



**HAL**  
open science

## Un territoire de rock

Emmanuel Négrier, Aurélien Djakouane, Jean-Damien Collin

► **To cite this version:**

Emmanuel Négrier, Aurélien Djakouane, Jean-Damien Collin. Un territoire de rock : Le(s) public(s) des Eurockéennes de Belfort. L'Harmattan, pp.144, 2012. hal-01442431

**HAL Id: hal-01442431**

**<https://hal.science/hal-01442431>**

Submitted on 20 Jan 2017

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

EMMANUEL NÉGRIER,  
AURÉLIEU DJAKOUANE ET JEAN-DAMIEN COLLIN

# UN TERRITOIRE DE ROCK

Le(s) PUBLIC(s)  
DES EUROCKÉENNES DE BELFORT



PRÉFACE DE YVES ACKERMANN

L'Harmattan

LOGIQUES SOCIALES

**Emmanuel NÉGRIER, Aurélien DJAKOUANE et Jean-Damien COLLIN**

**UN TERRITOIRE DU ROCK  
Le(s) public(s) des Eurockéennes de Belfort**

**L'Harmattan**

**Coll. Logiques Sociales**

**Paris 2012**

## REMERCIEMENTS

Les auteurs tiennent à remercier chaleureusement les chercheurs qui ont participé au recueil et aux traitements des données : Mathieu Jonard, Marie-Thérèse Jourda, Pauline Négrier, Damien Potier et Marion Vidal.

L'équipe de recherche tient à exprimer toute sa gratitude à l'ensemble des personnes suivantes, qui ont permis à ce travail de se dérouler dans les meilleures conditions.

- L'équipe des Eurockéennes, avec une mention spéciale à Stéphanie Gay, stagiaire, et Laurent Doucelance, directeur de la Communication des Eurockéennes, pour le professionnalisme de leur coordination technique et de leur accompagnement ;
- Hubert Ehrminger et son équipe d'étudiantes et étudiants de l'IUT de Metz, pour leur participation dynamique et enthousiaste à la distribution et au recueil des questionnaires.

## INTRODUCTION

Par Jean-Damien Collin, Aurélien Djakouane, Emmanuel Négrier

Cet ouvrage s'inscrit dans la lignée des travaux que nous menons depuis 2006 à propos du fonctionnement (Négrier & Jourda 2007) et des publics (Négrier, Djakouane & Jourda 2010) des festivals. Jusqu'à présent les dispositifs que nous avons étudiés concernaient des festivals de tailles et d'envergures variables sans toutefois revêtir la dimension d'un événement culturel de masse tel qu'on peut le rencontrer aux Eurockéennes de Belfort. Ce festival propose en effet une offre (70 concerts), un dispositif (5 scènes) et une capacité d'accueil (80 000 spectateurs) bien différents des festivals « régionaux » qui représentent l'offre événementielle la plus courante. Ce format de festival n'est pourtant pas unique en France. Rock en Seine, en Ile-de-France, les Vieilles Charrues en Bretagne, ou encore les Francofolies à la Rochelle s'appuient sur un dispositif équivalent. Plus largement, ce type de festival, qui fonctionne sur le modèle des grands rassemblements populaires anglo-saxons inaugurés dans les années 1960-1970, est partout présent en Europe (Tableau 1).

**Tableau 1. Quelques festivals « grands formats » en Europe**

Festival	Pays	Année de création	Durée	Concerts	Scènes	Billets vendus
<b>Glastonbury</b>	UK	1970	5 jours	2000	30	200 000
<b>Reading &amp; Leeds</b>	UK	1972	3 jours	400	16	200 000
<b>Francofolies</b>	France	1985	5 jours	125	6	150 000
<b>Les Eurockéennes</b>	France	1989	3 jours	75	5	80 000
<b>Vieilles Charrues</b>	France	1992	4 jours	80	5	270 000
<b>Guilfest</b>	UK	1992	3 jours	300	8	60 000
<b>Sziget</b>	Hongrie	1993	7 jours	500	15	400 000
<b>Benicassim</b>	Espagne	1995	4 jours	140	7	60 000
<b>Rock en Seine</b>	France	2003	3 jours	63	4	110 000
<b>Main Square</b>	France	2004	3 jours	45	2	100 000

Par ailleurs, ce dispositif festivalier (scènes multiples, offre abondante et public de masse) est représentatif d'une offre dédiée aux musiques actuelles (pris leur acception la plus large : rock, chanson, musiques électroniques, rap, hip-hop, musiques du monde, etc.) qui s'exporte difficilement vers d'autres genres musicaux. Ce festival « grand format » a donc attiré notre attention. Effectivement, face à un événement d'une telle envergure, la question des publics trouve ici un écho particulier. Elle interpelle aussi bien les chercheurs que les acteurs culturels. Nos précédents travaux ont montré que le caractère exceptionnel des festivals, tout en étant un facteur important de renouvellement des publics, ne parvenait pas effacer les clivages sociologiques et générationnels qui caractérisent les pratiques culturelles (Djakouane, Jourda, Vidal, & Négrier 2011). En dépit des diverses stratégies de conquête, de fidélisation ou de renouvellement des publics, la dimension événementielle ne parvient que trop faiblement à contrecarrer les tendances inégalitaires d'accès à la culture même si, d'un festival à l'autre, de nombreuses variations existent quant à la sociologie des publics accueillis. Nos travaux montrent ainsi clairement que parmi les festivals, ceux dont la programmation est la plus proche de celles des Eurockéennes, attirent un public plus

jeune, plus masculin et davantage issu des classes moyennes et populaires. En outre, si l'offre festivalière a souvent comme principe de sortir les publics des sentiers battus, de laisser la place aux découvertes, c'est la programmation qui demeure la principale motivation des festivaliers. Tout festival se trouve ainsi au cœur d'une tension entre permanence et changement, entre la nécessité de confirmer une identité esthétique et le besoin de s'en affranchir pour défricher de nouveaux horizons créatifs, entre la volonté de fidéliser un public et l'impératif de son renouvellement. Mais ce double paradoxe est très diversement apprécié dans l'offre festivalière contemporaine. À certains événements (en musiques classiques comme en musiques actuelles) qui s'appuient essentiellement sur la confirmation, ou la conservation d'un style s'opposent ceux qui, au contraire, parient davantage sur la mise en question des codes, des goûts, des registres.

Avec les Eurockéennes, nous sommes en présence d'un événement singulier. La question est d'abord de savoir si, en décuplant l'offre et la capacité d'accueil des publics, les festivals « grand format » favorisent la venue d'un public à la sociologie et aux pratiques différentes. Mais il s'agit aussi d'explorer plus en avant le rapport que les spectateurs entretiennent avec un festival de ce type, et la nature de l'expérience vécue. Pour le dire autrement, qu'est-ce que « faire les Eurockéennes » ? Par leur taille et par la génération de festivaliers qu'elles touchent, elles interrogent à nouveau la dimension festive et communautaire de l'expérience festivalière à l'heure d'Internet. À titre d'illustration, nous verrons que le camping et les réseaux sociaux numériques jouent un rôle central dans la manière de faire et de vivre les Eurockéennes. Si le festival propose une expérience musicale et sociale singulière, c'est peut-être aussi qu'il procède d'une histoire propre, qui s'inscrit dans un territoire tout autant que dans un ensemble de courants musicaux.

### *Du projet politique à la machine artistique : une trajectoire de festival*

Le contexte qui entoure la création des Eurockéennes permet de comprendre une grande partie de la relation de ce festival à son public. En effet, deux enjeux, qui n'ont pas de rapport direct avec les concerts ou la musique, président à sa création. Il s'agit d'une part du rapport de la société à la jeunesse et, d'autre part, d'un enjeu de positionnement territorial. Disons que cette histoire pose un contexte propre au festival et à ses enjeux, nous y reviendrons, mais les principes de sa création diffèrent fortement de la plupart de ces aventures. Car il serait facile d'inscrire ce festival dans une simple histoire festivalière rock qui partirait des mouvements pop de la fin des sixties pour aller jusqu'à ceux de l'après-chute du mur de Berlin.

Depuis le milieu des années 1980 et jusqu'en 2004, le Conseil général du Territoire de Belfort a pour président Christian Proust qui, à 33 ans, est l'un des plus jeunes de l'histoire des départements français. Au cœur de la première décentralisation, la transformation de l'image essentiellement militaire et industrielle du territoire passe par une politique en faveur de la jeunesse. Diverses réflexions se font jour, dont une porte sur le ballon d'Alsace et ses pendants suisses et allemands. En effet, contrairement à ce qu'indique son nom, le ballon d'Alsace se trouve en Franche-Comté et plus particulièrement dans le Territoire de Belfort, du fait de l'histoire : sa séparation d'avec l'Alsace par le Traité de paix de 1871. Et il est lié à deux ballons qui se trouvent l'un dans le Jura suisse et l'autre en Forêt Noire allemande. Les trois ballons relient parfaitement ces territoires et sont en relation avec l'histoire de la ville de Bâle. Le Ballon d'Alsace, le

Ballon Badois et le Ballon Suisse portent le même nom, car ils sont reliés par un lien astronomique. Le premier permet d'observer le soleil se lever au-dessus de l'un des deux autres à chaque saison, à des dates importantes du calendrier. Ajouté au Grand Ballon et au Petit Ballon en Alsace, cela constitue un ensemble géométrique qui servait de repère à un système topographique. Ce triangle de ballons, système de lumière et d'espace, relie trois pays qui appartenaient à l'époque celte à un même espace culturel. Mais l'idée de s'appuyer sur ce symbole d'identité régionale pour créer un événement dépassant les frontières est tout sauf simple. Le concept de festival se resserre sur le Ballon d'Alsace en mettant de côté l'idée, initialement formulée, d'une manifestation nomade, jouant à la frontière.

