans le secteur musical à l'heure des bouleversements écologiques. C'est le cas, par exemple, du festival La P'Art Belle et du groupe Aïla qui s'engagent dans une démarche écologique transversale autour des enjeux de sobriété, de post-croissance et de relation au vivant par l'art.

Dès lors, l'objectif de cet article est d'analyser ces initiatives alternatives en matière d'écologie dans le secteur musical, afin d'éclairer les manières d'opérer un changement radical de paradigme et de système de valeurs à la hauteur des enjeux posés par la situation écologique. Il s'agit d'interroger les modalités de déploiement de ces initiatives (acteurs impliqués, valeurs engagées, difficultés rencontrées, etc.), ainsi que leur empreinte territoriale[1], c'est-à-dire leur portée et leurs effets sur le territoire, particulièrement en matière de participation culturelle, de stimulation du lien social et de mutation écologique. Le territoire est ici considéré au sens géographique d'une portion d'espace telle qu'elle est pratiquée, représentée, appropriée par les différents acteurs qui la composent et la façonnent[2]. Il est ainsi autant sinon plus un espace vécu par celles et ceux qui l'habitent, aux échelles et aux contours mouvants, qu'un découpage administratif ou politique, qui fait toutefois référence pour les décideurs et décideuses publics et autres institutions.

Cet article est fondé sur une recherche empirique sur le thème de l'écologie et des territoires dans le secteur musical (voir encadré méthodologique). Il est structuré en trois parties. La première pose le contexte des enjeux écologiques dans la musique et éclaire l'insoutenabilité du modèle dominant des industries musicales. La seconde définit d'abord une proposition conceptuelle autour de la décroissance et de l'empreinte territoriale pour penser une sortie de ce modèle, avant de présenter deux initiatives concrètes expérimentant une approche écologique transversale. La troisième analyse, au prisme de leur empreinte territoriale, la contribution de ces initiatives à un changement de paradigme au profit d'alternatives écologiquement soutenables fondées sur la réduction des échelles et la valorisation de l'inscription territoriale des artistes et de la filière musicale.

Encadré méthodologique

Cet article s'appuie sur une recherche menée de 2021 à 2025, en collaboration avec la structure culturelle Trempo (projet ECOMUSIQ financé par l'Agence nationale de la recherche). L'enquête menée repose sur trois volets.
Premièrement, une base de données caractérisant les initiatives écologiques dans la musique en France a été réalisée à partir d'un recensement en ligne et d'une veille professionnelle, permettant d'établir un état des lieux des formes d'engagement écologique dans le secteur (551 initiatives recensées).
Deuxièmement, 69 entretiens semi-directifs ont été menés auprès d'une diversité de professionnelles et professionnels de la filière (artistes, tourneurs et tourneuses, directeurs et directrices de festivals ou lieux, producteurs et productrices, etc.) afin d'interroger leurs pratiques et projets artistiques, ainsi que la place qu'y occupent les enjeux écologiques.
Troisièmement, deux cas d'étude, choisis pour leur engagement écologique revendiqué, ont été enquêtés de façon systémique : le festival La P'Art Belle (Morbihan) et le groupe Aïla (Gironde). Afin de saisir leurs réalités et leurs effets, ces cas ont été investigués par le biais de 28 entretiens semi-directifs avec les différentes parties prenantes (porteurs et porteuses de projets, partenaires, artistes programmés, bénévoles, publics), de l'observation *in situ* et de l'analyse de documents (billetterie, programmation, etc.).
C'est l'analyse croisée de ces différents matériaux empiriques qui fonde l'argumentation de cet article.

1. La musique face aux bouleversements écologiques

La musique dans le Capitalocène

Les bouleversements écologiques, à la fois majeurs et systémiques, progressent sur le plan social et environnemental : dérèglement climatique, chute de la biodiversité, acidification des océans, déforestation, pollution atmosphérique, inégalités et injustices sociales, etc. Avec le dépassement des limites planétaires[3], c'est l'habitabilité de la Terre pour les sociétés humaines qui est en jeu. Ce dépassement s'inscrit dans le contexte du Capitalocène [4], période de l'histoire marquée par un système capitaliste mondialisé fondé sur un principe de croissance infinie et largement responsable des profondes et en partie irrémédiables dégradations socio-environnementales contemporaines.

La filière musicale, et plus largement le secteur culturel, participe à ce système et aux dégradations liées[5]. La logique du star-système[6] génère une polarisation extrême

suivant une organisation en oligopole à frange qui voit un petit nombre de grandes entreprises et d'artistes surmédiatisés concentrer l'essentiel des ressources économiques du secteur, au détriment d'une majorité d'artistes, d'entreprises et d'associations de petite taille qui développent leurs activités dans un contexte de précarité plus ou moins marqué. Si de nombreux acteurs œuvrent dans des objectifs plus culturels qu'économiques et évoluent en dehors ou à contre-courant du star-système, celui-ci demeure un modèle dominant influençant les réalités de la filière. En particulier, il produit une forte concurrence – entre artistes pour se développer, entre lieux et événements pour remplir les jauges, entre territoires pour rayonner – poussant les acteurs au « toujours plus » – de concerts, de déplacements, de matériels, d'exposition sur les réseaux sociaux, d'écoutes sur les plateformes musicales, etc. – et aboutissant à une forme d'injonction au gigantisme, à la croissance perpétuelle et au renouvellement permanent pour être reconnu et survivre économiquement. Cela se matérialise par l'accélération des rythmes de création et de diffusion, ainsi que par l'accroissement des tournées internationales, des méga-concerts ou festivals[7], des scénographies spectaculaires, de l'hyper-présence sur les réseaux sociaux.

Cette course frénétique induit, *in fine*, un contre-modèle de sobriété particulièrement polluant, énergivore en ressources et producteur de déchets[8] : 15 000 tonnes équivalent CO_2 (tCO_2e) pour un festival de grande taille[9], par exemple, soit l'équivalent de l'empreinte carbone annuelle moyenne de 1 600 Français et Françaises[10]. C'est l'ensemble de la filière et de ses composantes – musique live et enregistrée, instruments, etc., de la création à la diffusion et à la consommation – qui est concerné. Pour la branche spectacle vivant, la mobilité des publics (surtout) et des équipes artistiques et du matériel (aussi) est identifiée comme le principal facteur des dégradations environnementales[11]. Pour la musique enregistrée, les terminaux (smartphones, ordinateurs, etc.) et les dispositifs technologiques de distribution (*data centers* pour le streaming, par exemple) représentent une part majoritaire des 2 780 kilotonnes de CO_2e émis annuellement par cette branche du secteur[12] (soit plus de 1,5 million d'allers-retours Paris-New York en avion), en lien avec le haut niveau de consommation et de pollution du numérique, dont les effets environnementaux négatifs, souvent invisibilisés, sont bien réels (extraction de minerais pour la fabrication des appareils, production de déchets électroniques, etc.)[13]. En plus de la mobilité et du numérique, l'impact environnemental de la musique tient aussi aux enjeux de consommation énergétique (équipements culturels, événements, etc.), d'alimentation des publics et des équipes, de gestion des déchets, de communication, d'altération des sites en matière de biodiversité, de production des œuvres (ainsi que leur message artistique), instruments[14], décors et autres matériels.

La contribution de la musique aux bouleversements écologiques s'ancre ainsi largement dans l'usage et la dépendance de la filière vis-à-vis des infrastructures industrielles les plus mortifères telles que l'avion pour les tournées, les réseaux numériques pour la diffusion des œuvres, les chaînes de production délocalisées pour les vinyles, l'agriculture intensive pour la restauration des publics, etc.

Foisonnement d'initiatives écologiques dans le secteur

Longtemps indifférent aux enjeux environnementaux (à quelques exceptions), le monde culturel en a tardivement fait un réel objet d'attention[15]. Si la prise de conscience de ces enjeux dans le secteur musical apparaît dès le début des années 2000[16], un véritable mouvement de fond n'émerge que depuis le tournant des années 2020. Il se matérialise par un foisonnement d'initiatives, en matière tant de réflexions que d'actions concrètes : prises de position individuelles et collectives[17], études et rapports[18], formations à destination des acteurs de la filière (telles que la plateforme en ligne de Better Live), pratiques écoresponsables des festivals[19], structures d'accompagnement pour le changement écologique du secteur (comme The Green Room), dispositifs d'incitation aux mobilités douces des publics des salles de concert (voir le cas de L'Aéronef, par exemple), ressources professionnelles et guides de recommandations en ligne (sur les sites d'Arviva, du projet Starter, etc.), calculateurs d'impacts pour les événements et lieux musicaux (tel Fairly), etc.

Si ce foisonnement tient en partie aux récentes mesures et injonctions institutionnelles à la « transition écologique » du secteur culturel[20], il s'explique surtout par la volonté de nombre de professionnels de la musique d'agir face à une situation écologique qui les inquiète (c'est le cas de 56 % des personnes interrogées, qui expriment ainsi une éco-anxiété).

Les limites de la « transition »

Toutefois, **cette profusion des initiatives questionne la capacité de la filière à répondre aux déséquilibres écologiques et aux transformations profondes qu'ils appellent**[21]. En effet, une part importante d'entre elles relève des écogestes et de l'optimisation énergétique, comme le tri des déchets, l'utilisation de gourdes, le *catering* végétarien, l'éclairage LED plus économe, l'isolation thermique des bâtiments, le réemploi de matériel, etc. Suivant couramment la réalisation préalable d'un bilan carbone ou d'une estimation d'empreinte environnementale (*via* un calculateur d'impacts), ces efforts ont pour objectif principal de rationaliser les dépenses énergétiques pour tendre vers plus de sobriété. Dans l'enquête menée, 53 % des acteurs interrogés ne s'engagent que dans des changements superficiels de ce type, et 70 % des initiatives recensées dans la base de données relèvent de cette catégorie[22].

S'ils peuvent être utiles, ces efforts risquent toutefois d'être insuffisants face à l'ampleur des enjeux environnementaux. Ils témoignent en effet d'une forme de superficialité des transformations entreprises et ne remettent pas fondamentalement en cause la manière de développer les projets culturels suivant les principes dominants de croissance et de concurrence qui caractérisent les industries musicales. Ils ne semblent donc pas en mesure d'en réduire significativement les impacts négatifs[23].

Une partie de ces efforts s'inscrit en effet dans la logique ambiguë de la « transition écologique » telle qu'elle est menée de façon dominante par les gouvernements, institutions publiques et entreprises privées[24], c'est-à-dire le déploiement d'une série de mesures

visant à adapter le système capitaliste en le rendant supposément plus sobre, mais sans transformer à proprement parler le système et ses principes fondateurs, pourtant insoutenables. Cette logique de « transition » s'appuie souvent sur une approche managériale, technologique et centrée sur la décarbonation[25], au risque de négliger l'existence et l'interaction d'une multiplicité de leviers à activer face aux perturbations écologiques, tels que la préservation de la biodiversité et de la ressource en eau[26], les enjeux de justice sociale[27], ou la relation émotionnelle au vivant[28]. De plus, la focalisation fréquente sur l'empreinte carbone encourage l'investissement, pour maintenir les niveaux de production et de consommation actuels, dans des solutions décarbonées mais néanmoins mortifères, à l'image de l'énergie nucléaire : l'extraction d'uranium, la production de déchets radioactifs et ses autres impacts socio-environnementaux empêchent d'y voir une voie soutenable[29]. Enfin, cette logique, à travers la croyance dans la réduction des consommations par l'optimisation technologique, fait fi des dégradations écologiques liées au numérique[30] et de l'effet rebond[31], à savoir qu'une innovation technologique permettant un gain de performance énergétique (comme les projecteurs LED ou le passage du CD au streaming) produit ensuite une hausse des usages technologiques dont la consommation et les impacts environnementaux sont finalement supérieurs à la situation initiale[32].

La musique au risque du greenwashing

La « transition écologique » relève ainsi d'une écologie superficielle[33] qui vise à faire perdurer l'économie capitaliste mondialisée par le biais d'une croissance prétendument « verte », mais perpétuant en réalité les logiques mortifères contemporaines par des modes de (sur)consommation et de (sur)production non remis en cause[34]. Dans certains cas, elle est même devenue un outil de dépolitisation des questions environnementales et un paravent à l'inaction en matière d'écologie[35]. Ainsi, comme dans les autres sphères de la société, le greenwashing[36] progresse dans le secteur de la musique. Par exemple, nombre de grands événements musicaux et de groupes « stars » valorisent un engagement en faveur de l'environnement tout en se maintenant dans un modèle de production et de diffusion culturelles globalement insoutenable[37]. L'usage d'une électricité d'origine renouvelable et la compensation carbone par la plantation d'arbres, entre autres initiatives, ne suffisent pas à limiter les impacts des tournées internationales en avion, des méga-concerts générant d'importantes mobilités des publics, ou des scénographies spectaculaires impliquant le transport par camions et une intense consommation électrique[38]. Les actions « vertes » affichées apparaissent alors en contradiction manifeste avec les impacts écologiques réels de tels projets, mettant à jour un verdissement de façade, comme l'illustre ce témoignage :

Aujourd'hui on ne peut plus dire « je n'en ai rien à foutre de l'écologie », ou on passe pour… Donc on dit « oui, oui, je fais attention », mais dans les faits il n'y a pas grand-chose, parce qu'économiquement il faut un maximum de dates pour l'artiste, pour faire du pognon et amortir les coûts de production. Donc on prend tout ce qui arrive. (Ingénieur du son, artiste et formateur, entretien de 2021)

La poursuite du paradigme insoutenable du star-système

Ces recours au greenwashing, et dans une moindre mesure les actions relevant de la logique de « transition », diffusent des illusions rassurantes qui brouillent le débat public et limitent la mise en action sur le plan écologique[39]. Ainsi, malgré un foisonnement d'initiatives, le secteur musical apparaît toujours pour partie dominé par les logiques de croissance et de concurrence du star-système. Ce dernier produit un système de valeurs où les artistes utilisant l'avion pour se produire à travers le monde de festivals en méga-concerts dans des stades, accompagnés par une cohorte de camions transportant le matériel nécessaire, sont les plus valorisés financièrement et socialement, par le public, les industries culturelles et les médias. Cela crée un modèle de réussite qui imprègne les imaginaires d'une partie des acteurs de la filière :

Il y a un truc fantasmé, dans la musique et le rock, de la tournée, d'il faut aller jouer à l'international, et de si tu ne joues pas à l'international, tu n'es personne. Alors oui, on se projette là-dedans. (Artiste émergent, entretien de 2024)

Pourtant, ces artistes reconnus et les membres de leur équipe (tourneurs, producteurs, etc.) ont une responsabilité dans les dégradations environnementales supérieure à celle d'une diversité d'artistes engagés (de façon subie ou choisie) dans des projets de plus petite échelle, et ne bénéficiant ni de la même reconnaissance ni des mêmes revenus. Le star-système produit ainsi une hiérarchisation sociale des artistes – mais aussi des équipes, lieux, festivals et territoires – fondée sur un référentiel de réussite insoutenable, du point de vue tant social (exacerbation de la concurrence et précarisation d'une large part des acteurs de la filière) qu'environnemental (croissance perpétuelle et dégradations des écosystèmes induites). En bref, le système actuel met sur un piédestal les artistes et projets culturels qui contribuent le plus aux destructions environnementales et à la réduction de l'habitabilité de la Terre pour les sociétés humaines, révélant l'aveuglement ou la folie de ces dernières.

2. Revenir vers les territoires pour changer de paradigme ?

Une décroissance de la filière musicale ?

Un renversement radical de paradigme et de système de valeurs apparaît donc nécessaire pour ambitionner de répondre sérieusement, au sein de la filière musicale comme dans l'ensemble de la société, à l'ampleur des bouleversements écologiques. Plus que des stratégies de greenwashing ou même de « transition », cela engage à « une authentique révolution politique, sociale et culturelle[40] » portée par une écologie profonde[41] et un mouvement de décroissance[42], consistant à réduire la production et la consommation, principalement dans les pays riches et chez les populations les plus aisées, pour tendre vers une société post-croissance capable de répondre aux besoins primaires et au bien-être du

plus grand nombre dans le respect des limites planétaires, par le partage équitable des richesses[43]. La décroissance appelle au dépassement des idéologies modernes dominantes comme la croissance, le capitalisme[44] et plus largement le consumérisme, le productivisme, l'extractivisme ou le solutionnisme technologique – dont les principes sont incompatibles avec une réponse à l'enjeu écologique[45]. Cela implique des transformations majeures dans l'ensemble des composantes de la société, depuis les modes de vie individuels (se déplacer sans avion, moins souvent et plus lentement, consommer et travailler moins, etc.) jusqu'aux systèmes productifs (démantèlement des industries polluantes, relocalisation des activités, etc.).

Une telle décroissance implique de repenser la filière musicale au regard des enjeux écologiques, et ce de façon profonde et systémique, sur la base de valeurs et de pratiques de redistribution et de partage des richesses, de coopération, de ralentissement, de circuits courts, de respect du vivant humain et non humain. Cela passe notamment par un ralentissement des rythmes de création, production et diffusion[46], une réduction des échelles des projets, ou encore un renoncement aux pratiques mortifères. Face à de telles transformations, la répartition plus équitable des ressources entre l'ensemble des acteurs du secteur (revenu de base et revenu maximal, par exemple) apparaît déterminante afin de réduire, et non accentuer, les inégalités sociales existantes[47]. En particulier, la décroissance des rythmes de création et de représentation nécessite, pour ne pas accroître la concurrence et les difficultés des équipes artistiques les plus précaires, une revalorisation symbolique et financière du travail de création, de recherche, de résidence et d'action culturelle mené sur un territoire, parfois sur un temps long[48]. Dans ce contexte, le ralentissement et l'ancrage local peuvent être désirables, car propices à la qualité de la création, de son partage avec les publics, et des conditions de travail des équipes, *via* un rythme apaisé.

Penser l'empreinte territoriale des projets musicaux

Revenir vers les territoires en changeant d'échelle et en revalorisant l'ancrage territorial de la filière pourrait-il constituer une piste réjouissante de décroissance ? Des initiatives existent dans ce sens et expérimentent ainsi d'autres manières de faire dans le secteur musical en développant une approche écologique transversale du projet artistique, intégrant notamment des logiques d'ancrage local, de renoncement, ou de reconnexion au vivant. Elles sont portées par des artistes et autres acteurs de la musique engagés dans des transformations profondes, qui modifient fondamentalement la manière de penser et de développer le projet culturel, l'enjeu écologique étant considéré au même niveau de priorité que les objectifs artistiques et culturels. Dans l'enquête menée, 22 % des professionnels interrogés ont entrepris ce type de démarche d'écologie profonde, et 12 % des initiatives recensées dans la base de données en relèvent.

Par leur échelle et leur ancrage territorial, ces initiatives font écho aux artistes « ordinaires »[49] et aux projets culturels de territoire[50] engagés dans la vie sociale locale, soit des formes artistiques dépréciées dans le star-système qui valorise les larges audiences et le spectaculaire. Le concept d'empreinte territoriale[51] permet d'aller à rebours de cette

mesure du « succès » des projets artistiques par le seul prisme du rayonnement. Convoquant la métaphore de la trace de pas laissée, par exemple, par un animal dans le sable, ce concept traduit les effets multidimensionnels et réciproques de la présence et de l'action d'un lieu, d'un acteur, d'un projet ou d'un événement (ici musical) sur le territoire. Il a pour objet d'appréhender les relations entre projets culturels et territoires au travers de leurs impacts mutuels et permet de porter l'attention sur les traces et les influences sensibles et qualitatives, durables ou éphémères, des activités musicales sur leur territoire. Il met ainsi en lumière le rôle social, environnemental et culturel discret que peuvent jouer les artistes et autres acteurs de la musique au sein de leur environnement de proximité. Dès lors, interroger l'empreinte territoriale des projets culturels permet de considérer, au-delà des critères quantitatifs et insoutenables du star-système (nombre de concerts à l'étranger, etc.), la valeur et les apports potentiels d'initiatives écologiques alternatives dans la musique. Il s'agit d'analyser leur contribution éventuelle à l'expérimentation d'autres manières de penser et de faire dans le secteur musical à l'heure des bouleversements écologiques.

> « Le concept d'empreinte territoriale permet d'aller à rebours de cette mesure du « succès » des projets artistiques par le seul prisme du rayonnement. [...] Il traduit les effets multidimensionnels et réciproques de la présence et de l'action d'un lieu, d'un acteur, d'un projet ou d'un événement (ici musical) sur le territoire.

Deux expérimentations musicales et écologiques

Deux exemples de projets musicaux éclairent les formes et réalités de ce type d'initiatives.

Une équipe artistique : le groupe Aïla en Gironde (France)

Premier exemple, le groupe musical Aïla, créé en 2022, est implanté en Gironde, dans un contexte territorial principalement rural. Il s'agit d'un duo, un musicien et une musicienne, proposant des concerts acoustiques en milieu « naturel », dans l'objectif de partager une expérience collective d'écoute et de reconnexion aux autres, humains comme non-humains. Le groupe est engagé dans une approche écologique transversale au travers de six dimensions principales :

- la scénographie, qui est pensée pour immerger le public dans l'environnement « naturel » investi, tout en veillant à impacter le moins possible l'écosystème local (pas

de jeu de lumières, décors réduits, etc.), voire à déployer des actions visant à le restaurer (nettoyage des sites des concerts par les artistes) ;

- la production culturelle, avec l'emploi de matériaux récupérés localement, des décors légers, des collaborations avec des partenaires locaux (pour la fabrication des décors, les enregistrements, les concerts, etc.), ainsi qu'avec la création d'un système de diffusion sonore visant à expérimenter des solutions alternatives à la sonorisation électronique (voir photo 1) ;
- la diffusion culturelle, avec des concerts sans électricité, à l'échelle régionale et pour des jauges volontairement réduites (moins de 100 personnes), ainsi que le renoncement aux opportunités (pourtant sources potentielles de rayonnement, de reconnaissance et de revenus) qui entrent en contradiction avec les valeurs écologiques du groupe (date sèche éloignée géographiquement, par exemple) ;
- le propos artistique, avec des chansons créées ou interprétées visant à porter un message sur la question de l'environnement et une explicitation de la démarche artistique et écologique auprès du public lors des concerts (au sujet de la sonorisation sans électricité en particulier) ;
- la médiation culturelle, avec des partenariats locaux dans le champ éducatif pour contribuer à des projets artistiques autour de l'environnement au sein d'écoles du territoire ;
- la posture en tant qu'artiste, avec un rapport distant au succès commercial et à la notoriété, une volonté de concilier vie familiale et carrière professionnelle grâce à des tournées uniquement à l'échelle régionale, une relation non hiérarchique avec les autres (techniciennes et techniciens, partenaires, publics) et une ouverture à la coopération pour contrer les logiques de concurrence au sein du secteur musical.

Photo 1. Concert sans électricité en extérieur du groupe Aïla. Crédits : Basile Michel, 2024.



Légende : Le dispositif de diffusion sonore sans électricité repose sur une scène limitant la déperdition du son vers l'arrière (visible au second plan) et un réseau de

tuyaux assurant la circulation du son entre des pavillons « micro » devant les musiciens et des pavillons « enceintes » entourant le public (dont l'un est visible au premier plan).

Un événement : le festival La P'Art Belle dans le Morbihan (France)

Second exemple, du côté événementiel, La P'Art Belle est un festival associatif itinérant implanté dans le golfe du Morbihan depuis 2018 et fonctionnant principalement sur un engagement bénévole. Le critère écologique est central dans la définition du projet culturel, à quatre niveaux.

Premièrement, en matière de production culturelle, comme nombre de festivals, La P'Art Belle intègre diverses pratiques écoresponsables, telles que l'alimentation bio, locale et végétarienne, la promotion des mobilités douces pour les publics, les toilettes sèches, l'interdiction des mobilités aériennes pour les équipes artistiques, la sonorisation à énergie solaire, la mutualisation de matériel avec des partenaires locaux, une scénographie sobre à partir de réemploi, l'attention portée au respect du site investi, etc. Au-delà, la volonté de créer une atmosphère calme et hospitalière au sein de l'événement amène à certains choix, tels que l'implantation en milieu « naturel » pour promouvoir des sites remarquables, l'absence de musique entre les concerts et une proposition musicale sur une seule scène (voir photo 2).

Deuxièmement, s'agissant de la diffusion culturelle, La P'Art Belle affiche l'objectif d'accueillir des publics de proximité pour limiter leurs déplacements, par le biais d'une jauge réduite (1 000 personnes) et stable au fil des années (dans une logique d'a-croissance), d'une forme itinérante pour aller au plus près des publics, et d'événements placés majoritairement en dehors des périodes touristiques (les plus denses en propositions culturelles) pour s'adresser prioritairement aux habitantes et habitants du territoire.

Troisièmement, concernant la programmation artistique, les organisateurs et organisatrices choisissent des artistes en cohérence avec leurs propres engagements en matière environnementale et sociale. Ils proposent également une programmation équilibrée entre des concerts d'une part et des ateliers, tables rondes et autres animations autour des questions environnementales d'autre part.

Quatrièmement, sur le plan de la médiation culturelle, le festival noue des partenariats pour mener des actions tout au long de l'année sur le territoire, à l'image d'un projet pédagogique dédié aux écosystèmes marins et impliquant divers partenaires locaux des champs culturel, environnemental et éducatif.

Photo 2. La P'Art Belle, une scène musicale avec vue sur le golfe du Morbihan. Crédits : Aurélien Martineau, 2024.



Une approche écologique transversale

Ces deux projets, aux formes différentes (une équipe artistique et un événement), s'engagent dans une démarche culturelle et écologique alternative transversale au travers de trois principaux leviers d'expérimentation.

D'abord, ils s'engagent dans une logique de sobriété et de réduction des consommations pour limiter les impacts environnementaux négatifs des activités musicales : scénographie restreinte, réemploi, attention portée aux sites, etc. Cette approche de plus en plus répandue dans le secteur est notamment symbolisée par les ressourceries artistiques et culturelles[52], qui favorisent l'économie circulaire, la récupération et le réemploi dans la production culturelle.

Ensuite, de façon plus profonde, Aïla et La P'Art Belle s'inscrivent dans une forme de post-croissance, de réduction des échelles et d'ancrage territorial : jauges réduites et stables au fil des années, renoncement à des opportunités à fort impact environnemental négatif, partenariats locaux, etc. Cela fait écho à certains festivals qui entrent en décroissance par la réduction de leurs jauges (comme Panoramas à Morlaix) ou aux artistes limitant le périmètre géographique de leurs tournées en optant pour des mobilités douces (vélo, marche, etc.), qui soulèvent divers défis logistiques (poids des instruments, fatigue physique, etc.).

Enfin, ils développent une programmation culturelle et un contenu artistique visant à aborder les enjeux écologiques avec les publics. Pour cela, ils adoptent une approche « joyeuse » des questions environnementales, dont l'objectif est de susciter la curiosité des publics sur le sujet, de les encourager à l'action sans les culpabiliser par une approche moralisatrice, de créer une dynamique positive autour de la sobriété et de la relation au vivant.

Dans un contexte d'éco-anxiété, on voulait proposer des temps qui soient joyeux et calmes, où l'on puisse prendre le temps, parce qu'il y a un rythme effréné dans nos vies. On avait envie de montrer que l'on pouvait apprendre, découvrir, rencontrer, s'émerveiller tout en étant dans des thématiques qui peuvent être lourdes, comme l'écologie. (Membre de l'organisation de La P'Art Belle, entretien de 2024)

Cette approche joyeuse est néanmoins sérieuse, car elle s'appuie sur un croisement art-science qui se matérialise notamment par des partenariats avec des structures spécialisées dans les questions environnementales, comme les Parcs naturels régionaux (PNR) du Golfe du Morbihan (pour La P'Art Belle) et des Landes de Gascogne (pour Aïla). Cela s'inscrit dans un mouvement d'événements et de créations qui font de l'écologie un sujet central de leur propos et croisent souvent les domaines artistique et scientifique, à la manière de certains courants de l'art écologique[53]. L'art est alors mobilisé comme un moyen pour travailler les enjeux écologiques par le sensible, dans le but de changer les récits, les imaginaires et le rapport au vivant humain et non humain.

3. L'empreinte territoriale des initiatives musicales alternatives

Par cette démarche d'expérimentation alternative, quelle est la contribution culturelle, sociale et écologique des projets Aïla et La P'Art Belle dans leurs territoires respectifs ? En somme, quelle est leur empreinte territoriale ? Leur engagement dans des logiques de sobriété, de réduction des échelles, d'ancrage local et de relation au vivant par la musique produit différents effets sur les dynamiques territoriales.

Réduction des impacts environnementaux du projet culturel

Une première catégorie d'effets découle de la logique de sobriété qui permet une limitation des ressources consommées et donc des impacts environnementaux du projet culturel (pollution plastique, consommation d'eau et d'électricité, dégradation de la biodiversité des sites, etc.) en comparaison de tournées ou d'événements « traditionnels ». Les tournées d'artistes reconnus nécessitent, classiquement, des déplacements longue distance en avion et en tour-bus pour l'équipe (de 10 à plus de 100 personnes), du fret aérien et des dizaines de semi-remorques pour le transport de plusieurs tonnes de matériel, des kilomètres de câbles électriques et de rubans adhésifs, de grandes quantités de produits dérivés, ou encore des centaines de projecteurs, d'écrans et d'enceintes électrifiés[54]. Les émissions de gaz à effet de serre (GES) d'une tournée internationale d'une cinquantaine de méga-concerts dans 25 villes peuvent être estimées en moyenne à 3 800 tCO_2e – soit plus de 400 fois l'empreinte carbone annuelle moyenne d'un Français – en ne considérant que le transport de l'équipe et du matériel (poste principal d'émissions), la consommation électrique des concerts, l'alimentation et l'hébergement de l'équipe, le merchandising et les déchets (donc hors mobilité des publics, entre autres)[55].

À l'inverse, la scénographie minimaliste, l'absence d'outils numériques ou de merchandising et la non-électrification des concerts d'un groupe comme Aïla réduisent fortement les niveaux de consommation matérielle et énergétique. De plus, le choix volontaire de ces artistes d'ancrer leurs tournées à l'échelle régionale et de renoncer à des dates sèches plus lointaines limite les distances parcourues et les impacts écologiques qui vont avec, même si l'isolement des territoires ruraux dans lesquels ils développent la majorité de leurs actions les contraint à recourir à une voiture (mutualisée pour l'ensemble de l'équipe et du matériel). Ainsi, une tournée de ce type produit autour de 2 tCO_2e pour une cinquantaine de dates[56]. Une telle différence[57] permet, d'un point de vue théorique, d'envisager leur multiplication pour toucher autant de publics qu'une unique tournée de méga-concerts, mais sans s'approcher de son niveau de consommation[58]. Cette hypothèse supposerait de revoir en profondeur le modèle de diffusion actuel pour tendre vers un maillage fin du territoire par une offre culturelle disséminée et ancrée au plus près des territoires du quotidien, avec des jauges réduites, des démarches artistiques plus humbles et des dispositifs matériels plus modestes.

Malgré le risque d'un effet rebond d'une telle reconfiguration, l'intérêt écologique de cette hypothèse apparaît avec encore plus de force en intégrant la question des mobilités des publics, qui représentent l'un des principaux postes d'émissions de GES du secteur culturel [59]. En effet, le changement d'échelle opéré par des projets comme Aïla et La P'Art Belle produit une réduction de ces mobilités et accentue la différence d'impact environnemental avec des projets de grande ampleur. Comme le montrent plusieurs études[60], plus la jauge des salles et des festivals est élevée, plus les distances parcourues par les spectateurs et spectatrices sont grandes[61], plus l'avion est utilisé et plus les émissions de GES liées aux mobilités des publics augmentent[62] (voir tableau 1).

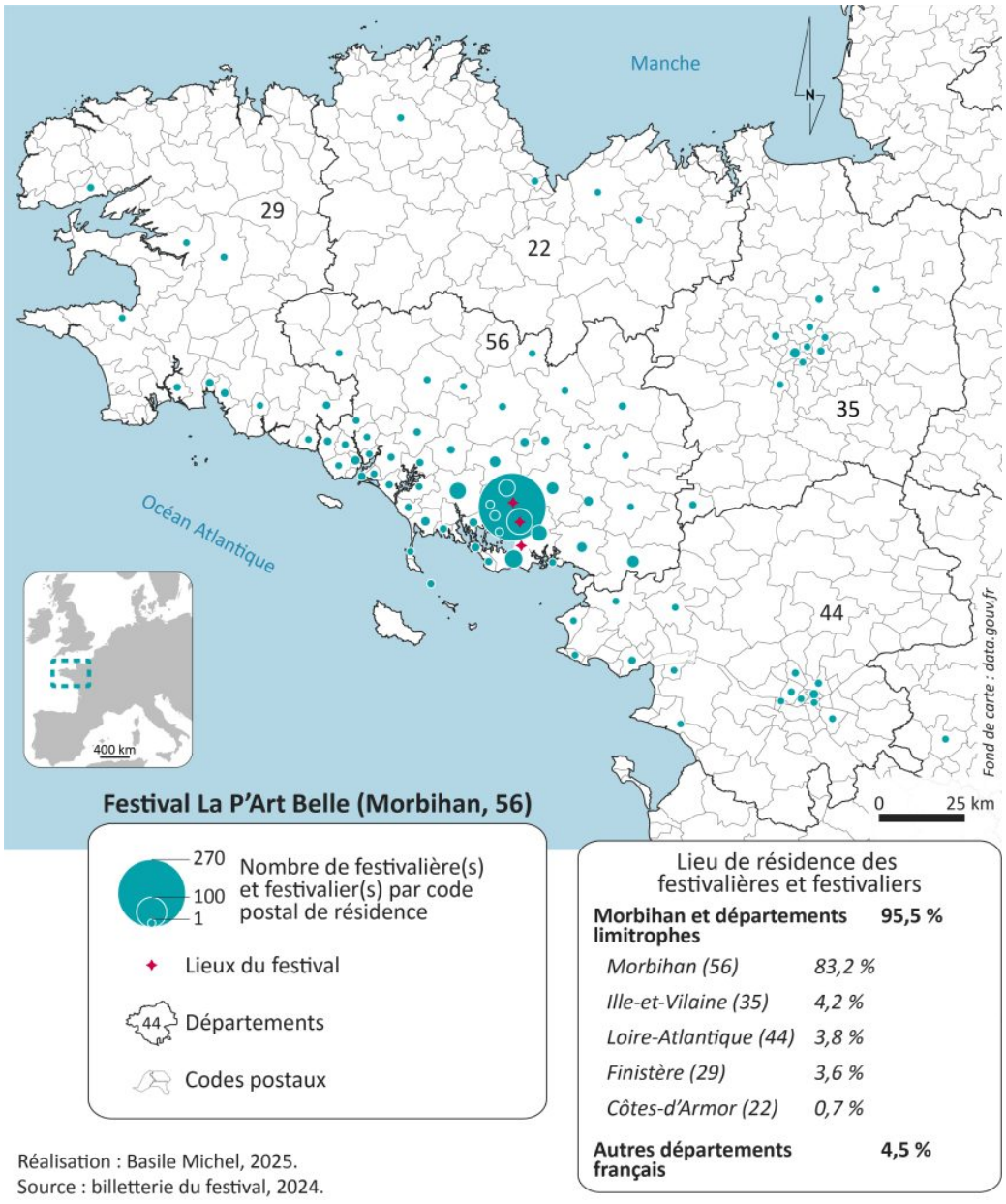
Tableau 1. Jauges et mobilités des publics. Source : réalisation et traitement de B. Michel à partir des rapports « Déclic » et « Landscape », 2024.

Jauge des salles de concert ou des festivals	200	1 300	10 000
Distance moyenne parcourue par spectateur, spectatrice (aller-retour)	45 km	100 km	450 km
Émissions moyennes de GES par spectateur, spectatrice pour son trajet	3 $kgCO_2e$	10 $kgCO_2e$	36 $kgCO_2e$

Cela se vérifie, par exemple, dans le cas de La P'Art Belle, dont les publics sont majoritairement issus des territoires de proximité (voir carte 1), dans des proportions supérieures à la moyenne des festivals bretons et français, avec respectivement 65,5 % et 43,7 % des publics venant du département du festival[63], contre 83,2 % pour le cas d'étude[64]. Cette distance réduite favorise les mobilités douces (à vélo en particulier) et limite légèrement le recours à l'automobile individuelle au regard de la situation des festivals en France en ce qui concerne les modes de transport des festivalières et festivaliers

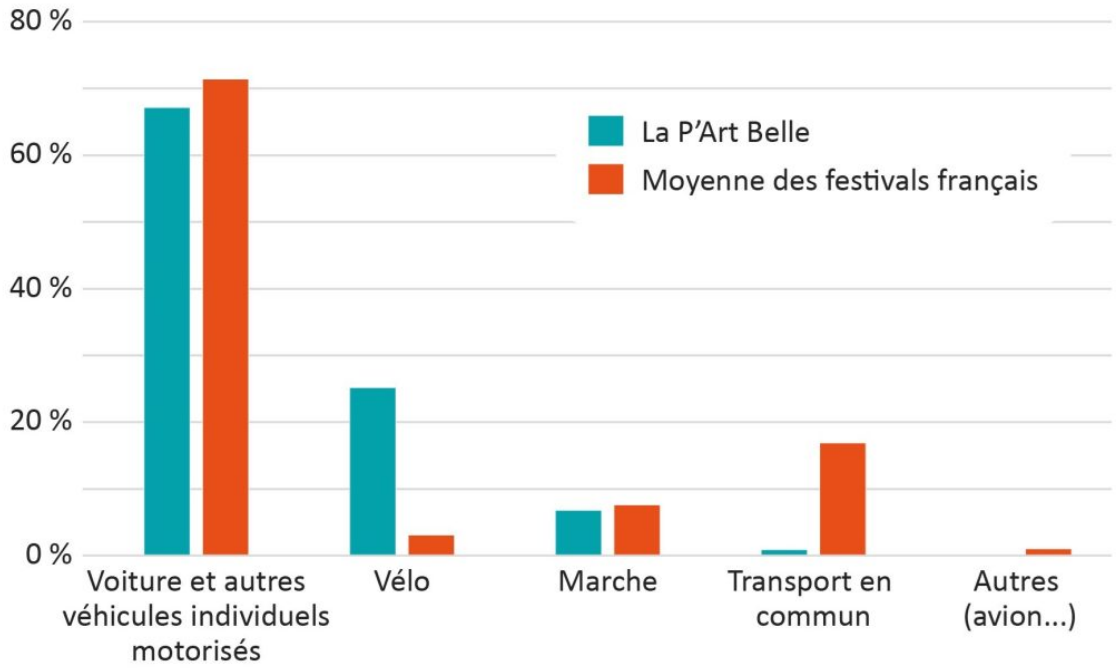
(voir graphique 1). L'usage de la voiture individuelle demeure toutefois majoritaire, ce qui illustre le différentiel important entre, d'une part, la possibilité d'une accessibilité en mobilité douce offerte par la proximité du festival avec ses publics, et, d'autre part, la réalité des pratiques de ces derniers en matière de déplacements, conditionnées par les habitudes individuelles mais aussi par les réseaux de transports en commun.

Carte 1. Le festival La P'Art Belle dans le Morbihan (France) : des publics de proximité. Source : réalisation de B. Michel à partir des données de billetterie du festival, 2024.



Réalisation : Basile Michel, 2025.
Source : billetterie du festival, 2024.

Graphique 1. Modes de transport des festivalières et festivaliers de La P'Art Belle en comparaison des festivals français. Sources : réalisation et traitement de B. Michel à partir des données de billetterie de La P'Art Belle (2024) et de l'enquête de Sociotopie (2024).



Stimulation de la coopération locale et essaimage

Une deuxième catégorie d'effets tient à la dynamisation des réseaux locaux et à l'essaimage induit en matière de transformations écologiques sur le territoire. Les cas d'Aïla et de La P'Art Belle témoignent d'un fort encastrement territorial[65], c'est-à-dire une imbrication de ces projets culturels dans le territoire par le tissage de relations avec les autres acteurs locaux, à l'intérieur et à l'extérieur du champ culturel. Les collaborations, l'entraide ou encore la mutualisation avec des partenaires culturels, sociaux ou éducatifs du territoire relèvent d'une logique de coopération intersectorielle qui stimule les dynamiques partenariales et collectives locales. Le groupe Aïla, par exemple, crée des liens avec une multiplicité d'acteurs du territoire, que ce soit par un engagement bénévole dans des lieux et collectifs culturels et solidaires locaux (La Petite Populaire, entre autres) ou pour la conception du dispositif scénique par le voisin charpentier, le soutien à la production par plusieurs régisseurs et lieux culturels girondins (La Petite Populaire, L'Inconnue, etc.), le financement du projet (conseil départemental, etc.), l'organisation de concerts dans le cadre d'événements locaux (l'Été métropolitain de Bordeaux Métropole, par exemple), le déploiement de projets de médiation dans les écoles (en partenariat avec les établissements scolaires, les collectivités territoriales et des associations locales comme Larural), l'accueil en résidence dans des dispositifs variés (PNR des Landes de Gascogne notamment), etc.