Le projet d'une manifestation ouverte à la jeunesse et propre au Territoire de Belfort, résulte de ce resserrement. Il va profiter d'une fenêtre d'opportunité : la célébration du bicentenaire de la Révolution française de 1789. Le festival va rapidement se monter, utiliser « l'effet bicentenaire » pour se justifier et lier la création du festival à divers financements. Cet aspect de célébration révolutionnaire par l'affichage d'un cadeau à la jeunesse peut paraître anecdotique, comme une pirouette pour présider à la création du festival. Mais il est intéressant, et même amusant, de rappeler que l'une des caractéristiques de la Révolution pour créer et construire les notions de citoyenneté, en dehors du droit de vote, avait été d'expérimenter la fête et la célébration de masse (Ozouf 1976). On pourrait rapprocher le sens de l'expérience des Eurockéennes de ce que Pierre Rosanvallon écrit dans *La société des égaux* : « *Les fêtes révolutionnaires ont d'abord voulu faire vivre à leurs participants une expérience forte de constitution d'un espace véritablement public. Elles ont été organisées sous la forme de rassemblements ouverts, contrastant avec un ancien monde défini par ses cloisonnements et ses dénivelés. De façon exemplaire, la fête de la Fédération avait symbolisé dans sa géométrie unitaire l'avènement d'un monde horizontal, arrachant ses participants à l'étroitesse de leurs univers habituels...* » (Rosanvallon 2011 : 65-66). Ne pourrait-on rapprocher ce tableau d'une certaine analyse des publics des Eurockéennes ? Ce qui ne laisserait pas d'étonner ceux qui ne s'attacheraient qu'aux ressorts l'histoire de la musique rock et des grands événements.

Mais si l'on opérât un tel rapprochement, il conviendrait alors de mentionner le fait que la France, contrairement aux Etats-Unis et au Royaume-Uni, aura longtemps échoué dans l'organisation de tels rassemblements, avant d'opérer un spectaculaire développement. Les causes des échecs d'un événementiel rock dans les années 1970 sont de plusieurs natures, parmi lesquelles la capacité de résistance, plus ou moins directe, opposée par l'appareil d'État d'alors, et ses autorités préfectorales. Elle n'est pas sans lien avec ce que l'on peut voir se produire dans les années 2000 autour des *rave parties* et fêtes techno. Mais sans doute, en parcourant l'histoire des tentatives plus ou moins abouties et des catastrophes (à Aix-en-Provence, Biot, Auvers-sur-Oise, Arles ou Orange), doit-on aussi mesurer l'impact des acteurs eux-mêmes, depuis les organisateurs jusqu'aux agents et artistes (Chirache, Delbrouck, Jolivet & Ruffat 2011). La naissance des Eurockéennes est une parfaite illustration de l'importance, sans doute spécifique à la France, des acteurs publics dans cette histoire. Facteurs d'empêchement dans la centralisation pompidolo-giscardienne, ils deviennent d'importants promoteurs de la festivalisation à la française, dans le contexte décentralisé.

Jusqu'en janvier 1989, la manifestation se prépare pour le Ballon d'Alsace, mais pour des

raisons écologiques – la période de reproduction du grand tétras, oiseau nichant sur les versants vosgiens – le festival est rapatrié sur le site départemental du Malsaucy. Philippe Sauter, journaliste de l'Est Républicain écrira dans l'édition du 5 janvier 1989 : *« il semblerait néanmoins que cet argument du grand oiseau timide soit plus un prétexte qu'une véritable cause de départ »*. Fin juin 1989, lorsque la première édition ouvre ses portes sous le nom de Festival du Ballon – et pas encore Les Eurockéennes qui s'affichera la deuxième année – le contexte est posé. Un événement tourné vers la jeunesse d'Europe, fédéré par la musique et un site naturel en plein air encerclé d'étangs, au pied du Ballon d'Alsace. L'éditorial du journal-programme de cette édition dit clairement : *« Nous avons voulu un festival ouvert sur l'Europe et sur le monde. Qu'il soit d'abord une rencontre de jeunes Allemands, Suisses et Français. Nous l'avons voulu symbolique de cette Europe des cultures que nous souhaitons : où le langage soit commun et l'identité de chacun respectée [...] Enfin, nous avons voulu surtout que cela soit une fête. Où l'on chante et l'on danse. Où prime le plaisir. Où la musique, langage universel, soit synonyme de dialogue, de tolérance et d'ouverture sur les autres. »*

Cette première édition est difficile. Le festival est monté très rapidement et pour le raconter, on rapporte souvent l'anecdote des affiches arrivées... après l'événement ! À cette époque, les modèles pérennes de festival de ce type ne sont pas nombreux. On est très loin de la situation actuelle en Europe. Pour autant, de nombreux festivals se cherchent. Les territoires expérimentent. Ainsi, à l'occasion des débats politiques sur leur événement, les équipes du Conseil général et de l'association entendront souvent parler des exemples des Francofolies, du Printemps de Bourges ou du Festival d'Avignon du côté français tandis qu'un accord de partenariat avec Leysin, un événement suisse, sera signé en 1991. Ils forment une matrice qui marie l'identité d'un territoire avec un événement que le festival des Eurockéennes utilisera pour poser ses bases techniques et territoriales.

Les quatre premières années sont donc celles d'un festival et d'une association qui se structurent et se développent, mais l'expérience est souvent critiquée voire dénigrée localement. Les deux premières éditions sont déficitaires, la troisième atteint l'équilibre. Dans sa recherche d'identité, l'équipe tente en 1992 une formule sur 4 jours. Elle entraîne un déficit spectaculaire. Ces quatre premières années peuvent être perçues comme un investissement public afin de construire un événement autonome dans le paysage français, propre à son territoire. Le festival devient un événement phare de l'Est de la France, pour un public jeune. Sa ligne artistique se cherche entre une forte présence française et une ouverture internationale plus significative. Elle est assurée, les premières années, par Albert Rosse, un ancien instituteur employé au Ministère de la Culture, au service du rock et de la variété. Lors de la préparation de la première édition, on entend que les artistes seraient dans un premier temps français, suisses et allemands, avec par la suite une ouverture vers les autres pays et une intégration d'artistes anglais à l'horizon 1992 ! Pourtant, dès la première édition, l'ouverture est plus rapide, et l'Angleterre n'attendra pas si longtemps pour intégrer le festival. L'association se construit avec une équipe permanente et stabilise sa présidence avec l'arrivée, fin 1992, de David Angel. Élu belfortain, il est chef d'entreprise et sera aussi président de l'office du tourisme et de la SEMPAT<sup>1</sup>. C'est lui qui opère la délégation de la programmation à

---

<sup>1</sup> Société d'Économie Mixte de Patrimoine, bras armé du Conseil Général du Territoire de Belfort en matière d'immobilier d'entreprise.



des intervenants artistiques extérieurs. Ce changement permet de structurer administrativement l'association, d'organiser une équipe, qui s'appuie beaucoup sur le Conseil général pour ce qui concerne la communication. Après ce changement de direction, la cinquième édition du festival voit arriver la productrice France Leduc comme sous-traitante de la programmation. Fille de producteur de spectacles, elle crée une entreprise connue sous le nom de FLP (France Leduc Production) qui installera, en 2004, le Main Square, un festival de rock qui se déroule à Arras au cours du même week-end que les Eurockéennes et qui s'associera à la société multinationale Live Nation en 2008. France Leduc contribuera, sur cette période, à orienter davantage la ligne artistique vers l'international et à jouer le jeu des exclusivités artistiques. Après 1997, un nouveau virage se négocie sur la partie programmation, avec le remplacement de France Leduc par Jules Frutos. Producteur de gros événements internationaux depuis les années 1970, ce dernier fonde en 1992 le tourneur Alias production, un an après avoir fait signer son premier groupe français : Noir Désir. Cette nouvelle phase artistique durera jusqu'en 2000, année de l'achèvement d'une période qui aura été marquée par un enracinement définitif du festival sur son territoire, mais aussi par une programmation tendue par l'affiche. Poussée à son paroxysme en 1999 et 2000, cette orientation préfère à un certain esprit festivalier de fête de la jeunesse une stratégie spectaculaire et concurrentielle de course à la tête d'affiche. Paradoxalement, ce seront deux années consécutives de baisse de fréquentation et de déficits financiers importants qui n'avaient plus eu lieu depuis 1992. Elles conduiront à un changement d'équipe associative et de direction.

Au cours de cette nouvelle phase, le fait majeur est lié à l'intégration d'une équipe artistique pilotée par un nouveau directeur, Jean-Paul Roland. Il est issu du service communication de Conseil général du Territoire de Belfort, où il était directeur artistique. Il connaît donc bien le Festival dans sa dimension artistique, mais aussi en tant qu'événement territorial et populaire. Une rupture stratégique s'opère alors : les sous-traitants artistiques extérieurs, relevant du monde de la production, sont remplacés par deux programmeurs issus des mouvements culturels de la fin des années 1980 et 1990. Leur profil s'inscrit moins dans un secteur d'activité que dans des lieux : des villes ou des salles de musiques actuelles. Kem Lalot est le premier programmeur du Noumatrouff, une salle de concert de Mulhouse, et Christian Alex, était celui du club l'An Fer à Dijon, de la soirée électronique de clôture du Nancy Jazz Pulsations, ou de Global Tekno à La Villette, avec Manu Barron. Cette équipe, avec son nouveau président Stéphane Wahnich, entrepreneur spécialisé dans la communication publique, va retravailler le festival. Elle le fait par rapport à son site, son ancrage local, et cherche à l'identifier à une atmosphère. Elle le fait aussi en s'appuyant sur des aventures artistiques qui, si elles n'oublient pas l'enjeu constitué par le fait d'attirer des têtes d'affiche, redonnent du sens à la notion d'expérience et d'unicité que semblent rechercher de nombreux festivaliers. Les années 2000 verront apparaître des créations spécifiques aux Eurockéennes ou des productions avec des jeunes musiciens. Cela a été le cas en 2010, avec des jeunes issus des conservatoires de Belfort et de Délémont (Suisse). Ces mêmes années sont celles d'un défrichage artistique, d'un espace partagé où des trajectoires d'artistes émergent, dont certains deviennent ensuite des têtes d'affiche, comme Gossip ou Birdy Nam Nam.

Comme beaucoup d'aventures culturelles ou artistiques, cette évolution se traduit bien sûr en termes économiques. L'événement et ses objectifs territoriaux et sociaux, mais

aussi sa forme associative ont un impact sur un large rayon d'action du Nord Franche-Comté, aussi appelé l'Aire Urbaine Belfort-Montbéliard-Héricourt-Delle. Le chiffre d'affaires du festival se situait aux alentours de 4,7 millions d'euros entre les années 1990 et 2000. Il compte aujourd'hui 1 million de plus. Le festival est globalement équilibré sur le moyen terme, même si cela n'empêche pas, on l'a vu, des éditions parfois déficitaires. Cependant, les retombées, mêmes économiques, sont à comprendre autrement que comme d'éventuels bénéfices financiers et expliquent l'importance de l'engagement public. On verra dans cette étude que le festival participe à la vie économique locale, notamment dans certains secteurs. Mais il a aussi une dimension symbolique qui va des retombées médiatiques, au niveau international, à un rayonnement plus local où il est question d'identification et d'appartenance territoriale par la participation à l'événement. Celui-ci permet des liens entre individus, entre compétences que peu d'actions économiques peuvent déclencher. Dans la perspective économique, le mécénat joue un rôle dans la dynamique économique locale qui mériterait une étude particulière. Lors de l'édition 2011, il a atteint un montant total de 1,3 million d'euros, si l'on additionne mécénat « de compétence » et mécénat « financier ».

Depuis leur création, les Eurockéennes de Belfort proposent une offre de concerts autour des musiques actuelles et du rock qui allie découvertes et têtes d'affiche. A son démarrage en 1989, la formule – un grand nombre de concerts sur une période très courte grâce à un dispositif multi-scènes – n'existait pas en France. Du coup, en quelques années, les Eurockéennes sont devenues un événement national de référence que ne démentent pas les 80 000 billets vendus en 2010. Mais le festival est aussi un lieu de rencontres professionnelles et de partenariats. 650 journalistes couvrent l'événement et 151 entreprises le soutiennent. Il constitue donc un double rendez-vous pour les mélomanes et les professionnels, dans un triple contexte financier, artistique et culturel.

Sur le plan financier, les Eurockéennes opèrent dans une économie du spectacle sous pression. L'inflation des cachets des artistes (têtes d'affiche, scène émergente ou groupes locaux) renchérit objectivement le coût d'un festival. En outre, et à l'échelle européenne, cette évolution s'inscrit dans une compétition de plus en plus ouverte entre un nombre croissant d'événements. L'essor de Main Square à Arras en témoigne – avec l'entreprise locale créatrice du festival (France Leduc Production) écartée au profit d'une société de production américaine (Live Nation Entertainment) avec laquelle elle s'était associée<sup>2</sup>. On peut encore citer les changements intervenus dans la direction d'un festival comme celui de Benicassim en Espagne, confié clef-en-main à un homme d'affaires anglais, et gérée par une multinationale de la brasserie. Ils traduisent, parmi d'autres, le poids croissant des impératifs de rentabilité.

Sur le plan artistique, l'identité du festival se pose aujourd'hui de façon radicalement différente. La période où se déroulent habituellement les Eurockéennes (début juillet) correspond également aux dates de plus de 50 autres festivals de musique en Europe. Initialement garantie par la tenue d'un festival en plein air unique en France, la distinction musicale des Eurockéennes doit aujourd'hui se situer dans le cadre d'une offre pléthorique sous contrainte partielle de marché (Guibert 2006). Certes, ces festivals ont toujours été plus sensibles que d'autres aux stratégies commerciales. Mais

---

<sup>2</sup> Cf. P.Demilly : « Main Square : pour France Leduc, c'est un coup monté », *Nord-Éclair*, 1<sup>er</sup> juillet 2010.

ils pouvaient sans doute plus facilement les tenir à distance par la présence d'autres finalités (création, démocratisation), et par le fait d'être, dans leur espace-temps, relativement exceptionnels. L'alchimie de la programmation consiste donc à jongler avec des agendas chargés, des agents soucieux de placer les Eurockéennes comme simple date dans une tournée, des artistes aux tarifs de plus en plus élevés, et un public à la diversité gustative certaine, dont les exigences se sont progressivement dotées d'un nouvel outil d'expression : Internet. Le choix d'une programmation assez éclectique, sortant le plus possible de la logique « extra-territoriale » des tournées, est une réponse à cet enjeu d'identité.

Enfin, sur le plan culturel, la question du public se pose de multiples façons. La fréquentation en est l'indicateur le plus courant, sans être nécessairement le plus pertinent. Un festival comme les Eurockéennes, qui se plaçait à peu près seul dans son genre, et intéressait à ce titre, virtuellement, une audience très large, nationale et internationale, pourrait bien apparaître comme la date majeure pour un Grand Est, alors que d'autres à d'autres périodes (Rock en Seine, Les Vieilles Charrues...) en seraient l'équivalent ailleurs. Nous verrons ce qu'il en est à travers les chiffres. Mais derrière la simple question de la fréquentation, c'est toute la sociologie de ce public qui est posée, s'agissant en particulier d'un festival qui bénéficie d'importantes subventions publiques – 16%, soit largement moins toutefois que la plupart des festivals de musiques classiques, dont nous avons établi la moyenne à 50% des recettes (Négrier & Jourda 2007).

### ***Étudier les publics des Eurockéennes***

L'étude des publics des festivals s'inscrit dans un contexte de grande disparité de la recherche. Tout se passe comme si l'importance des travaux sur les pratiques culturelles avait fait de l'ombre à la recherche sur les publics de la culture. Le rappel régulier d'une structure profondément inégale des pratiques, dans les travaux dirigés par Olivier Donnat, pesait sur un examen approfondi de la sociologie des publics et leurs relations à l'offre culturelle. Les études monographiques, portant sur tel ou tel secteur professionnel, ont contribué à nuancer ou complexifier cette structure des pratiques par le comparatisme (Lamont & Lareau 1988 ; Bellavance 2004 ; Fleury 2006), l'étude de cas (Pessin 2004 ; Négrier 2006), ou l'approche sectorielle (Petit 2002 ; Djakouane 2006). Mais l'accumulation de ces angles d'attaque n'a pas permis pas de combler les vides, parfois préoccupants, de connaissance dans certains domaines. En outre, lorsque ces démarches existent, elles sont parfois inscrites dans des logiques plus proches du marketing ou de la communication que de la véritable enquête sociologique. C'est notamment le cas de beaucoup d'études réalisées sur les publics de certaines manifestations, à la demande de leurs organisateurs.

L'analyse des publics des festivals que nous avons conduite en 2008-2010 (Négrier, Djakouane & Jourda 2010) nous avait permis de mettre en évidence l'influence des lieux, des périodes, mais surtout de la programmation sur la composition sociologique des publics des festivals. L'approche choisie – orientation sciemment quantitative, à partir d'un échantillon de 49 festivals et plus de 23 000 questionnaires traités – avait permis d'aller au-delà des limites de l'approche monographique et réservé quelques surprises sur la relative autonomie de la sociologie des festivaliers par rapport à celle des publics de saisons et de lieux permanents du spectacle. Il faut cependant reconnaître que les bénéfices analytiques obtenus grâce à ce détour quantitatif s'étaient payés d'une

certaine frustration quant aux dimensions qualitatives de cette sociologie nécessaire des publics de festivals.

Si cette nécessité nous apparaît aujourd'hui et passe, à travers ce livre, par un « retour » sur la monographie, c'est aussi pour des raisons qui tiennent aux transformations dont l'essor de ces festivals est le symbole. On peut les caractériser, de façon sommaire, autour d'une série de couples d'opposition.

**Tableau 2. Les changements dans le rapport à la culture**

Perception classique	Tendance émergente	Références
<b>Permanence culturelle</b>	Éphémère, Présentisme	Dubois 1999 ; Hartog 2003 ; Michaud 2003 ; Bauman 2011
<b>Ascétisme</b>	Hédonisme	Veblen 1970 ; Rodriguez-Morató 2007 ; Donnat 2009 ; Clair 2011
<b>Individu classique</b>	Tribalisme, néo-individualisme	Finkelkraut 2002 ; Corcuff, Le Bart & De Singly 2010
<b>Légitimité culturelle</b>	Éclectisme, diversité, omnivorisme	Donnat 1994 ; Ariño 2010 ; Peterson 1992
<b>Goûts spécialisés, frontières étanches</b>	Flexibilité, tolérance, profils, partitions, tablatures	Glévarec & Pinet 2009 ; Lizé & Roueff 2010 ; Négrier, Djakouane & Jourda 2010
<b>Héritage</b>	Carrière	Bourdieu 1979 ; Djakouane & Pedler 2003 ; Djakouane 2011
<b>Subversion</b>	Consommation	Adorno 1958 ; Menger 2003 ; Fleury 2006
<b>Artístico-culturel</b>	Touristico-culturel	Snowball 2005 ; Benhamou 2004 ; Autrepart 2006 ; Cousin & Réau 2009
<b>Lieu de culture</b>	Territoire culturel	Raibaud 2005 ; Négrier, Préau & Teillet 2008

Source : Négrier 2011

Ce tableau synthétise une série de tendances qui concernent différents aspects de notre rapport à la culture. Comme l'indiquent souvent les auteurs cités en référence (colonne de droite), il s'agit moins d'évolution linéaires allant de la première (le passé) à la deuxième colonne (l'avenir), que d'une problématique constante qui illustre les tensions, et, à certains égards, permet de comparer les institutions, projets ou milieux culturels.