> **Les collaborations, l'entraide ou encore la mutualisation avec des partenaires culturels, sociaux ou éducatifs du territoire relèvent d'une logique de coopération intersectorielle qui stimule les dynamiques partenariales et collectives locales.**

Ces dynamiques partenariales confrontent les engagements écologiques des porteurs et porteuses des projets Aïla et La P'Art Belle à d'autres acteurs aux valeurs et aux réalités différentes. Cette mise en contact influe sur les manières de considérer les enjeux environnementaux au sein de certaines structures partenaires. Dans le cas de La P'Art Belle, par exemple, plusieurs partenaires se sont directement inspirés d'expérimentations écologiques menées par le festival pour les répliquer dans leurs propres projets, à l'image d'une scène de musiques actuelles (SMAC) locale qui a développé un événement avec une programmation de concerts itinérants, une jauge limitée, une sonorisation solaire, etc. :

J'ai vraiment trouvé la démarche de La P'Art Belle ultra-intéressante dans ce qu'elle avait de « radical », dans sa volonté d'expérimenter quelque chose de vraiment différent au niveau écologique. On a été dans un échange continu, et clairement, notre changement de cap pour notre événement, il a été possible grâce à La P'Art Belle, parce qu'ils ont été d'un vrai soutien et de bon conseil. C'est de ce lien qu'a découlé tout un tas de réflexions sur notre événement et comment on pouvait vraiment bifurquer. (Directeur de la SMAC, entretien de 2024)

Cela témoigne d'une forme d'essaimage territorial des expérimentations écologiques alternatives, qui demeure toutefois limité et ponctuel pour le moment.

Dynamisation culturelle *versus* risque de localisme

Au-delà de cet essaimage limité, l'encastrement d'Aïla et de La P'Art Belle sert le développement d'actions culturelles à destination des habitants du territoire, ce qui amène à une troisième catégorie d'effets : la stimulation de la vie culturelle locale, toutefois questionnée par le risque du localisme.

Ces deux projets proposent aux publics de proximité une offre culturelle qui apparaît, à certains égards, en décalage par rapport aux standards des festivals et concerts, et produit des effets positifs en matière d'accès à la culture et de participation culturelle. La P'Art Belle, par sa forme volontairement peu spectaculaire, crée pour les participantes et participants un espace-temps qualitatif de ralentissement, de bienveillance et de relations aux autres (pour deux tiers des festivaliers interrogés). Dans le cas d'Aïla, les projets de médiation en milieu scolaire, par exemple, ont produit pour les élèves et les enseignantes un

espace de participation active, de pratiques artistiques, de découverte musicale (décalée par rapport à leurs goûts habituels) et de libre expression ayant des effets positifs sur le plan de la confiance en soi et de la fierté personnelle (effets exprimés par la majorité des publics interrogés).

Ces effets positifs en matière de vitalité culturelle et sociale sur le territoire sont interrogés par le risque de montée du localisme, qui peut être associé au fort ancrage territorial des projets culturels s'appuyant majoritairement sur des publics, artistes et partenaires locaux. Un tel localisme, parce qu'il valorise la proximité spatiale des échanges, comporte un potentiel d'appropriation politique au service de discours et de pratiques marqués par l'entre-soi, le repli identitaire, le nationalisme et le rejet de la diversité[66]. Il peut ainsi être un vecteur de dynamiques d'enfermement défavorables à la vie en société. De plus, les arts et la culture sont par essence mobiles et relationnels. Ils se nourrissent de circulations, mélanges et liens entre des personnes d'horizons variés et ne sont donc pas réductibles au local, ne peuvent pas fonctionner exclusivement en circuits courts[67].

Toutefois, considérer l'ancrage territorial comme un enfermement, c'est, premièrement, faire fi de la diversité des cultures présentes dans nombre de territoires[68] et de l'importance de la faire vivre dans le respect des différences. L'enjeu est donc de repenser le dialogue interculturel au prisme des enjeux environnementaux et des enjeux de qualité de la rencontre culturelle[69] : les tournées internationales à un rythme effréné sont-elles réellement plus favorables au dialogue interculturel que des projets culturels territorialisés au long cours ?

C'est, deuxièmement, omettre que les artistes, par leurs inspirations diverses, contribuent à l'ouverture au monde et aux circulations culturelles immatérielles auprès des publics, à l'instar d'Aïla qui, par ses musiques d'ici et d'ailleurs (chants en arabe, oud, mandole, etc.), se frotte directement à ces enjeux au sein de territoires marqués par l'importance du vote d'extrême droite :

On est vraiment sur l'ouverture aux autres cultures, dans nos concerts et médiations. Et dans nos régions, c'est vital, car on prend cher au niveau des votes. Je ne veux pas être à convaincre les gens, mais juste en faisant de la musique arabe et en chantant, c'est chouette. L'année dernière, dans un projet de médiation, il y a trois familles d'élèves qui ont refusé que leurs enfants chantent en arabe. Mais à la fin, ils sont quand même venus au spectacle, parce que l'on a réussi à les convaincre. (Artiste du groupe Aïla, entretien de 2024)

C'est, troisièmement, négliger que l'ancrage ici s'articule avec la mobilité vers l'ailleurs, mettant en lumière la dimension réticulaire et multiscalaire des territoires. En effet, l'ancrage territorial n'est pas synonyme d'enracinement et s'inscrit en complément des mobilités[70], qui, en tant que pratiques sociales, peuvent être radicalement transformées : plus lentes, moins nombreuses et moins polluantes (vélo, marche, train), pour maintenir la possibilité du voyage et des ouvertures culturelles avec plus de respect environnemental.

Influence limitée sur les publics en matière d'écologie

Une quatrième catégorie d'effets résulte du contenu artistique des projets, centré sur la question environnementale, qui influence de façon limitée les publics sur le plan de l'écologie. Le festival La P'Art Belle est ainsi expérimenté comme un espace d'information et d'échange sur les enjeux écologiques par une partie des festivaliers (un tiers des personnes interrogées), sans produire d'effets transformateurs majeurs sur leurs représentations ou pratiques. À l'instar des actions ponctuelles telles que les fresques du climat[71], la forme événementielle d'un festival comme La P'Art Belle et des concerts d'un groupe comme Aïla peut favoriser des prises de conscience et des changements dans les habitudes de vie à court terme, mais ne permet pas de les maintenir sur le temps long, notamment du fait de l'absence d'une réelle dynamique collective de transformation des modes de vie capitalistes.

Ces projets ouvrent malgré tout le champ des possibles par l'expérimentation empirique d'alternatives écologiques, à l'image du dispositif d'amplification non électrifié d'Aïla qui suscite la curiosité d'une partie des spectateurs. Ils jouent également un rôle sensible dans la relation au vivant par l'immersion dans un milieu « naturel » mis en valeur par la musique, ce qui renforce l'attention portée à ce milieu par certains publics. Cet effet est ressenti par une partie des personnes interrogées sur leur participation à un concert ou projet d'Aïla, comme l'illustre ce témoignage :

Je trouve que de faire de la musique dans la nature, ça se complète, c'est être encore plus en lien avec la forêt, les animaux. Ça aide à se rendre compte qu'on fait partie du même monde, qu'on est tous en lien. (Participante à un projet d'Aïla, entretien de 2024)

Les perturbations écologiques ne se réduisent pas à des considérations techniciennes ou strictement environnementales, elles engagent aussi les représentations, les valeurs et les relations au vivant humain et non humain[72]. Ces projets font ainsi de la musique un potentiel levier d'action face aux enjeux écologiques, notamment par la capacité des arts à toucher la sensibilité humaine, à susciter des émotions et à influencer les imaginaires individuels et collectifs[73]. S'inscrivant dans une écologie sensible[74], émotionnelle ou mentale[75], la musique pourrait jouer un rôle dans la conscientisation et la mobilisation pour la lutte contre les dégradations environnementales, voire constituer un espace d'inspiration, d'expérimentation et d'entraînement vers des pratiques et des imaginaires plus vertueux en matière d'écologie.

Reste que pour endosser pleinement ce rôle, le secteur musical doit faire la preuve d'une éthique écologique[76], d'une cohérence et d'un alignement entre les discours proposés aux publics et la manière dont sont produits les projets. Se croisent ici les deux facettes de la responsabilité écologique de la musique que tentent d'accorder Aïla et La P'Art Belle : la réduction des impacts environnementaux négatifs de la production et diffusion musicale d'une part, et l'impulsion donnée à des dynamiques socio-écologiques vertueuses par la sensibilité artistique d'autre part.

> S'inscrivant dans une écologie sensible, émotionnelle ou mentale, la musique pourrait jouer un rôle dans la conscientisation et la mobilisation pour la lutte contre les dégradations environnementales, voire constituer un espace d'inspiration, d'expérimentation et d'entraînement vers des pratiques et des imaginaires plus vertueux en matière d'écologie.

Les alternatives et leurs barrières

Le développement de ce type d'initiatives alternatives dans la filière musicale fait face à une triple barrière qui en limite l'amplification et l'empreinte territoriale. Il y a, d'abord, une barrière symbolique, qui tient à la faible reconnaissance et valorisation sociale des artistes ou autres porteurs de projets musicaux s'inscrivant dans la réduction des échelles et l'ancrage local[77]. Dans un star-système où le modèle dominant de réussite est celui des tournées internationales et des méga-concerts, se déplacer à vélo, tourner à l'échelle régionale ou donner des représentations en petite jauge est déconsidéré dans les représentations collectives les plus répandues et donne lieu à des jugements de valeur exprimés par certains publics : groupes perçus comme des « amateurs »[78], événements non considérés comme de « vrais » festivals[79], etc. Cette dévalorisation sociale limite l'écho potentiel des initiatives musicales locales et n'incite pas les acteurs émergents de la filière à s'engager dans cette voie.

Cette barrière symbolique se double, ensuite, d'une dimension financière liée à la faible crédibilité accordée aux porteurs de projets d'ampleur locale par certains financeurs publics, qui privilégient le soutien à des projets culturels de plus grande envergure, à fort rayonnement ou alimentant l'attractivité touristique du territoire. Parmi les professionnels interrogés, ceux dont le projet est centré majoritairement sur une action locale se voient régulièrement reprocher par les financeurs potentiels le manque « d'ambition » ou de « rayonnement » à l'échelle nationale voire internationale. La pérennité d'un festival comme La P'Art Belle est ainsi remise en question par sa fragilité financière[80], tandis que les artistes d'un projet comme Aïla doivent s'engager dans plusieurs groupes pour accéder au régime de l'intermittence et vivre de leur musique. Cette barrière renvoie plus globalement à l'enjeu du financement, de l'organisation et de la revalorisation symbolique des actions culturelles locales, ancrées dans un territoire, dans le temps long et davantage au

service des enjeux proprement culturels (émancipation, participation et expression des citoyennes et citoyens) que de l'attractivité des territoires[81]. À ce niveau, l'actuel système d'appels à projets, mettant en concurrence les équipes artistiques, montre certaines limites : incertitude quant à la pérennité à moyen et long terme des plus petites structures, temps et énergie dédiés à la recherche de financements plutôt qu'aux missions culturelles et écologiques au cœur des projets, etc.

Enfin, une barrière systémique entrave le déploiement de ce type d'initiatives et la maximisation de leur empreinte territoriale. Les initiatives comme Aïla et La P'Art Belle expérimentent des manières alternatives de penser et de mettre en place les projets culturels au regard des enjeux écologiques, mais au sein d'un secteur (et plus largement d'une société) qui demeure largement dominé par des logiques antagonistes de concurrence, de vitesse et de croissance. À ce titre, La P'Art Belle ne constitue, par exemple, qu'une date ponctuelle dans la tournée et la carrière d'artistes, et de leurs équipes, s'inscrivant par ailleurs dans les circuits « traditionnels » de la production et de la diffusion culturelles. Dans ce contexte, porter de telles alternatives nécessite d'aller à contre-courant et de se confronter continuellement à leur inadéquation vis-à-vis du système (clauses d'exclusivité territoriale, propositions de dates sèches, concurrence entre structures, inadaptation des lieux à l'accueil d'artistes tournant à vélo, etc.) et des représentations sociales qu'il produit (valorisation du spectaculaire, du rayonnement international, etc.). Ces difficultés expliquent la fatigue d'une partie des acteurs engagés dans ces démarches, qui se rapproche même de l'épuisement militant[82] pour certains.

Conclusion

Ces barrières mettent en évidence un pan des réalités des expérimentations écologiques profondes dans le secteur musical : leur marginalité du point de vue de la reconnaissance sociale, leur fragilité financière à long terme et leur isolement au sein d'industries musicales fonctionnant globalement *business as usual*. Elles constituent des expériences alternatives isolées impulsant un changement à la marge d'une filière musicale qui continue d'évoluer principalement suivant des principes de croissance, de concurrence, d'exploitation des ressources, de production de déchets, d'utilisation de dispositifs technologiques polluants, y compris dans les tentatives de « transition » relevant d'une écologie superficielle[83]. Ces expérimentations ont donc un effet limité dans la mesure où elles n'entraînent pas, à ce jour, un changement systémique à l'échelle de la filière. Elles demeurent des initiatives ponctuelles et locales au cœur du Capitalocène. Car dans le même temps, l'inaction des gouvernements nationaux et des institutions internationales, l'action des lobbies industriels et l'ampleur des appareils productifs en place produisent une dépendance au sentier[84] et une forte inertie du système en place, pourtant insoutenable sur le plan environnemental et social[85].

Néanmoins, au regard de leur empreinte territoriale, ces expérimentations écologiques profondes participent à l'émergence partielle et fragile de dynamiques socio-

environnementales soutenables dans les territoires, en produisant des effets tels que la réduction des mobilités des publics et des équipes artistiques, la dynamisation des réseaux coopératifs locaux, la stimulation de la vitalité culturelle et sociale, ou encore (de façon limitée) la transformation des rapports des publics au vivant. Ces initiatives ouvrent ainsi le champ des possibles dans les imaginaires des publics comme des professionnels. Elles montrent que des manières alternatives de faire sont possibles dans le champ de la création, de la production et de la diffusion culturelles et musicales. Se pose alors la question de la possibilité d'un essaimage de ces expérimentations à l'échelle de la filière et de la société, pour opérer un changement systémique de paradigme et de valeurs, de la croissance à la post-croissance, de la compétition à la coopération, du gigantisme à la sobriété, du star-système aux artistes ordinaires et aux projets territorialisés. Les barrières identifiées ouvrent des pistes sur ce point et montrent la nécessité de déployer les transformations écologiques en considérant à la fois l'interconnexion de l'ensemble des acteurs de la musique (dont les publics), les profondes inégalités au sein du secteur et l'encastrement de la filière dans une société dont les imaginaires, les pratiques, les objectifs prioritaires (économiques actuellement) et les stratégies de financement qui en découlent sont à reconsidérer au regard des enjeux écologiques.

Dans cette perspective, questionner l'empreinte territoriale des projets culturels peut constituer un moyen de rediriger les projecteurs des logiques mortifères du star-système vers les effets sociaux, environnementaux et culturels discrets que peuvent produire les artistes et autres acteurs de la musique au sein de leur territoire. Repenser la valeur des projets au prisme de l'empreinte territoriale permet d'identifier ce qui fait sens et valeur au sein du territoire, et ainsi d'éclairer les choix indispensables à l'adaptation aux bouleversements socio-environnementaux, qu'il s'agisse des renoncements nécessaires ou des ressources à valoriser (coopération locale, par exemple). Cela pourrait, peut-être, constituer une piste pour alimenter le changement radical vers une société post-croissance désirable qu'appelle la situation écologique contemporaine.

---

[1] MICHEL B., « Théoriser les liens entre lieux culturels et territoires : proposition métaphorique autour de l'ancrage, de l'encastrement et de l'empreinte », dans E. Auclair et A. Hertzog (dir.), *L'empreinte des lieux culturels sur les territoires. Observer, représenter, évaluer*, Paris, Le Manuscrit, 2023, p. 47-83, en ligne : https://hal.science/hal-04398647.

[2] DI MÉO G., *Géographie sociale et territoires*, Paris, Nathan, 1998.

[3] RICHARDSON K. *et al.*, « Earth beyond six of nine planetary boundaries », *Science Advances*, vol. 9, nº 37, eadh2458, sept. 2023, en ligne : https://doi.org/10.1126/sciadv.adh2458.

[4] MOORE J. W. (dir.), *Anthropocene or Capitalocene? Nature, History, and the Crisis of Capitalism*, Oakland, PM Press, 2016.

[5] IRLE D. *et al.*, *Décarboner la culture. Face au réchauffement climatique, les nouveaux défis pour la filière*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble-UGA Éditions, 2021.

[6] BENHAMOU F., *L'économie du star-system*, Paris, Odile Jacob, 2002.

[7] SHARP G., « Les festivals peuvent-ils changer de logiciel ? », *Nectart*, nº 16, 2023, p. 38-48.

[8] S'y ajoutent des conséquences sociales, telles que les inégalités entre artistes « stars » et « ordinaires » ou l'épuisement d'une partie des professionnelles et professionnels.

[9] The Shift Project, « Décarbonons la culture ! », nov. 2021, en ligne : https://www.decarbononslaculture.fr/le-rapport.

[10] Elle est estimée à 9,4 tCO_2e par personne (d'après l'Institut national de la statistique et des études économiques [Insee] et le ministère de la Transition écologique, voir : https://www.notre-environnement.gouv.fr/actualites/breves/article/en-2023-l-empreinte-carbone-et-les-emissions-de-ges-de-la-france-diminuent).

[11] The Shift Project, « Décarbonons la culture ! », *op. cit.*

[12] Centre national de la musique (CNM) *et al.*, « REC. Réduisons notre empreinte carbone ! », sept. 2024, en ligne : https://cnm.fr/wp-content/uploads/2024/09/240918_REC.pdf.

[13] Dans le cas de la musique, voir : DEVINE K., *Decomposed. The Political Ecology of Music* , Cambridge, MIT Press, 2019.

[14] BRENNAN M., « The environmental sustainability of the music industries », dans K. Oakley et M. Banks (éd.), *Cultural Industries and the Environmental Crisis. New Approaches for Policy*, Cham, Springer, 2020, p. 37-49.

[15] RIBAC F., « Pour une autre écologie musicale. Partie 1 : L'impasse de l'approche managériale », *Audimat*, nº 19, mai 2023, en ligne : https://audimat-editions.fr/editions-web/pour-une-autre-ecologie-musicale-1.

[16] Le Collectif des festivals en est un exemple. Cette association a été créée en 2005 dans le but d'accentuer la prise en compte des enjeux environnementaux dans le développement des festivals.

[17] Outre les engagements individuels d'artistes de renom (Billie Eilish, Pomme, etc.), de nombreux collectifs d'acteurs et actrices du secteur se sont créés pour se mobiliser face aux dégradations écologiques, à l'image de Music Declares Emergency, Arviva ou l'appel « Pour une écologie de la musique vivante ».

[18] Voir, notamment, BRUYÈRE S. *et al.*, « Scénarios prospectifs pour orienter la transition (SPOT) », CNMlab, juin 2024, en ligne : https://cnmlab.fr/onde-longue/scenarios-prospectifs-pour-orienter-la-transition-spot ; MATHIEUX E. *et al.*, « État des lieux de la transition écologique dans la filière musicale », CNM, avr. 2023, en ligne : https://cnm.fr/wp-content/uploads/2023/05/CNM_Rapport_ELTEFM_20230411.pdf.

[19] Voir, parmi d'autres, les festivals membres des collectifs régionaux (comme COFEES [Collectif des festivals éco-responsables et solidaires en Région Sud]) de R2D2 (Réseaux régionaux d'accompagnement des manifestations au développement durable).

[20] Ces injonctions émanent notamment du ministère de la Culture au travers, par exemple, du « Guide d'orientation et d'inspiration pour la transition écologique de la culture » publié en 2023 et de la mise en place du Cadre d'actions et de coopération pour la transformation écologique (CACTÉ), rendu obligatoire pour les structures sous contrat (pour trois ans ou plus) avec le ministère.

[21] TASSIN D., « Artistes en développement : de la sobriété subie à la sobriété choisie », dans N. Marc (dir.), *Rendre le spectacle durable pour rester vivant*, Nantes, La Scène, 2024, p. 146-151.

[22] Certains acteurs ont un degré d'engagement plus élevé au travers de nombreuses adaptations écologiques superficielles, sans toutefois remettre en cause les logiques traditionnelles de la production et de la diffusion culturelles (25 % des personnes interrogées et 18 % des initiatives recensées).

[23] RIBAC F., « Pour une autre écologie musicale. Partie 1 », art. cité.

[24] FRESSOZ J.-B., *Sans transition. Une nouvelle histoire de l'énergie*, Paris, Seuil, 2024.

[25] RIBAC F., « Pour une autre écologie musicale. Partie 1 », art. cité.

[26] RICHARDSON K. *et al.*, « Earth beyond six of nine planetary boundaries », art. cité.

[27] BOURSIER P. et GUIMONT C. (dir.), *Écologies. Le vivant et le social*, Paris, La Découverte, 2023.

[28] GUATTARI F., *Les trois écologies*, Paris, Galilée, 1989.

[29] Nuclear Free Future Foundation *et al.*, « Atlas de l'uranium. Faits et données relatifs à la matière première de l'ère atomique », janv. 2022, en ligne : https://www.sortirdunucleaire.org/IMG/pdf/uraniumatlas2022_fr_web.pdf.

[30] FLIPO F. *et al.*, *La face cachée du numérique. L'impact environnemental des nouvelles technologies*, Montreuil, L'Échappée, 2013.

[31] JEVONS W. S., *The Coal Question. An Inquiry Concerning the Process of the Nation, and the Probable Exhaustion of Our Coal Mines*, Londres, Macmillan, 1865.

[32] RIBAC F., « Pour une autre écologie musicale. Partie 1 », art. cité.

[33] NAESS A., « The shallow and the deep, long-range ecology movement. A summary », *Inquiry*, vol. 16, nº 1-4, 1973, p. 95-100.

[34] ANTONIOLI M., « Les deux écosophies », *Chimères*, nº 87, 2015, p. 41-50.

[35] FRESSOZ J.-B., *Sans transition*, *op. cit.*

[36] BERLAN A. *et al.* (dir.), *Greenwashing. Manuel pour dépolluer le débat public*, Paris, Seuil, 2022.

[37] PEDELTY M., *Ecomusicology. Rock, Folk, and the Environment*, Philadelphie, Temple University Press, 2012.

[38] MICHEL B. et MARTINEAU A., « Dans les musiques actuelles, une conscience écologique balbutiante », *The Conversation*, n° 240728, 16 oct. 2024, en ligne : https://theconversation.com/dans-les-musiques-actuelles-une-conscience-ecologique-balbutiante-240728.

[39] BERLAN A. *et al.* (dir.), *Greenwashing*, *op. cit.*

[40] GUATTARI F., *Les trois écologies*, *op. cit.*, p. 14.

[41] NAESS A., « The shallow and the deep, long-range ecology movement », art. cité.

[42] LATOUCHE S., *Le pari de la décroissance. Penser et consommer autrement pour une révolution culturelle*, Paris, Pluriel, 2022.

[43] MÉDA D., « La nécessité d'une société post-croissance », *Humanisme*, n° 336, 2022, p. 42-47.

[44] SAGAN C., « Dépasser l'anthropocène », *La Vie des idées*, 22 janv. 2019, en ligne : https://laviedesidees.fr/Depasser-l-anthropocene.

[45] PARRIQUE T., *Ralentir ou périr. L'économie de la décroissance*, Paris, Seuil, 2022.

[46] ROESCH A., « Pour une post-croissance désirable de la culture », *Nectart*, n° 18, 2024, p. 94-103.

[47] IRLE D. *et al.*, *Décarboner la culture*, *op. cit.*

[48] Syndicat national des entreprises artistiques et culturelles (Syndeac), « La mutation écologique du spectacle vivant. Des défis, une volonté », mars 2023, en ligne : https://www.syndeac.org/la-mutation-ecologique-dans-le-spectacle-vivant-3.

[49] PERRENOUD M. et BOIS G., « Artistes ordinaires : du paradoxe au paradigme ? », *Biens symboliques / Symbolic Goods*, n° 1, 2017, en ligne : https://doi.org/10.4000/bssg.88.

[50] LANGEARD C., « Les projets artistiques et culturels de territoire. Sens et enjeux d'un nouvel instrument d'action publique », *Informations sociales*, n° 190, 2015, p. 64-72.

[51] MICHEL B., « Théoriser les liens entre lieux culturels et territoires », *op. cit.*

[52] Voir, par exemple, les membres du Ressac (Réseau national des ressourceries artistiques et culturelles).

[53] ARDENNE P., *Un art écologique. Création plasticienne et anthropocène*, Lormont, Le Bord de l'eau, 2019.

[54] Ces constats sont tirés du croisement de plusieurs entretiens avec des acteurs impliqués dans ce type de circuit de diffusion (artistes, techniciennes et techniciens, tourneurs et tourneuses, etc.).

[55] J'ai réalisé cette estimation avec l'outil de Simulation d'empreinte environnementale pour le spectacle SEEDS d'Arviva, en me fondant sur les données récoltées lors des entretiens et dans des sources complémentaires (Julie's Bicycle, « Moving arts. Managing the carbon impacts of our touring », juin 2010, en ligne : https://juliesbicycle.com/resource/moving-arts-vol-1-touring-bands-report ; The Shift Project, « Décarbonons la culture ! », *op. cit.*).

[56] J'ai réalisé cette estimation avec l'outil SEEDS à partir des données récoltées lors des entretiens, en considérant le même périmètre d'analyse que précédemment.

[57] Cette différence met en évidence l'inégale responsabilité en matière d'émissions de gaz à effet de serre (GES) au sein de la filière (comme dans le reste de la société), les grandes entreprises et projets concentrant la majorité des moyens financiers et des impacts écologiques qui vont avec.

[58] Avec une jauge de 100 personnes par concert, il faudrait 600 tournées de ce type pour atteindre la jauge d'une tournée de méga-concerts à 60 000 personnes, avec un impact carbone qui serait alors, sans compter la mobilité des publics, trois fois moins élevé (1 200 tCO_2e contre 3 800).

[59] IRLE D. *et al.*, *Décarboner la culture*, *op. cit.* ; Fédération des lieux de musiques actuelles (Fédélima) *et al.*, « Déclic. Décarbonons le live collectivement ! », 2024, en ligne : https://declic-musiques.org. Par exemple, la mobilité des publics représente en moyenne 430 tCO_2e pour un festival de petite ou moyenne taille, soit 58 % de ses émissions de GES.

[60] Fédélima, *et al.*, « Déclic », *op. cit.* ; Le Périscope *et al.*, « Étude Landscape. Le déplacement des publics des lieux de musiques actuelles », oct. 2024, en ligne : https://www.periscope-lyon.com/article/etude-landscape ; The Shift Project, « Décarbonons la culture ! », *op. cit.*

[61] C'est notamment lié à la capacité des salles et festivals de taille plus importante de programmer des artistes ayant une notoriété plus élevée, qui attirent des publics moins locaux.

[62] Au-delà de la jauge, d'autres facteurs sont à prendre en compte, tels que la densité de population et de transports en commun autour du lieu.

[63] Sociotopie, « Enquête sur la mobilité des publics et équipes de festival », fév. 2024, en ligne : https://www.lecollectifdesfestivals.org/collectif/2024/03/enquete-nationale-mobilite.

[64] J'ai réalisé le traitement à partir de la billetterie du festival, pour l'année 2024.

[65] MICHEL B., « Théoriser les liens entre lieux culturels et territoires », *op. cit.*

[66] FRANÇOIS S., « Localisme ou nationalisme ? L'écologie dans le programme du RN », *La Vie des idées*, 9 mai 2023, en ligne : https://laviedesidees.fr/Localisme-ou-nationalisme.

[67] RIBAC F., « Pour une autre écologie musicale. Partie 2 : Enquêter pour transformer », *Audimat*, n° 19, mai 2023, en ligne : https://audimat-editions.fr/editions-web/pour-une-autre-ecologie-musicale-2.

[68] Par exemple, bien qu'inégalement répartis sur le territoire national, les immigrées et immigrés représentent 10,7 % de la population française, originaires majoritairement d'Afrique, d'Europe et d'Asie (Insee, 2023).

[69] ROESCH A., « Pour une post-croissance désirable de la culture », art. cité.

[70] MICHEL B., « Théoriser les liens entre lieux culturels et territoires », *op. cit.*

[71] JALIN H., « Participer à la "Fresque du climat" fait-il changer nos comportements ? », *The Conversation*, 4 mars 2025, n° 247962, en ligne : https://theconversation.com/participer-a-la-fresque-du-climat-fait-il-changer-nos-comportements-247962.

[72] GUATTARI F., *Les trois écologies*, *op. cit.*

[73] SERMON J., *Morts ou vifs. Contribution à une écologie pratique, théorique et sensible des arts vivants*, Paris, B42, 2021.

[74] BLANC N., *Les formes de l'environnement. Manifeste pour une esthétique politique*, Genève, MētisPresses, 2016.

[75] GUATTARI F., *Les trois écologies*, *op. cit.*

[76] ARDENNE P., *Un art écologique*, *op. cit.*

[77] Un tiers des professionnels interrogés évoquent spontanément cette dévalorisation sociale des artistes et projets « locaux ».

[78] Ces propos sont issus d'entretiens avec des artistes témoignant des retours des publics à la fin de concerts intégrés dans des tournées locales à vélo.

[79] Ces propos sont issus d'entretiens avec des festivalières et festivaliers de La P'Art Belle.

[80] L'association continue d'exister mais, du fait de difficultés économiques, ses activités ont cessé pour l'année 2025 (au moins).

[81] TEILLET P., « Les politiques culturelles deviennent-elles des politiques événementielles pour peaufiner leur image ? », *Nectart*, nº 9, 2019, p. 62-68.

[82] BICHET M., « Épuisement en milieu militant : une réalité, mais pas une fatalité », *Silence*, nº 530, 2024, p. 5-7.

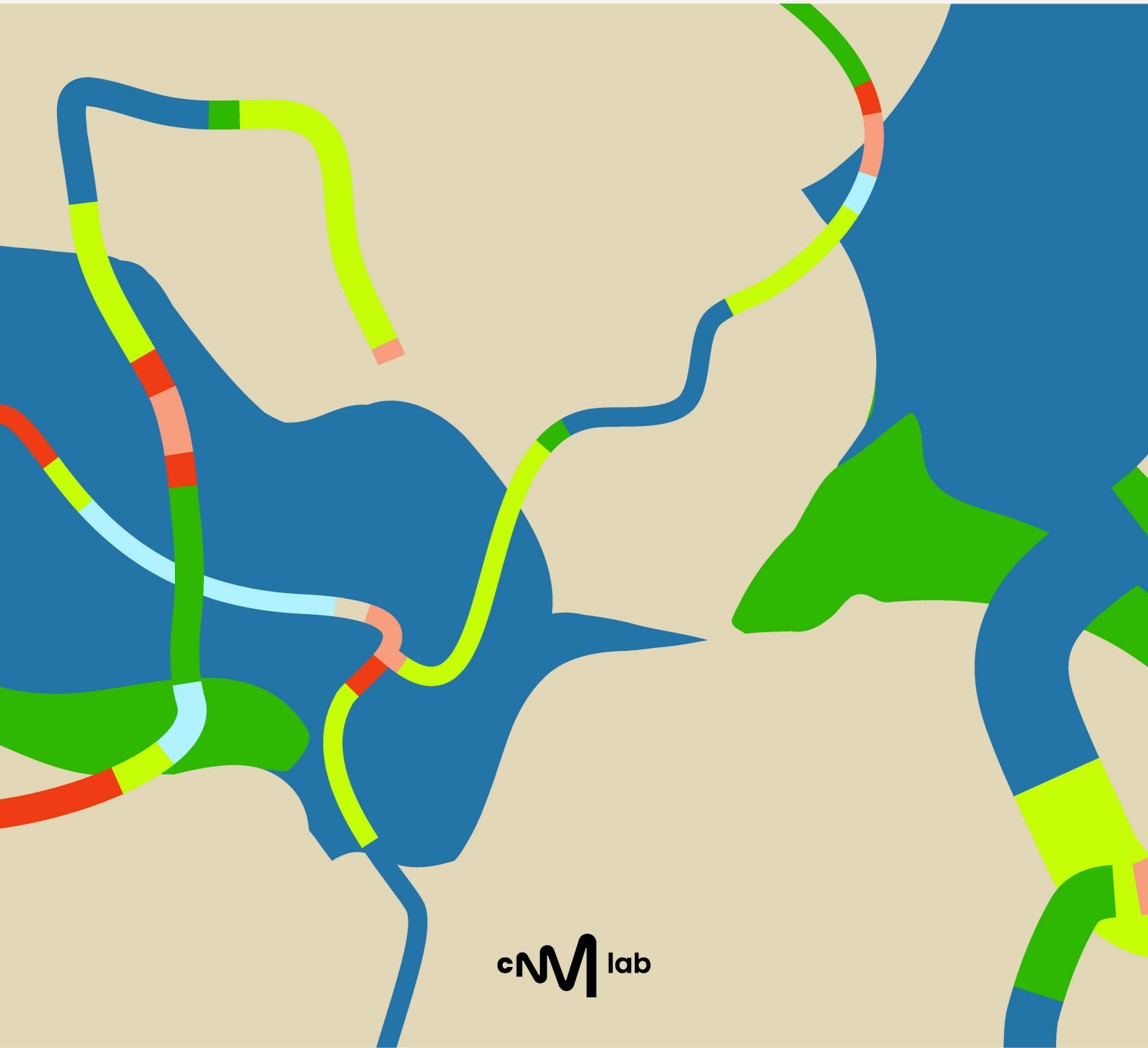
[83] MICHEL B. et MARTINEAU A., « Dans les musiques actuelles, une conscience écologique balbutiante », art. cité.

[84] Ce concept économique pointe le poids contraignant des choix et des cadres passés sur les évolutions futures, rendant difficile un changement de système, même si de meilleures alternatives apparaissent. Voir, par exemple, DAVID P. A., « Why are institutions the "carriers of history"?: Path dependence and the evolution of conventions, organizations and institutions », *Structural Change and Economic Dynamics*, vol. 5 nº 2, déc. 1994, p. 205-220.

[85] RIBAC F., « Pour une autre écologie musicale. Partie 1 », art. cité.

L'Estafette : un projet en itinérance pour une fabrique des territoires ?

Par l'Équipe Dédale : Pierre Génard, Maxime Guebey, Baptiste Pilo, Mathilde Regnaud, Luc Robène, Manuel Roux, Solveig Serre



L'Estafette : un projet en itinérance pour une fabrique des territoires ?

DEDALE

Auteurs : Pierre Génard (CNRS, THALIM) ; Maxime Guebey (CNRS, THALIM) ; Baptiste Pilo (CNRS, CESR) ; Mathilde Regnaud (CNRS, THALIM) ; Luc Robène (université de Bordeaux, THALIM) ; Manuel Roux (CNRS, THALIM) ; Solveig Serre (CNRS, CESR).

Le projet DEDALE, au sein du programme de recherche Industries culturelles et créatives (PEPR ICCARE), a pour objectif de détecter et d'imaginer de nouvelles ressources aux marges pour accélérer les industries culturelles et créatives (ICC) en valorisant des manières de faire « autrement ». Il postule que ces alternatives sont un levier puissant de transformation des ICC tant du point de vue de leurs fonctionnements, de leurs dispositifs ou de leurs contenus, que du rapport à la culture et à la création ou aux processus d'innovation, de production et de diffusion.

Introduction

Figure 1. Carte « Localisation du Carmausin-Ségala », réalisée par Tschubby, traduite de l'allemand. License : CC BY-SA 3.0
(
https://commons.wikimedia.org/wiki/Commons:GNU_Free_Documentation_License,_version_1.2
)



Depuis juin 2023, trois associations – l'Association Jeunesse Arts et Loisirs (AJAL), Pollux Asso et l'X Fest Organisation[1] – portent ensemble un dispositif scénique itinérant original, « l'Estafette », dont l'objectif est de renforcer le lien social par la musique dans un territoire rural, le Ségala (voir figure 1). Un camion remorquant une buvette fonctionnelle se transforme, en trois heures, en une scène de 35 mètres carrés, le tout dans un style Art nouveau, fruit de la collaboration avec l'atelier toulousain Bakélite. Ce dispositif vise à offrir une prestation « clés en main » d'événements culturels gratuits pour les communes en déficit d'équipements, comme c'est le cas en Ségala. Cette région naturelle, faite de collines et de vallées parfois encaissées, dont une partie est un ancien bassin minier, comme en témoigne la toponymie (Blaye-les-Mines, Cagnac-les-Mines), est à cheval entre les départements du Tarn et de l'Aveyron. Certains villages sont difficiles d'accès et les

structures sont peu nombreuses. Le constat est partagé par les élues et élus, qui voient d'un bon œil ce projet d'itinérance culturelle, lauréat du budget participatif de la région Occitanie en 2021. Les trois associations ont collaboré afin d'obtenir les financements et continuent de se partager les équipements.

La ruralité est un objet de recherche ancien, dont Marc Bloch et l'École des Annales soulignaient déjà la transdisciplinarité[2]. La culture en milieu rural a ainsi été étudiée par le prisme des politiques culturelles[3], mais aussi évidemment par celui de la géographie. Claire Delfosse met par exemple en avant le « renouveau de l'intérêt des artistes pour la campagne[4] » ; la géographe décrit une tendance à la « co-construction urbain-rural[5] » de projets culturels, questionnant même « la fin d'un antagonisme[6] » entre villes et campagne. Nombre d'études mettent l'accent sur « les vertus territoriales de la culture[7] » et son rôle dans le développement local des territoires. Vincent Guillon et Pauline Scherer relèvent cependant que la culture est souvent parée d'attributs contradictoires, devant tout à la fois « assurer l'attractivité et la compétitivité des territoires […], participer au développement économique et touristique, renforcer des liens sociaux distendus, générer des points de référence identitaire pour les sociétés locales, etc.[8] ».

La ruralité est encore souvent réduite au cliché de désert culturel ou, à tout le moins, de zones où l'accès à la culture est plus difficile, notamment pour des raisons de mobilité et d'infrastructures. Or non seulement la culture y est et y a toujours été bien présente[9], mais la ruralité peut être *a contrario* un terrain favorable à la réinvention des industries culturelles et créatives (ICC)[10], par les innovations culturelles qui s'y produisent et la façon dont une nouvelle territorialisation de l'offre culturelle s'y construit[11]. L'Estafette nous semble s'inscrire dans ce cadre : c'est pourquoi, à l'occasion d'une date du Ségala Music Tour organisé par Pollux Asso dans le Tarn, nous décidons de nous rendre sur place.

Suivre les routes de l'Estafette en Ségala permet de découvrir de nouveaux lieux, même quand on est de la région. Le paysage qui s'offre à nous, fait de *puechs* (monts) et de nombreux cours d'eau, tient toutes ses promesses en cette fin de mois d'août. Dans le village de Montirat où nous arrivons par une route étroite et pentue, rien ne laisse présager la foule qui s'amassera le soir, si ce n'est les personnes bénévoles de Pollux et de l'X Fest Organisation déjà présentes et qui nous font bon accueil. Elles viennent de terminer le montage de la scène et de la buvette, et l'impression est saisissante. Sur une place de taille modeste, que dominent une église et son parvis, la structure en métal a été installée et ne jure en rien avec le patrimoine existant. Un poteau électrique, planté à côté de la petite bâtisse en pierre où se trouve la mairie, fournit l'électricité. La buvette a été montée près de la scène, mais c'est sur le parvis de l'église que le traiteur du village a installé les barbecues qui serviront à préparer les grillades pour le public.

Le centre de Montirat se compose d'une dizaine d'habitations regroupées sur les hauteurs autour de l'église et, bien que l'intérieur entièrement peint de l'édifice religieux soit très beau et que celui-ci ait vu naître Bernard-François Balssa, le père d'Honoré de Balzac, la commune reste en dehors des circuits touristiques. Qu'est-ce qui a bien pu alors mener l'Estafette jusqu'ici ? Comme nous le raconte David Papaïx, président de Pollux, c'est un

musicien anglais installé à Montirat, Howard Johnson, qui, ayant entendu parler de l'Estafette, s'est rendu dans les bureaux de l'association à Albi pour proposer une date chez lui. La proposition a ainsi été retenue pour s'inscrire dans le Ségala Music Tour, et les élus locaux ont été contactés. L'anecdote est révélatrice de l'usage de l'équipement qu'envisagent les responsables des associations concernées. Tandis que nous discutons avec les membres de Pollux et de l'X Fest, dont le style vestimentaire témoigne de l'héritage punk rock de ces associations, le public arrive à pied, la configuration du lieu les obligeant à se garer en bas du village. Bientôt la place devient noire de monde et Montirat résonne de façon inattendue de rires, de chants et de rock. Est-ce à dire que l'événement est une réussite ?