Ainsi, la tension qui s'exerce sur l'opposition subversion/consommation ne peut être simplement perçue comme un alignement des comportements actuels sur le second terme. C'est d'ailleurs tout l'enjeu d'un festival de musiques actuelles de s'inscrire dans cette dialectique particulière, sans céder aux sirènes du spectacle uniquement « rentable ». À ce titre, le soutien des pouvoirs publics fait partie, à côté des transformations constantes de la scène musicale elle-même, des instruments qui rendent possible une certaine résistance aux styles, esthétiques et produits qui dominant l'offre à un moment donné (Guibert 1998).

De même, le passage d'une vision très cohérente du rapport entre l'expression des goûts et identité sociale (âge, sexe, diplôme et PCS) à des relations bien plus complexes et variables au sein de « profils » (Glévarec & Pinet 2009, Négrier, Djakouane & Jourda 2010, Lizé & Roueff 2010) n'abolit pas toute pertinence à la question de savoir ce qu'aimer (Mozart, le Métal, la danse, le rap...) veut dire de soi et de son rapport au monde. Nous verrons dans ce travail que l'agencement social des goûts ouvre, dans le cadre des Eurockéennes, de très belles perspectives de discussion de ce que Paul DiMaggio analysait comme le travail interprétatif des individus (Di Maggio 1987).

Du même coup, certains tendent à valoriser une nouvelle vision du spectateur, du public, moins sensible à *l'héritage* (Bourdieu 1979) qu'à la *carrière* (Djakouane 2011a). Le rapport à la culture, forgé non plus dans une génétique personnelle mais dans une série très étendue d'instances de socialisation, comme l'école, le couple, les amis, les collègues ou les voisins (Lahire 2004), implique une variété de destins dont on peut définir les étapes comme autant d'épreuves au sein d'une « carrière ». Les monographies portant sur les lieux ou des expériences festivières (Leveratto 2010) confirment cette réévaluation nécessaire des contextes locaux (Fabiani & Ethis 2002) dans la genèse de « compétences culturelles » de la part de spectateurs dont l'étude des origines sociales et familiales se seraient avérées plutôt dissuasives (Djakouane 2010). Cependant, sur ce point, la révélation, assez optimiste, de ces carrières participe le plus souvent d'analyse qualitative, tandis que les approches quantitatives introduisent toutes les réserves sur l'ampleur des phénomènes. Dans cet ouvrage, nous alternerons les deux méthodologies pour mettre les « carrières » à l'épreuve des « héritages ».

Il n'est cependant pas contestable que le festival, en tant que forme événementielle contemporaine, concentre une bonne partie des aspirations ou des craintes liées à la « festivalisation » de la culture. Et c'est d'autant plus le cas que nous nous trouvons dans le cadre d'un festival de rock.

Peu de travaux se sont véritablement attachés à étudier un festival de grande ampleur consacré aux musiques actuelles. Ce livre constitue donc une contribution à la sociologie des cultures populaires, à tout le moins, des cultures qui n'entrent pas dans l'univers des cultures savantes. Parmi les résultats que nous allons présenter, certains sont inédits à plus d'un titre. Si l'ouvrage s'inscrit dans la lignée des études monographiques consacrées à un événement culturel (Ethis 2003), il propose une approche originale qui croise le regard scientifique des sociologues à celui, plus impressionniste et plus sensible, d'artistes et d'un écrivain qui ont participé aux Eurockéennes. La question des publics mérite d'être abordée sous plusieurs angles, pour aller au-delà du dénombrement d'une fréquentation. L'originalité se trouve aussi au centre d'une démarche sociologique qui mêle des données quantitatives – sur la sociologie des publics et leur modalité de fréquentation du festival – et des données qualitatives sur leur perception de l'évènement et leurs pratiques numériques. Il s'agit ainsi de porter un regard nouveau et pluriel sur les publics d'un festival typique d'une certaine offre culturelle française contemporaine.

### ***Les sociabilités culturelles à l'heure du numérique***

La dimension festive, le caractère massif du public et l'héritage symbolique dans lequel s'inscrit un événement comme les Eurockéennes de Belfort nous ont incités à interroger les sociabilités des festivaliers. Quelle perception ont-ils des autres ? Quelles relations ont-ils avec eux ? Ont-ils l'impression de faire partie d'une communauté ? Etc. La partie qualitative de l'enquête, fondée sur plusieurs dizaines d'entretiens en face-à-face, apporte un certain nombre de réponses à ces questions. Nous y soulignons l'importance de l'ambiance et de l'expérience humaine dans la démarche des festivaliers. La mise en perspective des pratiques culturelles et des formes de sociabilité a fait l'objet, dans la période récente, d'importants travaux. Elle est aujourd'hui questionnée par la large diffusion du numérique et des instruments de communication qu'il génère.

Comment les pratiques culturelles dessinent-elles des formes de sociabilité ? Pour répondre à cette question, Dominique Cardon et Fabien Granjon ont mis en évidence trois configurations de relations sociales : la spécialisation, la distribution et la polarisation (Cardon & Granjon 2003). La *spécialisation* correspond au cas où un type spécifique de pratique est réservé à un type de réseaux de relations. Par exemple, le cercle lié à la pratique du théâtre ne recoupe pas celui lié à la sortie au cinéma, lui-même différent de la fréquentation d'un bar musical. La *distribution* met en évidence au contraire une pratique culturelle qui est partagée avec plusieurs cercles relationnels. Par exemple, un concert est l'occasion de faire converger les trois cercles précédemment cités. Quant à la *polarisation*, elle repose au contraire sur le partage, par un même groupe, d'un ensemble de pratiques culturelles différentes. Dans notre exemple, ce serait donc le même cercle qui serait celui des pratiques du théâtre, du cinéma et du bar musical. Sans être nécessairement intentionnelles, ces trois configurations définissent autant les caractéristiques des individus, que leur milieu social ou que l'étape du cycle de vie dans laquelle ils se trouvent. Ainsi, la polarisation semble plus proche des expériences lycéennes, la spécialisation des séquences entremêlées de la vie étudiante, et la distribution des contraintes de la vie professionnelle. Dans les paragraphes qui suivent, nous proposons deux hypothèses. La première est qu'un festival comme les Eurockéennes n'est pas l'apanage d'une seule configuration, mais est au contraire un événement susceptible de mobiliser les trois à la fois. La seconde hypothèse est que les instruments numériques sont des vecteurs majeurs, mais variables, de construction de ces sociabilités.

La dynamique de *spécialisation*, qui se caractérise par une sélection et une séparation des cercles de sociabilités, instrumente les goûts pour maintenir à distance et isoler des espaces relationnels. Les contacts se raréfient à mesure de la spécialisation des informations, des compétences et des apprentissages en action. C'est le cas des communautés virtuelles qui mettent en relation des profils d'individus peu courants. Internet devient alors une ressource essentielle pour construire des espaces spécialisés de communication. La musique est un des domaines les plus en pointe sur la question. Dans le cadre du festival, elle permet de prolonger l'expérience communautaire qui s'achève matériellement avec la fin du festival. Internet permet ainsi de faire vivre un réseau spécialisé de pratiquants, et les contributeurs n'ont plus besoin d'être présents à chaque édition pour continuer à faire partie de la communauté de spectateurs. Internet offre ainsi une sorte de capital social labile que l'on mobilise ponctuellement, pour bénéficier de contenus spécifiques ou alimenter un monde social propre. Comme le rappelle Simmel, la différenciation des cercles spécialisés développe une « amitié différenciée » qui « ne concerne à chaque fois qu'un aspect de la personnalité sans s'immiscer dans les autres » (Simmel 1991 : 34). Toutefois, et même si leurs conversations sont orientées par leur activité commune, les déplacements de conversation vers des sujets plus personnels apparaissent nécessaires au maintien et à l'enrichissement de la relation.

La dynamique de *distribution* exprime une tendance à transporter vers différents cercles relationnels une même activité culturelle qui favorise l'interconnaissance entre les différents cercles. Cette prescription relationnelle s'exprime à travers la pratique du *tagging* par exemple ou sur les pages personnelles types Facebook. Mais elle s'incarne aussi à travers des formes concrètes de sortie culturelle. Nombre de festivaliers enrôlent ainsi des relations (amis, copains, conjoint ou membre de la famille) qui sans eux ne seraient jamais venus au festival. L'effort consiste ici à faire partager certaines

expériences soit physiquement, soit virtuellement. C'est sous cette configuration communicationnelle particulière que s'est développé l'essentiel des échanges liés à la fête. La pratique festivalière en est un bel exemple, où l'ambiance festive représente souvent l'une des motivations majeures de la venue. Plus généralement, c'est donc aussi à travers ces aspects relationnels que les goûts et les pratiques se transforment.

Enfin, la dynamique de *polarisation* consiste à focaliser vers un seul cercle relationnel constitué sous forme de « bande » un ensemble de pratiques culturelles distinctes mais associées par des proximités de genre. La motivation centrale étant ici de « faire ensemble », même si le groupe participe à des collectifs plus étendus pouvant être qualifiés de « nébuleuse » (Bidart & Le Gall 1996). Ici, les sociabilités masculines et féminines se distinguent. Si la « bande » correspond à un format exclusif et ostentatoire plus masculin, la participation des filles aux nébuleuses est plus importante. Les dynamiques de polarisation féminine s'expriment plus facilement à travers le très petit cercle des « meilleures amies ». Par ailleurs, il faut rappeler l'ancrage générationnel de ce type de pratiques. Les nébuleuses de la culture juvénile trouvent un terrain propice avec le développement des cultures urbaines, et au sein des mouvements des *free parties* (Racine 2002). Il s'agit donc d'une pratique collective où c'est l'ensemble du clan qui se socialise. La bande de copains venue pour faire le festival ensemble est un des classiques des Eurockéennes. La féminisation croissante du public, que nous allons analyser, montre également que la participation au festival s'inscrit dans la nébuleuse des pratiques de sociabilité des jeunes générations fortement représentées aux Eurockéennes, et singulièrement au camping où l'esprit communautaire est le plus marqué.

Ces trois dynamiques nous renseignent également sur la construction des identités sociales et des goûts des festivaliers à travers leurs pratiques culturelles. Les individus qui spécialisent une partie de leur réseau relationnel autour d'une pratique spécifique se rapprochent de la figure de l'amateur, pour qui l'engagement dans l'activité culturelle contribue à définir son identité sociale et à sa reconnaissance par ses proches. À l'opposé, les individus qui distribuent leurs pratiques au sein de différents cercles relationnels s'apparentent davantage à la figure du consommateur culturel. Ici, l'identification des personnes qui participent aux réseaux se fait rarement sur la base des pratiques et des goûts. Enfin, les individus qui polarisent plusieurs pratiques sur un même segment relationnel ont des goûts mouvants qui peuvent évoluer en fonction des souhaits de la bande et des espaces sociaux traversés. Nous verrons, dans cet ouvrage, que ces différents agencements de sociabilité coexistent au sein du festival.

Nous verrons aussi, et c'est notre seconde hypothèse, que les pratiques numériques jouent un rôle croissant dans la composition de ces sociabilités et dans le rapport à l'événement. Comme l'indique Olivier Donnat (2009), c'est sur ces pratiques que les effets de génération sont les plus forts, et à même de déjouer, en certains points, l'influence d'autres déterminants sociaux tels que le diplôme ou la catégorie sociale. Nous avons donc observé les pratiques numériques de festivaliers qui, parce qu'ils sont plus jeunes, semblaient devoir nous permettre de mieux connaître les différents usages que recouvrent ces pratiques. Celles-ci vont des aspects utilitaires d'accès à l'information jusqu'aux différentes formes d'échanges avant et après le festival. Certaines se rattachent au partage élargi d'informations publiques, et d'autres à l'extension du domaine de la conversation (Cardon 2010). Ces deux filiations d'Internet ne sont pas sans lien avec l'esprit festivalier. Dominique Cardon rappelle d'ailleurs que

l'un des chantres du cyberspace comme espace communautaire n'est autre que John Perry Barlow, le parolier des Grateful Dead (idem p.25), où l'esprit festivalier nord-américain (de Monterey, Woodstock et autres événements) est l'une des sources d'inspiration. Et le rythme de la vie quotidienne pendant le festival, notamment au camping, prend des allures communautaires.

Aussi nous semblait-il intéressant de savoir si cet esprit se prolongeait à travers un usage spécifique des technologies de l'information et de la communication (TIC), et notamment à travers les réseaux sociaux numériques. Le cas du festival nous permet ainsi d'aborder la question du lien entre pratiques culturelles et usages des TIC, même si nous savons que cette relation est loin d'être simple. Cela est notamment dû à l'opposition entre ceux qui pensent pouvoir analyser ces nouvelles pratiques dans la continuité des anciennes, et ceux pour lesquels, au contraire, l'émergence de ces nouveaux instruments modifie radicalement la donne, et implique un changement de paradigme.

Du côté des premiers on trouve, par exemple, l'idée que ces usages, en dépit de leur forte diffusion, demeurent soumis à une loi de participation très inégalitaire. Dans la rencontre qu'autorise Internet entre, d'un côté, l'extension de l'espace public et, de l'autre, la démultiplication des pratiques de conversations, les capacités ne sont pas également distribuées. On trouve aussi l'idée que de telles pratiques, qui semblent pouvoir réunir des individus très éloignés, s'inscrivent de plus en plus dans des formes de proximité sociales et territoriales (Cardon 2010 : 27-29).

Pour les autres, les nouveaux usages se caractérisent par la nécessité de recourir à une révolution du regard, en proposant de nouveaux paradigmes, comme y incite Zigmunt Bauman depuis ses travaux sur « la vie liquide » (2006). Il n'est, aujourd'hui, pas facile d'arbitrer entre ceux qui voient le neuf avec des lunettes assez classiques, en termes de rapports sociaux par exemple ; et ceux qui abordent la nouveauté en ne s'appuyant que sur des métaphores (agora, forum, réseau, amitié) de l'ordre « ancien », tout en annonçant une nouvelle ère. Dans cet ouvrage, notre propos est, par le terrain, d'alimenter la réflexion à partir de pratiques (festival, pratiques numériques) qui semblent à la pointe des transformations contemporaines des sociabilités.

### *Des regards croisés sur les publics*

Avant notre arrivée en 2010, l'observation du public s'est concrétisée à trois reprises : 1994, 2000 et 2004. Nous ne pourrions pas comparer terme à terme les résultats de ces enquêtes avec la nôtre, dans la mesure où les échantillons et les méthodes diffèrent. L'enquête de 2004 s'appuie sur un échantillon de 504 questionnaires et de 33 entretiens semi-directifs. Notre enquête de 2010 rassemble un échantillon de 1 365 questionnaires et de 71 entretiens semi-directifs. Globalement, les questions n'ont pu être strictement identiques, même si nous pouvons faire quelques comparaisons entre résultats. Si l'on voulait synthétiser ceux de l'enquête 2004, on pourrait établir le portrait du festivalier comme suit. L'« eurockéen » était un festivalier plutôt masculin (63%), jeune (24 ans en moyenne), issu des catégories sociales supérieures (27%, pour 19% de professions intermédiaires, 18% d'ouvriers et 13% d'employés), et de niveau scolaire élevé, en considérant qu'une majorité des festivaliers étaient encore scolarisés, et que, par conséquent, le diplôme était en cours d'acquisition. Les belfortains se chiffraient à 20%, et les étrangers à 6%. L'utilisation du camping du festival touchait 34% des publics,



contre 39% qui logeaient à domicile. Entre 1994 et 2004, les tendances observées sur ces indicateurs montraient une hausse du niveau social, une augmentation du public local, et un ralentissement du renouvellement du public (51% de nouveau en 2000, 45% en 2004) compensé par une fidélisation croissante : les festivaliers d'alors indiquaient en grande partie leur intention de revenir l'année suivante, de même qu'ils étaient majoritaires (66%) à fréquenter d'autres festivals. Leur venue aux Eurockéennes était plus reliée au festival en général (57%) qu'aux groupes qui s'y produisaient en particulier.

**Tableau 3. Comparaison des publics 2004 et 2010**

Indicateurs	2004	2010
Age moyen	24 ans	28 ans
Part des hommes	63%	54%
Part des classes supérieures	27%	37%
Part des ouvriers	18%	5%
Part des Belfortains	20%	19%
Part des étrangers	6%	7%
Part des campeurs	34%	38%
Part des nouveaux venus	45%	36%

Cet ensemble de données, ainsi que plusieurs autres qui n'avaient pas été évoqués, notamment sur la structure des goûts musicaux, les pratiques culturelles, numériques en particulier, vont ici faire l'objet d'un traitement approfondi. Notre analyse du public des Eurockéennes de Belfort repose sur une enquête menée durant les trois jours de l'édition 2010 du festival. La méthode utilisée s'appuie sur la distribution d'un questionnaire écrit et la réalisation d'entretiens semi-directifs. Le questionnaire (cf. annexe) comportait 24 questions touchant aux modalités de fréquentation du festival (ancienneté, durée du séjour, nombre de concerts...), aux ressources numériques des festivaliers (Internet, réseaux sociaux numériques, etc.) ainsi qu'à leurs pratiques culturelles, et notamment celle d'autres festivals. Outre les critères sociologiques usuels (sexe, âge, profession, diplôme, etc.), le questionnaire abordait également les dépenses occasionnées par la venue au festival (billets, transport, hébergement, restauration, etc.), les goûts musicaux des festivaliers, ainsi que la façon dont ils définissent le festival. Les entretiens semi-directifs abordaient quant à eux des questions relatives à la perception de l'offre, du fonctionnement et de l'ambiance du festival, ainsi qu'aux goûts et aux pratiques culturelles et numériques des festivaliers.

Cette enquête marque une nouvelle étape dans les recherches que nous menons depuis maintenant trois ans sur les publics des festivals. En effet, les Eurockéennes représentent une forme festivalière bien distincte des autres dispositifs que nous avons étudiés précédemment. La dimension internationale de sa renommée tout comme celle des artistes qui y sont programmés inscrit ce festival dans une catégorie différente de celle qui caractérise habituellement l'offre culturelle soutenue par les politiques publiques. La dimension commerciale bien présente contribue également à en faire un événement à part dans l'offre festivalière française, à la fois comme précurseur et chef de file des événements qui ont vu le jour à sa suite, tels que les Vieilles Charrues ou Rock en Seine par exemple.