S'interroger sur la réussite du projet, c'est mettre en lumière, dans les discours des acteurs et des actrices, la concordance ou non de leurs attentes. Par exemple, les attentes des responsables associatifs, qui veulent faire de ces manifestations des moments de rencontres ; celles des publics, qui soulignent la convivialité de l'événement ; celles des pouvoirs publics, qui se félicitent de l'opération et du consensus qu'elle semble faire autour d'elle. Cette concordance n'est pas si commune : il faut voir ce qui a conduit à son émergence. Néanmoins, cette réussite apparente semble également avoir ses limites. De fait, l'isolement de l'Estafette dans le paysage culturel local la fragilise. De plus, si l'un des objectifs déclarés est bien de promouvoir les musiques actuelles, les problèmes d'« adressage » – qui correspond selon Gilles Brougère et Sébastien François à « la façon dont un produit, dès sa conception, prend en compte son destinataire que cela soit de façon organisée et rationnelle ou intuitive voire fantasmée[12] » – et de liberté de programmation sous conditions, ainsi que la nécessité même de maintenir le consensus, ne mettent-ils pas à mal la découvrabilité qui semblerait induite par les intentions des associations ? L'Estafette est d'abord l'histoire d'une élaboration collective. Mais comment ces liens collaboratifs se sont-ils établis, et autour de quels objectifs ?[13]

1. Une histoire de concordances

L'Estafette est avant tout une histoire de concordances. Concordance des temps, d'abord, entre une réflexion amorcée en amont par les responsables associatifs et un budget participatif régional proposé en 2021 ; concordance et collaboration entre associations, ensuite, pour le montage du dossier, et qui restent nécessaires au bon fonctionnement du dispositif. La réflexion a bien comme point de départ un « constat commun d'un manque d'équipements culturels en milieu rural[14] » :

On est partis de notre expérience des besoins qu'on estimait qu'il y avait sur les territoires […] : pas de matériel, difficulté d'avoir des prestataires du spectacle qui puissent venir à des tarifs qui correspondent à une économie de culture en milieu rural. [Rire.] […] La scène, le bar, le sol, la lumière : il fallait qu'on ait le moins de frais possible, après, à mettre en œuvre, pour que l'événement puisse avoir lieu dans le village. (David Papaïx, président de Pollux Asso)

Les anciens lieux de socialisation ont disparu, la rencontre ne se fait plus. (Basile Delbruel, co-directeur de l'AJAL)

L'objectif est bien de revitaliser les territoires, le dispositif étant pensé comme une « fabrique » des sociabilités. En effet, les communes qui composent le territoire possèdent peu de structures capables d'accueillir du public[15]. L'offre culturelle est rare, et les villes d'Albi et Rodez sont déjà lointaines (respectivement à 45 minutes et 1 heure en voiture de Montirat). L'Estafette est née de ce besoin, avec une volonté forte si ce n'est d'« *apporter la culture dans les territoires*[16]» – termes symptomatiques d'une vision parfois caricaturale de la démocratisation culturelle –, du moins de proposer de la musique amplifiée dans les villages. Les références à l'éducation populaire sont présentes dans les discours, mais l'accent est mis sur l'ancrage local. Habitant le Ségala aveyronnais, Basile souligne l'importance d'un maintien des événements culturels dans le Ségala pour lui et ses proches :

Nos territoires, on les habite. Il y a un défi qui est, du coup, le lien social.

Membre du groupe punk Dirty Fonzy, David met en avant l'auto-organisation héritée du *do it yourself* (DIY) – en français « fais-le toi-même » – punk ; selon lui, l'initiative ne peut être un succès que si le public se sent participant de l'événement mis en place :

Et comme Pollux Asso a aussi cet historique d'être basée sur du do it yourself *au tout début, sur la réunion de quelques groupes de punk rock, de metal, ou de musiciens locaux qui avaient zéro euro pour organiser et faire des choses, on a quand même toujours gardé un petit peu ce truc de faire nous-mêmes. En fait, on s'est dit que le mieux, pour aller faire des concerts dans des bleds où, mis à part de l'électricité, il n'y aura pas grand-chose, c'est d'avoir un équipement.*

Les entretiens traduisent également une remise en question commune, renforcée par la pandémie de Covid-19, du mode de fonctionnement jusqu'alors utilisé. En effet, dès mars 2020, les autorités françaises ont instauré des mesures d'urgence entraînant la fermeture des lieux de spectacle vivant. Bien que le secteur culturel ait bénéficié de dispositifs de soutien économique et d'aides spécifiques, le secteur musical – et plus particulièrement le live – en est ressorti fragilisé. Entre 2019 et 2020, les recettes de billetterie ont chuté de plus de 80 %, et les habituées et habitués des concerts ont difficilement repris le chemin des salles en sortie de confinement[17]. Cette crise du Covid a ainsi accéléré le besoin de changement et d'élaboration d'un modèle alternatif : c'est désormais au concert de venir directement au public.

> L'objectif est bien de revitaliser les territoires, le dispositif étant pensé comme une « fabrique » des sociabilités. [...] L'Estafette est née de ce besoin, avec une volonté forte si ce n'est d'« *apporter la culture dans les territoires* »– termes symptomatiques d'une vision parfois caricaturale de la démocratisation culturelle –, du moins de proposer de la musique amplifiée dans les villages.

La réponse au budget citoyen participatif lancé par la région Occitanie en 2021 a été l'occasion de concrétiser le projet Estafette, et fournit un bon exemple de l'efficacité d'une mise en collaboration d'associations. En effet, afin de recueillir le maximum de voix, l'AJAL, Pollux Asso et l'X Fest Organisation ont décidé de réunir leurs forces, leurs réseaux. Elles montrent ainsi que des structures diverses, établies dans des départements différents, peuvent collaborer pour bâtir un projet pertinent pour le territoire.

Pour faciliter le financement de l'ensemble, le camion, qui fait également office de bar, appartient à l'AJAL, et la scène à Pollux. Ainsi monté, ce projet à cheval entre deux territoires remporte le budget participatif en seconde position derrière un projet de parc préhistorique dans le Gers. Ces financements servent à payer la construction de l'Estafette ainsi que l'atelier toulousain (Bakélite)[18] qui en a réalisé le décor. Une fois l'équipement obtenu, il ne restait plus qu'à le faire « tourner ». En réalité, l'AJAL et Pollux n'avaient pas attendu pour mettre en place leurs projets d'itinérance culturelle. Pollux a lancé le « Ségala Music Tour », dont on peut déjà noter l'aspect performatif pour le territoire, l'année précédant le financement régional, puisque le simple nom du projet inscrit l'espace géographique dans une réalité sociale. C'est bien dans cette perspective qu'a été pensée l'Estafette, c'est-à-dire comme un objet facilitant les projets et dont chacun et chacune peut s'emparer :

Je la vois comme un moyen de production. C'est-à-dire comme un moyen pour nous d'aller développer de nouveaux projets et de s'appuyer là-dessus pour vraiment répondre au fond du projet associatif de Pollux, qui est, pour moi, de créer des moments de rencontre, de partage, des moments un peu suspendus, de liberté, qui appartiennent aux gens qui sont là sur ce moment-là très précis. (Aude Esquilat, directrice administrative et financière de Pollux)

L'Estafette est ainsi utilisée côté tarnais à l'occasion de l'Xtreme Fest, pour le off du festival Pause Guitare et principalement, donc, pendant le Ségala Music Tour, pour 4 à 5 dates par an. Côté aveyronnais, l'équipement a été beaucoup utilisé pour des événements culturels variés. Pour l'été 2023, le site de l'AJAL indique au total 11 événements, dont deux festivals organisés dans 14 communes du Ségala tarnais et aveyronnais, 39 groupes présentés et des dizaines de milliers de personnes présentes.

2. Une soirée réussie ?

La présentation de l'Estafette par les associations met au cœur du projet la « convivialité » et la création « du lien par la culture[19] ». L'ambition des trois structures est bien de construire un espace et un temps de socialisation par la musique. Comment cela se traduit-il, et pouvons-nous qualifier les exemples que nous avons observés de « réussites » ? C'est dans l'équipement lui-même que se trouve un premier élément de réponse. En effet, la collaboration avec l'atelier Bakélite de Toulouse a permis la construction d'un objet artisanal reconnu pour son esthétique. Il est parfois, comme nous le dit David, un premier médium de communication avec les habitantes et habitants, qui reconnaissent la quantité de travail nécessaire à son élaboration :

L'idée de travailler la ferraille, c'était de travailler de manière artisanale. Dans le projet de l'Estafette, il y a « la valeur travail » qui ressort. Elle est aussi vachement importante dans le territoire, notamment dans l'intégration des gens. L'idée, c'était que quand les gars du territoire arrivent devant l'Estafette, ils font : « Ah ouais, ils ont bossé. » [...] À chaque fois qu'on va dans un village, qu'on monte l'Estafette, tu peux être sûr que l'agriculteur du coin qui est hyper bricoleur, s'il passe avec son tracteur ou sa voiture, il va s'arrêter [...], et ça crée une connexion qu'il y aurait pas du tout eu si on avait posé quatre planches pour faire une scène et juste un concert comme ça. [...] L'idée, c'était justement de pouvoir quand même parler à tout le monde, même si la proposition musicale, c'est pas un baloche.

Cette reconnaissance du travail manuel évoque l'« habitus de l'artisan » décrit par Marc Perrenoud dans ses enquêtes menées dans le Luberon. La figure de « l'artisan-bricoleur », qui en est l'une des incarnations, était surreprésentée au sein des mondes ruraux qui composent le Midi[20], avant l'apparition aujourd'hui d'une nouvelle population de « néo-ruraux », témoignant de la recomposition sociologique récente de la population[21]. On peut donc voir, dans la reconnaissance mutuelle de cette forme d'« effort », la manifestation d'une première stratégie de réduction de la distance entre les structures et leur public en ruralité. Elle est un indice fort que l'événement ne se réduit pas à la diffusion de musique, comme le prévenait David :

L'idée, c'est de créer un moment aussi de partage des habitants. Mais pas que forcément par rapport aux concerts. Donc le concert est aussi un peu un prétexte en fait pour créer un moment social et culturel.

Les discussions au comptoir de la buvette, ouverte une heure avant le concert, et l'odeur des grillades émanant des barbecues installés sous le porche de l'église qui surplombe la place de Montirat sont d'ailleurs les premiers signes festifs que nous identifions en arrivant sur place. Or ces moments de commensalité constituent un aspect central de notre réflexion. En effet, les repas servis par un traiteur du village signalent la collaboration entre plusieurs structures lors de l'événement et renforcent de fait la convivialité. Cet échange de services montre comment les parties coopèrent à la réussite d'un moment dont elles vont retirer, elles et les publics, le meilleur bénéfice : l'Estafette sollicite des entreprises ou des associations locales qui prennent en charge le *catering*, en échange de quoi ces dernières récupèrent de quoi se financer. Les tables dressées entre l'église et la mairie se remplissent et s'animent tandis que la nuit tombe. Comme le souligne le maire de Montirat, si le succès d'une soirée est évalué selon le nombre de repas servis, les 250 couverts permettent de mesurer quantitativement un pan de cette réussite.

Mais d'autres critères sont à considérer, car le service de bouche ne prime pas sur d'autres considérations ou représentations de la bonne tenue de l'événement. Tout concourt à nourrir le bonheur du moment : on vient aux soirées Estafette pour écouter de la musique, se retrouver et manger ensemble, et on ne saurait définir un ordre de priorité.

Les tables municipales orange dressées devant les planchas rappellent l'ambiance de la fête de village. Cet aspect nourrit une comparaison que nous entendons dans les entretiens avec le public. David l'évoque également dans le choix de l'espace (la place du village) où se déploie l'Estafette :

L'idée, c'est d'aller à l'endroit, dans un village, où déjà il s'y passe quelque chose, parce que c'est pas forcément évident de ramener les gens, notamment quand un projet qui n'est pas résident [du village même] *ou quoi, qui peut être considéré un peu hors-sol, des fois. L'idée est de créer une vraie dynamique humaine et sociale autour d'un moment. C'est ce qu'on dit aux élus aussi, c'est un moment de convivialité : restauration, buvette, musique.*

Basile souligne quant à lui que « *les locaux viennent aussi parce qu'ils peuvent avoir quelque chose qui ressemble à une fête de village en étant plus* pimpé ».L'ancrage dans le territoire passe également par un recrutement de bénévoles locaux, que les trois associations justifient par une volonté de se rapprocher du *par nous* et *pour nous*. La communication autour de l'événement se fait par le bouche-à-oreille, l'affichage dans l'espace public et les réseaux sociaux numériques. L'interconnaissance et la cooptation apparaissent centrales, aussi bien dans la production que dans la réception de l'événement :

Pour le projet, il faut qu'il y ait des gens du territoire. Parce que ça lui donne de la légitimité, et c'est aussi grâce à ça qu'on en trouvera d'autres. Et c'est ce qui a commencé à se mettre en place au fur et à mesure des années, c'est que : « Tiens, je vais dire à mon cousin de venir, blabla », puis le cousin, il vient, et puis… […] C'est vraiment que du réseau humain, social […]. Et après, que des connaissances par amis. On n'a pas mis d'annonce. (David Papaïx)

Le résultat est un sentiment exprimé d'appartenance à un groupe, la « famille Pollux ». Un des bénévoles nous l'assure :

Il n'y a pas du lien social que pour le public, mais pour nous aussi. (Bénévole de l'Estafette)

Le public confirme également ce sentiment d'inclusion, témoignant de la mise en phase de leurs attentes avec le dispositif proposé. Ève en témoigne bien, qui déclare :

Ici ça reste familial. Tout le monde se connaît, après, dans le coin. (Ève, public de l'Estafette)

Nos observations et les entretiens du public témoignent d'une ambiance chaleureuse partagée par l'ensemble des participantes et participants, et d'une adhésion globale au dispositif culturel.Beaucoup de gens se reconnaissent, on vient des villages proches, du Tarn (Mirandol-Bourgnounac) comme de l'Aveyron (La Salvetat-Peyralès), parfois de Carmaux, plus rarement d'Albi. Si l'affichage et les réseaux représentent une grande part de la communication, on vient aussi parce qu'on connaît Pollux :

Ève : *Ils sont déjà venus en Aveyron, je les ai déjà vus.*

Manuel Roux : *Avec l'AJAL ? C'est une autre association qui gère le truc.*

Ève : *Ouais. L'Estafette. Et puis l'Estafette, c'est suivi, quand même.* (Sophie, public de l'Estafette)

L'association s'est fait un nom et a gagné en légitimité, vis-à-vis du public comme des institutions. Toutes les tranches d'âge sont représentées sur le site, bien que peu d'enfants et de jeunes en dessous de vingt ans soient présents. Nous rencontrons une population provenant d'horizons sociaux assez variés. Beaucoup travaillent dans l'agriculture et dans le soin à la personne. Nous faisons tout de même la rencontre de quatre personnes âgées d'une petite trentaine d'années, qui se sont installées en collectif sur la commune, originaires de Graulhet, Castres et Carmaux. Elles mènent diverses activités qui vont de la brasserie au développement de jeux vidéo. L'une d'entre elles est même l'ancien batteur de deux groupes de la scène punk hardcore DIY, Hexis et Exylem.

L'aspect total de l'événement culturel est souligné par le public, qui se félicite de la convivialité du moment. L'objet de la soirée, le concert, est néanmoins rappelé. On vient voir jouer Howard et son groupe : la musique est replacée au centre de l'expérience. Avant que les concerts ne commencent, nous observons que le public se scinde dans l'espace : les plus âgés s'assoient en hauteur sur le muret en pierre tandis que les plus jeunes ont tendance à se regrouper dans la fosse du concert, où un espace a été aménagé pour les danses qui vont suivre. Les concerts débutent à 19 heures. Deux groupes se succèdent sur la scène. Comme lors des autres prestations de l'Estafette, il s'agit de groupes locaux et de notoriété modeste. Le premier, L'instant Baloche, est un groupe de reprises de classiques du rock couplés, à l'intérieur même des morceaux, à des références populaires de variétés françaises. Le chanteur fait sensation avec ses tenues bariolées et pailletées. Son épaisse moustache lui confère des airs de Freddie Mercury. La fin du set est particulièrement bien choisie par rapport aux attentes supposées du public : le dernier morceau mêle les premiers accords du titre « Nothing Else Matters » de Metallica avec « Le chasseur » chanté par Michel Delpech, que le public entonne en chœur les bras levés. Le second groupe, Dawn

After Dark, joue quant à lui un hard rock assez classique. La soirée prend une forme spécifique. Elle se situe à mi-chemin entre une fête de village traditionnelle et un spectacle de musiques actuelles. La buvette ne désemplit pas, et les tables non plus. Il y a du monde qui s'amuse ce soir à Montirat, comme il y en a eu à Trévien et comme il y en aura quelques semaines plus tard à Saint-Benoît-de-Carmaux. L'Estafette rencontre un succès indéniable et les organisateurs, organisatrices et les élues, élus présents jugent la réussite de la soirée à l'aune des sourires qui ponctuent les salutations. Du porche de l'église séculaire, nous regardons les techniciennes et techniciens s'activer pour tout ranger et rendre le camion à l'AJAL dans la nuit ; ce soir, la concordance des attentes des acteurs et actrices semble manifeste.

3. Réplicabilité et prospectives

Mais comment expliquer cette réussite ? Peut-elle être reproduite sur le reste du territoire, et confirmer une orientation de politique culturelle ? Il faut en premier lieu mettre en avant les compétences présentes en amont du projet. Les associations qui le portent sont composées de femmes et d'hommes rompus à l'animation socioculturelle, d'abord par leur formation, mais surtout par leurs expériences. Les réflexions engagées sont l'aboutissement d'une confrontation avec le terrain et ses difficultés sur plusieurs années. C'est sans doute par ce prisme du capital expérientiel qu'il faut comprendre la double revendication d'éducation populaire et d'auto-organisation. L'ancrage local est également un atout important. Le réseau tissé par les trois structures depuis leur création a été utile au moment des votes pour le financement, et continue à l'être dans la recherche de bénévoles ainsi que d'artistes à programmer. Il s'est aussi révélé précieux au moment de la construction de l'Estafette, comme nous l'explique David :

Donc, on s'est mis à chercher comment, d'abord, on pourrait fabriquer cet équipement. On a consulté des gens qu'on connaît qui bossent dans le spectacle, des directeurs techniques. Ils ont tous des relations dans le milieu. Ils nous ont vite orientés vers les gars qui fabriquent les scènes.

L'atelier Bakélite a été choisi là encore avec la volonté d'inscrire le projet dans le territoire :

Bakélite, quand on leur a présenté le projet, ils sont venus un peu s'immerger sur le territoire. Et eux, ils ont travaillé pas mal la ferronnerie, le fer, les métaux. Plutôt en lien avec le pont du Viaur, qui est vraiment un des monuments qui relient les deux Ségala. (David Papaïx)

C'est sans aucun doute l'un des ingrédients du succès, et cela représente un travail de long terme. Néanmoins, l'ancrage du dispositif est limité, et les trois structures doivent composer avec des publics qu'elles connaissent moins :

Pierre Génard : *Parce que vous, vous êtes de là-bas* [Ségala-Carmausin] *? Dans Pollux ou dans l'AJAL, il y a des gens qui sont du secteur ?*

David : *On vit tous là-bas, mais on n'est pas forcément dans tous les villages.* (David Papaïx)

Les propos tenus en entretien par Basile et David révèlent une attention particulière portée à la programmation, ainsi qu'à sa compatibilité avec les publics visés. Il y a par conséquent une forme d'« adressage ». Comme le souligne David :

Sur la programmation, on essaie de proposer des trucs quand même qui soient relativement ouverts, qui soient le moins excluants possible. On va pas programmer un groupe de deathgrind *dans un petit village, de punk complètement déluré ou de techno hardcore. Ça aurait aucun sens, parce que ça serait plus clivant qu'autre chose.*

Cette attention portée aux attentes supposées du public est un autre exemple de la volonté d'implication des partenaires ainsi que du désir exprimé de faire événement ensemble, grâce à leur connaissance fine de leur territoire et de sa population : la programmation d'Howard, musicien anglais « local » de Montirat, en témoigne. Jean-François Kowalik, maire de Blaye-les-Mines et vice-président du conseil communautaire de Carmausin-Ségala, nous confirme en entretien cet attendu implicite :

Au départ, c'était un peu complexe, parce qu'ils étaient réputés [pour] l'Xtreme Fest, c'est-à-dire du rock très, très dur, avec une clientèle particulière pour des zones rurales et des maires ruraux. Mais ils ont très vite rassuré en disant que leur programmation n'aurait rien à voir. C'est des groupes gentils qui viennent, entre guillemets.

Cette nécessité d'adressage peut parfois être vécue comme un cadre pour les associations porteuses, les obligeant elles-mêmes à s'adapter aux attentes suscitées par l'Estafette :

Après, c'est sûr que t'as moins de liberté de programmation. T'as des élus, des fois, dans des réunions, ils te disent « ouais bah vous faites ce que vous voulez […] vous avez une liberté de programmation, vous faites ce que vous voulez, il y a aucun souci, mais par contre… ». C'est différent, il faut que tu sois plus consensuel. (Basile Delbruel)

En cohérence avec le cadre de l'éducation populaire et de l'auto-organisation, les membres des trois associations s'interrogent sur les retombées de l'initiative :

Tu vois ça peut susciter une vocation de quelqu'un qui se dit : « Ah mais en fait, j'ai trop envie de travailler le fer, pour faire des trucs aussi beaux. » Je crois vraiment qu'un événement comme celui-là, ça peut laisser des traces dans le temps, consciemment ou inconsciemment, chez les gens. Et ça, c'est cool. (Aude Esquilat)

Symétriquement, l'une des réussites de l'Estafette se situe dans le fait d'avoir impulsé la relance de comités des fêtes dans les villages visités. L'influence exercée par le projet sur le tissu politique et social constitue un indice remarquable du succès de l'expérience. Car en sollicitant l'appui d'associations locales ou de bénévoles non encore structurés, l'Estafette se pose en cadre structurant. Elle permet la rencontre des volontés et balise des projets futurs, puisque ces liens perdurent. Dans l'une des communes, il a ainsi été décidé de relancer la fête du village, qui n'avait plus lieu faute de comité des fêtes. Ces dynamiques positives, outre leur force recréatrice de lien, de sociabilités dans l'action, renforcent en creux l'idée qu'une seule structure ne peut assumer l'ensemble du travail culturel d'un territoire, et

qu'elle doit pouvoir essaimer pour se maintenir. David rapporte par exemple qu'en raison du succès de l'Estafette auprès des maires, qui souhaiteraient la voir revenir, Pollux a calculé qu'il faudrait presque dix ans pour faire le tour des villages du Ségala et repasser dans une commune. La dimension patrimoniale de l'Estafette est également prégnante : il s'agit de valoriser les lieux présents dans leurs représentations et leurs utilisations, comme le souligne David quand il parle du choix de l'emplacement de l'événement. L'idée est d'inscrire le projet, le spectacle, le dispositif dans ce qui existe, afin d'ouvrir une nouvelle dynamique, de faire avec les habitudes locales et les modes d'appropriation des lieux. Plus qu'un nouveau dispositif adapté au contexte local, l'Estafette est une démarche visant à optimiser les espaces existants pour que s'y développent d'autres usages :

La scénographie de l'Estafette fait que même une place de village qui est plutôt banale, qui a pas de caractère en particulier, ça l'habille, et la scénographie l'amène à mener une convivialité. La personne qui voudrait prendre quinze jours en vacances quelque part, si [elle] suit le festival, [elle] découvre des lieux incroyables et connus, avec, en plus, des propositions. (Basile Delbruel)

> **L'influence exercée par le projet sur le tissu politique et social constitue un indice remarquable du succès de l'expérience. [...] Ces dynamiques positives, outre leur force recréatrice de lien, de sociabilités dans l'action, renforcent en creux l'idée qu'une seule structure ne peut assumer l'ensemble du travail culturel d'un territoire, et qu'elle doit pouvoir essaimer pour se maintenir.**

Enfin, l'éventuelle reproductibilité de l'Estafette à plus grande échelle se heurte selon nous à plusieurs verrous et obstacles qu'il est nécessaire d'analyser. Le renouvellement des mandats municipaux représente un premier facteur d'instabilité. Un élu favorable au projet peut être remplacé par un autre, moins sensible à la question de l'itinérance culturelle. L'acceptation de l'Estafette est forcément arrimée à un contexte politique propre au lieu de vie, et donc conditionnée par la vision des élus locaux, certains considérant que l'offre culturelle existante suffit :

La communauté de communes ils étaient sur un financement à hauteur de 30 000 euros. Et du coup il y a eu cette crispation, en 2022, qui a fait qu'ils ont baissé à 10 000. Et du coup, voilà, on est devenus l'objet d'une crispation interne [...] qui fait que ça s'étripe un peu dans le conseil communautaire, quand notre sujet arrive. (Basile Delbruel)

La coopération avec les communes se heurte aussi à des tensions liées à l'organisation logistique, comme la gestion des buvettes, qui sont parfois une source de revenus pour les associations locales. L'exploitation de cette manne par l'Estafette peut créer des frictions. De plus, à l'instar de nombreuses initiatives culturelles indépendantes, l'Estafette repose sur un équilibre fragile entre autofinancement et subventions publiques, ce qui rend son expansion et sa pérennisation incertaines. Les arbitrages budgétaires des collectivités peuvent ainsi réduire les financements, compromettant la viabilité du projet. Enfin, la faible structuration des partenariats privés limite les alternatives de financement.

En définitive, le modèle de l'Estafette peut rencontrer des difficultés à s'imposer dans les cadres institutionnels existants. Si cette situation est généralement le propre de tout projet innovant, elle débouche souvent sur une difficulté d'accès à des ressources à plus large échelle, pour un modèle qui repose principalement sur le soutien des réseaux associatifs et des élus engagés localement. Les financements publics restent majoritairement orientés vers des lieux fixes (salles de spectacle, médiathèques, salles des fêtes, etc.), tandis que l'itinérance culturelle reste encore une catégorie floue pour les politiques culturelles. Cette approche, axée sur la sédentarité des infrastructures, peut limiter la reconnaissance institutionnelle de projets mobiles comme l'Estafette, y compris à l'échelle des mairies. De même, les dispositifs de financement qui bénéficient à la ruralité, même s'ils sont de plus en plus nombreux, s'adaptent encore lentement aux spécificités de la diffusion culturelle dans des territoires faiblement équipés. Dès lors, l'Estafette est-elle véritablement un ovni culturel, ou le Ségala Music Tour, présenté comme « une série de concerts », s'inscrit-il simplement dans un continuum d'activités culturelles en milieu rural déjà marqué par une grande hétérogénéité ? En effet, il n'existe pas de définition unique du festival, mais plutôt une multitude de modèles qui varient selon leur ancrage territorial, leur temporalité, leur économie et leur rapport au public[22]. L'Estafette, par son déploiement sur divers événements tout au long de l'année, sa mobilité entre plusieurs communes et deux départements, ainsi que son économie hybride, semble s'inscrire dans le cadre des festivals, tout en remettant en question plusieurs de leurs caractéristiques fondamentales. Les conséquences en matière sociale et écologique de ces événements se distinguent également [23] : plutôt que de créer une forte concentration de publics (locaux mais surtout se déplaçant parfois de loin pour l'occasion), l'Estafette favorise des rencontres localisées et temporaires dans chaque commune desservie, encourageant ainsi le circuit court et le lien social de proximité. Mais contrairement aux festivals ancrés dans un lieu et un temps donnés, le projet fonctionne de manière diffuse et récurrente, traversant plusieurs territoires sans point central de rassemblement. Si certaines catégories, comme les « petits formats » ou les « pôles publics » d'après la classification d'Emmanuel Négrier et Aurélien Djakouane[24], intègrent des formes décentralisées, les festivals restent généralement pensés comme des événements ponctuels, là où l'Estafette s'apparente davantage à un dispositif permanent de diffusion culturelle. Ensuite, le modèle économique de l'Estafette repose sur des structures associatives en équilibre instable, entre financements publics et participation du public, la plaçant de ce point de vue à distance des festivals majoritairement financés par la billetterie ou le mécénat :

On a renversé la vapeur sur un modèle autour de la proximité et de l'itinérance, avec plus [au sens de davantage] *de financement public – enfin, un même financement public, mais un autofinancement moindre. On est toujours en difficulté et donc, là, on arrive à une situation où on doit amener un choix politique, des partenaires, en leur disant : « Souhaitez-vous un opérateur structure en itinérance en ruralité, ou pas ? »* (Basile Delbruel)

> **Les financements publics restent majoritairement orientés vers des lieux fixes (salles de spectacle, médiathèques, salles des fêtes, etc.), tandis que l'itinérance culturelle reste encore une catégorie floue pour les politiques culturelles.**

Outil hybride, l'Estafette est ainsi utilisée comme facilitateur d'événements existants. Par ailleurs, sa polyvalence façonne en retour une action culturelle polymorphe qui échappe aux définitions établies.

4. Conclusion

En quoi peut-on considérer l'Estafette comme une réussite ? Pour comprendre, il faut chercher au-delà de la culture de convivialité et d'amusement affichée, partagée et exprimée dans un néologisme que les bénévoles de Pollux utilisent désormais régulièrement : le « Zguen[25] ». Pour David Papaïx, l'intérêt de Pollux, et par extension de l'Estafette, est de proposer des spectacles « *carrés* » et « *pros* ». Il n'oublie pas de rappeler l'ancrage alternatif de l'association, tout en prenant soin d'évacuer tout élément subversif que cette image pourrait contenir : « *C'est pas parce qu'on est des punks qu'on est des* schlagos. » Dans la représentation que construit David de l'association, le noyau punk constituerait le ciment de l'équipe. Il en subsisterait *in fine* l'esprit de débrouille :

Les équipements manquent, il n'y a pas de lieux, même sur Albi. C'est la raison d'être de Pollux que de proposer de créer le lieu du spectacle [...]. On a fait nos premiers concerts en les créant de A à Z avec trois planches.

En définitive, l'Estafette construit son territoire autant qu'elle l'anime. En mettant en avant le Ségala dans l'appellation même de la tournée, elle le redéfinit au-delà des frontières administratives[26]. En construisant un réseau d'interdépendance, elle fait territoire.

David assume cependant la volonté de ne pas faire grossir l'événement et de rester à l'échelle locale, ce qu'il justifie par « *la peur de se disperser* », et le souhait de « *faire de la qualité* ». De manière globale, ses propos reflètent une stratégie de respectabilité et une quête de reconnaissance de la part de l'ensemble de ses partenaires – efforts placés autant vers le plus haut degré de la chaîne institutionnelle qu'au niveau le plus local des habitants des villages. Cette stratégie se reflète également dans la programmation : les groupes sont choisis avec un soin particulier pour composer entre différentes contraintes, la première étant celle de l'adressage et de la découvrabilité, puisque l'Estafette souhaite mettre en avant des groupes locaux. Ses initiateurs et initiatrices cherchent ainsi à s'assurer de l'adhésion des habitants, tout en participant au développement d'artistes locales et locaux. Rappelons que le succès de la soirée se mesure en premier lieu par la présence massive des personnes originaires du territoire. Cette stratégie comporte aussi la nécessité de se distinguer, d'un point de vue culturel, de la fête de village classique, sans pour autant que cette distinction se fasse par la programmation d'esthétiques clivantes : « *Je ne veux pas que ce soit de la* baloche*, ni le bordel*[27]. » Rien n'est laissé au hasard, et la complexité de cette stratégie a certainement été nourrie par l'alliance des diverses compétences des porteurs et porteuses du projet.

La difficulté à catégoriser l'Estafette dans les formes classiques d'événement culturel, combinée à une approche territoriale non conventionnelle, complique son intégration dans les critères d'attribution des budgets culturels. L'Estafette répond pourtant à plusieurs objectifs du Plan culture et ruralité lancé en 2024, qui vise à renforcer la présence culturelle en milieu rural. Ce plan, doté de 98 millions d'euros sur trois ans, met l'accent sur la valorisation des initiatives locales et le soutien aux acteurs culturels de proximité[28]. L'Estafette incarne ces ambitions en proposant, à sa manière, une décentralisation culturelle active tout en facilitant l'accès à une autre offre dans des zones souvent éloignées des dispositifs classiques.

Le projet, qui fait de la mobilité souple et de la capacité à aller vers les publics un principe cardinal, s'inscrit dans une dynamique plus large et en plein essor de renouvellement de la ruralité par la culture[29], notamment avec des initiatives qui privilégient l'itinérance pour revitaliser les territoires[30]. Le Slowfest, par exemple, plus axé sur le volet écologique, est lui-même inscrit dans le réseau européen et récent Armodo tourné vers les pratiques culturelles en mobilité douce. Des projets similaires existent également dans le monde du théâtre et des arts de rue, à l'image du Centre international pour les théâtres itinérants (CITI), qui est rattaché au plus grand réseau national de l'Union fédérale d'intervention des structures culturelles (Ufisc). Le cinéma n'est pas en reste, puisque l'Association nationale des cinémas itinérants (ANCI) ou le dispositif Cinémobile, dans le Centre-Val de Loire, contribuent eux aussi à ce renouveau de la diffusion culturelle. L'Estafette participe donc d'un développement plus large de la culture en itinérance, auquel il faudrait aussi ajouter d'autres initiatives émanant des mondes des musées, des bibliothèques, des arts et du spectacle vivant en général : une nouvelle étape de décentralisation de l'offre culturelle semble ainsi progressivement se dessiner.

[1] L'Association Jeunesse Arts et Loisirs (AJAL) est fondée en 1966 puis relancée au début des années 2000, Pollux est créée en 2000 et l'X Fest Organisation en 2016.

[2] BLOCH M., *Les caractères originaux de l'histoire rurale française*, Paris, Les Belles Lettres, 1931.

[3] Voir par exemple NÉGRIER E. et TEILLET P., *Les projets culturels de territoire*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble (PUG), 2019.

[4] DELFOSSE C., « La culture à la campagne », *Pour*, n° 208, 2011, p. 46, en ligne : https://doi.org/10.3917/pour.208.0043.

[5] *Ibid.*, p. 47.

[6] DELFOSSE C., « De nouveaux liens villes-campagne, en termes de culture : la fin d'un antagonisme ? », *Pour*, n° 249-250, 2024, p. 143-160.

[7] GUILLON V. et SCHERER P., « Culture et développement des territoires ruraux. Quatre projets en comparaison », rapport pour Inter-Parcs du Massif central (Ipamac), 2012, p. 6, en ligne : https://aaar.fr/wp-content/uploads/2017/08/etude-culture-scherer-guillon.pdf.

[8] *Ibid.*

[9] DELFOSSE C. *et al.*, « Culture et patrimoine en milieu rural », *Pour*, n° 226, août 2015 ; voir aussi SAINT-DO V. de, « Synthèse des rencontres du festival La Grande Défriche à Lalbenque (Lot) les 13 et 14 octobre 2022 : "Culture et dynamiques citoyennes en milieu rural" », fév. 2023, en ligne : https://cultureruralite.fr/wp-content/uploads/2023/02/Synthese_Rencontres_Lalbenque-2.pdf.

[10] DELFOSSE C., « Les ruralités, un ailleurs de l'innovation culturelle ? », Observatoire des politiques culturelles (OPC), 27 fév. 2025, en ligne : https://www.observatoire-culture.net/ruralites-ailleurs-innovation-culturelle.

[11] CAMUS D., « Une topologie socio-spatiale des initiatives artistiques en milieu rural », thèse en architecture et paysage, Bordeaux, université Bordeaux-Montaigne, 2022, en ligne : https://theses.hal.science/tel-03890432 ; NÉGRIER E. et TEILLET P., « La montée en puissance des territoires : facteur de recomposition ou de décomposition des politiques culturelles ? », dans J.-P. Saez (dir.), *Culture & société. Un lien à recomposer*, Toulouse, L'Attribut, 2008, p. 91-108.

[12] BROUGÈRE G. et FRANÇOIS S., « Introduction », dansG. Brougère et F. Sébastien (dir.), *L'enfance en conception(s). Comment les industries culturelles s'adressent-elles aux enfants ?*, Bruxelles, Peter Lang, 2018, p. 11.

[13] Pour répondre à ces questions, nous avons mené une enquête fondée sur trois volets méthodologiques. Nous avons d'abord conduit deux séances d'observation lors d'événements Estafette, en tant que spectateurs et spectatrices identifiés comme

chercheurs et chercheuses auprès de l'organisation et du public. La majorité des données ont été recueillies lors d'un premier concert à Montirat, le 31 août 2024, consignées dans un journal ethnographique enrichi d'entretiens informels avec le public et les membres de l'organisation Pollux, ainsi que de quelques photographies. Une deuxième séance d'observation a eu lieu à Saint-Benoît-de-Carmaux, le 7 septembre 2024. Par ailleurs, sept entretiens ont été menés avec les initiateurs de l'Estafette, les présidents des associations Pollux et AJAL, la coordinatrice de Pollux, des élus ayant accueilli l'Estafette, le président de l'intercommunalité Carmausin-Ségala, ainsi qu'un musicien et habitant de Montirat. Les entretiens avec le public ont été anonymisés. Enfin, un travail d'archives (projets associatifs, dossiers de subventions) et une revue de presse ont complété l'enquête.

[14] Voir le projet de l'Estafette vu par l'AJAL sur son site Internet : assoajal.fr/estafette.

[15] Voir l'annuaire « Structures culturelles et lieux de diffusion en Carmausin-Ségala » sur le site de la communauté de communes : https://www.carmausin-segala.fr/associations-culturelles-artistes-compagnies.

[16] Entretien avec l'un des bénévoles de l'organisation.

[17] MÜLLER J. et SCHREIBER A., « Les sorties culturelles des Français après deux années de Covid-19 », *Culture Études*, n° 6, 2022, p. 1-20, en ligne : https://doi.org/10.3917/cule.226.0001.

[18] Voir le site de l'atelier : https://bklt.fr/agence.

[19] Voir le projet de l'Estafette vu par l'AJAL et Pollux sur leurs sites Internet : assoajal.fr/estafette ; polluxasso.com/evenements_full/lestafette.

[20] PERRENOUD M., « Artisanat et gentrification rurale en France méridionale », *SociologieS*, 2012, en ligne : https://doi.org/10.4000/sociologies.3991 ; PERRENOUD M., « Les artisans de la "gentrification rurale" : trois manières d'être maçon dans les Hautes-Corbières », *Sociétés contemporaines*, n° 71, 2008, p. 95-115, en ligne : https://doi.org/10.3917/soco.071.0095.

[21] RIEUTORT L., « Les territoires ruraux face à quatre transitions », *Population & Avenir*, n° 761, 2023, p. 4-7.

[22] DJAKOUANE A. et NÉGRIER E., *Festivals, territoire et société*, Paris, ministère de la Culture-Presses de Sciences Po, 2021.

[23] NÉGRIER E., *Les festivals à l'épreuve de la transition*, Fontaine, PUG, 2024.

[24] DJAKOUANE A. et NÉGRIER E., « Vers une typologie des festivals », dans *Festivals, territoire et société*, *op. cit.*, p. 209-235.

[25] D'après l'association, « *zguen* » est un « terme fréquemment utilisé dès le milieu des années 90 par une frange de la population albigeoise afin de désigner un peu tout et

n'importe quoi ». Voir Pollux Asso, « Rapport d'activité 2021 », 21 mai 2022, en ligne : https://www.calameo.com/books/006029325fd774711c798.

[26] DORÉ G., « Quelles géographies pour les aides publiques de l'État aux territoires ? », *Population & Avenir*, n° 756, 2022, p. 17-19, en ligne : https://doi.org/10.3917/popav.756.0017.

[27] Entretien avec David Papaïx.

[28] Voir le dossier « Plan culture et ruralité : une ambition pour la vie culturelle dans les territoires ruraux » sur le site du ministère de la Culture : https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/culture-et-territoires/culture-et-ruralites/le-plan-culture-et-ruralite-renforcer-la-place-de-la-culture-au-caeur-des-territoires-ruraux.

[29] DELFOSSE C., « Les ruralités, un ailleurs de l'innovation culturelle ? », *op. cit.*

[30] Pour un état des lieux des initiatives culturelles en itinérance, voir « Les itinérances artistiques, un modèle en plein renouvellement », ministère de la Culture, 25 mars 2024, en ligne : https://www.culture.gouv.fr/fr/actualites/les-itinerances-artistiques-un-modele-en-plein-renouvellement.

Gisèle Magnan

Entretien

cNM lab

Gisèle Magnan – Entretien

Gisèle Magnan

Saluée par la critique comme « l'une des meilleures pianistes de sa génération », **Gisèle Magnan** débute une carrière de soliste en 1981, qui la conduit sur les grandes scènes européennes, au Canada, aux Etats-Unis, en Afrique du Nord et au Moyen-Orient. Elle fonde l'association Les Concerts de Poche en 2005 pour créer un lien social fort entre les habitants, dans les communes rurales et dans les quartiers. En 2017, Elle est promue par le Président de la République au grade de Chevalier de l'Ordre national du Mérite. En 2021, elle reçoit la médaille de Chevalier de l'Ordre National des Arts et Lettres.

Les concerts de poche
Les Concerts de Poche, reconnus d'Utilité Publique, œuvrent dans toute la France en emmenant les meilleurs artistes de la musique classique, lyrique et jazz dans les campagnes, montagnes et quartiers. Ils organisent chaque année de façon itinérante 2500 ateliers et 120 concerts indissociables, dans 360 communes et quartiers, pour plus de 45 000 participants. Ceux-ci constituent de « nouveaux » publics, qu'il s'agisse des jeunes de tous les âges, ou de personnes isolées. Les projets sont construits sur-mesure avec les municipalités qui les accueillent. La mission est à la fois artistique, sociale et territoriale.

Pour vous, qu'est-ce qu'un territoire ?

Le territoire, c'est à la fois une notion géographique, et aussi une notion humaine d'habitants. Qui vit ici ? Où ? Pourquoi ? Comment ? Avec quoi ? Et de quelle façon vit-on quelque part ?

Quelle est la genèse du projet des Concerts de Poche ?

J'étais pianiste concertiste et je me déplaçais beaucoup, tout en habitant un petit village à la campagne. À mes débuts, je donnais des concerts dans des lieux modestes, où je connaissais le public. Puis, on m'a demandé de jouer dans des salles de plus en plus grandes et intimidantes, où les spectateurs étaient déjà amateurs de musique classique. Je constatais que ces publics se ressemblaient beaucoup d'un endroit à l'autre, et surtout, je ne rencontrais pas vraiment les habitants des territoires que je visitais. On me remettait un bouquet de fleurs à la fin, et je retournais à ma loge avant de repartir pour l'hôtel.

Avec le temps, je me suis demandé pourquoi je quittais mon village pour jouer devant des publics déjà acquis. J'avais envie de nouvelles expériences, de rencontrer la population réelle du XXIe siècle. Dans les territoires ruraux, je savais ce que la musique pouvait apporter en matière de lien social, non seulement à travers l'écoute, mais surtout par la pratique et la création collective. C'est cette idée qui a façonné le dispositif que j'ai créé il y a maintenant vingt ans.

Quelles ont été les premières étapes de structuration du projet, et comment avez-vous élaboré le modèle d'ateliers et de concerts qui existe aujourd'hui ?

J'ai beaucoup tâtonné avant d'arriver au modèle actuel. Au début, je me mettais encore en scène, imaginant un camion-scène qui irait de village en village. Mais cela nécessitait un piano, un conducteur, et ne pouvait fonctionner qu'en été : ce n'était ni viable ni satisfaisant.

Des propositions pour jouer dans des usines m'ont été faites, mais ce qui me passionnait, c'était l'espace public plutôt que les entreprises privées. Je me suis rendu compte que de nombreuses infrastructures locales – petites salles, granges – pouvaient rassembler les habitants. C'est ainsi que le projet Concerts de Poche est né, dans des territoires ruraux, grâce à la confiance de plusieurs maires.

J'ai imaginé des ateliers où les jeunes créent eux-mêmes, suivis d'un concert, indissociable. Il y a souvent un atelier tout public où n'importe qui peut s'inscrire. Mais pour qu'ils aient envie de s'inscrire, il faut aussi qu'il y ait des ateliers intra structures, soit dans les structures scolaires, soit dans les maisons de retraite ou les foyers ruraux. Sincèrement, **ce ne serait pas possible d'avoir beaucoup de mobilisation sur ces groupes tous publics si on n'allait pas à l'intérieur des établissements déjà existants**.

Au départ, je travaillais bénévolement, sur tous les fronts : conception, sensibilisation des élus, imagination des ateliers, rencontres… Ce que je voulais, c'était remplir les salles de

jeunes, d'enseignants, de familles, partager de grandes émotions collectives, comme dans *Les Enfants du Paradis* de Marcel Carné. En musique classique, je savais que cela ne pouvait passer que par l'appropriation et la pratique, pas seulement par l'apprentissage du chant ou d'un instrument, mais par la création collective. Les participants aux ateliers en viennent à se glisser dans la peau d'un compositeur, d'un interprète et d'un spectateur. L'histoire, la dramaturgie des sons et l'harmonie qui en résultent sont inventées par des gens qui, avant, n'y connaissaient rien.

Sans les artistes, le projet n'aurait jamais pu prendre vie.

Comment sélectionnez-vous les territoires où vous intervenez, et qu'attendent généralement les collectivités lorsqu'elles vous sollicitent ?

Au début, il a fallu frapper aux portes pour tester l'intérêt des habitants. Puis, le projet s'est développé par capillarité et par la demande des territoires eux-mêmes. Quelqu'un qui avait envie de recevoir la même chose dans sa communauté de communes, il venait voir, ce n'était pas loin, pas cher non plus. C'est vraiment en répondant à la demande qu'on s'est développé.

Nous choisissons nos lieux en fonction de l'engagement réel des acteurs locaux. Nous privilégions les communes où la musique peut fédérer et transformer, plutôt que celles qui veulent simplement accueillir de grands noms comme Natalie Dessay. **Nous cherchons des territoires dans une démarche citoyenne et inclusive, où des personnes qui n'auraient pas facilement accès à la musique puissent en être transformées**.

Souvent, c'est l'élu qui valide le projet. Il y a plusieurs types d'élus : certains ne s'occupent que d'un certain public, d'autres ont envie de toucher toutes les structures de leur territoire (médicales, sociales, scolaires…). Même si chaque commune n'a pas toutes ces structures, il peut y avoir une dizaine, voire une vingtaine d'établissements sur l'ensemble d'une communauté de communes. Ce que les élus trouvent dans les Concerts de Poche, c'est notre capacité d'itinérance. On peut aller d'un endroit à l'autre, amener ateliers, artistes et musique, puis rassembler tout le monde une fois par an pour un grand concert. Il s'agit d'aller chercher des habitants qui ne viendraient jamais d'eux-mêmes. Ils arrivent un peu hésitants, avec leurs téléphones, mais ils voient leurs proches sur scène dialoguer avec les artistes, et ils s'impliquent à leur tour. On a les familles qui viennent quand les enfants se sont prêtés au jeu, quand un atelier a eu lieu dans la maison de retraite et qu'on fait monter une bonne dizaine de personnes sur la scène, toute la maison de retraite vient applaudir. C'est d'ailleurs assez étonnant de voir à quel point nous devenons un outil pour que ces publics se sentent reconnus par leur municipalité.

Au fil du temps, les institutions nous sollicitent pour atteindre des personnes que leur fonctionnement habituel ne touche pas. Notre approche est très personnalisée, les médiateurs et médiatrices ont une vraie liberté pour proposer des idées sur mesure aux territoires. Cela crée une relation de confiance.

Comment les artistes réagissent-ils lorsqu'ils découvrent les publics et les contextes atypiques des Concerts de poche ? Diriez-vous que vous les embarquez dans une forme d'engagement politique ?

Il y a 20 ans, tout le monde me disait que j'allais dans le mur, avec l'idée que cette musique, si on ne la connaît pas déjà, s'il n'y a pas une éducation, c'est peine perdue. Des musiciens me demandaient ce que je voulais qu'ils fassent devant une classe de collège. Et, ils y ont pris goût, par l'expérience de la rencontre avec l'autre, quel que soit son âge, sa condition, son habitat.
Je pense à Michel Dalberto, habitué des grandes salles, qui a donné un concert dans un hôpital psychiatrique. La salle était pleine, mais pas forcément silencieuse. Une patiente a réagi intensément à la musique, chantant, gémissant… Il s'est produit un dialogue inouï entre ce qu'il jouait et la salle. À partir de là, Michel Dalberto ne s'y est pas trompé, il revient chaque année aux Concerts de Poche, de son fait, pour favoriser ce type de lien.

Ces expériences que nous construisons ont montré que la musique classique pouvait bouleverser autant les publics que les artistes, les élus et les habitudes culturelles.

Quels sont les différents formats ou durées possibles pour vos ateliers, et comment s'adaptent-ils aux besoins des territoires ?

La durée et la forme des ateliers dépendent des moyens du territoire. Le format le plus léger consiste en huit ateliers d'une heure dans huit structures différentes, sur les quinze jours précédant le concert. Les participants créent ensemble une œuvre musicale et apprennent à écouter comme des compositeurs.

Très vite, d'une année sur l'autre, on nous demande des formats plus longs. On organise alors des ateliers de trois à quatre semaines consécutives pour les mêmes participants, et parfois des ateliers de six mois, toutes les semaines, pour les mêmes personnes. De plus en plus de participants souhaiteraient que nos ateliers durent toute l'année. Ce désir est une mesure d'impact concrète, complétée par des enquêtes et études que nous réalisons.

Quel équilibre cherchez-vous entre soutiens publics, privés et engagement des communes ?

Pour qu'un projet se réalise, c'est la municipalité ou la commune qui en fait la demande. En général, elle finance environ 25 % du coût, et il nous revient de trouver les 75 % restants auprès de financeurs publics et privés. La municipalité agit comme déclencheur, puis à nous de mobiliser tous les moyens nécessaires pour que le projet existe et que les artistes soient rémunérés. Finalement, cela crée une mission à la fois artistique, sociale et territoriale. Tout le monde y trouve son compte. C'est crucial que ces trois dimensions restent liées, sinon nous perdrions notre approche inclusive.

Grâce à des partenaires publics, nous pouvons intervenir dans des structures qui accueillent des personnes isolées, en difficulté, et proposer des ateliers gratuits. Par la suite, nous pouvons aussi vendre certaines prestations, mais ce n'est pas l'objectif principal : ces structures ont besoin de leur budget pour d'autres dispositifs quotidiens ou pour l'emploi.

Nous sommes ravis de pouvoir trouver les financements qui permettent de travailler à un très haut niveau musical avec ces publics, puis de les inviter au concert : elles paient entre 3 et 5 €, et si elles montent sur scène, c'est gratuit.

Comment développez-vous l'emploi, et comment aidez-vous les territoires à développer leurs propres ressources et savoir-faire ?

Nous employons des gens du territoire. Pour nous, c'est essentiel de faire travailler des artistes locaux. Nous avons aussi des implantations dans toute la France, avec des équipes permanentes à Reims, Lille, Toulouse, en Ardèche et naturellement en Seine-et-Marne. Les personnes qui mènent les projets viennent donc directement de ces territoires. D'une certaine manière, nous créons ces emplois-là.

Les artistes qui travaillent sur les ateliers sont formés pour rencontrer des publics différents de ceux auxquels ils ont l'habitude de s'adresser. Ce sont souvent des musiciens des orchestres locaux ou des diplômés du CNSM de Lyon et d'autres grandes écoles. Les chefs de chœur dans ces lieux-là veulent un niveau professionnel élevé, mais ils ont aussi besoin que le travail reste stimulant, et non purement alimentaire. Nous les formons donc pour que la création de nouvelles chorales avec des participants très hétérogènes nourrisse leur imagination, leur art, et leur envie. Ce travail influence leur façon de diriger des chorales pour les rendre communicatives, inclusives et accessibles. Grâce à nos chefs de chœur, nous influençons le renouvellement des publics et des pratiques, même pour des répertoires très spécialisés comme la musique baroque, classique, ancienne ou contemporaine. Nous sommes très attentifs au développement du travail des artistes sur le terrain et à la fidélisation de leur public. Pour moi, c'est essentiel de penser dès maintenant à la pérennité des publics dans 5, 10, 15 ans. C'est maintenant qu'il faut anticiper leur existence et leur engagement futur.

Notre intention n'est pas de rester éternellement au même endroit. **Après quelques années, nous cherchons à outiller les habitants pour qu'ils puissent continuer le projet sans nous et même explorer d'autres formes que la musique classique**. Par la suite, nous pouvons envoyer des artistes ponctuellement ou permettre aux structures locales de travailler directement avec eux. Ce qui nous tient à cœur, c'est d'être un acteur structurant.

Comment les Concerts de Poche peuvent-ils lever des tensions possibles entre différentes structures locales, et recréer du lien entre acteurs ?

Cela demande un vrai doigté. Une de nos valeurs fondamentales, c'est l'écoute mutuelle, que ce soit en externe, ou au sein de notre équipe. Il s'agit de comprendre ce dont chaque

partenaire a besoin et en quoi il pourrait être satisfait de collaborer avec un autre acteur local, même si ce dernier l'agace parce qu'il a monopolisé certaines subventions, par exemple.

On se rend compte que certains acteurs devraient être fédérés par leurs directeurs ou élus, mais se retrouvent isolés, chacun dans leur « chapelle », avec leurs propres affinités politiques ou administratives. La municipalité doit nous donner un petit coup de pouce pour mettre ces acteurs autour de la table, et nous jouons alors le rôle de médiateurs. On leur explique que toutes les personnes dont ils s'occupent vont apprendre la même musique, peut-être avec des créations différentes et des ateliers séparés au début, et qu'au moment des répétitions générales, tout le monde se retrouvera. Et la magie de la musique opère toujours. Ce n'est pas nous, c'est vraiment l'art, les artistes et les médiateurs qui s'impliquent pendant les ateliers.

Aujourd'hui, on nous demande même de former des acteurs locaux – pas forcément culturels – pour mener des projets collectifs. Notre objectif est d'écouter et de répondre aux besoins du plus grand nombre, tout en restant exigeants. Il ne s'agit pas de faire un consensus tiède : nous faisons comprendre que ce dépassement de soi est ce qui fait le succès du projet. Les acteurs locaux ont leurs idées, qui ne correspondent pas toujours à celles de leurs voisins ; notre rôle est de réconcilier tout cela.

Il existe aussi cette tension entre le fait de vouloir créer du lien social et, en même temps de rendre un territoire attractif. Par exemple, lors d'un concert avec 200 spectateurs, un élu assez bougon voulait parler au début et dire au public sa déception : « Il y a ici des gens des villages d'à côté, mais combien sont de notre village ? ». Vingt personnes lèvent la main… Puis, Adam Laloum et le quatuor Modigliani jouent, un concert incroyable. À la fin, l'élu reprend la parole : « La prochaine fois, revenez tous ensemble, c'est incroyable d'avoir pu écouter ça avec les villages voisins. Maintenant, vous savez que mon village est attractif. ».

Nous ne travaillons pas volontairement sur l'attractivité, mais cela fonctionne quand même. Les motivations des uns rencontrent celles des autres. Elles ne sont pas toujours idéales, mais la musique peut faire son œuvre à partir de là. Et puis, ce n'est pas forcément mal de vouloir rendre son territoire attractif, tant qu'on ne pense pas qu'à ça.

Vous parliez de l'impact des Concerts de Poche sur les individus. Avez-vous aussi des moyens de mesurer l'impact sur les territoires eux-mêmes ?

Oui, par exemple, dans la petite ville de Saint-Pierre-en-Faucigny, il y a eu 20 % d'inscriptions supplémentaires à l'école de musique. On essaie également de pousser les publics, dès qu'ils sont mordus, à aller voir un artiste sur une scène conventionnée pas très loin, à 3040 km par exemple. On envoie des emails à nos publics pour les inciter à se déplacer et à redécouvrir ces artistes.

Pour ne rien vous cacher, dans les grandes salles parisiennes, l'impact est énorme, car nous avons une base de données très solide en région parisienne et grande couronne. Je

pense par exemple à Jonathan Fournel, qu'on connaît depuis qu'il a 15 ans. Au début, il n'était pas évident pour lui de remplir une très grande salle. On a fait une newsletter présentant son concert à Paris, et on a vu un afflux de public jusqu'à 200 personnes supplémentaires ! On utilise ces dispositifs comme un soutien aux artistes. On ne le fait pas systématiquement pour tout le monde, mais, dès qu'un artiste est un peu jeune ou en développement, on peut agir de cette manière. L'année prochaine, beaucoup de spectateurs des Concerts de Poche se retrouveront dans des salles comme la Philharmonie grâce à ce travail.

C'est important pour nous : contribuer à ce lien durable entre les publics et les lieux de musique, et ne pas laisser ça au hasard. Il y a aussi une dimension de duplicabilité : ce qu'on sait faire sous notre égide peut être transmis à d'autres. Nous intervenons dans 370 communes par an, alors que la France en compte 36 000 ! Il y a largement de quoi faire pour tout le monde.

Vers quels nouveaux territoires souhaiteriez-vous développer les Concerts de Poche, et quels types de projets aimeriez-vous renforcer ?

L'expansion à tout prix n'est pas notre objectif. En revanche, il y a un travail de notoriété à mener : certains territoires pourraient bénéficier d'ateliers longs, même si nous n'y sommes jamais intervenus. Nous aimerions pouvoir répondre à ces demandes. Par exemple, nous allons très peu en Bretagne, alors qu'il y a beaucoup de sollicitations. Même chose en Franche-Comté ou dans le Limousin : il y a de la demande, nous aimerions y être.

Pour l'instant, nous intervenons principalement en France métropolitaine. Mais nous commençons à recevoir des demandes transfrontalières. Nous avons déjà réalisé un projet en Belgique, juste à la frontière. L'Éducation nationale souhaiterait beaucoup que nous développions des projets à Mayotte. Les discussions sont en cours. Pour le moment, tout est une question de moyens et de disponibilité des équipes. Nos équipes se donnent énormément sur le terrain et sont souvent débordées. Nous n'avons pas encore la capacité d'aller au-delà de ce que nous réalisons actuellement.

Nous aimerions surtout développer davantage d'ateliers de longue durée. Actuellement, environ 50 % de nos projets incluent des ateliers longs, et notre objectif serait de porter cette part à 80 %.

Nous soutenons aussi de petits festivals qui s'inspirent de notre modèle. Par exemple, Lucie Mercat, violoncelliste du Quatuor Akilone, a créé son festival en Occitanie en s'inspirant de sa première expérience avec les Concerts de Poche à l'âge de 20 ans.

Les Concerts de Poche deviennent comme une marque de fabrique pour d'autres initiatives ?

Ce qu'il faudrait, c'est avoir un label ou quelque chose qui permette aux artistes de dire « j'ai appris au Concert de Poche » et qui, en même temps, contribue à notre communication et à la reconnaissance de notre démarche.

Par exemple, nous avons un modèle d'atelier intitulé *Musique en chantier*, où l'on crée des petites sonates avec n'importe quel participant. Ce modèle pourrait être labellisé Concert de Poche : il n'est pas difficile à reproduire par les artistes, il faut juste de la formation, de l'aisance à improviser et à inventer, et un médiateur. Si cet atelier portait notre label, ce serait une reconnaissance de notre paternité sur ce modèle. Nous aimerions que les musiciens puissent s'en saisir librement, se former chez nous, puis véhiculer le label eux-mêmes, avec confiance et autonomie.

Nous aimerions que le ministère de la Culture crée un label pour les scènes itinérantes dédiées à la musique. Ce serait vraiment nécessaire, car aujourd'hui, on ne sait jamais ce qui peut se passer avec les gouvernements ou les dispositifs publics. Les grandes structures nationales comme les scènes nationales sont solidement établies, mais des dispositifs comme le nôtre n'ont pas la même pérennité garantie.

Quel pan de votre vision artistique et sociale rêveriez-vous encore de réaliser ?

C'est exactement ma question aujourd'hui. J'aimerais être encore en bonne santé et m'assurer que nous avons bien passé la main pour que tout cela perdure. Depuis un an, j'assure la passation de la direction générale, et je pourrai bientôt me reconcentrer pleinement sur l'artistique. Ensuite, il faudra trouver une nouvelle direction artistique, qui partage les mêmes envies et aspirations. Parmi nos artistes, certains ont bien compris notre vision : il pourrait être utile de créer un comité artistique pour qu'ils continuent de donner le ton.

Par ailleurs, je pense qu'il est important de mettre en place des comités de pilotage pérennes avec les institutions qui nous soutiennent. Le risque, c'est que le projet devienne de la simple vulgarisation, alors qu'il repose sur un engagement profondément humaniste.

Enfin, il reste quelques difficultés logistiques à lever, qui sont liées à l'itinérance dans les zones très rurales. Les populations sont très éloignées les unes des autres et il nous faut des véhicules fiables pour rassembler les participants, ce qui nous manque parfois. Ces obstacles techniques ou matériels nous empêchent d'aller encore plus loin, alors que nous avons les capacités pour le faire.

Propos recueillis par Anna Cuomo et Céline Lugué.

Les passions musicales ordinaires comme projet de territoire

Par Julie Oleksiak



cnm lab

Les passions musicales ordinaires comme projet de territoire

Julie Oleksiak

Julie Oleksiak est docteure de l'École des hautes études en sciences sociales (EHESS) avec une spécialité musique, histoire et société. Elle interroge dans ses recherches l'activité des opérateurs culturels qui, en promouvant la rencontre des cultures à travers la musique, portent le message politique induit par une valorisation de la diversité culturelle. Membre associée au Centre Georg Simmel, elle est, depuis 2022, coordinatrice de la recherche au Centre des musiques traditionnelles Rhône-Alpes.

Introduction

> « En 2018, selon l'enquête sur les pratiques culturelles des Français, 81 % des plus de 15 ans ont écouté de la musique durant les douze derniers mois, cette proportion ayant augmenté de 23 % depuis 1973. 57 % des personnes l'ont fait quotidiennement, alors qu'elles étaient seulement 34 % en 2008[1]. »

Les grandes enquêtes sur les pratiques culturelles des Français et Françaises du ministère de la Culture proposent une analyse chiffrée des pratiques musicales, dont la première est celle de l'omniprésence de l'écoute musicale dans la vie des Français. Approfondir ces données statistiques par l'observation d'une réalité sensible et située sur un territoire offre une immersion dans les passions musicales ordinaires. Le pari actuel du Centre des musiques traditionnelles Rhône-Alpes (CMTRA) – Ethnopôle « Musiques, territoires, interculturalités » – est de s'intéresser à la construction sociale, culturelle et géographique de l'écoute musicale. Dans le présent article, je propose d'examiner un projet auquel j'ai participé[2] : « Super Tapages. Exploration des passions musicales à Francheville ». Cette commune résidentielle de la périphérie de Lyon a été choisie pour sa spécificité : ni centre-ville dynamique, ni hameau isolé, ni quartier prioritaire de la politique de la ville (QPV), en somme un territoire qui fait rarement l'objet d'observations sociales ou d'actions culturelles. Dans le même temps, ce projet interroge les occasions ouvertes par l'arrivée d'un tiers-lieu, Les Grandes Voisines, hébergeant des personnes en grande précarité.

Super Tapages, c'est un jeu de critique musicale sensible, des partages de playlists, des biographies musicales, des plateaux radio, des créations sonores, des interventions en milieu scolaire et en centre social, des temps fédérateurs et festifs… le tout co-construit dans un dialogue étroit entre une chargée d'action culturelle qui conçoit, coordonne et anime des partenariats et des interventions, et moi-même, qui enquête et analyse le projet à partir de ma formation en anthropologie. Il s'agit ainsi de créer et d'observer des espaces de parole autour de l'écoute musicale, ce qui permet de reconnaître chaque personne dans ce qu'elle a de singulier et de développer les conditions permettant à tous et toutes de mieux se connaître et de renforcer ses capacités à participer à la vie artistique du territoire – autant de valeurs portées par la déclaration de Fribourg sur les droits culturels. Cette expérimentation propose d'interroger différemment la façon de travailler la présence de musiques sur un territoire donné, et d'ouvrir de nouvelles perspectives sur les modalités d'action pour des médiations. Considérer la consommation musicale comme une activité productive, faite d'histoires personnelles et de liens sociaux, permet de renouveler les imaginaires des pratiques actuelles d'écoute musicale et de les transposer dans l'action. Le projet Super Tapages invite à interroger de nouveaux outils pour dialoguer autour d'une multitude de musiques.

1. Pourquoi se mettre à l'écoute d'un territoire ?

Super Tapages aspire à opérer des rencontres à travers la musique avec une majorité d'habitants d'un territoire, femmes ou hommes, enfants ou séniors, nouveaux arrivants ou enracinés de longue date, personnes aisées ou en grande précarité. Puisque tout le monde (ou presque) écoute de la musique, l'attention portée aux écoutes musicales des habitants devient l'occasion d'imaginer des situations inattendues pour entrer en relation. Des micros-trottoirs exploratoires permettent de lier des connaissances avec des personnes non inscrites dans les offres sociales et culturelles de la ville. Des installations mobiles d'écoutes musicales proposent des moments privilégiés de partage de playlists disparates. Des interventions en milieu scolaire, en centre social ou en école de musique incitent des jeunes à explorer eux-mêmes la diversité des écoutes de leur environnement. Des temps fédérateurs et festifs pensés avec et pour les habitants incitent les participantes et participants à réfléchir à leurs propres goûts musicaux afin d'imaginer une programmation unificatrice. La création de *Moésique*, un jeu de critique musicale sensible, invite à dépasser les « j'aime » ou « j'aime pas » cette musique… Cette diversité d'actions est conçue pour leur fonction sociale fédératrice de même que pour produire des données empiriques observables. Elles font écho à de nouvelles manières d'envisager les sciences sociales, assumant pleinement l'« expérimentation créative » comme outil heuristique, autrement dit le « pouvoir subversif » des expériences de terrain qui « forcent à la fois scientifiques et acteurs de terrains à accepter d'être contredits et surpris[3] ». Retracer la genèse de cette expérimentation créative, à la fois dans son ancrage institutionnel associatif et dans ses orientations thématiques portées sur l'écoute, permet dans cette première partie de constater les « conditions de félicité[4] » qui rendent possible l'existence d'un projet tel que Super Tapages. Quels prérequis ont permis de développer un projet entre anthropologie et action sociale autour de l'écoute musicale ? S'intéresser aux pratiques d'écoute sur un territoire implique ici de considérer deux dimensions de l'écoute : l'écoute musicale des habitants invités à participer à Super Tapages, et la démarche même de l'équipe du CMTRA, attentive aux mouvements culturels et musicaux d'un territoire.

À l'écoute des territoires par le collectage sonore

Écouter est une manière de tendre l'oreille vers ce qu'il est possible d'entendre ; en d'autres termes, c'est un verbe d'action qui implique une démarche active. Le projet Super Tapages tend l'oreille, mais tend aussi ses micros, récoltant des histoires d'écoutes musicales et les partageant. Il s'inscrit dans une dynamique associative qui a régulièrement renouvelé sa façon de travailler les liens entre musique et territoire. Développé au sein du CMTRA fondé en 1991, le projet est l'héritier d'une histoire plus ancienne : celle du mouvement associatif dit « folk revivaliste », dans lequel des musiciennes, musiciens, militantes et militants entreprennent des collectes de musiques, de récits, de chants dans certains territoires ruraux de la région à partir des années 1970[5]. La pratique du collectage a perduré dans la

structure. Aujourd'hui encore, l'association œuvre à la reconnaissance mutuelle ainsi qu'au soutien, à la compréhension et à la valorisation d'une diversité de musiques et danses traditionnelles du territoire aurhalpin.

Dès les années 2000, son ancrage dans la métropole lyonnaise et sa dimension multiculturelle amènent les équipes du CMTRA à faire évoluer sa conception des musiques traditionnelles, explorant les pratiques, que celles-ci s'inscrivent dans un mouvement « folk » ou « trad » ou soient liées à des trajectoires de migration. Cette approche élargie, inspirée par des collaborations avec des chercheurs et chercheuses en sciences humaines[6], fait la spécificité du CMTRA. Ainsi, en 2016, fort de son expérience à la fois de recherche sur les pratiques musicales des habitants de la région et d'opérateur de rencontres sur le territoire, le centre a été labellisé Ethnopôle par le ministère de la Culture pour son projet scientifique et culturel « Musiques, territoires, interculturalités »[7]. Cette labellisation reconnaît et encourage les démarches du CMTRA pour construire un pôle de ressources, de médiation scientifique, et de recherches collaboratives. Elle favorise également les échanges d'expériences avec la douzaine d'autres Ethnopôles, créant tous des ponts entre les mondes universitaires et ceux de l'action de terrain, dans d'autres domaines que la musique.

La labellisation encourage la présence d'anthropologues dans les équipes des Ethnopôles. Depuis 2022, je mets ainsi en œuvre la dimension recherche du CMTRA-Ethnopôle en dialoguant avec des anthropologues, ethnomusicologues, sociologues, historiennes et historiens, géographes, linguistes, dans un conseil scientifique diversifié. Je conçois alors la musique comme une porte d'entrée pour comprendre une société et explorer « comment on peut agir différemment[8] ». La méthode est inductive : elle ne vise pas à valider des théories ou produire des résultats attendus, mais consiste, à partir de l'observation, des rencontres, des expériences, à assumer une démarche expérimentale avec ses incertitudes. Super Tapages s'inscrit dans cette dynamique en dialoguant avec une chargée d'action culturelle, à la fois musicienne, musicienne-intervenante et spécialisée dans les musiques appliquées aux projets territoriaux[9]. Ce dialogue garantit que le projet ne reste pas cantonné à la recherche, mais bénéficie au plus grand nombre, grâce à des interventions favorisant la participation des habitants d'un territoire à la vie artistique de celui-ci. Nous développons alors notre conception d'une « recherche-action », proche de celle décrite par l'ethnomusicologue Nicolas Prévôt : dès lors qu'une recherche « est accompagnée d'une réflexion sur ses implications sociales et que ses domaines d'application sont pensés comme des moyens d'agir sur "la" société, elle devient une forme de recherche-action pour autant qu'elle fasse participer les populations locales et qu'elle tienne compte de leurs aspirations [10] ».

L'écoute musicale comme projet de recherche-action

Choisir une musique pour exprimer une souffrance, avoir une musique qui marque un tournant de vie, découvrir une musique *via* des dessins animés, affirmer sa différence par ses goûts, transmettre une musique à ses enfants : les pratiques d'écoute sont multiples, et recueillir ces histoires est le cœur de Super Tapages. Au-delà de ces observations d'un territoire, le pari est d'affirmer que les compétences d'écoute ne sont pas trop discrètes

pour être considérées. Cette thématique s'ancre dans une double filiation de la pensée et de l'action.

La pensée nourrit l'action. À partir des recherches en sciences humaines et sociales, nous avons échangé avec l'équipe de Super Tapages autour de la dimension active de la réception d'une œuvre d'art, revenant aux chercheurs des *cultural studies* et à leur décryptage des façons dont un ou une « récepteur » ou « réceptrice » décode et recode les messages qu'il ou elle perçoit[11]. À l'ère des plateformes d'écoute, réfuter l'« idéologie de consommation-réceptacle[12] » nous paraît encore d'actualité, plus de trois décennies après Michel de Certeau : « [À] une production rationalisée, expansionniste, centralisée, spectaculaire et bruyante, fait face une production d'un type tout différent, qualifiée de "consommation", qui a pour caractéristiques ses ruses, son effritement au gré des occasions, ses braconnages, sa clandestinité, son murmure inlassable [...][13]. » Écouter ce murmure engage à reconnaître l'aspect productif de l'écoute de musiques pour restituer aux gens ordinaires toute leur créativité. Cette démarche s'inscrit également dans la lignée du travail sur les écoutes à Grande-Synthe porté par Émilie Da Lage[14].

L'action nourrit la pensée. **Les évolutions récentes du CMTRA ont permis de penser les projets à partir de l'attention portée à de nouvelles pratiques, *délaissant progressivement le collectage centré sur les musiciens professionnels ou amateurs,* pour explorer la place intime des musiques dans les vies** : la compilation de répertoires chansonniers des familles récoltés, arrangés et chantés dans les écoles du quartier de Belleroche de Villefranche-sur-Saône[15] ; une exposition à partir des instruments de musique possédés par les Villeurbannais et Villeurbannaises, révélant les liens intimes aux objets en écho aux recherches sur les instruments de musique et leur circulation[16]. Cette dynamique s'inscrit dans les réflexions culturelles actuelles en France qui s'appuient sur les droits culturels énoncés dans la déclaration de Fribourg de 2007[17]. Ces droits défendent la non-discrimination et la dignité de tous et de toutes, à travers la reconnaissance des identités multiples, de la liberté de se référer à plusieurs communautés culturelles, du droit de participer à la vie culturelle... Ils reconnaissent que toute personne est porteuse d'un héritage à transmettre et conçoit le patrimoine comme un processus ouvert[18]. Les militantes et militants des droits culturels proposent de s'interroger : « Veillons-nous à promouvoir l'expression des personnes plutôt que de présupposer d'emblée ce qui les intéresse ? », « Favorisons-nous les témoignages directs entre les personnes ? Développons-nous leurs capacités à traduire et transmettre par elles-mêmes ce qu'elles perçoivent ? », « Reconnaissons-nous les personnes impliquées dans l'action comme porteuses de savoirs et d'expériences susceptibles d'être transmis à d'autres ? »[19]. Pourquoi alors n'enregistrer que des musiciens, et non pas le rapport de toutes et tous à la musique ? Peut-on ainsi imaginer une « patrimonialisation ordinaire[20] » des mobilisations de musique ?

Cette idée résonne avec les « passions ordinaires » de Christian Bromberger : « partagés massivement, assumés individuellement, acceptés moralement, vécus intensément (mais sans abus dangereux), ces engouements sont perçus comme des aspirations légitimes à la réalisation de soi et au réenchantement du monde[21] ». Ces « passions ordinaires »

renvoient également à la complexité des constructions culturelles des émotions, telles que pensées par David Le Breton[22]. Cette dimension culturelle et sociale des émotions, de même que l'intérêt pour les pratiques ordinaires et les questions d'interculturalité portés par le CMTRA, a été déterminante dans l'élaboration de Super Tapages. **Alors même que l'écoute musicale laisse rarement indifférent ou indifférente, cette pratique reste encore trop souvent considérée comme individuelle**. Comment faire évoluer ces *a priori* , eux-mêmes historiquement ancrés, sur les liens entre musique et émotion[23] ? Les sciences sociales invitent à observer comment préjugés, socialisation, contexte, références et paroles échangées modifient les ressorts émotionnels de la musique[24]. Questionner l'écoute musicale sur un territoire peut-il inciter celui-ci à mieux s'écouter ?

2. Territoire d'actions, miroirs d'écoutes

Pour explorer l'écoute musicale, nous avons fait le choix de passer par la rencontre ethnographique sur un territoire ciblé. Observant que les recherches et actions interculturelles s'ancrent souvent dans les QPV, l'équipe du CMTRA a cherché un autre regard sur les enjeux de rencontre et de diversité sociale et culturelle. Refusant ces analyses fondées sur des catégorisations simplistes telles que « immigrés », « banlieues » d'un côté et « populations blanches », « périurbain » de l'autre[25], il s'agit d'observer l'interculturel là où personne ne le cherche. Détailler le choix du territoire de Super Tapages permet alors de comprendre son ancrage local et ses modalités d'action.

À partir d'août 2022, les deux chevilles ouvrières du projet explorent des villes autour de Lyon, choisies pour leur faible attractivité sociale, culturelle ou touristique. Certaines rencontres révèlent un fort engagement local voire une forme de saturation culturelle. La rencontre avec Francheville a lieu à travers les Grandes Voisines, un tiers-lieu créé en 2021 hébergeant 500 personnes en grande précarité et de nombreuses nationalités, un centre de santé, une salle de spectacle et des porteurs et porteuses de projet. Sur le site de l'ancien hôpital Antoine-Charial en cours de réaménagement, tout est à construire et les volontaires sont les bienvenus. Olivia Duffoux, la programmatrice du lieu, souhaite recueillir les témoignages musicaux des occupantes et occupants et a déjà organisé des temps de partage de playlists. Cette démarche naissante fait écho aux objectifs de Super Tapages et entraîne notre équipe à explorer plus largement Francheville afin d'imaginer un projet de territoire. Le territoire devient alors un cas à explorer, tant pour sa géographie que pour ses dynamiques sociales et partenariales.

Co-construction d'une recherche-action à Francheville

Francheville, ville du département du Rhône en bordure ouest de la métropole de Lyon, retient d'abord notre attention par ses spécificités géographiques et sociales. Elle est promue comme le « poumon vert de l'Ouest lyonnais[26] ». Entre l'urbain et le rural, elle

côtoie d'un côté le cinquième arrondissement de Lyon, de l'autre les parcelles de champs du département. Sa communication valorise un cadre champêtre : « La vallée de l'Yzeron, avec ses vieux moulins et ses sentiers balisés, est un écrin de verdure accueillant pour les citadins-promeneurs[27]. » En 50 ans, la population est passée de 5 000 à 15 000 habitants, avec une densité triplée, ce qui est au-dessus des moyennes métropolitaines et nationales [28]. Le revenu annuel médian en 2009 est de 26 850 euros, contre 21 930 euros à l'échelle nationale. Sans QPV, Francheville est considérée comme une commune aisée. Malgré plusieurs chorales, une école de musique associative, un pôle culturel avec une salle de 400 places, un magasin de musique et des espaces de répétition, la ville n'est pas particulièrement reconnue pour son offre culturelle. Depuis l'élection d'un maire Les Républicains en 2014, elle a perdu un festival de renom : Fort en Jazz au fort du Bruissin[29]. En 2023, l'offre municipale se limite à un petit festival et une vingtaine d'événements culturels annuels. Ainsi, localisation, vie sociale et culturelle de Francheville *correspondent à l'objectif de Super Tapages : interroger l'interculturalité hors des territoires où la dimension culturelle est visibilisée.*

Le projet commence par des micros-trottoirs dans les trois espaces géographiques de la ville, séparés par la vallée de l'Yzeron et sans transport public les reliant facilement. Bel Air, autour des Grandes Voisines, est un quartier moderne en mutation, avec des constructions neuves et un projet d'urbanisme transitoire sur le site d'une ancienne taurellerie[30]. Une pizzeria, une supérette, une boulangerie, un opticien, un coiffeur et une pharmacie ne compensent pas l'absence d'un centre accueillant, puisqu'ils sont situés de chaque côté de la départementale. Le Bourg (Francheville le Haut) constitue le centre historique, avec église du XIIIe siècle, mairie, école de musique, rue piétonne et commerces. Tout autour, des propriétés arborées évoquent un espace résidentiel confortable. Le Châter (Francheville le Bas) est le quartier le plus urbanisé et populaire, avec le plus grand marché de la ville. Il accueille quelques habitations à loyer modéré (HLM), le centre social, le service info jeunesse et deux centres d'hébergement et de réinsertion sociale.

La recherche-action avec Super Tapages repose sur la rencontre, en premier lieu avec les acteurs du territoire. Nous contactons d'abord le service culturel et les élues et élus de Francheville. Les techniciennes et techniciens, enthousiastes, voient dans Super Tapages un moyen de compléter leurs actions. Les élus à la culture et à la jeunesse, d'abord déconcertés par ce projet expérimental inhabituel, retiennent l'intérêt pour le patrimoine, la perspective d'une publication et l'absence de demande financière. Dans un contexte de disette budgétaire, je soulignerai ici l'importance des subventions Ethnopôle[31] permettant les démarches pluriannuelles et l'expérimentation sans soutien financier local, même si nous ne pouvons exclure d'autres recherches de financements sur projet. Si les échanges avec les élus restent cordiaux mais distants, sans suite concrète au-delà d'une présence du CMTRA à la fête des associations, la rencontre avec les acteurs et actrices de terrain s'avère plus fructueuse.

Les collaborations se resserrent autour de trois partenaires, un dans chaque espace de la ville : les Grandes Voisines à Bel Air, l'école de musique au Bourg, le centre social au Châter. Aux Grandes Voisines, le CMTRA développe des partages de playlists, s'associe à la radio

participative et propose des temps de programmation participative avec les résidentes et résidents. À l'école de musique, avec les enseignantes et enseignants, nous travaillons les émotions musicales des élèves à travers le jeu *Moésique*. Au centre social, des médiations invitent des adolescentes et adolescents à enquêter sur les écoutes musicales de leur environnement. *Moésique* est aussi utilisé avec les enfants et leurs familles à travers des écoutes croisées et des plateaux radio. Dans les interstices, le CMTRA intervient également dans les écoles, le collège, la résidence autonomie. Ce maillage partenarial traduit la démarche de co-construction et d'écoute des besoins et possibilités des différents partenaires et de leurs usagères et usagers. Ces actions ont permis de rencontrer une diversité d'habitants et d'habitantes, que nous ambitionnons de rassembler à la fin du projet en février 2026.

Un jeu pour s'écouter

Dès les premiers micros-trottoirs de Super Tapages, il est apparu que parler des écoutes musicales n'allait pas de soi : les uns considèrent que leurs musiques ne sont pas intéressantes à partager, les autres écoutent sans trouver les mots pour en parler. Des phrases comme « Je ne suis pas spécialiste » reviennent régulièrement. Ensuite, les temps collectifs d'écoute invitent à la rencontre, à la danse, à la convivialité. Ainsi, dans les foyers des Grandes Voisines, le groupe PLL de La Réunion, avec son titre festif « Maya », côtoie Papa Wemba, Michael Jackson, Cheb Mami… Toutes les personnes présentes écoutent les musiques des uns et des autres, mais les discussions nourrissent surtout l'interconnaissance plutôt que les ressentis des écoutes. À la suite de cette expérience, avec la chargée d'action culturelle, nous avons inventé *Moésique : jeu d'exploration musicale sensible*. Outil pédagogique et jeu d'échange, il utilise des cartes-mots illustrées afin de créer un espace d'écoute, de parole et de partage inattendu[32].

***Moésique* est un jeu de médiation qui offre un temps privilégié d'écoute musicale et de discussion. Grâce à lui, les participants explorent leurs goûts musicaux en proposant une musique à écouter collectivement, tout en développant une écoute attentive**. Les cartes-mots illustrées invitent à questionner les ressentis. Chaque participant choisit cinq mots en répondant à cinq questions : Qu'est-ce qui attire mon attention ? Quelle histoire cette musique me raconte-t-elle ? Où la situer dans le temps ou l'espace par rapport à moi ? Que me donne-t-elle envie de faire ? Qu'est-ce que je ressens à son écoute ? Le choix peut être individuel ou collectif, mais chacune, chacun est incité à s'exprimer à partir de ses perceptions propres, sans jugement ni interprétation de l'intention artistique. L'objectif est d'entrer en discussion à partir de ressentis personnels, tout en développant une écoute des autres.

Conçu comme un outil d'intervention et de recherche, *Moésique* devient un support de rencontre sur le territoire, mobilisé et mobilisable dans les temps proposés par le CMTRA à Francheville. Au fil des sessions, les langues se délient : les participants accueillent les histoires musicales des autres, mais surtout apprennent à s'écouter. Lors d'une partie, une personne propose *« The Heart Asks Pleasure First »* de Michael Nyman, un morceau de piano que l'on retrouve dans *La leçon de piano* de Jane Campion. Après l'écoute, une

participante indique s'être plongée dans le récit du film en choisissant les cartes Délicat / Souvenir / Toujours / S'isoler / Mélancolie. Une autre, quant à elle, sélectionne Gras / Politique / Nulle part / Se révolter / Angoissée, évoquant son lien douloureux avec le piano, instrument imposé dans son enfance à Conakry. Symbole de raffinement, cet apprentissage l'amène à se questionner : quelle place tient aujourd'hui cet instrument pour elle ?

Au centre social de Francheville, les enfants sont invités à faire jouer leurs parents et inversement ; les adolescents à faire parler les résidents d'un centre pour séniors. Cette démarche, qui ne vise pas à transmettre des informations mais à «*favoriser l'expression des participants, leur écoute et leur mise en dialogue*[33] », renvoie à la médiation culturelle au sens de Serge Chaumier et François Mairesse. Dans Super Tapages, il s'agit bien « de permettre aux individus de se réapproprier des éléments du langage qui leur donnent la possibilité de se construire un début de récit, c'est-à-dire de se situer dans le monde[34] ». **L'écoute musicale devient ainsi un levier pour que chacun prenne sa place, à la fois dans le territoire géographique de Francheville et dans les territoires imaginaires façonnés par l'attachement musical ou le refus de celui-ci**.