Parce que nous sommes convaincus que l'étude des pratiques culturelles passe par une analyse sociologique qui soit au plus près des publics et de l'offre, cette enquête nous permet, une fois de plus, de montrer l'hétérogénéité des publics de la culture. Contrairement aux autres festivals que nous avons étudiés, le public des Eurockéennes se caractérise par une homogénéité sociologique nettement plus forte qui nous incite, pour une fois, à parler de public au singulier, et qui apporte une contribution nouvelle au débat incessant et passionnant sur les publics de la culture.

L'ouvrage se divise en quatre parties. La première se concentre sur le volet quantitatif de l'enquête. Elle fait l'examen des grandes caractéristiques sociologiques des festivaliers, de leurs identités générationnelles et scolaires à leurs profils de pratiques culturelles et de goûts musicaux. Cette partie s'intéresse aussi aux dépenses des festivaliers, et propose une estimation des retombées économiques du festival. La seconde partie porte sur les aspects qualitatifs de l'enquête menée auprès de plus de 70 festivaliers sous la forme d'entretiens semi-directifs. Elle se concentre notamment sur cette fameuse question des sociabilités festivalières. La troisième partie s'attache à l'analyse des pratiques numériques des festivaliers, à partir d'une étude quantitative et qualitative de la sociologie des utilisateurs et des différents types d'usage. En outre, elle se livre à une analyse de contenu des échanges numériques autour du festival, à partir du décryptage d'une année de dialogues sur la page Facebook du festival et sur le forum du site des Eurockéennes. La quatrième partie donne enfin la parole aux artistes, souvent négligés dans les enquêtes de publics, et auxquels nous consacrons deux volets. Le premier consiste en deux entretiens, auprès de FiliaMotSa, duo de rock psychédélique programmé en 2010, et d'Olivia Ruiz, chanteuse, programmée en 2007, 2008 et 2009. Le second volet de cette partie est une écriture de fiction réalisée par Arno Bertina. Il nous livre ici une déambulation sur l'édition 2011 du festival, en rebondissant sur sa propre lecture des résultats de l'enquête sociologique. Sa façon de questionner les résultats de la recherche, de les mettre à sa façon en perspective, est d'une grande richesse : celle que l'écriture de fiction s'autorise là où, faute de ressource, de pertinence ou de talent, le sociologue s'arrête.

## PREMIERE PARTIE : LES EUROCKÉENS EN CHIFFRES

Par Emmanuel Négrier et Aurélien Djakouane

Traitement : Marie Jourda

Cette première partie présente l'analyse des résultats de l'enquête quantitative. Il se compose de tris à plat ainsi que d'une série de croisements entre variables, parmi lesquelles la prise en compte des spécificités des utilisateurs du camping du festival (nommés ici les « campeurs »<sup>3</sup>), afin d'identifier les points sur lesquels cette fraction de public se distingue des autres. Nous comparons, quand cela nous a semblé utile, les résultats obtenus avec ceux de notre précédente enquête sur les publics des festivals (en général et avec ceux concernant les festivals de musiques actuelles). À propos des pratiques culturelles et des goûts musicaux des festivaliers, nous avons également procédé à l'élaboration de profils qui permettent, à partir d'une certaine combinaison de données (de pratiques ou de goûts pour tel ou tel genre musical), de préciser les caractéristiques sociologiques (âge, catégorie sociale, diplôme et lieu d'habitation) de segments de public. Cette analyse s'achève avec une estimation des retombées économiques que génère le festival. Ces retombées sont calculées à partir des déclarations des festivaliers eux-mêmes, d'une part, et des chiffres fournis par le festival quant à ses propres dépenses territorialisées, d'autre part.

### 1. Portrait sociologique

#### 1.1. Un public d'hommes et de jeunes

Contrairement à la tendance qui caractérise l'ensemble des pratiques culturelles (Donnat 2005), mais dans l'esprit de ce que nous avons déjà constaté sur les publics des festivals de musiques actuelles (Négrier, Djakouane & Jourda 2010), le festivalier des Eurockéennes est plus masculin que féminin. Les hommes représentent ainsi 54,2% de l'ensemble du public, et leur présence est encore plus marquée parmi les campeurs où ils atteignent 60,5%. Dans le temps, la proportion d'hommes tend cependant à décroître, comme nous le verrons plus loin. Avec une moyenne de 27,8 ans, le public des Eurockéennes est également plus jeune que celui de l'ensemble des festivals que nous avons étudiés en 2008. Cette moyenne se rapproche de celle du festival de musiques actuelles Chapiteuf, dans l'Aude (26,6 ans de moyenne). Une fois encore, le groupe des campeurs accentue la tendance avec une moyenne de 23 ans. La décomposition par tranches d'âge nous donne la ventilation suivante :

**Tableau 4. L'âge des festivaliers**

Age	%
Moins de 18 ans	8,2
18 à moins de 25 ans	37,9
25 et à moins de 40	41,0
40 à moins de 50	8,6
50 à moins de 65	4,1

<sup>3</sup> Nous n'utilisons le mot « campeur » que pour désigner l'utilisateur du camping du festival et non les clients d'autres campings, payants, à proximité.

Plus de 65	0,2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Nous reviendrons plus avant sur l'incidence de l'âge des festivaliers sur certaines variables, comme le renouvellement du public, le recours aux nouveaux outils de communication, les goûts, etc.

### **1.2. Des festivaliers d'origines géographiques diverses**

Question centrale dans l'analyse des publics, l'origine géographique apparaît ici d'autant plus délicate à interpréter que les Eurockéennes se déroulent dans une région située au carrefour d'autres régions et d'espaces urbains connexes, et transfrontaliers. Nous avons pu ainsi regrouper les festivaliers suivant 5 catégories : ceux de l'agglomération (au sens institutionnel du terme : la communauté d'agglomération belfortaine et ses 30 communes) ; ceux du département du Territoire de Belfort (hors agglomération) ; ceux de la région Franche-Comté ; ceux des autres régions françaises, et enfin ceux venus de l'étranger.

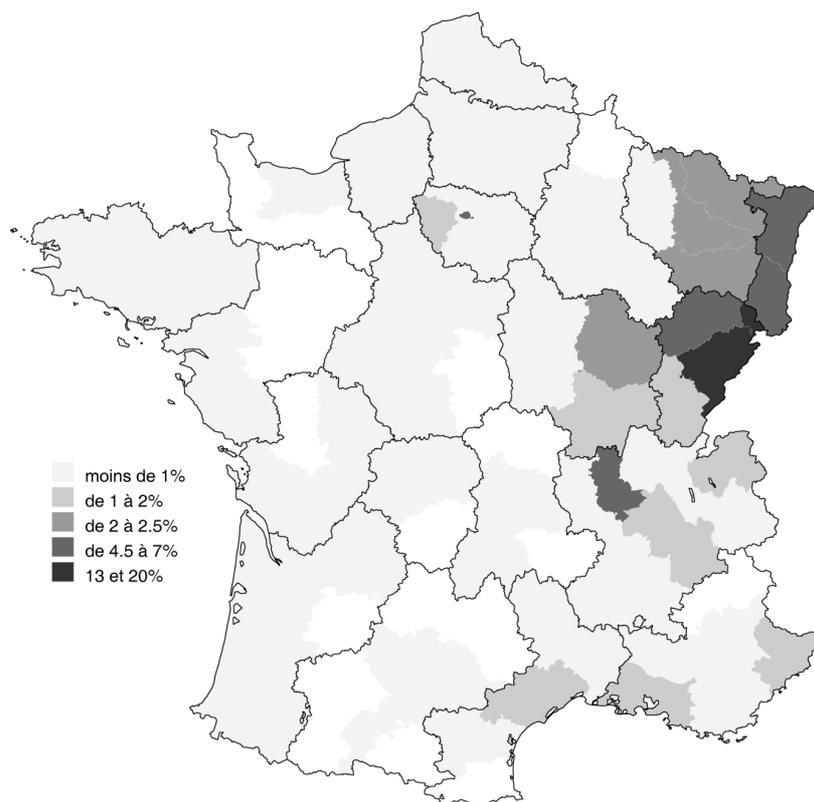
**Tableau 5. Comparaison de l'origine géographique des festivaliers**

Lieu d'habitation	Eurockéennes 2010	Ensemble des festivals (CNRS 2008)	Festivals Musiques Actuelles (CNRS 2008)
<b>Agglomération</b>	13,3	<b>31,1</b>	20,1
<b>Département</b>	5,2	24,4	<b>23,5</b>
<b>Région</b>	19,1	15,1	16,6
<b>France</b>	<b>55,1</b>	26,0	16,6
<b>Étranger</b>	7,3	3,4	1,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Voici sans doute ce qui constitue un des premiers enseignements de l'enquête. Contrairement aux autres festivals que nous avons étudiés, le public du festival des Eurockéennes est majoritairement issu d'autres régions que celle où il est implanté. A Belfort, le public régional compte pour 37,6% tandis qu'il dépasse les 61% ailleurs. Ce premier constat ne remet pas totalement en cause l'effet de proximité dans la mesure où les régions limitrophes (Alsace, Lorraine, Bourgogne, Rhône-Alpes) sont prédominantes. En revanche, il montre clairement que le rayonnement géographique des Eurockéennes est bien plus important que les autres festivals que nous avons étudiés. A ce titre, il figure ainsi parmi les événements dont la portée médiatique et la renommée nationale et internationale, se traduit également à l'échelle du public, ce qui n'est pas le cas pour d'autres festivals de même renommée (cf. Avignon, Cannes...). Nous évoquions en introduction l'hypothèse d'une « régionalisation » du festival, au sens où celui-ci constituerait l'offre festivalière en musiques actuelles pour un Grand Est de la France. Cette idée ne correspond qu'en partie à la réalité. L'événement continue d'attirer un public extérieur de façon significative. Ce constat se confirme à travers le nombre de spectateurs étrangers dont les effectifs sont deux fois plus importants ici (7,3%)

qu'ailleurs (3,4%)<sup>4</sup>. La comparaison de ces chiffres avec ceux de 2004 montre un léger repli du public belfortain (de 20% à 18%) alors qu'il avait au contraire progressé entre 2000 et 2004. Elle montre en revanche un essor, mesuré, du public étranger (7,3% contre 6%). Mais ce sont des évolutions assez faibles, qui ne remettent pas en cause les grandes proportions témoignant de l'enracinement territorial et du rayonnement du festival. Encore une fois, la population des campeurs accentue ces caractéristiques, les étrangers y étant deux fois plus nombreux (13,8%) et les festivaliers issus d'autres régions françaises dépassant les 70%.