3. Vers une diversité d'écoutes musicales

Qu'il s'agisse de jouer à *Moésique*, de partager des playlists, de choisir collectivement un artiste pour un concert ou d'interroger les passantes et passants sur les musiques évoquant leurs grands-parents, Super Tapages valorise sans critères ni sélection une diversité de morceaux de musiques. Dans ces espaces dialoguent alors : la chanson « J'ai mal » de Dana et Yanns, jeunes artistes révélés sur TikTok ; Fally Ipupa, auteur-compositeur-interprète, danseur et producteur congolais, premier à populariser le lingala à ce niveau de célébrité ; Butrint Imeri, chanteur d'origine kosovare d'Albanie né en Allemagne en 1996, *devenu célèbre en Albanie vers 2017* ; Naïma, une chanteuse de zouk nouvelle génération originaire des Comores ; Sandra Mbuyi, une chanteuse de gospel née en 1984 à Kinshasa ; Ska-P, le groupe de punk espagnol des années 1990 ; Majzoub Onsa, grande voix soudanaise des années 1960 ; ou encore Mike Brant, chanteur israélien à succès en France dans les années 1970. La liste des morceaux partagés est longue et rencontre également Georges Brassens, Madonna, Bill Evans ou Aya Nakamura.

Ici encore, la posture réflexive des sciences sociales a permis d'interroger l'ethnocentrisme ou sociocentrisme des équipes de Super Tapages. Depuis l'ouvrage canonique de Bourdieu à la fin des années 1970[35] et les nombreuses études qui ont suivi, il est désormais admis que les goûts (notamment musicaux) participent à une classification sociale des individus. L'écoute et la pratique musicales sont soumises à des jugements de valeur *qui légitiment le goût des classes dominantes*et relèguent les goûts des autres groupes sociaux au rang d'« impurs », « légers », « faciles ». Pour éviter cette vision restrictive et entrer en relation avec les habitants, notre équipe apprend à abandonner toute posture de « savant » vis-à-vis

des musiques partagées, autrement dit tout ce qui pourrait l'amener à observer les pratiques culturelles « ordinaires », pour ne pas dire « populaires », sous les critères propres à son champ culturel ou social. L'enjeu est d'utiliser les catégories musicales pour leur caractère descriptif opérant pour les personnes rencontrées, et non comme normes imposées pour légitimer une autorité institutionnelle.

Cette démarche d'ouverture a permis de rencontrer un large éventail d'habitants de Francheville : enfants, personnes âgées, résidents de longue date ou nouvelles et nouveaux venus aux Grandes Voisines, et d'accueillir leurs expressions singulières. Les premières rencontres, plus collectives, ont ouvert la voie à d'autres rencontres plus approfondies, autour d'un café et d'un micro et surtout d'une grande disponibilité. Avec une trentaine d'habitants volontaires, nous avons engagé la co-construction de leur biographie musicale. L'attention aux « passions ordinaires » invite à suspendre tout jugement et à laisser émerger la multiplicité des liens, révélés par les extraits de biographies musicales qui suivent.

Les objets de l'écoute

La musique, pour moi c'est la vie. Donc la musique c'est tout le temps, autant que je peux, du réveil au coucher. Bon, forcément au boulot c'est plus compliqué, parce qu'on a des entretiens et tout, on n'a pas forcément le temps, mais la musique pour moi c'est tout le temps.

C'est avec ces mots que Théo[36], travailleur social aux Grandes Voisines, décrit son rapport à la musique. Né à La Réunion dans les années 1980, il est arrivé en région lyonnaise à 18 ans. Frustré de ne pouvoir évoquer l'immense diversité de musiques qui l'a accompagné dans sa vie, il prend plaisir à faire découvrir les musiques malgaches et réunionnaises qui lui rappellent son enfance et qu'il sait moins connues ici.

J'aurais pu te parler aussi de Mike Brant et tout ça […]. Mais c'est l'occasion de parler un peu de mes origines malgaches.

Il décrit les cassettes de Jean Fredy ramenées de Madagascar par les amis des parents :

C'est un peu les premiers souvenirs musicaux que j'ai pu avoir. Non seulement ils écoutaient les cassettes en boucle, mais mon père est musicien donc il chantait aussi. Il y avait des repas, des fêtes comme ça, en famille ou entre amis. Il y avait toujours les instruments qui traînaient, ils installaient tout ça et puis ils faisaient le petit bœuf.

Les souvenirs s'enchaînent : le premier grand concert, Johnny Clegg ; le premier CD acheté avec son père, Mily Clément ; les écoutes au Walkman d'artistes réunionnais et réunionnaises diffusés et repiqués à la radio, dont Ousanousava ; les premières diffusions de maloya à la radio avec Granmoun Lélé ; les échanges de CD avec les copains, dont Danyèl Waro ; les vidéos VHS de son cousin pour voir les concerts de Michael Jackson ; l'époque de l'école buissonnière en écoutant les Fugees derrière la MJC (maison des jeunes et de la culture) sur un lecteur radiocassette… Tout au long de la discussion, la dimension sociale des écoutes – familiales, festives ou entre amis – émaille les références trop nombreuses pour être citées. Les descriptions précises des situations d'écoute révèlent une

manière de se relier à la musique par les relations aux autres, mais aussi par les objets, à travers ces supports d'écoute qui s'offrent, s'échangent, se partagent et qui n'ont cessé d'évoluer.

L'écoute qui distingue

Françoise vit à Francheville depuis 25 ans. À 77 ans, très investie dans la vie associative, elle est bénévole aux Grandes Voisines, notamment auprès des familles, et met à profit ses compétences d'ancienne psychologue pour enfants. Issue d'une famille modeste, elle a grandi en HLM dans une cité ouvrière à Villefranche. Sa mère est née en France juste après la traversée de la frontière italienne, et dans la famille il était interdit de parler italien, pour mieux « s'intégrer ». Chaque dimanche, la famille allait à la messe, Françoise prenait plaisir à y chanter. C'est ainsi qu'elle découvre la musique :

Un jour, je rentrais de la messe avec cette grand-mère que je devais accompagner, je pense, en lui donnant le bras, quelque chose du genre. Ma grand-mère n'avait pas le droit d'aller à la messe puisqu'elle ne parlait pas le français… Et donc cette grand-mère, on l'appelait la mamie. Et la mamie me dit « Viens, je vais te faire écouter une musique, parce que tu as l'air de beaucoup aimer la musique », et elle me fait écouter Jean-Sébastien Bach. Et là je suis tombée, mais éperdument amoureuse de cette musique, ça devait être la Toccata et fugue en *ré* mineur.

Qu'il s'agisse du moment privilégié de la découverte des capacités d'un support d'écoute ou de la pièce en elle-même, cette écoute déclenche la passion d'une vie pour les musiques classique et baroque. Dès qu'elle le peut à l'adolescence, elle s'achète des disques de Bach, des valses de Chopin, en décalage avec sa famille et sa génération :

Mes amis m'appelaient la comtesse, parce que j'aimais la musique classique et eux ils étaient rock.

Cette écoute sérieuse, presque religieuse, se démarque d'autres écoutes plus collectives, festives et conviviales, qui, sans être absentes de la vie de Françoise, ne lui viennent pas dans la construction de son identité musicale.

L'écoute résiliente

Nicolas a 30 ans. Né dans le Sud, il s'est longtemps cherché entre différentes voies d'étude avant de devenir assistant social en 2020, puis d'entrer à l'Armée du Salut et rapidement aux Grandes Voisines. Les morceaux qui ont marqué sa vie oscillent entre R'n'B et rap français (Corneille, Tragédie ou Sniper), rock (Rolling Stones, AC/DC) et électro (Bob Sinclar, David Guetta). Il accorde une attention particulière aux paroles engagées, portant notamment sur le racisme, l'exclusion, l'égalité. Durant ses études, il écoutait beaucoup Ska-P, pour son engagement « *quasiment anarchiste* » et pour apprendre l'espagnol, en particulier le morceau « La Colmena », qui dénonce l'usage par Nicolas Sarkozy des mots « racaille » et « karcher » en 2005. Puis il y a eu un accident.

J'étais dans un coma artificiel, parce que j'avais perdu la rate, il fallait qu'ils me l'enlèvent. J'avais perdu beaucoup de poids. En même temps, mes parents avaient peur que je ne parle plus, parce qu'il y avait des risques avec le trauma crânien. Ils ont mis la chanson comme ça, dans le dortoir et puis voilà, je chantais comme ça, en me réveillant. J'avais vraiment des gestes un peu… pas primaires, mais je n'étais pas encore totalement conscient. Je me suis arraché le tuyau d'intubation […], c'était assez violent. Mais, c'était presque… je revenais à la vie.

L'espagnol devient alors une langue de reconstruction.

Ma mère, quand même, elle me parlait en espagnol, dans mon lit d'hôpital, et je répondais en espagnol, encore endormi dans le coma, et moi, cette langue-là m'a vraiment marqué beaucoup.

Ska-P devient un groupe structurant dans sa vie. Même s'il l'écoute moins aujourd'hui, la chanson reste associée à sa renaissance, jusqu'à être utilisée comme sonnerie de téléphone par son père. Une chanson devient ainsi le centre d'un vécu familial partagé autour d'un événement traumatique. La musique ici guérit, pas seulement par ses qualités sonores, mais par les habitudes d'écoute antérieures et par un sentiment de résilience tissé en commun.

L'engagement dans l'écoute

Chantal et Michel habitent Francheville depuis 35 ans. À plus de 70 ans, tous deux à la retraite, ils partagent une longue histoire commune :

Nos parents étaient amis. On n'a pas eu le choix. On a fait les mêmes musiques en même temps. On a fait les mêmes concerts, on a fait les mêmes choses.

Chez eux, la musique est omniprésente :

La musique ? Eh bien, c'est toute la journée. Vous m'avez fait éteindre parce que… voilà. Parce que c'est vous. Si on reçoit du monde, on a forcément un fond musical. Tout le temps.

Leur univers musical s'est tout d'abord constitué autour de la chanson française (Les Compagnons de la chanson, Gilbert Bécaud, Georges Brassens, Léo Ferré, Hugues Aufray…), puis des artistes aux « *cheveux longs* » (Maxime Le Forestier, Cat Stevens…), des groupes de rock (Pink Floyd, Deep Purple, les Who…), en passant par une obsession pour Francis Lalanne ou Patrick Bruel. Leurs goûts se sont diversifiés avec le temps, influencés également par leurs enfants et petits-enfants. Les musiques qu'ils n'écoutent pas seraient plutôt le « *metal* » ou l'« *opéra* », « *quand c'est trop guttural* » ou « *quand ça piaille* ». Par ailleurs, Chantal avait beaucoup d'*a priori* contre « *le jazz intello, le truc où on s'ennuie terriblement* ». Pourtant, tout près de chez eux, le fort du Bruissin accueillait depuis les années 1990 un festival de jazz d'importance régionale : Fort en Jazz. Michel, impliqué dans la vie locale, y emmenait régulièrement Chantal, notamment *via* leur activité municipale. Quand un nouveau maire supprime la subvention du festival en 2015, Michel, élu d'opposition, réagit :

S'ils suppriment le festival, on crée une association.

Ce sera Ça Jazze Fort à Francheville. Chantal s'y engage elle aussi et commence à apprécier le jazz :

J'étais obligée de m'y mettre. Et finalement, c'est sympa. Comme quoi, l'éducation musicale, ce n'est pas rien.

Michel ajoute :

On organise quatre ou cinq concerts de jazz par an.

Tout en conservant leurs goûts initiaux, ils découvrent ensemble d'autres émotions musicales : Tony Paeleman, Louis Winsberg avec Sabrina Romero, Sophie Alour, Anne Paceo, Pierre Perchaud… L'écoute formée par un contexte politique particulier et par un engagement associatif rappelle combien les pratiques répétées et une part de volonté sont déterminantes dans la fabrication des émotions musicales.

L'écoute pour survivre

Le 12 juillet 2024, les Grandes Voisines et le CMTRA organisent un karaoké en amont d'un concert. Endrit, résident d'origine kosovare, prend rapidement le micro pour chanter « Tourner la tête » de Slimane, révélé en 2016 par *The Voice* : « J'veux me foutre dans le noir / Pour cacher mes défaites / Mais ce monde qui danse / Me fait tourner la tête. » Sa voix sensible et forte, ces paroles dépressives répétées avec accent ne laissent pas indifférent. Quelques jours plus tard, il se confie en entretien :

Pour dire la vérité, moi, je suis trop fragile de musique. Parce que la musique, j'aime trop. Mais après, moi, je pleure avec la musique quelquefois, même comme elle chante.

Cet homme s'impose à lui-même d'être fort pour sa femme, leur enfant polyhandicapé et ses deux enfants nés en France. Il travaille beaucoup pour faire vivre sa famille, et malgré le fait qu'il présente des lettres de recommandation de toutes parts (employeurs, travailleurs sociaux…), l'administration s'obstine à lui refuser un titre de séjour. En écoutant de la musique, il s'autorise à vivre certaines émotions. Sa biographie musicale raconte comment la musique a toujours été pour lui une échappatoire dans une histoire de vie difficile. Très jeune, après la mort de son père, il est recueilli par son oncle, qui le fait travailler. Il économise pour s'acheter un poste radio et dès qu'il peut, il part de la maison pour l'écouter et chanter les chansons qu'il entend. Au début de l'âge adulte, il chante dans des bars. Découverte en explorant les « *top hits* » de la musique français, la chanson de Slimane est liée à sa présence en France. Aujourd'hui, il la chante en boucle :

Je pensais que cette musique me correspondait, avec la situation que j'ai, [parce que] la mélodie c'est un peu piquant quoi. Et ça me touche, cette mélodie. Quand je l'écoute un peu, ça me sort des larmes aussi.

Par le passé, Endrit avait déjà une attirance pour l'écoute puis le chant, mais son environnement familial a attisé cette prédisposition, et son environnement social et culturel

a accompagné les musiques qu'il a choisies. Quand il change d'environnement, ses habitudes évoluent.

Il serait facile de voir les émotions musicales révélées par les biographies d'écoute comme des traits de caractère individuel. Pourtant, celles de Théo, Françoise, Nicolas, Michel et Chantal ou Endrit montrent qu'elles sont des habitudes, des techniques du corps, développées dans des « savoir-faire appris dans un environnement culturel déterminé[37] ». Un autre fil relie ces récits musicaux, racontés avec un plaisir teinté de nostalgie : ils nouent les écoutes à un ailleurs géographique ou historique qui s'invite dans le quotidien. En parallèle, **le territoire apparaît dans les espaces d'écoute et le désir de s'inscrire dans un environnement proche ou de s'en démarquer**. Se mettre à l'écoute du vécu intime ouvre une autre compréhension des liens sociaux et culturels qui façonnent les émotions, lesquelles leur donnent forme en retour. Comme le révèle l'exploration des biographies musicales, la diversité des attachements se construit à travers des histoires, des contextes, des actions précises, des réflexions, révélant la part active qu'accomplit l'auditeur ou l'auditrice pour se laisser émouvoir : « On n'aime pas la musique, on se la fait aimer ; la musique n'est pas belle, elle se fait belle pour qui la courtise[38] ». Échappatoire, exutoire, désir politique, reconstruction d'un souvenir ou élan de vie, l'écoute, dépouillée des catégories musicales, peut être comprise comme une performance : elle se joue dans des situations chargées d'attentions spécifiques. Elle permet de redéfinir ce que sont ces musiques pour les personnes : « [L]'écoute [est une] compétence collective, historique, instrumentée, aboutissant à une disposition nouvelle, celle de l'amateur de musique, disposition qui en retour a redéfini dans ses moindres détails ce qu'est la musique[39]. »

4. Conclusion et perspectives

Super Tapages est encore un projet en cours. Les biographies musicales sont en train d'être traitées pour devenir des capsules sonores partageables et partagées en ligne et dans un ouvrage en cours d'écriture[40]. Un événement participatif est prévu en février 2026 pour clore le projet dans une rencontre avec celles et ceux qui ont participé : restitutions festives, concerts en lien avec les témoignages, karaoké créatif des résidents, écoute des montages sonores mettant en résonnance les récits et playlists d'une diversité de Franchevillois et Franchevilloises. Élèves, professeures et professeurs de l'école de musique, collégiennes et collégiens, usagères et usagers du centre social, élèves de l'école primaire, résidentes et résidents des Grandes Voisines seront conviés à découvrir la diversité des émotions d'écoute musicale de Francheville. Les fruits de ces rencontres seront encore à observer, mais il est déjà possible d'identifier ce qui a permis au projet d'éclore et les questions qu'il soulève encore.

Le premier constat est la difficulté de proposer des actions qui ne reposent pas sur la transmission des savoirs des mondes de l'art vers des publics éloignés, mais qui valorisent les connaissances et expériences des participants, dans l'esprit de la déclaration de Fribourg sur les droits culturels. Longtemps, les politiques culturelles ont valorisé l'immédiateté des

œuvres : il suffirait de mettre une personne face à une œuvre pour provoquer une émotion. Cette approche a fondé le ministère des Affaires culturelles en 1959, dans une logique de démocratisation culturelle, rompant avec un paradigme éducatif. Une pensée de démocratie culturelle a ensuite tenté de remettre en cause les hiérarchies artistiques, réintroduisant notamment l'éducation artistique. *Celle-ci reste pourtant souvent envisagée comme une éducation à la sensibilité artistique.* Aujourd'hui encore, les appels à projet imposent aux acteurs culturels la transmission de savoirs *via* des artistes reconnus, dans des temporalités courtes. Face au recul des subventions de fonctionnement, les structures culturelles et scientifiques sont prises dans une quête incessante de financements et dans les urgences de réalisations par projet. Or Jean-Pierre Boutinet, dans son *Anthropologie du projet*[41], montre que cette logique induit une « conduite d'anticipation » fondée sur un temps linéaire dominé par le futur. « Le futur est devenu la préoccupation quotidienne destinée à préparer les moindres adaptations des individus à leur environnement[42]. » Comment alors maintenir une démarche expérimentale et incertaine face à ces injonctions à l'anticipation ? Le cas de Super Tapages rappelle que la co-construction partenariale créative, les tâtonnements et la réflexivité inhérente aux démarches expérimentales nécessitent du temps, des financements dédiés.

Une deuxième question découle de la première. Dans les temporalités contraintes des mondes de la culture, l'inconnu émerge dans les marges de l'efficacité. La difficulté rencontrée à construire des collaborations avec certains services de la ville, comme la médiathèque – pourtant lieu potentiel d'exploration de l'écoute[43] –, peut être comparée à la richesse des partenariats aboutis, notamment avec le centre social et les Grandes Voisines. Ces lieux, ouverts aux expérimentations, fonctionnent sur un mode associatif, accueillent une diversité d'usagers et de bénévoles, et permettent une co-construction dépassant le schéma classique d'intervention sur des « publics captifs ». « Lieux hybrides », « protéiformes », « revendiquant l'invention et le renouvellement perpétuel »[44], les tiers-lieux apparaissent comme des espaces propices à des projets comme Super Tapages. Ils séduisent par « leur dimension politique, leur fonctionnement collectif, la porosité entre les disciplines, ou encore la créativité et l'expérimentation qui sont à l'œuvre[45] ». Pourtant, la diversité de leurs modèles économiques et leur caractère souvent provisoire interrogent leur capacité à s'inscrire dans le temps long des dynamiques locales. En regard des tiers-lieux, les centres sociaux, ces « lieux de proximité » toujours fragiles même si installés plus durablement, aspirent toujours à « permett[re] aux habitants d'exprimer, de concevoir et de réaliser leurs projets[46] ». Comment penser aujourd'hui la pérennisation de ces espaces de création sociale et culturelle, et surtout politique, pour leur permettre de perpétuer une ouverture aux constructions communes, à l'écoute des mouvements de la société contemporaine ?

La troisième question concerne la place accordée aux écoutes, et donc aux savoirs des habitants dans les projets musicaux. En musique, il est courant d'attribuer aux œuvres des qualités intrinsèques fondées sur des analogies entre modalités et émotions (accord majeur donc gai, mineur donc triste) et qu'il faudrait transmettre. Cette vision est renforcée par les études récentes en neuroscience qui analysent les effets des sons sans prendre en compte le contexte[47]. D'autres chercheurs critiquent une « culture capitaliste [qui] s'est

accompagnée d'une intensification sans précédent de la vie émotionnelle[48] », transformant les musiques en marchandises émotionnelles[49]. Les plateformes musicales l'ont compris, avec leurs playlists « Motivation », « Soirée », « Tristesse », etc. Or l'expérience de Super Tapages montre la complexité de la construction sociale et culturelle des émotions musicales. En créant un espace de parole autour de cette hétérogénéité, cette façon d'approcher la musique invite à remettre au centre de la discussion les relations activant l'attachement aux musiques. Cette expérimentation révèle la façon dont la mobilisation de musiques construit des liens inattendus aux territoires. Écouter, voire même s'écouter écouter délie les langues sur les attachements aux lieux, ceux qui sont habités, qui ont été quittés, qui sont imaginés, qui soignent. Dit autrement, la diversité des musiques dépouillées des préjugés peut devenir un outil d'action sociale permettant à chacun de se situer sur différents terrains. Cette démarche interroge les liens existants et ceux à construire pour lutter contre une forme de « mésécoute » « comme il existe une mésentente entre deux personnes en désaccord », et invite à lutter contre les « surdités flagrantes », comme dirait Peter Szendy[50]. Partager cette manière d'envisager la présence musicale sur un territoire ouvre de nouvelles perspectives pour les médiations en collaboration avec l'anthropologie. Super Tapages propose d'inventer de nouveaux outils pour dialoguer autour d'une diversité de musiques à partir de ces différences, et de renforcer les ponts entre mondes de la recherche et mondes de l'action sociale et culturelle.

---

[1] Département des Études, de la Prospective, des Statistiques et de la Documentation (DEPS), « Musique enregistrée », dans DEPS, *Chiffres clés. Statistiques de la culture et de la communication : 2023*, ministère de la Culture, 2023, p. 272-277, en ligne : https://www.culture.gouv.fr/fr/content/download/342848/pdf_file/Chiffres-cles-statistiques-de-la-culture-2023-DEPS.pdf?inLanguage=fre-FR&version=41.

[2] Je rédige cet article en mon nom propre dans le cadre de mes missions au Centre des musiques traditionnelles Rhône-Alpes (CMTRA), où après une thèse de doctorat, j'explore les possibilités qu'offre l'anthropologie pour mener directement des projets au sein d'une structure culturelle.

[3] DUFLO E., *Expérience, science et lutte contre la pauvreté*, Paris, Collège de France, paragr. 78, en ligne : https://doi.org/10.4000/books.cdf.2693.

[4] GOFFMAN E., *Façons de parler*, Paris, Minuit, 1987 [1981], p. 205-271.

[5] GASNAULT F., « Les rapports entre la direction de la musique et les associations de musiques et danses traditionnelles : un processus de légitimation inabouti (années 1970 – années 1990) », *Politiques de la culture. Carnet de recherches du Comité d'histoire du ministère de la Culture sur les politiques, les institutions et les pratiques culturelles*, 19 mai 2014, en ligne : http://chmcc.hypotheses.org/428.

[6] Faisant écho aux nombreux ouvrages d'anthropologues et d'ethnomusicologues déconstruisant les termes « tradition » (HOBSBAWM E. et RANGER T. [dir.], *L'invention de la tradition*, Paris, Amsterdam, 2006 [1983]) et « musiques du monde » (OLEKSIAK J.,

« Des musiques du monde à Royaumont. Fabrication de la diversité et programmation de rencontres dans une institution culturelle », thèse en musique, histoire et société,Paris, EHESS, 2020). Malgré l'insatisfaction récurrente des acteurs et actrices professionnels quant à ces catégories, celles-ci restent néanmoins utilisées par nécessité et fonctionnent en « régime d'implicite » (LABORDE D., « Les sirènes de la world music », *Les Cahiers de médiologie*, nº 3, 1997, p. 243-252, en ligne : https://doi.org/10.3917/cdm.003.0243).

[7] Voir le projet scientifique et culturel (PSC) de l'Ethnopôle : https://www.cmtra.org/Nous_connaitre/Le_CA/5_LethnopyleMusiquesterritoiresinterculturalitys.htm .

[8] BAZIN J., *Des clous dans la Joconde. L'anthropologie autrement*, Toulouse, Anacharsis, 2008, p. 378.

[9] Maëllis Daubercies puis Julia Kallmann ont occupé ce poste. Elles ont toutes les deux une pratique instrumentale et ont été formées à la fois au Centre de formation des musiciens intervenants et dans le master Musiques appliquées aux projets territoriaux de l'université Lumière-Lyon 2.

[10] PRÉVÔT N., « Ethnomusicologie et recherche-action : le patrimoine musical des Nanterriens », *Cahiers d'ethnomusicologie*, nº 29, 2016, p. 140, en ligne : https://journals.openedition.org/ethnomusicologie/2592.

[11] HALL S., « Codage/décodage », *Réseaux. Communication – Technologie – Société*, vol. 12, nº 68, 1994, p. 27-39, en ligne : https://doi.org/10.3406/reso.1994.2618.

[12] CERTEAU M. de, *L'invention du quotidien*, Paris, Gallimard, 1990 [1980], p. 242.

[13] *Ibid.*, p. 53.

[14] DA LAGE É., « La musique, le temps, le camp. Faire du terrain en fermant les yeux », thèse en sciences de l'information et de la communication, Paris, Sorbonne Université, 2021, en ligne : https://hal.science/tel-03504168v1.

[15] LEFRONT M. (dir.), *Chorale intergalactique de Belleroche*, Villeurbanne, CMTRA, coll. « Atlas sonore », nº 26, 2021.

[16] Science des instruments de musique, l'organologie s'est vue transformée depuis les années 2000 aux États-Unis par des recherches portant sur les liens entre humains et instruments de musiques : ROSSI ROGNONI G., « Organology and the others: a political perspective », *Journal of the American Musical Instrument Society*, vol. 44, 2018, p. 7-17, en ligne : https://doi.org/10.24379/RCM.00000922. L'ouvrage du CMTRA : JOUVE-VILLARD L. et VESCHAMBRE V. (dir.), *Instruments voyageurs : le monde sonne à nos portes*, Lyon, Libel, 2023.

[17] Déclaration à consulter : https://reseauculture21.fr/blog/2012/10/10/la-declaration-de-fribourg-2007.

[18] AUBRY A. *et al.*, *Typologies. Les droits culturels en action*, Réseau culture 21, 2022, p. 14, en ligne : https://reseauculture21.fr/blog/2023/01/26/typologies-les-droits-culturels-en-action.

[19] AUBRY A. *et al.*, *Typologies*, *op. cit.*,respectivement p. 45, 45 et 57.

[20] ISNART C., « Les patrimonialisations ordinaires. Essai d'images ethnographiées », *Ethnographiques.org*, nº 24, juill. 2012, en ligne : https://www.ethnographiques.org/2012/Isnart.

[21] BROMBERGER C., *Passions ordinaires. Football, jardinage, généalogie, concours de dictée…*, Paris, Hachette littératures, 2002, p. 26.

[22] LE BRETON D., *Les passions ordinaires. Anthropologie des émotions*, Paris, Payot, 2004 [1998].

[23] LABORDE D., « Des passions de l'âme au discours de la musique », *Terrain. Anthropologie & sciences humaines*, nº 22, 1994, p. 79-92, en ligne : https://doi.org/10.4000/terrain.3087.

[24] Voir ROUEFF O., « Musiques et émotions », *Terrain. Anthropologie & sciences humaines* , nº 37, 2001, en ligne : https://doi.org/10.4000/terrain.1280, ainsi que l'ensemble de ce numéro consacré à la thématique « Musique et émotion ».

[25] GINTRAC C. et MEKDJIAN S., « Le peuple et la "France périphérique" : la géographie au service d'une version culturaliste et essentialisée des classes populaires », *Espaces et sociétés*, nº 156-157, 2014, p. 233-239, en ligne : https://doi.org/10.3917/esp.156.0233.

[26] Mairie de Francheville, « Découvrez Francheville en images ! », 16 fév. 2023, en ligne : https://www.mairie-francheville69.fr/actualites/decouvrez-francheville-en-images.

[27] *Ibid.*

[28] Source des données : Institut national de la statistique et des études économiques (Insee), « Dossier complet. Commune de Francheville (69089) », 10 juill. 2025, en ligne : https://www.insee.fr/fr/statistiques/2011101?geo=COM-69089.

[29] MEREU J., « Disparition du festival Fort en Jazz », *Citizen Jazz*, s. d. [2015], en ligne : https://www.citizenjazz.com/Disparition-du-festival-Fort-en-Jazz.html.

[30] Mairie de Francheville, « La terrasse Bel Air », 30 juin 2022, en ligne : https://www.mairie-francheville69.fr/actualites/la-terrasse-bel-air.

[31] Du ministère de la Culture, du service ethnologie de la direction régionale des affaires culturelles (DRAC) Auvergne-Rhône-Alpes, du service culture et patrimoine de la région Auvergne-Rhône-Alpes, de la métropole de Lyon, de la ville de Villeurbanne.

[32] Pour en savoir plus sur cet outil : https://www.cmtra.org/Nosactions/Actionculturelle/1525_Moysique.html.

[33] CHAUMIER S. et MAIRESSE F., *La médiation culturelle*, Paris, Armand Colin, 2013, p. 12.

[34] *Ibid.*, p. 155.

[35] BOURDIEU P., *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Minuit, 1979.

[36] Tous les prénoms ont été changés pour l'anonymisation des personnes.

[37] QUÉRÉ L., *Il n'y a pas de « cerveau des émotions »*, Paris, Presses universitaires de France (PUF), 2023, p. 251.

[38] HENNION A., « La musique s'écoute-t-elle ? », dans P. Le Quéau (dir.), *20 ans de sociologie de l'art : bilan et perspectives. Tome I*, Paris, L'Harmattan, 2007, p. 291-301, en ligne : https://shs.hal.science/halshs-00193418v1.

[39] *Ibid.*

[40] OLEKSIAK J. (coord.), *Des passions musicales ordinaires. Super Tapages, une recherche-action à Francheville*, Lyon, La rumeur libre, à paraître en 2026.

[41] BOUTINET J.-P., *Anthropologie du projet*, Paris, PUF, 2015 [1990].

[42] *Ibid.*, p. 58.

[43] Ce constat est d'autant plus criant que les médiathèques font aujourd'hui partie des principaux acquéreurs de *Moésique*.

[44] PIGNOT L., présentation du dossier « Tiers-lieux : un modèle à suivre ? » codirigé par L. Pignot et J.-P. Saez, *L'Observatoire. La revue des politiques culturelles*, nº 52, 2018, p. 7-8, en ligne : https://doi.org/10.3917/lobs.052.0007.

[45] *Ibid.*, p. 7.

[46] Caisse d'allocations familiales (CAF) de Tarn-et-Garonne, « Les centres sociaux », s. d., en ligne : https://www.caf.fr/allocataires/caf-de-tarn-et-garonne/offre-de-service/vie-personnelle/l-animation-de-la-vie-sociale/les-centres-sociaux.

[47] QUÉRÉ L., *Il n'y a pas de « cerveau des émotions »*, *op. cit.*

[48] ILLOUZ E. (dir.), *Les marchandises émotionnelles. L'authenticité au temps du capitalisme*, Paris, Premier Parallèle, 2019, p. 21.

[49] SCHWARZ O., « Des gouttes émotionnelles dans les oreilles : l'industrie de la musique et la gestion des émotions », dans E. Illouz (dir.), *Les marchandises émotionnelles*, *op. cit*,

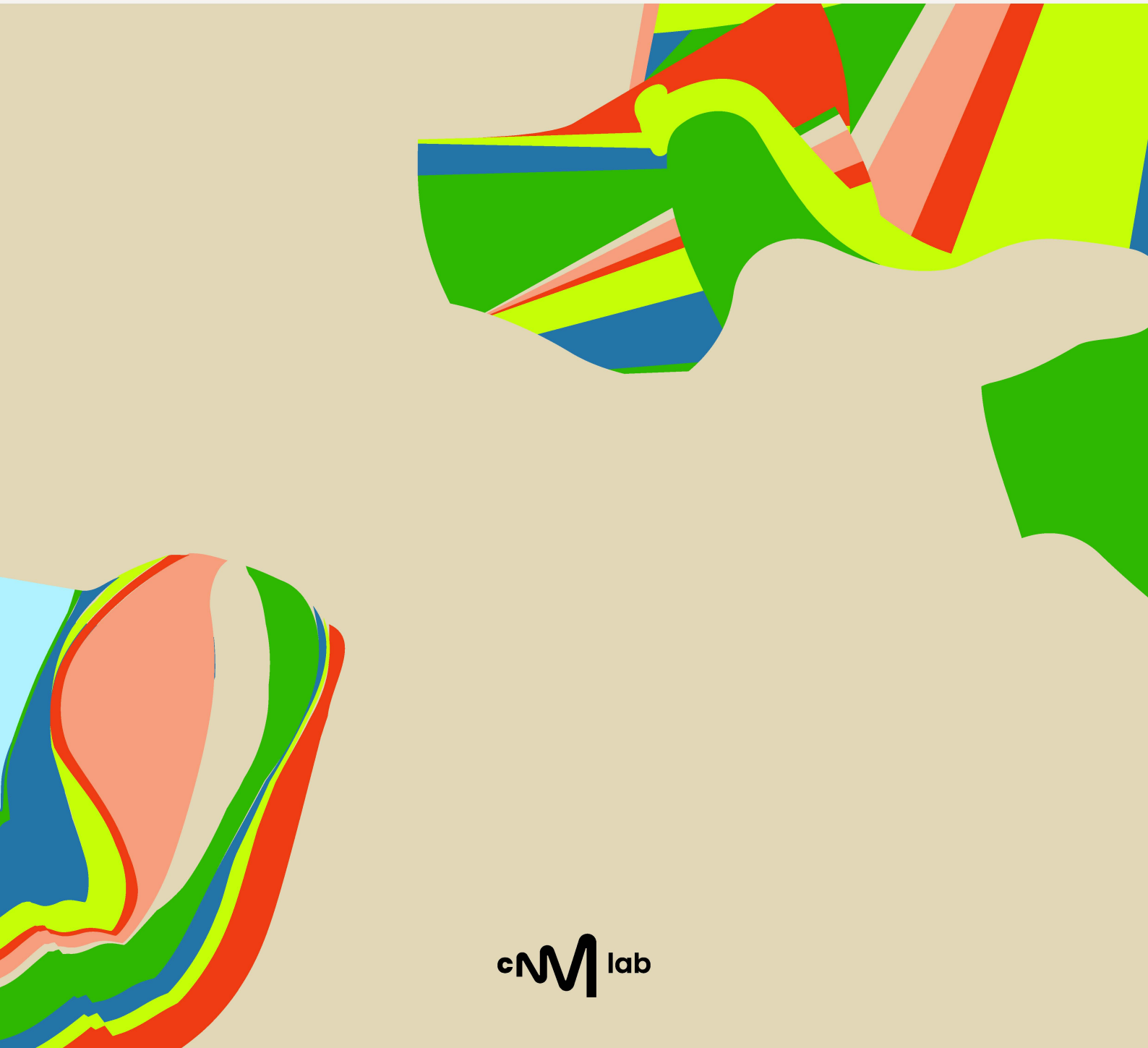
p. 99.

[50] PONCET E., « “Nous avons toujours plus de deux oreilles” », entretien avec Peter Szendy, *Revue XXI*, n° 63, nov. 2023, p. 162-173.

Géographie de l'innovation musicale à l'ère du streaming

Une analyse à partir des données de consommation du rap en France

Par Myriam Boualami



cnm lab

Géographie de l'innovation musicale à l'ère du streaming

Une analyse à partir des données de consommation du rap en France

Myriam Boualami

Myriam Boualami est chercheuse doctorante en géographie à l'université Paris 1 – Panthéon-Sorbonne. Elle travaille au sein de l'équipe de sciences sociales computationnelles du Centre Marc-Bloch et du laboratoire Géographie-cités. Ses recherches, ancrées dans le champ émergent de la *digital geography*, interrogent les continuités et les ruptures à l'œuvre dans les hiérarchies spatiales à l'ère de la plateformisation, à travers l'analyse de données de consommation musicale massives issues du web.

1. Introduction

Il faut se l'avouer : la réussite d'un ou une artiste dans le paysage musical ne tient pas seulement à la singularité de ses productions esthétiques. C'est bien son insertion dans des réseaux sociaux et professionnels d'innovation musicale spécifiques qui la ou le met en position de capter l'attention du monde des arts. En effet, « les travailleurs sont soumis à une "mise en réseau obligatoire" afin d'entrer et de maintenir leur activité (Flew, 2004 ; Gill, 2011 ; Lee, 2008), ce qui crée une injonction à développer une "socialité de réseau" (Wittel, 2001). [...] 98 % des emplois dans les industries culturelles et créatives sont obtenus par les réseaux physiques d'interconnaissance[1] ». C'est notamment au moment de l'émergence de l'artiste, quand elle ou il devient un nouveau nœud intégré à ces réseaux d'innovation, que se révèlent des dynamiques précieuses à observer. Ces réseaux regroupent des acteurs essentiels à la professionnalisation (structures de formation, labels, managers), à la prise de risque (investisseurs publics ou privés), aux retours sur le travail artistique (directeurs et directrices artistiques, producteurs et productrices, pairs), ainsi qu'à la reconnaissance (responsables éditoriales et éditoriaux de radio, presse spécialisée). Ces activités s'appuient sur des infrastructures physiques spécifiques (bureaux de labels, studios d'enregistrement) qui conditionnent leur mise en œuvre. L'innovation musicale ne peut donc être pensée indépendamment des ressources sociales et matérielles qui la rendent possible. Or, ces ressources sont inégalement réparties dans l'espace géographique et tendent à se concentrer dans certaines régions dominantes. Dans le cas français, les principaux éléments constitutifs de ces réseaux sont historiquement localisés dans la région Île-de-France, et plus précisément à Paris[2]. La proximité géographique avec ces réseaux joue un rôle déterminant dans la capacité des artistes à s'y insérer : elle facilite des relations informelles, fondées sur la quotidienneté, qui sont propices à l'émergence de liens de confiance, une condition indispensable à l'établissement de relations personnelles durables [3].

Dès le tournant du XXIe siècle, certains auteurs et autrices ont envisagé, notamment à travers le concept de « mort de la distance[4] », qu'Internet rendrait progressivement caduque l'importance de la proximité géographique. Trois décennies plus tard, ce débat reste étonnamment peu tranché sur le plan empirique[5]. Les travaux les plus récents tendent à se diviser en deux perspectives contradictoires, chacune mettant en évidence un effet particulier : « Si la numérisation atténue certains des désavantages auxquels sont confrontées les régions rurales, elle renforce également les avantages liés à la concentration urbaine qui ont permis la prospérité économique de nombreuses villes[6]. » D'un côté, Internet améliore la connexion des régions isolées et leur participation aux dynamiques d'innovation[7]. De l'autre, « [m]ême si avec Internet les informations circulent potentiellement sans tenir compte des proximités géographiques, celles-ci restent importantes lorsqu'il s'agit d'échanger des savoir-faire (dits encore "informations tacites") ou des négociations délicates pour lesquelles la transmission en face-à-face est toujours nécessaire[8] ». La proximité géographique demeure donc essentielle pour certains

échanges, en particulier dans le domaine de l'entrepreneuriat[9] et de l'innovation[10], deux caractéristiques structurantes du travail dans le monde des arts.

Dans le cas particulier de la musique, les plateformes de streaming renforcent l'ambivalence produite par Internet. Elles permettent à tout artiste de rendre sa musique accessible à une large audience, sans passer par les intermédiaires culturels traditionnelscomme la radio, les journalistes, ou encore les A&R[11]. Elles fonctionnent alors comme des infrastructures *centralisées* permettant une participation *décentralisée*, la musique circulant de n'importe quel créateur ou créatrice vers n'importe quel auditeur ou auditrice, pratiquement sans frais. Elles nourrissent donc la promesse d'un accès dit « désintermédié[12] », et donc *désacralisé*,à la diffusion et, potentiellement, à la reconnaissance. Les plateformes de streaming ne vont pas uniquement dans le sens de la « mort de la distance », mais poussent à envisager une hypothèse plus radicale dans le contexte français : celle de la « mort de la centralité », et spécifiquement celle de Paris en tant que centre structurant de l'innovation musicale. Mais cette reconfiguration reste loin d'être totale. Internet et les plateformes de streaming ne délocalisent pas brutalement les capacités d'innovation, qui demeurent concentrées dans les régions dominantes, comme c'est le cas en Île-de-France. Cette concentration confère à celles-ci un avantage leur permettant de produire l'innovation plus rapidement que les régions périphériques, leur assurant potentiellement une certaine résilience face à la « mort de la centralité ». Par ailleurs, si la proximité géographique facilite les échanges informels et quotidiens, sources de confiance et de liens sociaux durables, elle peut aussi générer des effets négatifs, notamment un enfermement dans des activités étroites qui freinent l'expérimentation et la sérendipité, réduisant la flexibilité et ralentissant les processus d'innovation[13]. Enfin, il convient de distinguer les déterminants de la production de l'innovation de ceux qui influencent sa performance. En effet, « un fort degré de proximité favorise la mise en relation de partenaires sans pour autant influencer la performance[14] ». Pour appréhender sérieusement la question de la « mort de la centralité », il est donc essentiel d'intégrer à la fois des indicateurs de production de l'innovation et des indicateurs de réussite de ces innovations. Alors, plusieurs hypothèses peuvent être avancées pour explorer les recompositions spatiales à l'œuvre dans les dynamiques d'innovation musicale à l'ère des plateformes de streaming :

1. *Résilience des régions dominantes* : Les régions dominantes, comme Paris et sa région, continuent-elles de concentrer la majorité de l'innovation musicale, comprise comme les artistes émergents ?

2. *Mutation du poids des régions périphériques* : Les régions périphériques ont-elles pu accroître leur poids dans la production des artistes émergents ? Est-ce conditionné à une forme de « connexion » à la capitale ?

3. *Longévité de la réussite* : La longévité de la réussite est-elle spatialement différenciée selon les localités ? Est-elle en lien avec l'insertion dans des réseaux socioprofessionnels locaux ?

Pour répondre à ces questions, je m'appuie sur un corpus inédit de traces numériques d'écoute provenant de 10 000 utilisateurs et utilisatrices anonymisés français de la

plateforme de streaming musical Deezer. Ce corpus m'a été confié dans le cadre d'un partenariat de recherche entre la plateforme et plusieurs institutions de recherche, dont le Centre national de la recherche scientifique (CNRS), dans le cadre du projet RECORDS[15].

2. Cadre empirique et construction des indicateurs

Le rap pour périmètre d'étude

Les approches diffusionnistes[16] de la musique en géographie, auxquelles se rattache directement mon travail, s'appuient historiquement sur une lecture du monde musical fondée sur une classification en genres[17]. Ces derniers, entendus comme des ensembles esthétiques codifiés et stabilisés dans des mondes socioprofessionnels spécifiques, entretiennent des rapports différenciés à l'espace, et en particulier à l'échelle locale. Si la centralité de Paris demeure une constante structurante dans l'histoire musicale française, chaque genre tend néanmoins à façonner sa propre géographie, marquée par des formes d'ancrage local spécifiques, des circulations transnationales différenciées, et des tensions variables entre centre et périphérie.

Le rap émerge en France dès les années 1970 et construit au fil de deux décennies un rapport singulier au « local ». Si je reviendrai plus en détail sur ce rapport particulier à l'espace géographique dans la suite de l'article, c'est avant tout sa dimension technologique et spécifiquement son articulation contemporaine aux plateformes de streaming qui justifient son intérêt pour mon analyse. Une première raison tient à ses audiences, particulièrement avides de streaming musical. En effet, si 73 % des Français et Françaises utilisent aujourd'hui une plateforme de streaming vidéo ou audio pour écouter de la musique, ce chiffre atteint 91 % chez les auditeurs de rap ou de hip-hop. De plus, 29 % des Français déclarent découvrir de nouveaux morceaux *via* ces plateformes, et c'est le cas de 44 % des auditeurs de rap ou de hip-hop[18]. Cela signifie non seulement que le streaming occupe une place première dans la consommation musicale, mais aussi qu'il devient un levier central de découverte musicale en France, et surtout que cela est particulièrement vrai dans le cas du rap. Le streaming permet ainsi d'observer avec une acuité particulière les dynamiques de consommation du genre, et donc, en creux, celles de l'émergence et de la réussite des artistes. Une seconde justification réside dans l'état de la littérature existante : la géographie du rap français et son histoire sont l'objet de travaux approfondis, qui couvrent une période allant des années 1990 à 2015. Il s'agit ici de prolonger ces travaux en actualisant cette géographie à l'aune des transformations induites par le streaming musical.

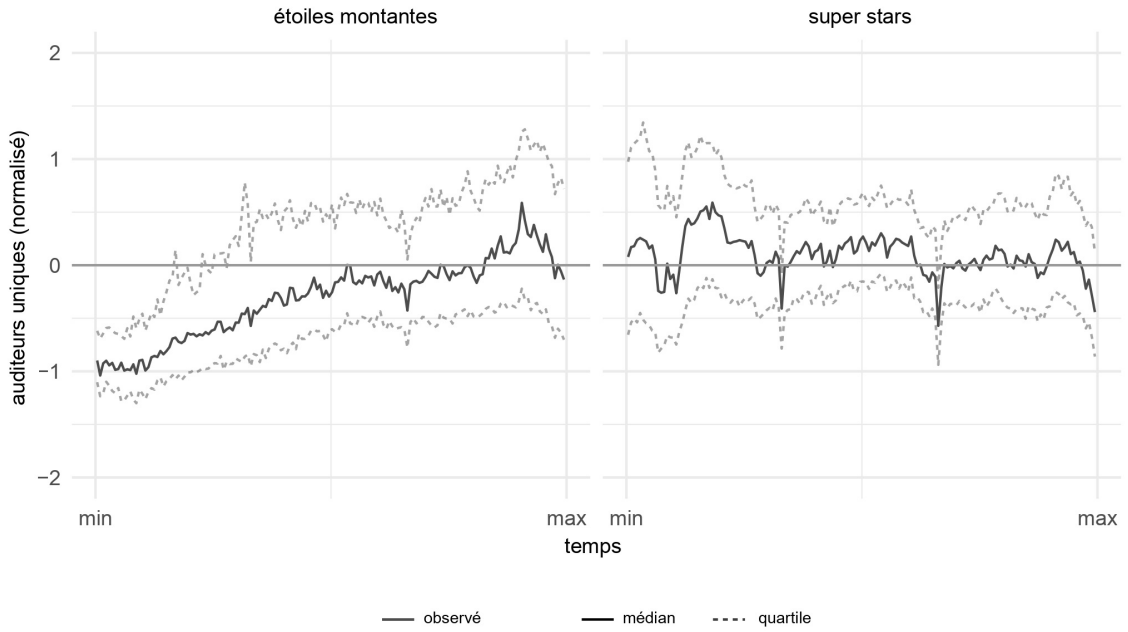
Filtrer le rap et ses artistes émergents

Le corpus de données de cette étude comptabilise un total de 162 631 048 écoutes pendant la période de janvier 2020 à décembre 2022, portant sur 295 675 artistes et

2 921 321 morceaux. À chaque morceau écouté sont associés un artiste principal, un ou des artistes en featuring le cas échéant, un genre musical déclaré par le distributeur, et une année de sortie. Je sélectionne dans un premier temps les écoutes des artistes de rap, définis ici comme tels par le fait que plus de 50 % de leurs morceaux sont étiquetés comme du rap ou un genre adjacent dans leur catalogue musical (voir figure A3 pour la liste complète des genres adjacents). Cela me permet d'éliminer les artistes se trouvant entre plusieurs genres musicaux, et donc de garantir au maximum que les logiques géographiques des artistes retenus sont celles décrites dans la littérature sur la géographie du rap en France. Ainsi, 43 445 artistes produisant majoritairement du rap sont identifiés (contre 31 003 dans le cas de la musique électronique, 27 763 dans le cas du rock ou encore 18 912 dans le cas de la pop). La plateforme propose plusieurs modes d'accès à la musique, classés selon leur degré de médiation : algorithmique (*via* les recommandations de la plateforme), éditorial (*via* des playlists conçues par ses équipes), et organique (*via* des playlists créées par les utilisateurs et utilisatrices ou *via* des recherches directes). Ce dernier mode, dit organique, constitue en moyenne 72 % des écoutes dans le corpus, contre 17 % pour l'algorithmique et 11 % pour l'éditorial. Parce qu'elle est la moins influencée par les mécanismes de prescription de la plateforme, la consommation « organique » est considérée dans la littérature[19] comme la plus représentative de l'audience propre d'un artiste. J'ai donc choisi de me concentrer sur cette forme de consommation. Pour mesurer cette audience, je ne me base pas sur le volume total d'écoutes, qui peut être biaisé, surtout pour les artistes les moins populaires, mais sur le nombre hebdomadaire d'auditeurs organiques uniques par artiste (voir figure A1). C'est cette mesure, dont je considère l'évolution au cours du temps, que j'appelle « taille d'audience ».

Pour répondre à mes deux premières questions de recherche, portant sur le poids démographique (en nombre d'artistes) des territoires français dans la production de l'innovation musicale, j'ai construit deux groupes d'artistes à partir du corpus. Dans la littérature, la cartographie des espaces de production du rap en France est dessinée à partir des certifications d'album, soit une mesure du succès fondée sur l'atteinte d'un seuil, un « pic » de notoriété. Pour ma cartographie, j'ai suivi la même logique de « pic », en sélectionnant les artistes qui, à un moment donné, ont compté parmi les plus écoutés sur la plateforme. Il s'agit de ceux qui, pendant la période observée, se sont classés au moins une fois durant au moins une semaine dans les 40 % les plus écoutés, en nombre d'auditeurs dits organiques. Ce groupe a été divisé en deux sous-groupes distincts (voir figure 1)[20]. Le premier est composé d'artistes émergents, c'est-à-dire des artistes ayant accédé au succès en partant de très peu voire rien : ce sont 294 « étoiles montantes ». Le second groupe, servant de point de comparaison, est constitué d'artistes au succès déjà établi au début de la période d'étude : ce sont 482 « superstars ». Il s'agit donc de comparer deux cartographies : la cartographie des artistes « émergents » avec celle des artistes « établis », et de mettre les observations en relation avec la littérature existante.

Figure 1. Évolution médiane de la taille de l'audience des étoiles montantes et des superstars sur la période d'observation (janv. 2020-déc. 2022).

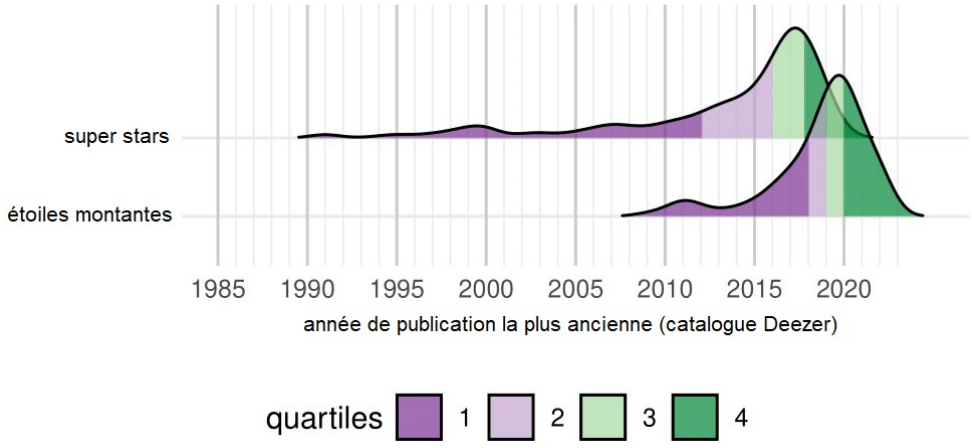


Une fois ces deux groupes définis, il faut localiser les artistes. La plateforme Deezer ne fournit pas d'informations sur leur pays ou leur ville d'ancrage. J'ai complété le corpus de données d'écoute par des informations déclaratives récoltées en ligne. J'ai extrait le pays de résidence déclaré de chaque artiste *via* MusicBrainz[21]. Pour les cas ambigus, associés à plusieurs pays ou aucun, j'ai effectué une recherche manuelle[22]. Les superstars se répartissent dans 21 pays, et les étoiles montantes dans 25. Dans les deux groupes, la majorité des artistes sont déclarés comme installés en France : 60 % des superstars (289 sur 482) et 53 % des étoiles montantes (155 sur 294). Les États-Unis arrivent en deuxième position, avec respectivement 25 % et 20 % des effectifs. Aucun autre pays n'atteint de tels niveaux de concentration : ce sont donc les deux principaux foyers. On peut néanmoins mentionner la Belgique (4 % des superstars, 3 % des étoiles montantes) et le Royaume-Uni (2,5 % des superstars, 4 % des étoiles montantes). Dans le cadre de cette étude, j'ai choisi de me concentrer uniquement sur les artistes identifiés comme installés en France, en les localisant plus finement dans l'espace métropolitain. Cette localisation s'est faite manuellement, à partir de leurs déclarations dans les médias ou de références présentes dans leurs œuvres, en assignant la ville d'ancrage déclarée la plus récente. Sur les 289 superstars, 276 ont pu être géolocalisées à l'échelle communale, et c'est le cas de 134 étoiles montantes sur 155.

D'après l'année de publication la plus ancienne dans le catalogue de morceaux de chaque artiste sur Deezer[23], les étoiles montantes ont effectivement publié leur premier morceau bien plus récemment que les superstars (voir figure 2), ce qui confirme l'efficacité de la stratégie de filtrage. En effet, un quart des étoiles montantes ont publié un premier morceau dont la date de sortie déclarée est postérieure à janvier 2020, soit au tout début de la période d'observation, et 75 % après 2018. Aucune des superstars n'a publié de morceau

dont la date de sortie déclarée soit postérieure à janvier 2020. Il s'agit donc bien de deux groupes distincts, et les superstars montrent effectivement des carrières plus avancées. Toutefois, et même si leur effectif est faible, certaines étoiles montantes ont un premier morceau daté de cinq ou dix années, voire davantage, avant janvier 2020. Le domaine de la « science du succès[24] » parle dans ce cas de profils retardataires, à l'inverse des profils précoces, en référence au temps qu'il leur a fallu avant d'accéder à une reconnaissance importante. Qui sont donc ces retardataires chez les étoiles montantes ? Il s'agit de 14 artistes, au total, ayant débuté leur carrière avant 2015. Prenons l'exemple d'un artiste de l'échantillon qui a commencé sa carrière en 2014. Membre d'un collectif depuis son adolescence, il débute sa carrière solo avec un album en 2014 et c'est avec son troisième album solo, sorti à la fin de l'année 2020, qu'il rencontre un succès de taille[25].

Figure 2. Volume de premiers morceaux sortis par année dans le corpus Deezer des étoiles montantes et des superstars.



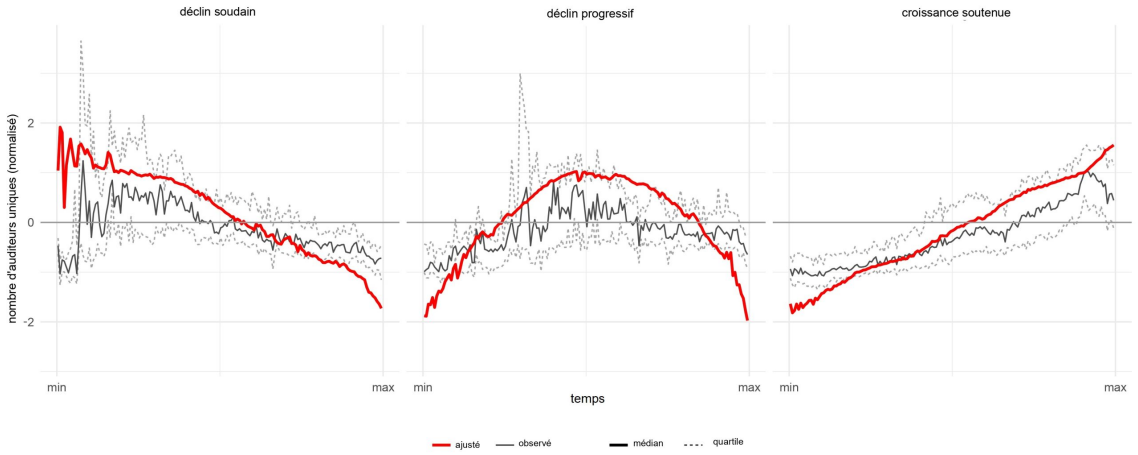
Mesurer la réussite de l'innovation et son ancrage local

Pour répondre à ma troisième question de recherche, qui porte sur la longévité de la réussite des artistes émergents en relation à leur insertion dans des réseaux socioprofessionnels localisés, je me concentre spécifiquement sur le groupe des étoiles montantes – celui des superstars servant de groupe de comparaison. Il faut quantifier deux dynamiques, concernant les porteurs et porteuses de l'innovation : d'une part, l'évolution de la taille de leur audience sur l'ensemble de la période d'observation – et, plus précisément, la manière dont leur audience progresse ou décline après le pic de succès ; d'autre part, le degré d'ancrage local de leurs liens professionnels, c'est-à-dire la mesure dans laquelle leur travail artistique s'appuie sur une forme de proximité géographique.

La mesure de la longévité de la réussite est construite à partir de l'évolution de l'audience dite organique. Cela a produit trois catégories présentées dans la figure 3 : les trajectoires dites de déclin soudain, caractérisées par un pic soudain d'audience sans audience précédente, puis une perte soudaine ; les trajectoires dites de déclin progressif, caractérisées par une prise progressive d'audience puis par une perte progressive ; et enfin les trajectoires dites de croissance soutenue, caractérisées par une prise graduelle d'audience et par une

perte mineure voire nulle de cette audience. C'est donc bien le moment du pic d'audience qui définit les catégories : il survient très tôt pour les déclins soudains et plus tard pour les déclins progressifs. Si ces deux trajectoires se caractérisent par une perte significative d'audience après le pic, la croissance soutenue s'en distingue par l'absence de déclin notable. Cette méthodologie fait apparaître le premier résultat de cette étude : sur les 134 étoiles montantes dites françaises localisées à l'échelle de la commune, 23 % ont connu un déclin soudain, 18 % un déclin progressif, et 58 % une croissance soutenue. Ainsi, s'il est déjà rare de se constituer une audience sur la plateforme Deezer (les étoiles montantes constituent 0,7 % de tous les artistes rap de l'échantillon), on observe que près de la moitié des artistes s'étant constitué une audience n'ont pas réussi à la conserver après le pic initial.

Figure 3. Évolution de la taille de l'audience médiane des étoiles montantes selon la typologie construite et sur la période d'observation (janv. 2020-déc. 2022).



Pour mesurer le degré d'ancrage local des liens professionnels, j'ai fait le choix de mobiliser les collaborations artistiques, les featurings, renseignés dans le corpus de données Deezer. Dans la littérature, la collaboration artistique est communément utilisée comme un indicateur des relations socioprofessionnelles, particulièrement dans le cas de recherches empiriques plutôt quantitatives[26]. Elle constitue une stratégie de plus en plus répandue pour promouvoir la musique auprès de nouvelles audiences et accroître la visibilité des artistes[27]. Il a été observé que, pour tous les genres musicaux populaires, les artistes ayant un profil collaboratif tendent à être plus populaires que ceux qui collaborent peu ou pas[28]. Dans ce contexte, **les collaborations artistiques ne se limitent plus uniquement à une rencontre entre artistes : elles résultent aussi du travail de mise en relation orchestré par des acteurs secondaires comme les managers, producteurs, directeurs artistiques ou labels. Elles s'inscrivent dans une logique de plus en plus marchandisée, reflétant des relations artistiques et professionnelles structurées, dépassant le cadre des seuls artistes**.

Partant de cette observation, je formule l'hypothèse que la géographie des collaborations artistiques constitue un bon indicateur de la géographie du réseau socioprofessionnel plus large d'un artiste. En outre, dans une étude empirique, les collaborations présentent plusieurs atouts méthodologiques : elles sont clairement définissables, collectables et

interprétables. L'approche par l'analyse de réseaux de collaboration artistique permet d'estimer empiriquement les positions et proximités entre individus. Dans le cas spécifique de cette étude, et dans la suite du cadre théorique exposé en introduction, l'analyse de réseau permet de mesurer et de résumer par un indice unique la propension de chaque artiste à collaborer, et donc par extension à travailler, préférentiellement dans sa proximité géographique. Plus l'indice dénoté *d* s'approche de 1, plus l'artiste « connecte » à une échelle qui lui est locale. À l'inverse, plus l'indice s'éloigne de 1, plus l'artiste « connecte » loin de sa localité, et donc à l'échelle nationale. La distribution des indices est bimodale[29], présentant un mode autour de 0 et un autre autour de 0,7. Ce résultat suggère que l'échantillon se divise en deux groupes d'artistes : ceux qui connectent à l'échelle locale, et ceux qui connectent à l'échelle nationale.

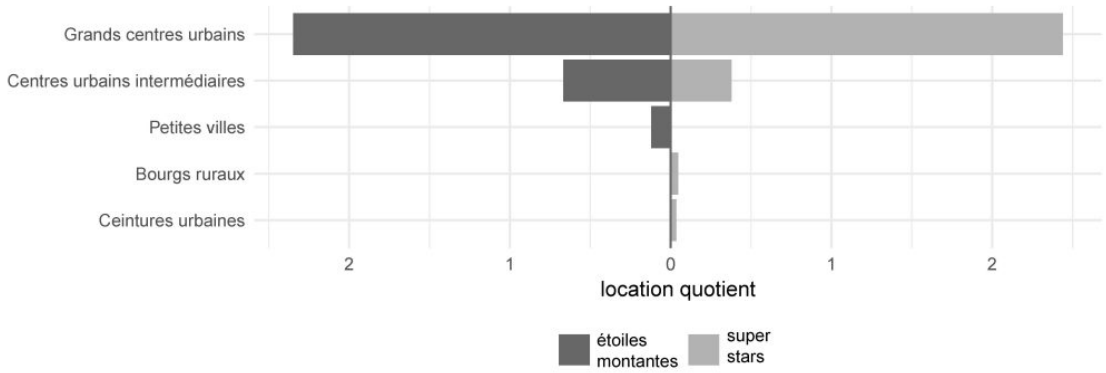
Une fois les artistes sélectionnés et les deux indicateurs définis, il est temps de plonger dans les cartographies, pour comprendre d'où viennent les artistes et comment leurs ancrages locaux façonnent leur parcours.

3. Une géographie des artistes du rap en France

Répartition territoriale des deux groupes d'artistes

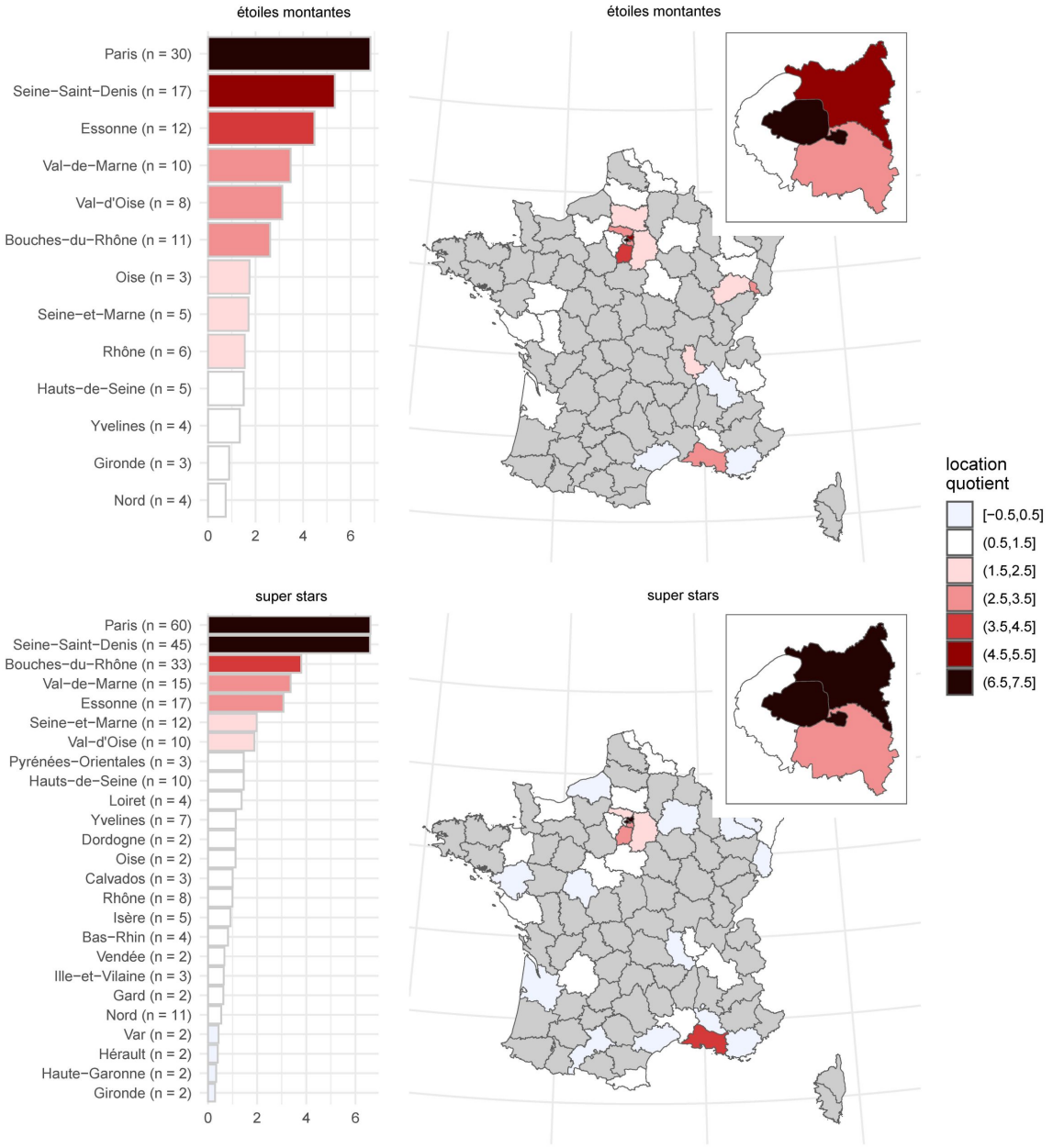
Pour mettre en lumière le degré de concentration des artistes dans les différents territoires qui constituent l'espace français, je rapporte la part d'artistes d'un territoire donné à la part de sa population dans l'ensemble national. Ainsi, un indice (*location quotient*) supérieur à 1 indique une présence plus forte que prévu, tandis qu'un indice inférieur à 1 révèle une sous-représentation par rapport à cette répartition dite attendue. La littérature souligne le fort ancrage urbain des artistes du rap en France métropolitaine[30]. Comme le montre la figure 4, à l'échelle de la commune, les superstars et étoiles montantes sont particulièrement concentrées dans la catégorie des « grands centres urbains[31] », le niveau le plus élevé d'urbanité, avec plus de deux fois plus d'artistes qu'attendu.

Figure 4. Sur- et sous-représentation des étoiles montantes et des superstars actives pendant la période d'étude (janv. 2020-déc. 2022) au regard de la grille de densité communale de l'Insee en 2020.



Pour dessiner plus territorialement la géographie des artistes de l'échantillon, j'adopte une échelle d'analyse départementale, niveau géographique fréquemment revendiqué par les artistes eux-mêmes. En effet, « [l]e département offre un niveau de référence géographique précis. Il est significatif pour les rappeurs et rappeuses, suffisamment précis pour distinguer différentes zones dans la vaste zone urbaine de Paris, et suffisamment lâche pour rassembler des communes proches les unes des autres, dans un pays où le territoire communal est généralement très circonscrit[32] ». Une cartographie des artistes à succès dans le rap français entre 2001 et 2012[33], établie à partir des données de disques d'or et du département d'origine des artistes, fait apparaître une surreprésentation marquée de l'Île-de-France (77 % puis 67 % selon les périodes) et des Bouches-du-Rhône (20 % puis 15 %), alors que ces territoires ne représentaient respectivement que 18 % et 3 % de la population française en 2011. Ce déséquilibre révèle la structuration d'un axe Paris-Marseille, même si, au sein de l'Île-de-France, le département de Paris ne domine pas ses voisins. À l'inverse, le reste du territoire apparaît largement sous-représenté. Ces zones périphériques sont en effet quasi absentes sur la période 2001-2006, et émergent tout juste entre 2007 et 2012. Malgré une présence encore marginale, cette apparition constitue un élément de nouveauté, dessinant une hiérarchie territoriale où l'Île-de-France occupe la position dominante, suivie des Bouches-du-Rhône en position intermédiaire, puis d'un ensemble périphérique quasi inexistant.

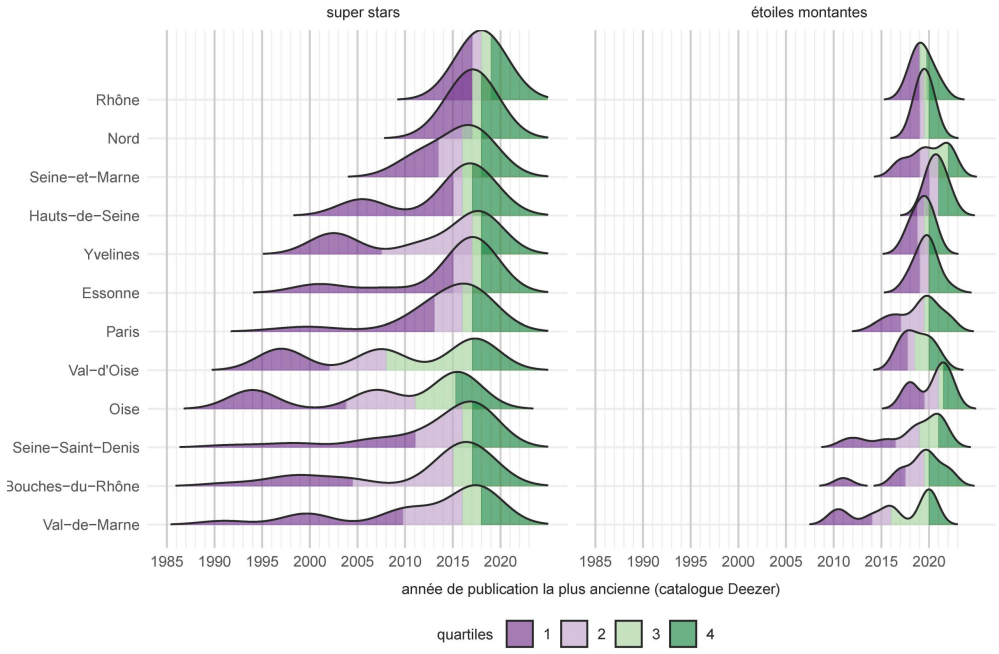
Figure 5. Sur- et sous-représentation des étoiles montantes et des superstars par département en France métropolitaine[34].



La figure 5 présente la répartition départementale des étoiles montantes et des superstars rapportée à la répartition de la population française[35]. Les superstars sont particulièrement concentrées à Paris et en Seine-Saint-Denis, qui comptent tous deux 6 fois plus d'artistes qu'attendu au regard de leur poids démographique. Les Bouches-du-Rhône, le Val-de-Marne, l'Essonne forment le second échelon le plus haut, avec tous entre 3 et 4 fois plus de superstars qu'attendu. La répartition des étoiles montantes, les artistes émergents, diverge de celle des superstars. Si Paris occupe le sommet incontesté de la hiérarchie, avec près de 7 fois plus d'étoiles montantes qu'attendu, la Seine-Saint-Denis prend moins de place, avec, cette fois, une concentration autour de 5 fois plus qu'attendu. Ce sont l'Essonne, le Val-de-Marne et le Val-d'Oise qui forment alors le second échelon, avec tous entre 3 et 4 fois plus d'étoiles montantes qu'attendu. Si les Bouches-du-Rhône

occupent la troisième place du classement chez les superstars, elle perd en importance et n'occupe plus que la sixième place chez les étoiles montantes. Par ailleurs, si ce département a représenté 20 % des artistes « certifiés » entre 2001 et 2006, ce taux n'est plus que de 15 % pour la période 2007-2012[36] ; de même, alors que 12 % des superstars en sont originaires, cette part n'est que de 8 % chez les étoiles montantes : ces chiffres laissent entrevoir un possible essoufflement de cette scène historique. Un élargissement de la représentation des territoires urbains dits périphériques est également observable : 20 départements hors Île-de-France et Bouches-du-Rhône accueillent au moins une étoile montante, et 27 départements abritent au moins une superstar contre seulement 5 entre 2007 et 2012[37]. Il s'agit notamment, chez les étoiles montantes, du Rhône, avec près de 2 fois plus d'artistes qu'attendu. De même, la totalité des superstars du Nord et du Rhône ont un premier morceau daté d'avant 2010 (voir figure 6), ce qui suggère une dynamique d'émergence plus récente dans ces départements[38]. De plus, chez les étoiles montantes, les artistes « retardataires » mentionnés plus haut, dont le catalogue débute avant 2015, déclarent habiter les départements du Val-de-Marne, de la Seine-Saint-Denis, de Paris et des Bouches-du-Rhône, ce qui souligne la position de ces départements comme les pôles historiques de la production du rap en France.

Figure 6. Volume des premiers morceaux sortis par année et par département dans le corpus Deezer des étoiles montantes et des superstars.



> La répartition des étoiles montantes, les artistes émergents, diverge de celle des superstars. Si Paris occupe le sommet incontesté de la hiérarchie, avec près de 7 fois plus d'étoiles montantes qu'attendu, la Seine-Saint-Denis prend moins de place, avec, cette fois, une concentration autour de 5 fois plus qu'attendu.

En résumé, et en comparaison avec la littérature et les superstars, la hiérarchisation des foyers des étoiles montantes, ces artistes émergents, voit le renforcement de Paris en premier et de la Seine-Saint-Denis en second à l'échelon supérieur,une recomposition du Val-de-Marne, du Val-d'Oise et de l'Essonne comme échelon intermédiaire francilien, le moindre classement des Bouches-du-Rhône et le surclassement du Rhône en échelon intermédiaire national, le déclassement des Hauts-de-Seine et des Yvelines en échelon inférieur francilienet, enfin, l'élargissement et l'affirmation d'un grand nombre de territoires urbains dits périphériques en échelon inférieur national. Cette dernière observation invite à reconsidérer la relation entre l'ancrage local et les modalités d'accès au succès. De plus, cette relation ne peut être appréhendée uniquement au prisme de l'émergence, le « pic », mais elle doit être élargie à l'analyse de l'évolution de la taille d'audience après ce « pic ». Dans cette optique, et en cohérence avec la troisième question de recherche formulée en introduction, *je propose désormais d'examiner plus finement la manière dont ces trajectoires s'articulent à la géographie relationnelle des artistes, notamment à travers l'échelle géographique de leurs collaborations*.

Le rôle de l'ancrage local des collaborations

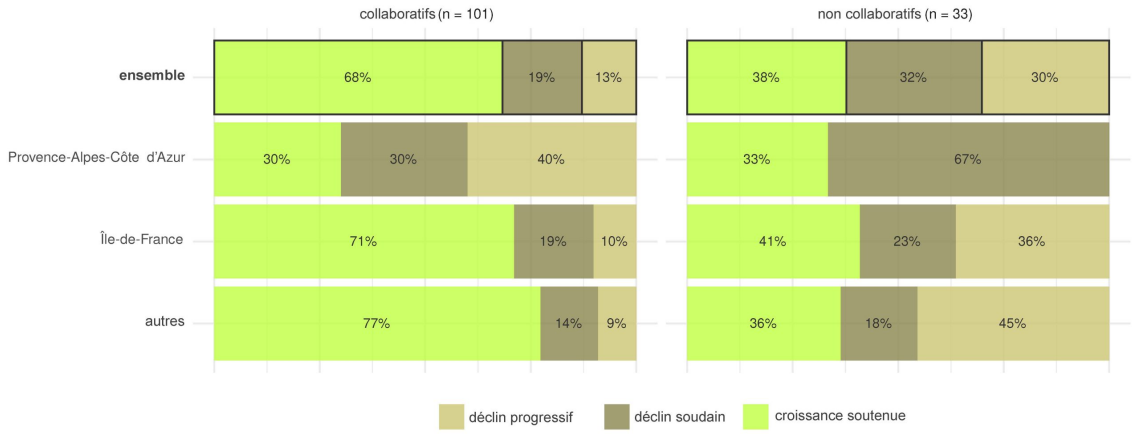
En plus des cartographies présentées précédemment, la littérature[39] dessine une géographie plus relationnelle des espaces du rap par des méthodes plus qualitatives, spécifiquement au travers du rapport des artistes à leur ville d'ancrage et à la hiérarchisation des espaces du rap. À partir de la notion de « représentation », elle montre comment les artistes « mettent en avant » leur ancrage dans une ville spécifique dans le but de gagner en visibilité (et donc en popularité), en s'affiliant avec une scène locale existante. Cependant, si ces mises en avant semblent « naturelles » pour les artistes situés aux échelons supérieurs de la hiérarchie, elles le sont bien moins pour ceux positionnés aux échelons inférieurs, dans les espaces périphériques. En effet, **ces artistes se heurtent à « une absence de lien préexistant entre leur scène et le rap dans le pays[40] » qui rend moins efficace la « représentation », et à une marginalisation par certains acteurs de l'industrie, particulièrement les journalistes, qui privilégient les artistes rattachés à**

certains espaces plus conventionnels. Un travail plus quantitatif et exhaustif de la géographie des collaborations locales entre 1990 et 2004[41] met en évidence, en nombre d'artistes, la position dominante de Paris, l'importance des départements de banlieue, ainsi que le poids notable des Bouches-du-Rhône. De plus, la cohérence d'une « scène locale » en matière de collaborations artistiques est faible dans la plupart des départements français, y compris à Paris et en banlieue. Seules les Bouches-du-Rhône présentent une structure locale clairement identifiable. Retrouve-t-on ces dynamiques chez les étoiles montantes ?

La classification des artistes de cette étude en trois profils distincts (déclin soudain, déclin progressif et croissance soutenue) conduit à une réduction rapide des effectifs par département. Pour pouvoir disposer d'échantillons suffisants et tirer des conclusions statistiques robustes, et approfondir par là l'analyse de la longévité de la réussite, il est donc nécessaire d'agréger les données à un niveau administratif supérieur, celui de la région. Ce choix méthodologique, bien qu'éloigné de l'échelle départementale privilégiée par la littérature, est indispensable pour garantir la fiabilité des analyses statistiques. Ainsi, je regroupe, dans la figure 7, les artistes en trois catégories, en suivant la hiérarchisation des espaces mise en évidence dans la littérature et dans cette étude : l'Île-de-France en tête (n = 69 pour les collaboratifs et n = 20 pour les non-collaboratifs), suivie de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur (n = 10 pour les collaboratifs et n = 3 pour les non-collaboratifs), puis le reste de la France, les grands centres urbains dits périphériques (n = 22 pour les collaboratifs et n = 10 pour les non-collaboratifs)[42].

À l'échelle nationale (voir figure 7), 68 % des étoiles montantes ayant collaboré affichent une trajectoire de croissance soutenue, contre seulement 38 % parmi celles qui n'ont pas collaboré. Cette différence souligne que, si la collaboration artistique n'est pas une condition nécessaire à l'élargissement d'une audience nouvellement acquise, elle y est néanmoins étroitement liée. Les artistes s'étant engagés dans des collaborations artistiques, s'inscrivant visiblement dans des dynamiques de mise en réseau, ont eu significativement plus de chances de voir leur audience croître que ceux dont la pratique artistique apparaît comme plus isolée. Il faut garder à l'esprit que cette étude n'établit pas de lien causal : cela n'indique pas si la collaboration engendre et maintient le succès ou si elle intervient une fois celui-ci atteint et maintenu. Cette relation entre succès et collaboration persiste même après avoir pris en compte les effets de co-popularité, c'est-à-dire la différence de popularité entre l'étoile montante et le ou les artistes avec qui elle collabore. En effet, les étoiles montantes ont, en moyenne, collaboré avec des artistes ayant été écoutés par un plus grand nombre d'auditeurs dits organiques qu'elles au moment de la collaboration. Cependant, l'intensité de l'écart de popularité entre étoiles montantes et leurs collaborateurs ou collaboratrices ne varie pas significativement pour les différentes trajectoires de popularité [43]. Autrement dit, un écart de taille d'audience plus marqué entre un artiste et ses collaborateurs n'augmente pas significativement la probabilité d'une croissance d'audience plutôt qu'une perte d'audience, par rapport à un écart plus modéré.

Figure 7. Répartition des étoiles montantes dans chaque type d'évolution de taille d'audience, par région, différenciée selon le profil de collaboration artistique.