**Carte 1. La provenance des festivaliers**



Dans la mesure où ces résultats ne coïncident pas avec les tendances observées pour les festivals de musiques actuelles dans notre échantillon de 2008, nous pouvons faire l'hypothèse que nous sommes bien en présence d'une nouvelle catégorie de festivals. On peut donc d'ores et déjà supposer que cette offre festivalière spécifique attire un public aux caractéristiques également singulières. Voici les principaux pays représentés :

<sup>4</sup> De même que pour l'âge, l'origine géographique des festivaliers sera confrontée, plus loin, à différentes variables telles que le renouvellement, l'identification au festival, les modalités d'achat de billet, etc.

**Tableau 6. Les festivaliers étrangers et leur origine**

Pays	Part parmi les étrangers (en%)
Suisse	52,2
Belgique	7,8
Allemagne	7,8
Pays-Bas	3,3
Angleterre	2,2
Luxembourg	2,2
Canada	2,2
Autres	22,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

### **1.3. 69% de diplômés du supérieur**

Avec 68,9% de festivaliers ayant fait des études supérieures, les Eurockéennes rassemblent un public dont le niveau de formation est bien supérieur à la moyenne nationale (20,9% de diplômés du supérieur, INSEE 2009) même si cette moyenne reste inférieure à celle de l'échantillon de festivals étudiés en 2008 (71,6% de diplômés du supérieur).

**Tableau 7. Le niveau d'étude des festivaliers**

Niveau d'étude	%
École primaire	0,7
Brevet des collèges	4,6
CAP/BEP	4,4
Bac Pro	5,5
Bac (général ou technologique)	15,9
Bac +2	20,7
Bac +3 / Bac +4	23,1
Bac +5 et au-delà	25,1
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Le constat est le même avec les titulaires de diplômes supérieurs : notre étude 2008 recensait 56% de Bac+3, contre « seulement » 48,2% aux Eurockéennes. Cette proportion est cependant supérieure à celle que nous constatons dans les seuls festivals de musiques actuelles. À titre d'exemple, les titulaires d'un Bac+3 et plus comptaient pour 33% du public de Chapiteuf, et pour 40% du public des Transes Cévenoles. Aux Eurockéennes, les campeurs sont moins diplômés que la moyenne, ce qui s'explique aisément par leur jeunesse : ils n'ont, pour une bonne part, pas encore atteint l'âge requis pour disposer d'une licence.

### **1.4. Surtout de jeunes actifs**

Depuis plusieurs années, les Eurockéennes s'imposent dans le paysage français comme un des grands rendez-vous culturels de la jeunesse. Toutefois, cette image d'un « festival jeune » s'avère trompeuse, notamment en laissant croire que son public est formé d'une majorité de scolaires et d'étudiants. En réalité, ce sont des spectateurs jeunes, certes, mais actifs qui dominent (57%). Les scolaires (9,5%) et les étudiants (28,4%) arrivent en seconde position, et comptent pour un tiers du public. Ils sont trois fois plus

nombreux que sur l'ensemble des publics étudiés en 2008, mais dans des proportions relativement comparables à celles que l'on peut trouver dans les festivals de musiques actuelles : 23% d'étudiants et 61% d'actifs aux Transes Cévenoles ; 34% d'étudiants et 54% d'actifs à Chapiteuf. Les demandeurs d'emploi sont sous-représentés par rapport à leur poids dans la population française (taux de chômage de 9,5% au second trimestre 2010), mais c'est encore plus vrai des retraités (23% de la population selon le recensement 2007, et 1% ici). Les campeurs sont, logiquement, plus nombreux à avoir le statut d'étudiant (54,2%) que d'actifs (28,6%).

**Tableau 8. L'activité principale des festivaliers**

Activité principale	%
Actif(ve)	57,0
Étudiant(e)	28,4
Lycéen(ne) et collégien(ne)	9,5
Demandeur(e) d'emploi	3,3
Retraité(e)	1,1
Inactif(ve)	0,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

### **1.5. Des cadres mais aussi des employés**

Par rapport à l'enquête 2008, nous avons ajouté, dans la partie relative à l'activité professionnelle, deux questions portant sur la profession des deux parents. Cette question a connu un nombre assez important de non-réponses. Ceci s'explique sans doute par le fait que nous ayons intégré ces items dans une question globale sur la profession, question sur laquelle les étudiants et les scolaires ne se sont pas sentis concernés. Il faut donc prendre ces résultats avec précaution, car ils sont certainement le reflet des professions exercées par les (jeunes) actifs et leurs parents, plus que de ceux des étudiants.

**Tableau 9. Les professions des festivaliers et de leurs parents – 11 catégories**

Profession	Festivalier	Père	Mère
<b>Cadre, professeur, scientifiques, ingénieurs, professions libérales</b>	<b>33,1</b>	<b>31,4</b>	<b>18,5</b>
<b>Employé</b>	<b>22,1</b>	<b>16,5</b>	<b>27,7</b>
<b>Profession intermédiaire (santé, social, fonction publique)</b>	11,7	6,8	17,2
<b>Technicien, contremaître, agent de maîtrise</b>	10,0	7,3	4,1
<b>Artisan, chef d'entreprise, commerçant</b>	4,3	13,0	6,5
<b>Ouvrier, chauffeur routiers, taxi</b>	4,5	9,5	5,5
<b>Profession des arts, du spectacle, de l'information</b>	3,9	1,1	2,3
<b>Professeur des écoles, instituteurs</b>	3,4	3,9	7,1
<b>Profession administrative et commerciale d'entreprise</b>	2,5	3,1	7,8
<b>Agriculteur</b>	2,4	3,6	2,2
<b>Policier, militaire, clergé</b>	2,1	3,8	1,1
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0<sup>5</sup></b>

<sup>5</sup> Une part de réponses « autre », équivalant à 2,2% du total, renvoie à la réponse « mère au foyer ». Nous avons neutralisé cette réponse pour aboutir à un total cohérent.

**Tableau 10. Les professions des festivaliers et de leurs parents – 6 catégories**

Profession	Festivalier	Père	Mère	Population en 2008 <sup>6</sup>
<b>Cadre et profession intellectuelle supérieure</b>	<b>37,0</b>	<b>32,5</b>	20,8	<b>14,8</b>
<b>Profession intermédiaire, technicien, instituteur</b>	27,6	21,1	<b>36,2</b>	24,1
<b>Employé, policier</b>	24,2	20,3	28,8	29,4
<b>Ouvrier</b>	4,5	9,5	5,5	24,1
<b>Artisan, chefs d'entreprise, commerçant</b>	4,3	13,0	6,5	5,8
<b>Agriculteur</b>	2,4	3,6	2,2	1,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Ces premiers tableaux rappellent les inégalités qui structurent l'accès à la culture en France, notamment en montrant la surreprésentation des catégories supérieures (cadres, professeurs, ingénieurs...) qui sont également celles qui sont les mieux formées. En outre, la perspective sur plusieurs générations nous permet également de constater l'homogénéité sociale des milieux familiaux d'origine qui restent quasiment découpés suivant la même hiérarchie. Toutefois, le cumul des professions intermédiaires et des employés (communément apparentées aux classes moyennes) dépasse les 50% des actifs, et nuancent l'idée d'un public soumis à la double logique de la légitimité culturelle (Bourdieu & Darbel 1969) et de la reproduction sociale (Bourdieu 1979).

En regroupant les différentes professions en six catégories, nous pouvons effectuer une comparaison avec les résultats de l'enquête CNRS-France Festivals (moyenne générale et moyenne des festivals de musiques actuelles).

**Tableau 11. Comparaison des professions des festivaliers – 6 catégories**

Profession	Eurockéennes 2010	Ensemble CNRS 2008	Musiques Actuelles CNRS 2008	Population en 2008
<b>Cadre, profession intellectuelle supérieure</b>	37,0	<b>58,2</b>	<b>42,2</b>	<b>14,8</b>
<b>Profession intermédiaire</b>	<b>27,6</b>	22,4	24,5	24,1
<b>Employé, policier</b>	<b>24,2</b>	11,0	21,1	29,4
<b>Ouvrier</b>	<b>4,5</b>	0,7	3,5	24,1
<b>Artisan, chef d'entreprise, commerçant</b>	4,3	6,6	6,5	5,8
<b>Agriculteur</b>	2,4	1,1	2,2	1,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

<sup>6</sup> Population française de 15 ans et plus, INSEE, RP 2008.