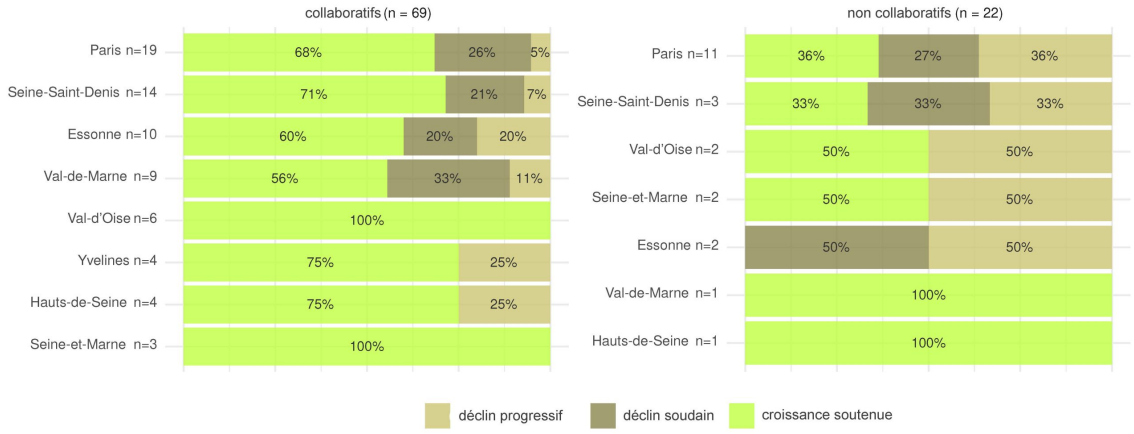


> **Les artistes s'étant engagés dans des collaborations artistiques, s'inscrivant visiblement dans des dynamiques de mise en réseau, ont eu significativement plus de chances de voir leur audience croître que ceux dont la pratique artistique apparaît comme plus isolée.**

Enfin, dans cette dernière analyse, je me concentre sur les étoiles montantes qui s'inscrivent visiblement dans des dynamiques de mise en réseau. Bien que, nationalement, 68 % des étoiles montantes dites « collaboratives » aient connu une croissance soutenue de leur audience, ce taux n'atteint que 30 % dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur. À l'inverse, ce taux atteint 77 % dans les territoires urbains dits périphériques. Ces observations donnent du poids à l'hypothèse du déclassement des Bouches-du-Rhône dans la hiérarchie des espaces du rap en France, en parallèle d'une meilleure représentation et une meilleure réussite des artistes des échelons inférieurs, en périphérie. Dans le cas spécifique de la région Rhône, ce sont 3 étoiles montantes collaboratives sur 4 qui ont connu une trajectoire de croissance soutenue – la quatrième ayant connu un déclin soudain –, ce qui souligne l'importance et la pérennisation grandissantes de ce département dans le paysage du rap français. Je vais compléter ces observations en désagrégeant la région Île-de-France, en figure 8. Les étoiles montantes issues des échelons intermédiaires de la hiérarchie, comme le Val-de-Marne et l'Essonne, enregistrent proportionnellement moins de trajectoires de croissance soutenue (respectivement 56 % et 60 %, contre 71 % sur l'ensemble du territoire francilien). À l'inverse, les échelons inférieurs – la Seine-et-Marne, les Hauts-de-Seine et les Yvelines – affichent proportionnellement davantage de trajectoires de croissance continue (respectivement 100 %, 75 % et 75 %, contre 68 % en

moyenne en Île-de-France). Ce constat met en lumière un phénomène fractal : à différentes échelles, les échelons inférieurs génèrent proportionnellement plus de trajectoires marquées par une progression durable de l'audience. Autrement dit, même si ces territoires offrent moins d'opportunités de percée, les artistes qui en émergent et qui s'inscrivent dans des dynamiques de mise en réseau parviennent plus souvent à inscrire leur succès dans la durée. Ce sont plutôt les échelons intermédiaires – comme la région Provence-Alpes-Côte d'Azur au niveau national, ou le Val-de-Marne et l'Essonne en Île-de-France – qui affichent des taux de réussite inférieurs. En somme, dans une logique fractale, les échelons inférieurs présentent un avantage relatif en matière de carrières réussies et les échelons intermédiaires un désavantage, par rapport aux échelons supérieurs (qui dominent la moyenne arithmétique et donc servent de référence), du moins pour les artistes engagés dans des logiques de mise en réseau.

Figure 8. Répartition des étoiles montantes dans chaque type d'évolution de taille d'audience, par département en Île-de-France, différenciée selon le profil de collaboration artistique.



Pour clore cette analyse de la place de l'ancrage local dans le maintien du succès, j'adopte un regard plus relationnel sur la hiérarchie des espaces du rap. Pour cela, et comme décrit dans la partie méthodologique, je travaille à partir de la proximité des collaborations artistiques. Pour mesurer la propension d'un artiste à « connecter » à l'échelle locale, j'ai développé un indice pour lequel une valeur de 1 indique des connexions préférentiellement locales, et une valeur s'éloignant de 1 indique des connexions préférentiellement nationales[44]. La figure 9 présente la distribution des valeurs de l'indice de proximité par région. Ainsi, l'ancrage local des connexions des étoiles montantes est plus fort en Île-de-France, modéré en Provence-Alpes-Côte d'Azur et quasi inexistant dans les territoires urbains dits périphériques. Ainsi, dans ces territoires, aucun artiste émergent n'a connecté préférentiellement dans sa proximité géographique. La figure 10 montre qu'en Île-de-France, presque tous les départements affichent une moyenne supérieure à la moyenne nationale, notamment la Seine-et-Marne et la Seine-Saint-Denis. À l'inverse, le Val-de-Marne et les Bouches-du-Rhône présentent des moyennes inférieures, avec des connexions à l'échelle plus nationale. Le département du Rhône, particulièrement, présente une moyenne bien inférieure, signifiant une plus grande concentration d'artistes connectés à

une échelle nationale. Les structures en connexion locale sont donc principalement observées en Île-de-France, et particulièrement dans le département de la Seine-Saint-Denis et dans le département de la Seine-et-Marne.

Figure 9. Distribution de l'indice de proximité des collaborations artistiques des étoiles montantes, par région en France métropolitaine.

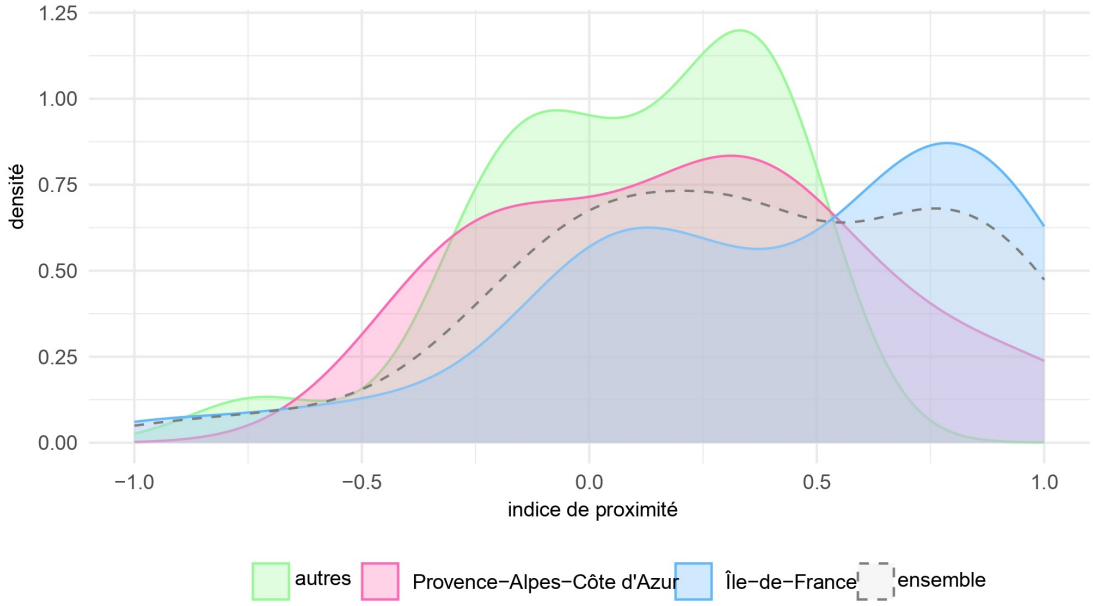
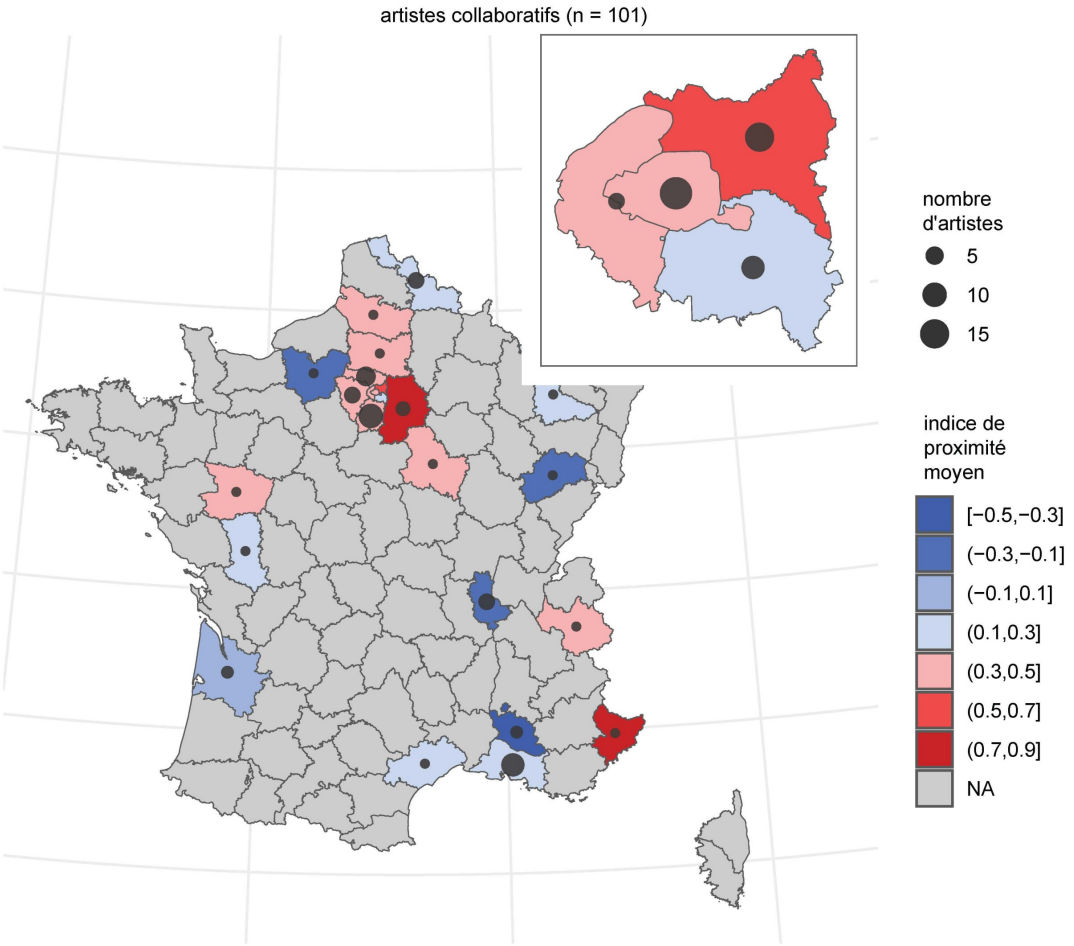
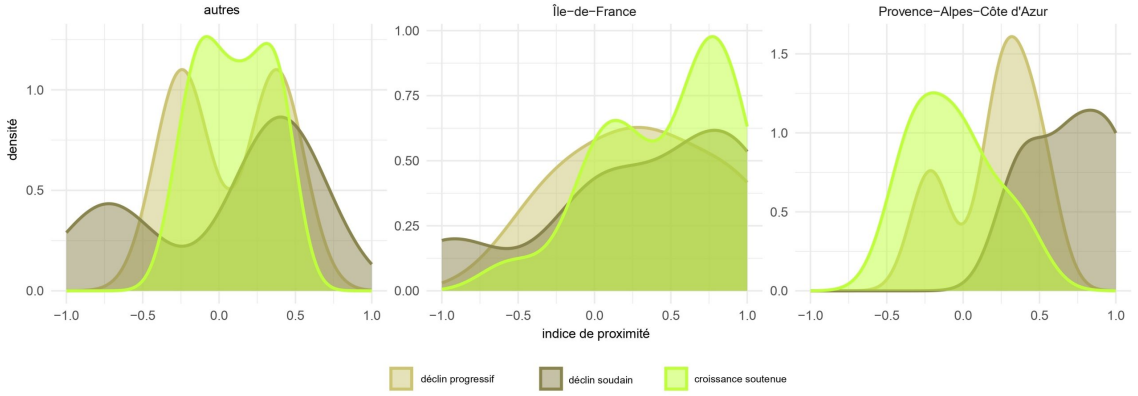


Figure 10. Indice de proximité moyen des collaborations artistiques des étoiles montantes, par département en France métropolitaine.



Pour investiguer au sujet de la relation entre l'échelle des connexions et l'évolution de la taille de l'audience, je dois réagréger les données à l'échelle des régions, en figure 11, pour pouvoir tester la significativité statistique des observations[45]. Aucune corrélation entre l'échelle géographique des connexions et le maintien du succès n'est observable dans le cas de la région Île-de-France, ni dans celui des « autres » régions. Cependant, une corrélation négative a été observée dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur : les artistes dont les connexions sont exclusivement locales ont eu plus de chances de connaître une perte soudaine de leur audience, et à l'inverse les artistes ayant des connexions à l'échelle nationale ont eu plus de chances de connaître une croissance continue de leur audience. Bien que ces résultats doivent être interprétés avec prudence en raison de la petite taille de l'échantillon, ils suggèrent qu'**une connexion vers les échelons supérieurs de la hiérarchie urbaine, particulièrement vers l'Île-de-France, joue un rôle crucial dans le développement des carrières d'artistes émergents de Provence-Alpes-Côte d'Azur**. Ce constat suggère que le déclassement de cet échelon intermédiaire historique du rap en France, notamment la moindre réussite de ses artistes émergents, est lié à un effet défavorable de la mise en réseau locale, traduisant un possible enfermement[46] dans ses dynamiques d'innovation musicale.

Figure 11. Distribution de l'indice de proximité des collaborations artistiques des étoiles montantes, par région et par type d'évolution de taille d'audience.



4. Conclusion

Qu'apporte alors cette étude au débat sur la « mort de la centralité » ? Quatre principaux enseignements viennent éclairer et nuancer mes hypothèses de recherche :

1. *Résilience des régions dominantes* : Loin de s'affaiblir, la centralité de Paris se renforce, à la fois par sa part relative d'artistes émergents, et par sa position nodale dans les réseaux d'innovation du rap. Cette centralité accrue s'accompagne d'un renforcement significatif de la Seine-Saint-Denis, qui apparaît comme le second territoire d'émergence des artistes.

2. *Meilleure insertion des régions périphériques* : Les échelons inférieurs de la hiérarchie urbaine s'élargissent et s'affirment, signe de la meilleure insertion des territoires dits périphériques dans les réseaux d'innovation. Mais cette meilleure intégration reste conditionnée à une connexion vers les échelons supérieurs, notamment Paris, qui continue donc de structurer les carrières artistiques. Cependant, cette mise en réseau vers Paris ne garantit en rien la longévité de leur réussite.

J'ai pu montrer que la mise en réseau est un élément clef du succès, et observer plusieurs phénomènes.

3.1. *Localisation et longévité de la réussite* : Chez les artistes émergents qui ne s'inscrivent pas visiblement dans des dynamiques en réseaux, la localisation n'a pas d'effet marqué sur la longévité de la réussite. Chez ceux qui s'inscrivent visiblement dans de telles dynamiques, en revanche, la localisation joue un rôle différencié : elle semble offrir un avantage dans les échelons inférieurs et un désavantage dans les échelons intermédiaires, par rapport aux échelons supérieurs. Cette logique se vérifie tant à l'échelle nationale que dans le centre, à l'échelle francilienne.

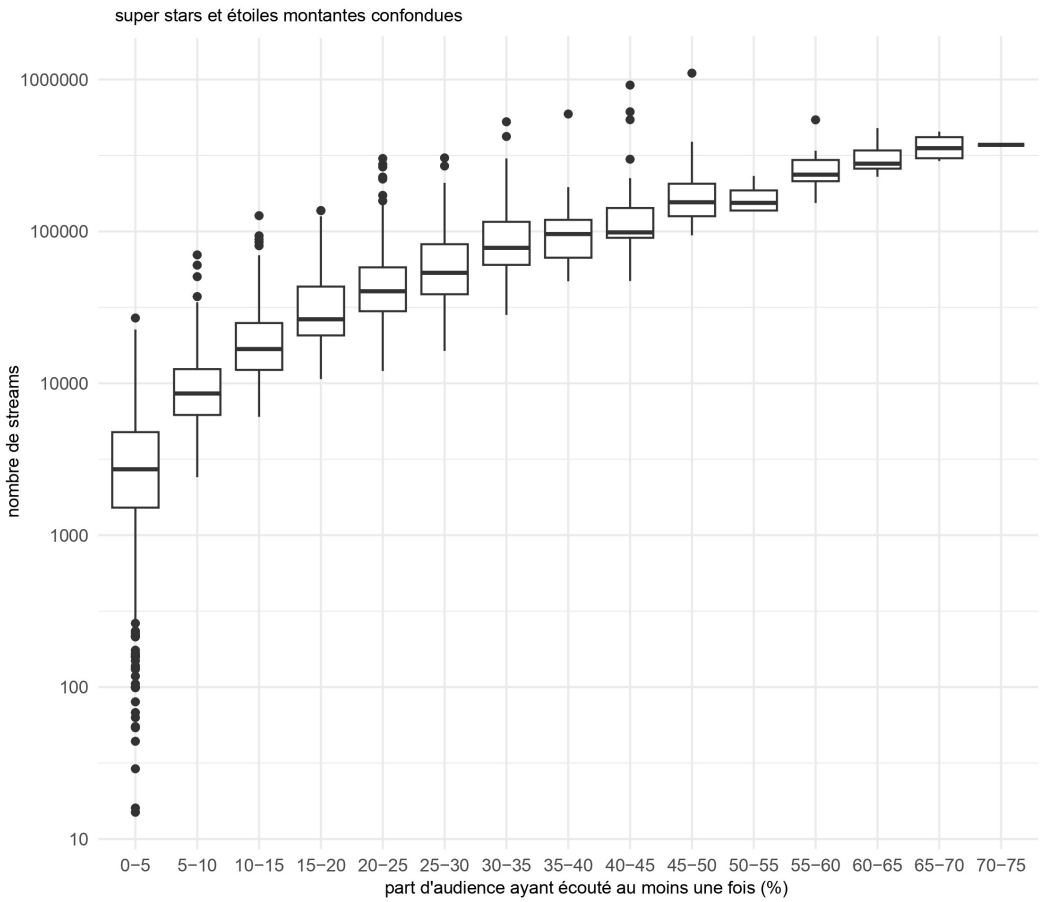
3.2. *Proximité et mise en réseau* : Loin d'un effet positif de la mise en réseau locale, c'est un effet négatif (potentiel effet d'enfermement) qui apparaît dans le cas de la région Provence-

Alpes-Côte d'Azur, et la moins bonne réussite des artistes de ce département corrèle directement avec cette mise en réseau local.

Si l'émergence des plateformes de streaming musical comme Deezer semble promettre un accès désacralisé à la diffusion des œuvres musicales, cette étude confirme que cette désacralisation ne s'est pas accompagnée d'une équité spatiale vis-à-vis de l'émergencepour les artistes, et les espaces géographiques s'organisent toujours de manière hiérarchique. Les ancrages spatiaux et les proximités géographiques continuent de jouer un rôle structurant dans les trajectoires artistiques, en tension avec l'hypothèse de la « mort de la distance ». Un double mouvement de *dé-* et *re-centralisation* est identifiable : tandis que le centre se renforce par son poids et sa position nodale, les périphéries affirment leur essor, avec des artistes qui, proportionnellement, connaissent des carrières plus réussies qu'au centre. Entre ces deux opposés, les espaces intermédiaires s'effacent et voient leurs artistes peiner à briller. Cela me conduit à rejeter l'hypothèse de la « mort de la centralité » parisienne formulée en introduction. Toutefois, dans le cas des périphéries, l'hypothèse de la « mort de la distance » semble trouver une certaine validité : le mouvement de décentralisation vers les périphéries reste conditionné par une mise en réseau vers le centre, même si elle ne garantit pas une carrière plus réussie. Cette évolution remet en question l'importance traditionnelle de la présence quotidienne et de l'informalité dans l'échange d'informations dites « tacites », ainsi que dans la construction de liens de confiance solides. Reste à savoir dans quelle mesure les artistes parviennent à exploiter stratégiquement cette dé- et re-centralisation et si cette dynamique, pour l'instant observable surtout à l'étape de l'émergence, reste en jeu au-delà des premiers succès.

Figures complémentaires

Figure A1. Variation du volume d'écoute des artistes de rap en nombre de *streams*, en relation au volume d'écoute en nombre d'auditeurs uniques (artistes écoutés au moins une fois par plus de 5 auditeurs dits organiques sur une semaine).



Note de lecture :

Un *boxplot* montre comment les valeurs d'un ensemble de données se répartissent : la ligne au centre indique la médiane, la boîte regroupe la moitié des valeurs, les traits aux extrémités donnent une idée de l'étendue, tandis que les points isolés signalent d'éventuelles valeurs extrêmes.

Le nombre de *streams* organiques des artistes ayant été écoutés par 5 à 10 % des auditeurs de l'échantillon varie entre 3 000 et 100 000, avec une médiane à 1 000. Dans cet intervalle, les artistes les plus populaires sont 33 fois plus *streamés* que les artistes les moins populaires.

Figure A2. Distribution des étoiles montantes et des superstars dans les départements en France métropolitaine.

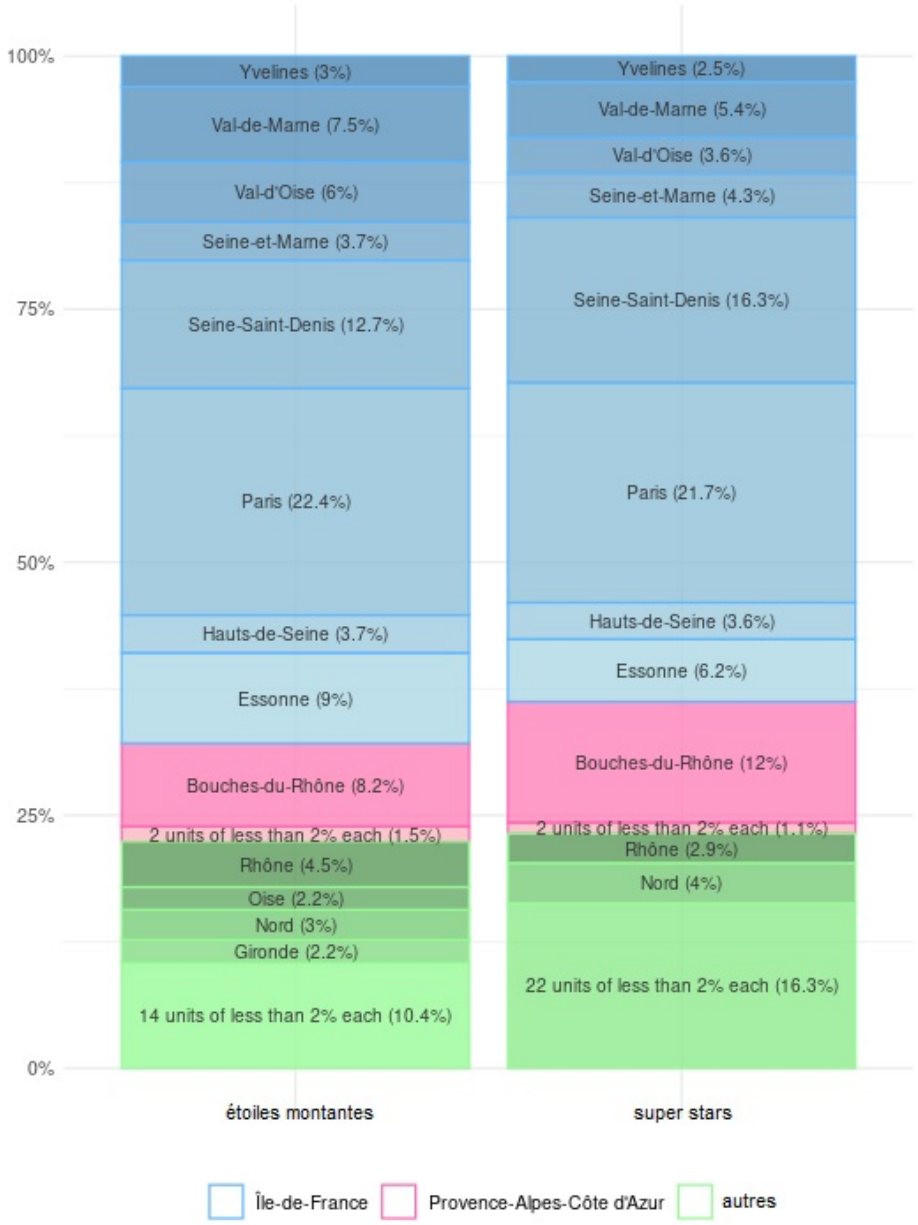
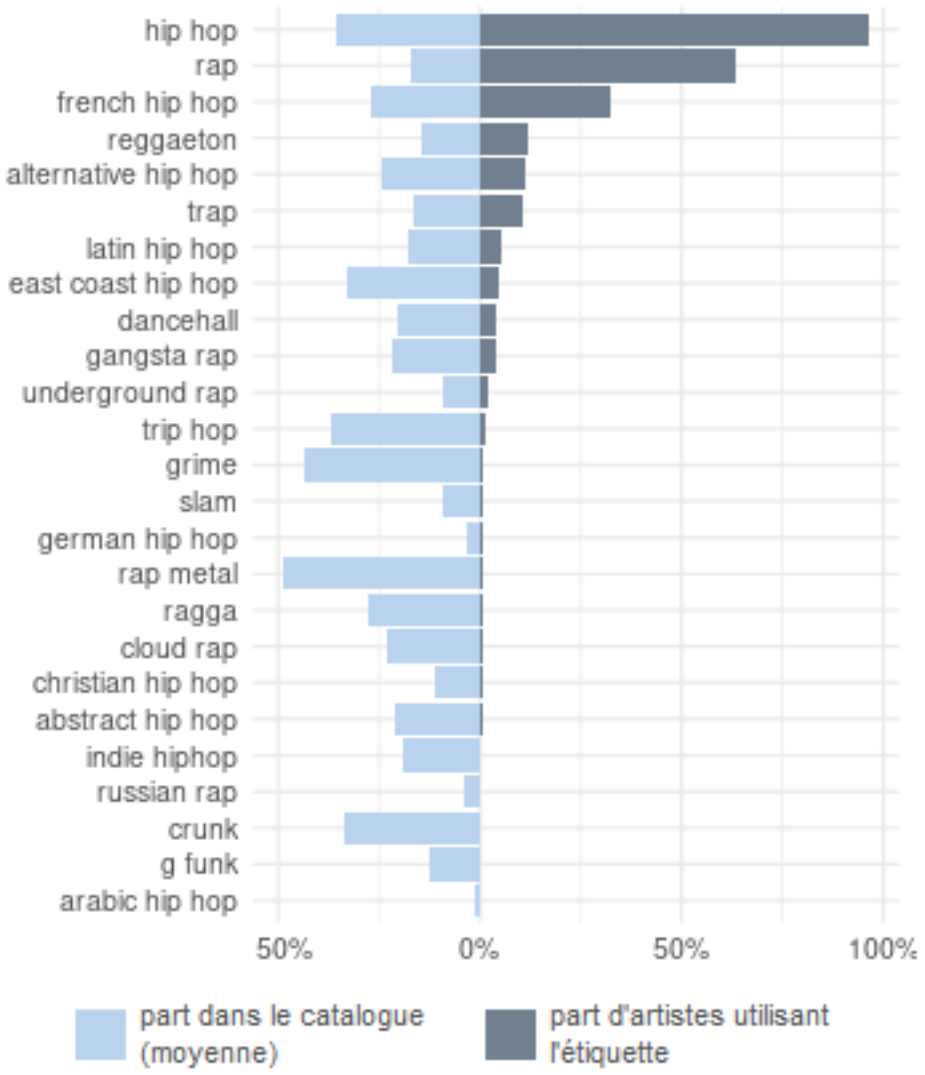


Figure A3. Composition des catalogues des artistes de rap en fonction des étiquettes de genre déclarées à la plateforme (artistes écoutés au moins une fois par plus de 5 auditeurs dits organiques sur une semaine).



Note de lecture :
Près de 100 % des artistes ont produit au moins un morceau étiqueté « hip-hop ». Cette étiquette occupe en moyenne autour de 30 % du catalogue de ces artistes.

---

[1] VACHET J., « À la fin, tout est analogique. Importance préservée des relations interpersonnelles, des intermédiaires culturels et des lieux pour l'industrie musicale indépendante », contribution au XXIIe congrès de la Société française des sciences de l'information et de la communication (SFSIC) (9-10 juin 2021), 2021, p. 9, en ligne : https://hal.science/hal-03683715v1.

[2] MENGER P.-M., « L'hégémonie parisienne. Économie et politique de la gravitation artistique », *Annales*, vol. 48, n° 6, 1993, p. 1565-1600, en ligne : https://doi.org/10.3406/ahess.1993.279232.

[3] BOSCHMA R., « Proximité et innovation », *Économie rurale*, n° 280, 2004, p. 8-24, en ligne : https://doi.org/10.3406/ecoru.2004.5469.

[4] CAIRNCROSS F., « The death of distance », *RSA Journal*, vol. 149, nº 5502, 2002, p. 40-42.

[5] HAEFNER L. et STERNBERG R., « Spatial implications of digitization. State of the field and research agenda », *Geography Compass*, vol. 14, nº 12, déc. 2020, en ligne : https://doi.org/10.1111/gec3.12544.

[6] *Ibid.* (ma traduction).

[7] ASH J. *et al.*, « Digital turn, digital geographies? », *Progress in Human Geography*, vol. 42, nº 1, fév. 2018, p. 25-43 ; MALECKI E. J., « Real people, virtual places, and the spaces in between », *Socio-Economic Planning Sciences*, vol. 58, juin 2017, p. 3-12 ; MORISET B. et MALECKI E. J., « Organization versus space. The paradoxical geographies of the digital economy », *Geography Compass*, vol. 3, nº 1, janv. 2009, p. 256-274.

[8] PUMAIN D., « Interaction spatiale », *MobiDic*, 2023, en ligne : https://mobidic.cnrs.fr/interaction-spatiale.

[9] TORRE A., « Retour sur la notion de Proximité Géographique », *Géographie, économie, société*, vol. 11, nº 1, 2009, p. 63-75, en ligne : https://shs.cairn.info/revue-geographie-economie-societe-2009-1-page-63.

[10] SIERRA C., « Proximité(s), interactions technologiques et territoriales. Une revue », *Revue d'économie industrielle*, vol. 82, nº 4, 1997, p. 7-38, en ligne : https://doi.org/10.3406/rei.1997.1685.

[11] HESMONDHALGH D. *et al.*, « Digital platforms and infrastructure in the realm of culture », *Media and Communication*, vol. 11, nº 2, 2023, p. 296-306. Les A&R (*artists and repertoire*) sont les divisions des maisons de disques qui recherchent de nouveaux talents.

[12] GARCIA P., « L'indépendance est morte, vive l'indépendance. Entre contraintes matérielles et enjeux symboliques : une analyse de l'évolution de "l'indépendance" dans le rap en France », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, nº 22/1, 2021, p. 19-34, en ligne : https://doi.org/10.3917/enic.030.0019.

[13] BOSCHMA R., « Proximité et innovation », *op. cit.*

[14] LEVY R. et FERRU M., « IX. Ron Boschma. L'apport de la géographie à la compréhension des mécanismes d'innovation collective », dans T. Burger-Helmchen *et al.*, *Les grands auteurs en management de l'innovation et de la créativité*, Caen, EMS (Éditions management et société), 2016, p. 179-199.

[15] Financé par l'Agence nationale de la recherche (ANR), le projet réunit des institutions de recherche publiques et privées (CNRS, Sciences Po, Orange Labs) ainsi que le département R&D (recherche et développement) de Deezer. Il développe une approche par méthodes mixtes, croisant données numériques d'écoute, enquêtes par questionnaires et entretiens, afin de renouveler les modèles classiques de la sociologie et de la géographie des

pratiques culturelles.

[16] Qui s'intéressent à la diffusion dans le temps et dans l'espace des biens musicaux.

[17] GUIU C., « Géographie et musiques : état des lieux », *Géographie et cultures*, n° 59, 2006, p. 7-26, en ligne : https://doi.org/10.4000/gc.3738.

[18] Ipsos, « Baromètre des usages de la musique en France. Rapport détaillé », oct. 2023, en ligne : https://cnm.fr/wp-content/uploads/2023/11/Ipsos-pour-le-CNM-Les-Francais-et-la-musique-Rapport-detaille-Octobre-2023.pdf.

[19] ANDERSON A. *et al.*, « Algorithmic effects on the diversity of consumption on Spotify », dans Y. Huang *et al.* (éd.), *WWW '20. Proceedings of The Web Conference 2020*, New York, Association for Computing Machinery, p. 2155-2165.

[20] Les « étoiles montantes » ont été dans les 40 % les moins écoutés (ou pas du tout) consécutivement sur la période de janvier à février 2020, et les « superstars » sont le reste.

[21] MATROSOVA K. *et al.*, « Do recommender systems promote local music? A reproducibility study using music streaming data », dans T. Di Noia *et al.* (éd.), *RecSys '24. Proceedings of the 18th ACM Conference on Recommender Systems*, New York, Association for Computing Machinery, 2024, p. 148-157.

[22] Au total, ce sont 3 superstars et 26 étoiles montantes que je n'ai pas pu localiser à l'échelle du pays après une recherche manuelle.

[23] Cette date de sortie correspond à l'année officiellement indiquée par le distributeur, qui ne coïncide pas nécessairement avec l'année de mise en ligne sur la plateforme.

[24] JANOSOV M., « Quantifying the evolution of success with network and data science tools », thèse de philosophie en science des réseaux, Vienne, Central European University, 2020, en ligne : https://www.etd.ceu.edu/2020/janosov_milan.pdf.

[25] Voir la présentation de l'artiste sur le site du Montreux Jazz Festival : https://www.montreuxjazzfestival.com/fr/artiste/ichon.

[26] HAMMOU K., « Between social worlds and local scenes. Pattern of collaborations in francophone rap music », dans N. Crossley *et al.* (éd.), *Social Networks and Music Worlds*, Abingdon-New York, Routledge, 2015, p. 104-121, en ligne : https://shs.hal.science/halshs-02064410v1 ; JANOSOV M., « Quantifying the evolution of success with network and data science tools », *op. cit.* ; JADIDI M. *et al.*, « The hipster paradox in electronic dance music. How musicians trade mainstream success off against alternative status », dans C. Budak *et al.* (éd.), *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, AAAI Press, Palo Alto, 2022, p. 370-380, en ligne : https://doi.org/10.1609/icwsm.v16i1.19299.

[27] SILVA M. O. *et al.*, « Temporal success analyses in music collaboration networks: Brazilian and global scenarios », *Revista Vórtex*, vol. 11, nº 2, juill. 2023, p. 1-27, en ligne : http://dx.doi.org/10.33871/23179937.2023.11.2.7185.

[28] *Ibid.*

[29] $\bar{x}$ = 0,32; σ = 0,43; Q1 = 0,01; Q2 = 0,35; Q3 = 0,7.

[30] GUILLARD S., « Musique, villes et scènes. Localisation et production de l'authenticité dans le rap en France et aux États-Unis », thèse de géographie, Paris, université Paris-Est, 2016, en ligne : https://theses.hal.science/tel-03706464v1.

[31] Afin d'évaluer dans quelle mesure la tendance identifiée dans la littérature se vérifie pour l'échantillon de cette étude, j'ai utilisé la grille de densité communale à sept niveaux de l'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee), qui classe chaque commune selon son degré d'urbanisation, des grands centres urbains aux zones rurales à habitat très dispersé.

[32] HAMMOU K., « Between social worlds and local scenes », *op. cit.* (ma traduction).

[33] GUILLARD S., « Musique, villes et scènes », *op. cit.*, p. 142.

[34] Le chiffre n correspond à l'effectif de rappeurs et rappeuses dans chaque zone.

[35] Source pour la population française : Insee, « Population en 2020. Recensement de la population : base infracommunale (IRIS) », 19 oct. 2023, en ligne : https://www.insee.fr/fr/statistiques/7704076.

[36] GUILLARD S., « Musique, villes et scènes », *op. cit.*, p. 144.

[37] *Ibid.*, p. 144.

[38] *Ibid.*, p. 142.

[39] GUILLARD S., « Musique, villes et scènes », *op. cit.*, p. 147.

[40] GUILLARD S., « "Getting the city on lock" : imaginaires géographiques et stratégies d'authentification dans le rap en France et aux États-Unis », *L'information géographique*, vol. 81, nº 1, 2017, p. 102-123, en ligne : https://doi.org/10.3917/lig.811.0102.

[41] HAMMOU K., « Between social worlds and local scenes », *op. cit.*

[42] Les artistes qui ne s'engagent pas visiblement dans des dynamiques de mise en réseau sont principalement situés à Paris.

[43] L'analyse statistique montre qu'il n'y a pas de relation entre l'indice de popularité de l'étoile montante et l'écart de popularité avec son ou ses collaborateurs ou collaboratrices. Cependant, ces résultats doivent être interprétés avec prudence en raison de la taille

réduite de l'échantillon (101 artistes).

[44] Dans le cas spécifique des artistes d'Île-de-France, cette connexion à l'échelle nationale se traduit par un biais hors d'Île-de-France, et donc vers les échelons intermédiaires ou inférieurs de la hiérarchie. L'inverse est vrai pour les artistes d'autres échelons, où une valeur autour de 0 indique une connexion nationale en direction de l'Île-de-France, l'échelon supérieur.

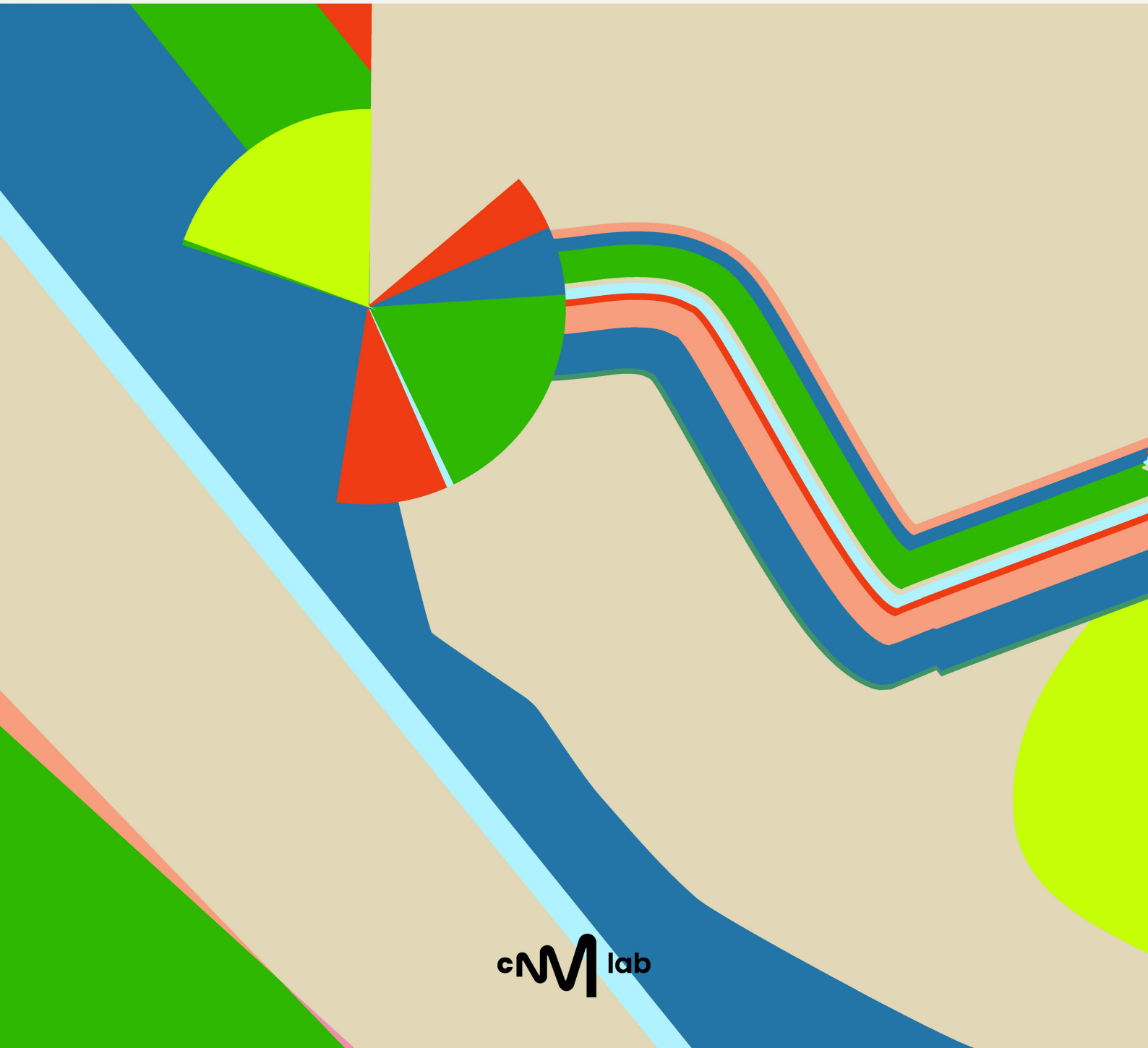
[45] La significativité est calculée à partir d'un test non paramétrique de Kruskal-Wallis qui indique si les distributions sont significativement différentes selon le type d'évolution de la taille de l'audience. Un test significatif indique une corrélation entre le type d'évolution et les différences de connexion, nationale ou locale.

[46] BOSCHMA R., « Proximité et innovation », *op. cit.*

Les disquaires indépendants à Lyon

Participation et impact dans l'émergence d'un territoire sonore

Par Thibault Jeandemange



Les disquaires indépendants à Lyon

Participation et impact dans l'émergence d'un territoire sonore

Thibault Jeandemange

Thibault Jeandemange est docteur en science politique, auteur d'une thèse sur les signifiants politiques de la musique, et enseignant en philosophie et sciences sociales à Sciences Po Lyon ainsi qu'à l'école d'art et de design E-artsup. Son intérêt pour diverses formes de création lui permet d'explorer les relations entre esthétique et société. Musicien pluri-instrumentiste, il est également chroniqueur pour la webradio Le Gros Tas de Zik et coréalisateur de projets documentaires, dont la série de portraits de disquaires *Dig in Lyon*.

« Koop, il est clean. Mais c'est un dealer de vinyles grave. Sous couvert d'amitié, il les rend tous accros. Il racole en style[1]. »

Introduction

En 2025, la France compte environ 300 disquaires indépendantes et indépendants répartis sur l'ensemble du territoire, avec une forte concentration dans les grandes agglomérations. Ce nombre inclut aussi bien les autoentreprises exerçant principalement en ligne que les disquaires itinérants[2]. Lyon occupe la deuxième place parmi les villes françaises comptant le plus de disquaires, derrière Paris, qui domine le classement européen avec 87 établissements[3]. La Capitale des gones[4] abrite 13 disquaires indépendants[5] qui offrent un paysage musical riche et varié : chacun se distingue par une singularité et par un projet fort dans un genre ou un sous-genre spécifique, illustrant parfaitement la manière dont le territoire peut être envisagé comme une production dynamique, au sens de Gilles Deleuze et Félix Guattari. Loin de se réduire à une simple donnée géographique, il devient ici un espace vivant, constamment reconfiguré par les pratiques culturelles qui l'habitent[6] . Ces disquaires, par leurs choix curatoriaux, leurs communautés d'auditeurs et auditrices ainsi que leurs événements, participent à la (re)définition de l'identité sonore de la ville. Ils ne se contentent pas d'occuper un lieu : ils en produisent le sens, en modifient la cartographie affective et en déploient les possibles. Lyon n'est donc pas un territoire figé, mais un agencement mouvant, constitué d'appropriations sensibles, de circulations de savoirs et de sons, et de reterritorialisations permanentes. Le territoire s'appréhende ainsi comme une construction spatiale et sociale en constante évolution : il se produit, se transforme, peut être conquis ou déconstruit. Il organise des relations entre les éléments (personnes, objets, pratiques, sons, etc.) et permet leur circulation au sein d'un espace. Cette approche peut être articulée au concept de scène développé par Will Straw, qui permet de saisir les dynamiques culturelles dans leur dimension située, en tenant compte de la diversité des acteurs impliqués[7]. La dimension territoriale y occupe une place centrale : sans pour autant se réduire à une simple inscription locale, la scène est pensée comme un phénomène culturel ancré dans un espace géographique donné[8]. En effet, l'espace acoustique de la ville est constitué de son histoire musicale, des genres dominants de sa scène locale – comme le funk, l'électro ou encore les musiques expérimentales –, ainsi que de ses lieux emblématiques tels que les salles de concert, les bars musicaux ou les disquaires. S'y ajoutent des influences culturelles et des dynamiques musicales propres à la ville, qui contribuent à façonner une identité sonore singulière.

Dans cet article, il s'agitd'analyser le rôle des disquaires indépendants lyonnais comme espaces intermédiaires clés dans la structuration des scènes musicales, au même titre que les salles de concert, les clubs, les bars ou les festivals. Ils favorisent l'émergence de réseaux, la circulation des œuvres et la rencontre entre artistes et publics. Leur présence témoigne d'un tissu culturel vivant, où commerce indépendant, passion musicale et ancrage territorial se

conjuguent pour faire exister les différentes scènes musicales, passées ou présentes, au quotidien. Je m'attacherai à mettre en lumière le rôle clé des disquaires lyonnais indépendants dans cette territorialisation. En créant des espaces d'échange autour de la musique, où des genres et des esthétiques spécifiques peuvent se déployer, être diffusés, produits et se patrimonialiser, ils font émerger un véritable territoire sonore lyonnais. Ce processus illustre la manière dont, selon Peter Berger et Thomas Luckmann, la réalité sociale[9] – ici, le territoire sonore – se construit collectivement à travers les pratiques et les interactions des acteurs locaux.

L'analyse s'appuiera, d'abord, sur des entretiens menés avec la majorité des disquaires lyonnais indépendants ; à savoir, par ordre alphabétique : Bigoût Records, Dangerhouse, LeGram VG, Livity Records, Lucky Records, Onigiri Records, Sofa Records, The Sounds Of Music, Tiki Vinyl Store, Unité Centrale et Watts Records. Par ailleurs, je me suis entretenu avec Simon Debarbieux, anthropologue et chercheur indépendant mais également salarié chez Sofa Records, pour qui il a supervisé la fabrication de plusieurs disques (en particulier *Maghreb K7 Club*) ; ainsi qu'avec François Jolivet, responsable du service Lieux et Disquaires au Centre national de la musique (CNM), qui apporte un éclairage précieux sur la réalité et les défis actuels des disquaires indépendants. Enfin, ce travail empirique a été complété par la consultation des annuaires des pages jaunes aux archives municipales de Lyon, afin d'identifier les noms et adresses des disquaires, notamment en vue de leur cartographie, ainsi que par la consultation de l'annuaire des entreprises, pour avoir accès aux dates de création et de fermeture des disquaires indépendants cités dans l'article.

1. Lyon, entre héritage et renouveau musical

Alors qu'au début des années 1970 on compte jusqu'à 3 000 disquaires indépendants en France, ils sont dix fois moins en 1987[10]. Cette tendance est également perceptible à Lyon, ville dans laquelle le déclin du nombre de disquaires illustre parfaitement la mutation du marché de la musique.

De la fermeture progressive des disquaires…

La métropole, jadis dynamique avec une multitude de boutiques indépendantes, a vu ses enseignes disparaître ou se transformer pour s'adapter à de nouvelles formes de pratiques et de consommation. À la fin des années 1970 et au début des années 1980, Lyon abritait des disquaires emblématiques, comme Musicland pour le punk rock et Bruit Bleu pour l'expérimental, ainsi que des enseignes plus généralistes, comme la Fnac, Téléglobe et Monoprix[11]. Cette époque était marquée par une véritable prise de risque artistique, permettant de dénicher aussi bien du *krautrock* pointu que les premiers vinyles de *hardcore* [12]. C'est véritablement à partir du début des années 1990 que les disquaires lyonnais connaissent un déclin important. Ces cessations d'activité sont liées à un tournant difficile

pour l'industrie du disque[13], une crise qui a continué d'affecter les disquaires dans les années 2000, avec la liquidation de magasins comme Au Discophile (1966-2005), Extra Records (1998-2006), Keep Down Records (1998-2007), Scud Import (1997-2007), et plus récemment, Boul'Dingue (1974-2024), pour ne citer qu'eux. Parmi les disquaires de cette époque, seul Dangerhouse, fondé en 1989, est encore en activité aujourd'hui.

… au revival des années 2010

Le « retour » du vinyle est, dans un premier temps, resté confidentiel, avec des parts de marché marginales jusqu'au tournant des années 2010[14]. Cette situation a permis à certains disquaires de s'adapter et de trouver leur voie. C'est le cas de Sofa Records, qui avait ouvert en 2000. Ce choix repose sur une observation du secteur :

Le vinyle à l'époque était facile à trouver, pas cher, plutôt en quantité, et je m'étais dit qu'une niche de consommateurs dans une ville comme Lyon serait capable de me faire vivre. Ce qui s'est à peu près démontré. (Gérant de Sofa Records)

Il est crucial de se rappeler que les passionnées et passionnés de vinyles ainsi que des disquaires comme Dark Fish (2000-2004) et Reggae Jam (2000-2005) ont joué un rôle essentiel dans la préservation de ce support, en continuant de l'acheter – et en particulier le public des scènes du rap, de la techno[15] ainsi que du reggae et du dub, avec les sorties régulières de *dubplates*[16].

Dans les années 2010, de nouveaux magasins de disques ont émergé, incarnant la résurgence de l'intérêt pour le vinyle. Ceux qui avaient réussi à traverser cette période de crise ont pu rebondir grâce à ce renouveau d'intérêt, et profiter de la création de nouveaux labels qui ont fleuri avec ce regain de popularité. Cela a également permis à une nouvelle génération de disquaires de capitaliser sur la résilience des précédents, tout en bénéficiant de l'essor de la scène musicale locale et des labels émergents. À ce « revival » du disque vinyle et de ses bacs a donc fait écho ce que l'on peut qualifier de véritable renaissance des disquaires indépendants, redevenus des acteurs essentiels d'une scène locale où l'histoire sonore d'une ville se réécrit à travers ses disques.

Cette spécialisation devient d'autant plus cruciale à une époque où le streaming rend l'accès à la musique illimité : pour se démarquer et exister, chaque boutique mise sur une identité distincte et unique.

Dans le paysage lyonnais des disquaires, on s'entend tous très bien. Ce qui est fondamental, et je pense que Lyon est assez exemplaire là-dessus, c'est qu'on a tous notre ADN et notre feuille de route. (Gérant de Dangerhouse)

En effet, Dangerhouse est le bastion du rock et de la *noise*. Sofa Records est dépositaire du jazz et des musiques du monde. Livity Records diffuse une grande variété de musique jamaïcaine, du reggae *roots* au *UK stepper*, en passant par le dancehall, le dub et bien d'autres. The Sounds Of Music – en référence au titre du groupe Dayton – ravive le disco et le funk, faisant de la boutique un véritable gardien de la mémoire du funk. Unité Centrale

(anciennement Chez Émile Records) fait vivre toutes les musiques tant qu'elles ont des sonorités électros. LeGram VG est spécialisé dans les vinyles d'occasion de la scène techno-house des années 1990 à aujourd'hui. Bigoût Records a ses bacs remplis de musique de metal et d'expérimental. Watts Records propose une sélection d'albums de jazz, de hip-hop, de groove, de *black music* que son gérant « *souhaite défendre et partager* ». Onigiri Records est spécialisé dans la musique électronique et japonaise, aussi bien dans le funk et le disco des années 1970 que dans la *city pop* typiquement nippone des années 1980. Chez Réglis Records, les *diggers* trouveront des disques d'occasion de jazz, soul et funk, principalement. Ouvert en novembre 2024, Lucky Records est, comme l'indique son gérant, « *une boutique spécialisée dans la pop (c'est un genre qui est très peu présent chez les disquaires)* », qui met en avant des artistes comme Madonna, Mylène Farmer, Taylor Swift ou Britney Spears. Enfin, Tiki Vinyl Store présente « *un spectre très large* » :

On n'est pas un disquaire de niche, on n'est pas un disquaire spécialisé, donc on a envie de proposer à la fois des fondamentaux et à la fois la nouvelle génération. (Co-gérant de Tiki Vinyl Store)

> **Dans les années 2010, de nouveaux magasins de disques ont émergé, incarnant la résurgence de l'intérêt pour le vinyle. [...] Cette spécialisation devient d'autant plus cruciale à une époque où le streaming rend l'accès à la musique illimité : pour se démarquer et exister, chaque boutique mise sur une identité distincte et unique.**

Outre la complémentarité de l'offre, la ville de Lyon présente une singularité locale notable : la concentration géographique d'une grande majorité de ses disquaires indépendants au sein d'un même secteur. Cette implantation s'inscrit pleinement dans l'histoire du quartier des Pentes de la Croix-Rousse et du 1er arrondissement, qui constituent le véritable épicentre de la scène musicale indépendante de la ville[17]. D'après Sébastien Escande[18], cette dynamique s'inscrit dans une logique socio-spatiale, ces quartiers ayant historiquement concentré une grande partie des lieux alternatifs – squats, salles de concert, espaces autogérés – qui ont favorisé l'émergence et la diffusion des scènes punk[19], rock[20], *indie*, ainsi que de la culture DIY (*do it yourself*), constitutive de l'underground lyonnais[21].

Enfin, cet ancrage géographique est primordial pour intégrer et maintenir un réseau : « *tous les disquaires sont là. Ce sont des gens qu'on connaît depuis longtemps* » (gérant d'Unité Centrale). Cette proximité géographique exerce une influence positive sur les différentes boutiques. Premièrement, les disquaires se renforcent mutuellement en redirigeant une clientèle à la recherche d'un genre ou d'un disque précis. Deuxièmement, d'après une expression qui revient souvent de la part des *diggers*, à Lyon, on fait la « tournée des disquaires ». Cette contiguïté joue un rôle économique important pour ces derniers : au cours d'un après-midi consacré à fouiller les bacs, il est aisé de passer d'un magasin à l'autre.

2. Disquaires et territorialisation des pratiques

L'approche par la scène met l'accent sur la territorialisation des pratiques culturelles, c'est-à-dire la manière dont les activités artistiques et culturelles s'inscrivent dans des espaces spécifiques, souvent urbains, et participent à la construction sociale et symbolique de ces espaces. Will Straw montre que les scènes culturelles ne sont pas des espaces isolés, mais qu'elles s'insèrent dans des ensembles d'interactions translocales qui les façonnent et les transforment, ce qui introduit une dimension « glocale » (local-global)[22]. Celle-ci s'observe tant dans l'importance du magasin de disques comme lieu des scènes et de la vie urbaine que dans la participation des disquaires indépendants au processus de patrimonialisation des musiques locales et internationales.

Un lieu des scènes et de la vie urbaine

Les disquaires indépendants participent à la vitalité des quartiers en instaurant des espaces culturels vivants et conviviaux, où se mêlent événements musicaux et rencontres, contribuant ainsi à l'animation locale. Les magasins de disques sont des lieux de rencontre où se tissent des liens entre passionnés de musique, qu'il s'agisse d'une clientèle régulière échangeant sur ses dernières trouvailles, de collectionneurs et collectionneuses en quête de raretés, d'artistes partageant leurs créations, ou encore d'habitantes et habitants du quartier et de touristes. Ces espaces favorisent les échanges, la transmission de savoirs et une culture musicale vivante. En valorisant les scènes contemporaines ou certains labels – locales et locaux ou non –, les disquaires indépendants participent à enrichir la diversité musicale et à encourager tant la découverte que l'émergence de nouveaux et nouvelles artistes. Ainsi, la première véritable richesse patrimoniale des disquaires indépendants réside dans leurs bacs, où s'exprime pleinement leur rôle dans la diffusion des musiques de niche et la valorisation de genres marginaux, en cohérence avec l'orientation esthétique propre à chaque boutique. Par exemple, Watts Records met en avant le label Astigmatic Records, et profite du passage des artistes signés chez ce label lors de festivals ou de concerts pour les inviter à des séances de dédicace dans le magasin – comme EABS et Jaubi, programmés aux Nuits sonores en 2023. Sofa Records, quant à lui, promeut les labels lyonnais Blanc Manioc

et Ouch! Records, le label isérois Heavenly Sweetness, mais aussi International Anthem, basé à Chicago, et les Berlinois de Habibi Funk Records. Citons également la mise à l'honneur du label lyonnais Happiness Therapy chez Onigiri Records, ou encore l'emblématique label des Pentes de la Croix-Rousse, Jarring Effects – situé dans la même rue que LeGram VG, Unité Centrale et Tiki Vinyl Store –, qui dépose directement des copies chez les disquaires environnants. Enfin, la plupart des groupes de funk, qu'ils soient ou non lyonnais, viennent déposer leurs disques directement chez The Sounds Of Music. Le magasin est un lieu de passage pour tous les artistes funk, ainsi que les amateurs et amatrices du genre.

> **Les magasins de disques sont des lieux de rencontre où se tissent des liens entre passionnés de musique, qu'il s'agisse d'une clientèle régulière échangeant sur ses dernières trouvailles, de collectionneurs et collectionneuses en quête de raretés, d'artistes partageant leurs créations, ou encore d'habitantes et habitants du quartier et de touristes.**

Ainsi, le magasin de disques est un lieu de vie culturelle dépassant le cadre exclusivement marchand. Nombreux sont les disquaires qui organisent des *release parties*. Pour les artistes, ces soirées sont l'occasion de faire découvrir les influences musicales qui ont marqué la création de leurs œuvres. Chez Sofa Records, Livity Records et Tiki Vinyl Store, les *release parties* prennent davantage la forme de petits concerts au sein de la boutique. La sélection des artistes invités reflète une diversité de parcours et de notoriétés, couvrant les sphères locale, nationale et internationale. D'autres disquaires, comme Unité Centrale, LeGram VG, Onigiri Records, accueillent des DJ dans leur boutique. Chez Unité Centrale, les *release parties* prennent la forme d'événements pendant lesquels les musiciennes et musiciens ont l'occasion de mixer les disques qui les ont inspirés tout au long de leur processus de composition. Chez LeGram VG, le *sound system* ouvre ses platines aux DJ de renommée locale ou internationale souhaitant tester leurs nouveaux sets. Il en est de même chez Onigiri Records, où la mezzanine accueille des DJ (y compris novices) pour des cartes blanches.

En plus de ces événements organisés dans les boutiques, les disquaires indépendants participent au paysage radiophonique de la ville. Unité Centrale est le lieu de diffusion de Lyl Radio, permettant à certains disquaires de l'agglomération de venir proposer des émissions. Sofa Records, dans une mensuelle d'une heure, peut mixer ses nouveautés et ses

coups de cœur tout en mettant en avant, de manière musicale, l'esthétique défendue par le magasin. Il en est de même pour The Sounds Of Music. D'autres collaborations ont eu lieu, notamment, pour Sofa Records, avec l'émission intitulée *12 pouces*, diffusée sur feu Nova Lyon[23] :

Je mets en avant deux morceaux tirés d'albums peu ou mal connus, choisis en fonction de mes désirs du moment. [L'émission] permet de gagner en visibilité tout en procurant du plaisir, étant le seul temps où je diffuse de la musique sans but commercial immédiat. (Gérant de Sofa Records)

Citons également les collaborations avec la plateforme multimédia et événementielle Le Gros Tas de Zik (LGTDZ)[24]. Enfin, certains disquaires développent des podcasts, à l'instar de Bigoût Records avec *La Caverne*, un« podcast de musiques de cave en *live sessions* et en interviews ».

La mise en valeur des sélections des disquaires indépendants s'appuie aussi sur des partenariats avec des festivals locaux et des salles de concert, qu'il s'agisse de contribuer à leur programmation artistique ou de participer directement à l'événement, notamment par des *DJ sets* ou des showcases. Unité Centrale, Onigiri Records ainsi que LeGram VG collaborent avec Arty Farty, qui organise le festival des Nuits sonores à Lyon. La gérante de LeGram VG a déjà mixé au Terminal Club ainsi que dans la salle de concert Le Sucre. Le gérant de The Sounds Of Music a su tisser des partenariats avec la salle de concert Le Périscope ainsi que les clubs L'Ambassade[25] et La Maison mère. Livity Records organise des soirées *roots reggae*, dub et dancehall sous la forme de *sound system*[26] ou de concert live à Lyon et dans son agglomération. Il en va de même pour Bigoût Records, qui organise des concerts dans le but de faire jouer des groupes locaux ou internationaux soutenus par la boutique. Ainsi, par leurs sélections, leurs événements, leurs collaborations ainsi que leur rôle dans la mise en réseau des artistes et des passionnés de musique, les disquaires indépendants façonnent et territorialisent l'écosystème musical local et ses esthétiques.

Rôle dans la patrimonialisation musicale

Les sorties et rééditions[27] proposées par certains disquaires constituent une forme de patrimonialisation du territoire sonore lyonnais. Pour Sofa Records, The Sounds Of Music, Livity Records, Dangerhouse et LeGram VG, c'est une manière d'agir en harmonie avec les valeurs musicales et esthétiques qu'ils défendent. La production de leurs propres disques n'est toutefois pas une priorité pour la plupart des disquaires, car cela demande un temps et une énergie considérables. Néanmoins, comme l'affirme le gérant de Dangerhouse, « *quand vous aimez le vinyle, que vous aimez l'objet, que vous aimez la pochette, quand vous aimez le son, l'étape d'après c'est de le faire, quoi ; c'est de le faire fabriquer* ». Par cette démarche, ces acteurs participent à la préservation et à la valorisation de la mémoire musicale locale, en soutenant des productions émergentes ou en procédant à la réédition d'œuvres oubliées.

C'est le cas de Sofa Records, qui a sorti, en collaboration avec le disquaire suisse Bongo Joe, le disque *Maghreb K7 Club* en 2020 ainsi que *Maghreb K7 Club : Disco Singles Vol. 3* en 2024. Le projet est porté par Simon Debarbieux et par la réalisatrice sonore et chercheuse indépendante spécialisée dans les expressions de la tradition orale et les musiques populaires Péroline Barbet[28]. L'objectif de ces disques est d'illustrer, à travers la musique, le multiculturalisme et l'histoire des migrations à Lyon, en particulier celle du quartier de la Guillotière, historiquement construit et fréquenté par des populations immigrées, notamment maghrébines, ce qui lui confère une identité culturelle forte[29]. La compilation se concentre sur la scène locale du raï des années 1980 et 1990. Ajoutons que cette musique n'a que très peu été documentée, malgré la grande production de cette époque[30].

Il y a des milliers de titres qui sont sortis dans ces musiques-là, et il s'agit d'en choisir huit ou dix maximum, qui correspondent à un prisme, un angle d'attaque. L'idée de Maghreb K7 Club*, c'est de choisir des musiques qui ont été produites ou qui avaient un lien plus ou moins direct avec toute cette scène qui a existé à Lyon et qui s'est articulée autour du quartier de la Guillotère.* (Simon Debarbieux)

À partir d'un fonds de cassettes issu de la collection personnelle du musicien et sociologue Richard Monségu – déposé au début des années 2000 au Centre des musiques traditionnelles Rhône-Alpes (CMTRA) et portant sur les questions de territoire sonore –, le projet *Maghreb K7 Club* s'est construit autour de l'écoute et de l'analyse d'une centaine de ces cassettes.

[L'objectif était] de se limiter à ce fonds-là – sinon c'est illimité, infini –, et de se focaliser sur les musiciens de la région Auvergne-Rhône-Alpes. Et même si les gens venaient d'un peu partout de la région, ça se faisait à la Guillotière. (Simon Debarbieux)

La production de ce vinyle a permis de proposer un objet intégral, incluant des notes qui racontent l'histoire des musiciens, leurs parcours, leurs sources d'inspiration, ainsi que l'histoire du quartier.

Chez The Sounds Of Music, la production d'artistes de funk issus de la scène locale contemporaine et l'édition d'*unreleased*[31] – notamment en partenariat avec le label R.$.J.Recordz, qui a sorti les disques des artistes Grand Slam et HB Concept– contribuent à la territorialisation de Lyon comme « capitale du funk[32] ». Cette expression a émergé avec la démocratisation d'Internet au cours des années 2000, notamment en raison de l'essor des forums de discussion et des plateformes de téléchargement *peer-to-peer*, qui ont permis de mettre en lumière la forte présence de contributeurs et contributrices originaires de Lyon, une réalité jusque-là largement méconnue. La qualification de Lyon comme « capitale du funk » s'explique notamment par le fait que, durant les années 1990-2000, bien que le funk fût peu populaire à l'échelle nationale, il continuait néanmoins à occuper une place importante au sein de certains quartiers de la ville et de sa proche banlieue[33].

En effet, contrairement à d'autres villes de France qui « *se tournaient vers le hip-hop, Lyon est resté fidèle au funk depuis les années 1990 ». Le gérant de The Sounds Of Music cite des groupes emblématiques du G-funk lyonnais, comme Bougnoul Smala ou Mack-Route*[34]*, et*

développe :

L'arrivée du G-funk de la côte ouest des États-Unis a également contribué au maintien de l'intérêt pour le funk et son esthétique. […] [Aujourd'hui,] il y a une scène funk active à Lyon qui s'exporte même à l'étranger, comme Nickee B, Masterfonk – qui est un groupe de Vénissieux[35] *qui collabore avec des artistes américains au niveau des voix, notamment avec Howard Johnson. On a Charlie and the Soap Opera, qui fait un style un peu plus acoustique et orchestral ; il y a le label Magic Funk Records aussi, à Lyon […]. Il y a DJ AK : c'est un ancien du groupe de G-funk Pass-Pass qui s'est mis à la production de modern funk, qui a produit des titres avec Sally Green* [36]*, et je crois qu'il travaille sur le prochain album de Zapp. Et puis il y a mon groupe, The Funky Drive Band.*

Au moment de l'entretien, le gérant de The Sound Of Music disait travailler sur une compilation de groupes de funk lyonnais avec son label Boogie Foxx Records & Tapes (spécialisé dans le *modern funk*), ce qui participe de ses activités de production d'artistes locaux, et contribue donc à la patrimonialisation de cette scène contemporaine active. Ce travail s'articule avec l'exposition internationale permise par des événements comme le festival bisannuel La Grande Nuit de la Funk, qui offre une scène à de nombreux musiciens funk et concourt ainsi à inscrire Lyon sur la carte mondiale de ce genre musical. Les artistes eux-mêmes reconnaissent que Lyon bénéficie d'un public fidèle et averti, venu de toute la France et de l'étranger pour découvrir des propositions pointues.

Les scènes électros lyonnaise et internationale sont mises à l'honneur chez LeGram VG, notamment à travers les disques *Game of Tunes* présentant des morceaux de producteurs et productrices de différentes régions et de Lyon. Il s'agit d'une série de compilations de vinyles conçues à partir de démos soumises par des artistes, le plus souvent émergents. Parmi celles-ci, quatre titres sont choisis pour être pressés sur vinyle. Ces compilations sont avant tout des supports de valorisation, qui donnent de la visibilité à des producteurs souvent en dehors des circuits traditionnels. Notons que chaque volume compte au moins deux artistes lyonnais[37]. Le processus n'a rien d'industriel. Chaque pressage est produit en petite quantité, pensé à la fois comme un objet de collection et comme une carte de visite sonore. Ce projet, à la croisée de la curation musicale, de l'artisanat et de l'engagement local, incarne une manière singulière de faire vivre la musique indépendante. En valorisant les démos – souvent les premières traces d'une création en devenir –, LeGram VG agit comme un véritable laboratoire de découvertes : il révèle de nouveaux artistes, fédère des communautés locales autour de la création brute, et pose les fondations d'un écosystème durable où chacun, chacune peut trouver son public.

Cette démarche rappelle celle de Livity Records, qui allie étroitement commerce, création musicale et production artisanale. En effet, le lieu comprend un studio d'enregistrement situé à l'arrière de la boutique, où se croisent artistes locaux et internationaux, notamment de la scène reggae. Les nouveaux morceaux enregistrés sur place sont ensuite pressés en vinyle dans des quantités limitées, pour être directement mis en vente dans la boutique ou sur les plateformes en ligne. **Cette logique intégrée – de l'enregistrement à la distribution – permet un circuit court de la musique, favorisant l'émergence de**

projets indépendants et la diffusion rapide de nouveautés.

On fait venir des artistes, donc on peut en profiter pour les faire passer au studio, travailler sur de nouveaux projets qui, après, vont se retrouver dans le magasin. [Par exemple, on] a fait les premiers morceaux avec [le chanteur britannique] YT, qu'on avait fait venir pour une soirée ici. On a enregistré les morceaux, puis on en a fait un vinyle qui s'est retrouvé dans les bacs du magasin. (Gérant de Livity Records)

Le studio a également une « *facette plus confidentielle, presque cachée* », qui touche à l'univers des *sound systems*, avec l'enregistrement de *dubplates*. Ces versions personnalisées de morceaux sont conçues pour être jouées en exclusivité lors de prestations live. Les sessions d'enregistrement concernent des artistes directement invités par le magasin, mais sont aussi ouvertes à d'autres collectifs, par l'intermédiaire d'un réseau d'organisateurs et organisatrices et de producteurs et productrices. Ainsi, certains *sound systems* possèdent des morceaux entièrement inédits, joués uniquement en session, ce qui renforce le caractère événementiel et unique de leur performance. Le public, quant à lui, assiste à des shows où il peut entendre des morceaux qu'il n'entendra nulle part ailleurs.

Dans le domaine du rock, au sens large, le label Dangerhouse Skylab fonctionne comme une structure interne au disquaire Dangerhouse. Actif depuis une dizaine d'années, il compte à son catalogue plus de 80 références, mêlant productions contemporaines et rééditions, d'artistes tant locaux qu'internationaux[38]. Une dynamique similaire se retrouve chez le label Bigoût Records, qui réunit une vingtaine de références issues également de scènes locales et internationales[39]. Il convient enfin de mentionner diverses rééditions et productions qui, bien que portant sur des artistes n'ayant aucun lien direct avec la ville de Lyon, demeurent étroitement associées à celle-ci en raison de l'implication active des disquaires lyonnais à l'origine de ces initiatives. C'est notamment le cas des albums *Rest' la maloya* d'Alain Peters ou *La flûte des mornes : vol. 1* de Max Cilla ainsi que du deuxième album de l'autrice-compositrice-interprète québécoise Myriam Gendron, *Ma délire : Songs of Love, Lost and Found*, initialement sorti en 2021 chez Feeding Tube (États-Unis) et Les Ateliers Claus (Belgique).

Pour conclure sur la question de la patrimonialisation, certains disquaires instaurent des collaborations étroites avec des institutions publiques, à l'image d'Unité Centrale, qui inclut toujours un album d'un groupe local dans ses dépôts à la bibliothèque municipale de Lyon. Cette initiative, destinée à préserver et valoriser l'héritage musical local, souligne le rôle essentiel des disquaires indépendants dans la construction et la transmission d'une mémoire culturelle et musicale.

Conclusion

Les disquaires indépendants participent à « [l]a construction d'une identité fondée sur une authenticité revendiquée de la culture matérielle ou sur une logique de terroir [qui] peut

être un outil de communication ou de tourisme. L'image des villes devient ainsi une marque [40] ». Ce processus en perpétuelle recomposition confère à ces acteurs un statut excédant largement celui de simples commerçants ou de médiateurs culturels : ils participent activement à la co-construction du paysage sonore lyonnais. L'un des enjeux contemporains majeurs auxquels ces acteurs doivent faire face réside dans leur aptitude à générer des dynamiques d'« hyper-fidélisation » ou d'« hyper-identification »[41], souvent fondées sur une spécialisation autour d'un genre musical distinctif. Si cette orientation stratégique peut renforcer leur légitimité symbolique et favoriser une forte identification communautaire, elle présente néanmoins des limites sur le plan économique. En conséquence, certains disquaires sont amenés à diversifier leurs pratiques professionnelles au-delà de la seule gestion et exploitation du point de vente[42], explorant ainsi de nouvelles modalités d'ancrage territorial et de pérennisation de leur activité. Dans cette perspective, le soutien du public local apparaît comme un levier essentiel, à la fois pour garantir la survie de ces lieux de culture indépendante et pour nourrir une dynamique collective. Comme le souligne avec engagement le gérant de Dangerhouse :

Tout commence un jour localement, que ce soit avec un club, un groupe, un artiste, et voilà, il faut rester vigilant à ça. Il faut soutenir. Soutenez les clubs, soutenez les disquaires, soutenez les libraires, soutenez les salles et les artistes. Et vraiment, ce n'est pas si cher que ça, et ça permet de construire un monde qui est quand même un peu plus sexy !

L'éclectisme musical a toujours fait partie intégrante du paysage des disquaires lyonnais, y compris avant la période de crise du disque et, plus largement, du déclin des supports physiques. Les disquaires indépendants jouent un rôle essentiel dans la création d'un véritable *territoire sonore lyonnais*, par la mise en avant de styles musicaux pointus et la valorisation d'artistes et de labels locaux et internationaux. À travers leurs activités, leurs échanges sociaux et leurs connexions avec d'autres horizons culturels, les magasins de disques façonnent les contours de la territorialisation musicale lyonnaise et positionnent la ville comme un carrefour d'influences, où les cultures se rencontrent et s'entrelacent.

---

[1] Extrait du film *Human Traffic*, de Justin Kerrigan, sorti en 1999.

[2] PODDEVIN T., « Tous les disquaires indépendants ouverts répertoriés sur cette carte interactive », *Tsugi*, 9 nov. 2020, en ligne : https://www.tsugi.fr/tous-les-disquaires-independants-ouverts-repertories-sur-cette-carte-interactive/.

[3] DEVALLAN H., *Le Paris des disquaires. Le guide des disquaires indépendants de la capitale*, Paris, Jazz & Cie, 2020.

[4] Le gone est un gamin de Lyon, comme le ch'ti celui du Nord, le titi celui de Paris ou le drôle celui de Bordeaux.

[5] Auxquels s'ajoutent Gibert Joseph ainsi que des enseignes comme la Fnac et O'CD.

[6] DELEUZE G. et GUATTARI F., *Mille plateaux. Capitalisme et schizophrénie 2*, Paris, Minuit, 1980, p. 386.

[7] GUIBERT G., « La notion de scène locale. Pour une approche renouvelée de l'analyse des courants musicaux », dans S. Dorin (dir.), *Sound factory. Musique et logiques de l'industrialisation*, Guichen, Mélanie Seteun, 2012, p. 93-124, en ligne : https://doi.org/10.4000/books.ms.1055.

[8] STRAW W., « Scènes : ouvertes et restreintes », *Cahiers de recherche sociologique*, nº 57, automne 2014, p. 17-32, en ligne : https://doi.org/10.7202/1035273ar.

[9] BERGER P. et LUCKMANN T., *La construction sociale de la réalité*, Paris, Armand Colin, 2006 [1966].

[10] Voir ministère de la Culture, « Les disquaires, acteurs clés de la diversité musicale », 18 avr. 2018, en ligne : https://www.culture.gouv.fr/fr/actualites/Les-disquaires-acteurs-cles-de-la-diversite-musicale ainsi que DORDOR F., *Disquaires. Une histoire : la passion du vinyle*, Paris, GM, 2021, p. 282.

[11] Interview de Bruno Biedermann dans ESCANDE S., *À l'arrache. Portraits et récits de la scène musicale underground de Lyon (1980-2020)*, Barbapop, 2021, p. 53.

[12] *Ibid.*

[13] CURIEN N. et MOREAU F., *L'industrie du disque*, Paris, La Découverte, 2006.

[14] DONNAT O., « Évolution de la diversité consommée sur le marché de la musique enregistrée (2007-2016) », *Culture Études*, 2018, nº 4, p. 6, en ligne : https://doi.org/10.3917/cule.184.0001.

[15] DORDOR F., *Disquaires*, *op. cit.*, p. 298.

[16] Les *dubplates* sont des vinyles ou acétates en édition limitée, souvent utilisés dans le reggae, le dancehall et la drum and bass. Ils contiennent des morceaux inédits, des versions exclusives ou des « *specials* » (morceaux personnalisés avec des paroles dédiées à un *sound system* ou un ou une DJ). À l'origine, ils servaient aux DJ pour tester des sons en soirée avant une sortie officielle. Source : entretien réalisé avec le gérant de Livity Records.

[17] Voir notamment GUIBERT G., *La production de la culture. Le cas des musiques amplifiées en France*, Paris-Nantes, Centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles (IRMA)-Mélanie Seteun, 2006, en ligne : https://doi.org/10.4000/books.ms.554 ainsi que GUIBERT G., « La notion de scène locale », *op. cit.*

[18] Également connu sous le pseudonyme de Barbapop, Sébastien Escande est éditeur, programmateur de concerts, coordinateur d'un riche réseau *do it yourself* (DIY) local, ainsi qu'un acteur de la scène musicale indépendante lyonnaise depuis les années 2000. Son livre, *À l'arrache*, est une référence incontournable pour qui veut comprendre les enjeux,

l'histoire et la vitalité d'une scène construite « à l'arrache » mais avec passion, solidarité et militantisme.

[19] Voir notamment « La scène punk à Lyon (1976-2016) », journée d'étude du projet de recherche PIND (Punk is not dead), 1-2 juin 2018, en ligne : https://pind.univ-tours.fr/events/la-scene-punk-a-lyon-1976-2016/.

[20] Voir notamment « Lyon capitale du rock (1978-1983) », exposition à la bibliothèque de la Part-Dieu, 15 mai-21 sept. 2019, en ligne : https://www.bm-lyon.fr/expositions-en-ligne/lyon-capitale-du-rock-1978-1983/.

[21] ESCANDE S., *À l'arrache*, *op. cit.*

[22] KAISER M., « *Pratiques culturelles et politiques publiques : l'approche par le concept de "scène"* », *Cahiers de recherche sociologique*, nº 57, automne 2014, p. 133-157, en ligne : https://doi.org/10.7202/1035279ar.

[23] L'antenne locale de Radio Nova créée à Lyon en 2017 en partenariat avec la radio associative RTU (Radio Trait d'union) a cessé d'émettre à la fin du mois de mai 2024, au profit de la programmation nationale de Radio Nova, qui a repris la fréquence 89.8 FM. Voir PULLIAT M., « Disparition de Radio Nova Lyon : "Une vraie perte pour la culture lyonnaise" », *Rue89 Lyon*, 26 avr. 2024, en ligne : https://www.rue89lyon.fr/2024/04/26/disparition-de-radio-nova-lyon-une-vraie-perte-pour-la-culture-lyonnaise.

[24] Voir notamment : https://www.lgtdz.com/lieux/disquaires.

[25] Voir notamment : https://www.ambassadeclub.com/artistes.

[26] Dans la culture reggae et dub, un *sound system* est un collectif de DJ, de *selectas* (qui sélectionnent les morceaux à passer), d'opérateurs ou opératrices (qui gèrent la partie technique du système sonore) et de *MCs* (sigle de *masters of ceremonies* ou « maîtres de cérémonies », désignant ici les chanteurs, chanteuses et animateurs, animatrices de *sound system*), qui diffuse de la musique *via* un puissant mur de son, souvent en extérieur ou en club. Né en Jamaïque dans les années 1950, il est un élément central de la diffusion du reggae et du dub, favorisant une expérience immersive basée sur les basses profondes et des sélections musicales exclusives.

[27] Il semble important de faire une distinction entre les deux. La sortie d'un disque correspond à une nouveauté, à la mise sur le marché d'un album inédit d'un ou une artiste. La réédition de disque consiste à republier un enregistrement musical déjà commercialisé, souvent après une période de disponibilité limitée ou épuisée. Elle peut inclure des améliorations techniques, telles que la remastérisation, ou être accompagnée de contenus supplémentaires, comme des bonus, des versions alternatives, des notes explicatives ou des illustrations inédites. La réédition peut aussi avoir pour but de rendre accessibles des œuvres qui étaient devenues difficiles à trouver, que ce soit pour des raisons commerciales

ou de droits d'auteur.

[28] Pour plus d'informations et de ressources sur le travail de Péroline Barbet, voir : https://peroline-barbet.com.

[29] BATTEGAY A., « Les recompositions d'une centralité commerçante immigrée : la place du Pont à Lyon », *Revue Européenne des Migrations Internationales*, vol. 19, nº 2, 2003, en ligne : http://journals.openedition.org/remi/432.

[30] Pour approfondir, voir la série documentaire *Raï is not dead* réalisée par Simon Maisonobe et Hadj Sameer en 2023, et notamment le troisième épisode, « Lyon et Marseille, les avant-postes du raï », en ligne : https://www.arte.tv/fr/videos/105450-003-A/rai-is-not-dead-3-6.

[31] Albums qui ne sont jamais sortis sur disque.

[32] DEPIENNE M., « Lyon, la légendaire capitale du funk », *Tribune de Lyon*, 17 mai 2023, en ligne : https://tribunedelyon.fr/culture/lyon-la-legendaire-capitale-du-funk.

[33] D'après l'entretien réalisé avec le gérant de The Sounds Of Music.

[34] Pour plus d'informations sur les groupes cités ici, peu connus en dehors de la scène lyonnaise, voir notamment la base de données Discogs : https ://www.discogs.com/fr.

[35] Vénissieux est située en banlieue sud de Lyon.

[36] Voir : https://www.discogs.com/release/25443241-Sally-Green-6-DJ-AK-Heartbeat.

[37] D'après l'entretien réalisé avec le gérant et la gérante de LeGram VG.

[38] Voir l'ensemble des productions du label : https://dangerhouse.fr/skylab.php.

[39] Voir l'ensemble des productions du label : https://www.bigoutrecords.com/cat/bigout-releases.

[40] GUIBERT G., « La notion de scène locale », *op. cit.*, paragr. 60.

[41] Selon les termes de François Jolivet, responsable du service Lieux et Disquaires au Centre national de la musique (CNM).

[42] D'après l'entretien réalisé avec François Jolivet.

Crédits et remerciements

Centre national de la musique

Président : Jean-Baptiste Gourdin
Directrice générale déléguée : Bérénice Ravache
Directeur des études et de la prospective : Théophile Megali
Responsable du pôle veille, prospective, ressource : Céline Lugué
Chargée de la recherche et de la prospective : Anna Cuomo
Chargée de coordination et de valorisation : Lamia Fadouach
Directrice du développement, de la communication et des partenariats : Anne-Sophie Bach
Responsable de la communication : Nathalie Leduc

Conseil scientifique du CNMlab

Laurence Allard, Alice Aterianus-Owanga, Valérie-Laure Benabou, Samuel Coavoux, Joëlle Farchy, Gérôme Guibert, Marianne Lumeau, Fabien Miclet, Stéphanie Molinero, Emmanuel Négrier, Thomas Paris, Myrtille Picaud, Solveig Serre, Marie Sonnette-Manouguian, Emmanuel Vergès

Remerciements

Manon Alloisio-Bottiero, Solweig Barbier, Véronique Béranger, Pierrette Betto, Alexandra Bobes, Fabrice Borie, Lucile Boursier, Delphine Cammal, Pauline Casse, Hyacinthe Chataigner, Alban Cogrel, Arthur Coudon, Frédéric Drewniak, Samuel Ferreira, Léopold Foucault, Bénédicte Froidure, Maxime Gaudais, Thibault Giry, Ary Gordien, Pascal Gueugue, Séverin Guillard, Karim Hammou, Laurette Harmonic, Valentine Hassoun, Cécile Jeanpierre, François Jolivet, Romain Laleix, Clémence Lézier, Samuel Mathiasin, Maïté Merchel-Bordin, Edwige Millery, Mathias Milliard, Marie Miscopein, Séverine Morin, Enora Pasty, Victor Petit-Felici, Emmanuel Pidoux, Philippe Poirrier, Safia Rakza, Mathilde Regnaud, Loic Riom, Laurent Rossi, Vincent Salaun, Antoine Sirven, Laëtitia Taziaux, Jean-Philippe Thiellay

Relecture éditoriale et correction

Julie Merlo

Conception graphique et images

Sylvia Tournerie