En réduisant encore à trois classes sociales (populaire, moyenne, supérieure<sup>7</sup>), on obtient la répartition suivante :

**Tableau 12. Les festivaliers et leur classe sociale : comparaison de données**

Classe sociale	Eurockéennes 2010	Ensemble CNRS 2008	Musiques Actuelles CNRS 2008	Population en 2008
<b>Supérieure</b>	37,0	<b>58,2</b>	<b>42,2</b>	14,8
<b>Moyenne</b>	31,9	29,0	31,0	29,9
<b>Populaire</b>	<b>31,1</b>	12,8	26,8	<b>55,3</b>
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Cette série de tableau appelle plusieurs commentaires. Notons d'une part que, si l'on rapporte le public des Eurockéennes à la population française en général, il est évident que les catégories les plus populaires (ouvriers, agriculteurs, employés) y sont sous-représentées, et pour les festivaliers et pour leurs parents, quoique à un moindre degré. Les catégories intellectuelles supérieures y sont en revanche surreprésentées. Ces constats nous rappellent que l'accès à la culture demeure inégal, même lorsqu'il s'agit d'une culture mieux reliée que d'autres à l'univers populaire. D'autre part, c'est dans la comparaison avec d'autres chiffres que nous pouvons mieux situer la contribution originale des Eurockéennes à ce rapport à la culture et à l'événement musical en particulier. La comparaison avec la moyenne CNRS-France Festivals, et avec celle, plus spécifique, des festivals de musiques actuelles dans ce même travail montre que les Eurockéennes disposent d'un ancrage populaire plus évident. Si les classes moyennes y sont à peu près aussi présentes (autour de 31%) c'est sur le segment populaire (et par symétrie, sur le segment supérieur aussi) que se fait la différence. Comme pour de nombreuses variables, les campeurs se distinguent ici par une composition plus populaire encore (39,5%). Au final, le public des Eurockéennes laisse s'exprimer une plus grande diversité sociale et un meilleur équilibre entre les groupes sociaux.

## **2. Renouvellement, fidélité et motivation du public**

### **2.1. 36% de nouveaux venus en 2010**

L'édition 2010 des Eurockéennes a enregistré 35,8% de nouveaux spectateurs. La proportion de nouveaux venus est plus élevée (50%) chez les utilisateurs du camping arrivés la veille du premier jour. Sur l'ensemble du public, ce renouvellement est inférieur à celui constaté en 2008 parmi les festivals de musiques actuelles (Négrier, Djakouane & Jourda 2010). Cette différence s'explique notamment en raison du fait que les Eurockéennes est un festival plus ancien que les festivals de musiques actuelles

<sup>7</sup> Et en considérant que les employés font partie de la classe populaire, ce qui n'est pas évident. Mais c'est un choix que nous avons déjà défendu dans notre ouvrage *Les Publics des Festivals*, Éditions Michel De Maule / France Festivals 2010.

étudiés en 2008. En conséquence, la part de spectateurs sinon fidèles, du moins déjà venus y est plus élevée (64,2%).

Les nouveaux spectateurs n'ont pas tout à fait le même profil que le reste du public. Voici un tableau qui résume l'impact de ce renouvellement sur quelques variables clefs.

**Tableau 13. Les variables du renouvellement du public**

Variable	Public déjà venu	Nouveau public	Ensemble du public
Âge moyen	29,4 ans	24,9 ans	27,8 ans
Part des hommes	<b>58,6%</b>	45,6%	54,0%
Part des femmes	41,4%	<b>54,4%</b>	46,0%
Origine belfortaine (90)	<b>25,0%</b>	7,1%	18,5%
Origine extrarégionale	51,5%	<b>81,4%</b>	62,4%
PCS +	35,5 %	<b>40,9%</b>	37,0%
PCS -	<b>31,5%</b>	30,6%	31,1%
Venir pour le festival en général	<b>76,0%</b>	72,0%	74,5%
Rester pendant tout le festival	<b>63,0%</b>	52,0%	58,7%
Assister à moins de 10 concerts	33,0%	<b>41,3%</b>	35,8%
Venir entre amis	57,0%	<b>66,0%</b>	60,6%
Venir seul ou en couple	<b>27,0%</b>	22,0%	25,0%
Consulter le site des Eurockéennes	89,0%	88,0%	88,6%

Le renouvellement constaté va de pair avec un certain rajeunissement du public. Avec 4,5 ans d'écart avec les spectateurs déjà venus – et ce quelque soit le nombre d'éditions suivies – le festival attire clairement un public plus jeune chaque année. Ce constat est confirmé par les entretiens, lorsque certains festivaliers font état d'un « âge pour aller aux Eurockéennes », négocié au départ avec les parents. C'est aussi ce qui explique, comme on le verra plus loin, que parmi ceux qui s'identifient le plus au festival, on trouve une proportion non négligeable d'individus qui y venaient pour la première fois en 2010. Ce constat n'est pas contradictoire avec le fait que la moyenne d'âge des festivaliers tend à augmenter, si l'on compare celle de 2010 (27,8 ans) avec celle des années 2000 et 2004, autour de 24 ans. En effet, le vieillissement relatif du public d'années en années d'un côté, et le fait que le festival attire chaque année un nouveau public jeune de l'autre côté, sont deux tendances qui illustrent le double phénomène de renouvellement et de fidélisation du public. Chaque année un nouveau public jeune vient pour la première fois au festival, mais comme il se fidélise, il revient les années suivantes, et vieillit, en quelque sorte, avec son festival.

Cependant, la tendance la plus spectaculairement associée au renouvellement du public réside dans sa féminisation : alors que nous constatons un public à dominante masculine (en moyenne) qui tranchait avec beaucoup de nos enquêtes antérieures, les nouveaux festivaliers sont... des festivalières pour plus de la moitié (près de 55%). Il est difficile d'expliquer ce retournement de tendance. On peut faire plusieurs hypothèses :

- la programmation, dans son éclectisme, aura davantage attiré les jeunes filles et femmes en 2010 que d'autres années ;
- le caractère paisible de l'ambiance, contrairement à l'image rugueuse du festival des premiers temps, aura moins dissuadé celles-ci ;

- la féminisation de la culture s'applique désormais aux musiques actuelles, signant la fin d'une « exception Eurockéennes »... ;
- la diffusion numérique de l'écoute musicale se révélant une pratique aussi féminine que masculine, elle aura remis en question les différences attachées au sexe à ce sujet<sup>8</sup> ;
- la durée du festival et l'importance des sociabilités afférentes pèsent sans doute dans l'affluence plus marquée des filles. Les garçons emmènent peut-être plus volontiers leur compagne pour faire trois jours de festival que pour un concert d'un soir où la sortie peut se faire avant tout entre amis, ou entre garçons. De ce point de vue, et pour une manifestation du type des Eurockéennes, la sortie au festival ne peut se comparer terme à terme avec la sortie au concert. L'importance des sociabilités amicales a peut-être aussi masqué la présence des couples parmi les groupes d'amis.

Quoiqu'il en soit, il s'agit là d'un phénomène intéressant à creuser dans ses manifestations, ses causes, sa durabilité, ses conséquences pour l'organisation du festival.

Quant à l'origine géographique, le renouvellement touche surtout des individus habitant en dehors de la région. Seuls 7% des nouveaux festivaliers habitent le Territoire de Belfort, contre 25% pour ceux qui sont déjà venus. Ce résultat pourrait alimenter l'idée d'un certain déficit du public de proximité lors de l'édition 2010, au profit d'un vaste public national et étranger. Mais ce chiffre est remarquable, sachant que les Eurockéennes s'inscrivent désormais dans un cadre de plus en plus collectif où d'autres événements existent à la même période. En outre, l'évolution de l'offre festivalière nationale marquée par l'avènement de festivals concurrents inscrits sur un segment de marché comparable à celui des Eurockéennes, aurait pu se traduire par un certain rétrécissement de l'influence géographique sur son aire d'implantation. Or, c'est tout le contraire qui se passe, la fidélisation de la population locale étant achevée, le festival continue à se renouveler en élargissant son public, au-delà de ses frontières territoriales, à d'autres régions. Ce résultat traduit aussi la spécificité de cette offre festivalière où la manière de « faire le festival » implique une démarche plus forte de la part des festivaliers dans un événement qui se déroule sur un laps de temps ramassé mais plus intense que dans d'autres formes festivalières où la logique ponctuelle prime.

En termes de catégories sociales, les nouveaux publics appartiennent davantage aux catégories supérieures, mais à peu près autant aux catégories populaires. Ce sont donc les professions intermédiaires qui profitent le moins du renouvellement. Il s'agit d'un résultat qui tranche nettement avec les résultats de l'enquête que nous avons menée en 2008 où les classes moyennes et populaires étaient les principaux acteurs du renouvellement.

Sur les autres thèmes, les nouveaux festivaliers se distinguent moins nettement de ceux qui sont déjà venus. Ils viennent davantage pour écouter quelques groupes que pour le festival en général (dont il n'a pas encore l'expérience). Ils restent moins souvent pour toute la durée du festival, se contentant d'un ou deux jours « pour voir », et en toute logique, ils assistent à moins de concerts. Enfin, les nouveaux festivaliers viennent plus

---

<sup>8</sup> Nous verrons, dans notre analyse des profils de goûts, que cette inversion de tendance n'abolit pas toute différence à l'égard de la musique.

souvent encore que les autres avec des amis. Le vecteur amical apparaît donc à la fois comme dominant dans l'ensemble, mais encore plus nettement pour la première fois. Par contre, on «revient» plus souvent en couple, voire seul, ce qui n'arrive qu'exceptionnellement pour une première. Enfin, nouvelle preuve de la généralisation d'Internet, les nouveaux venus, comme les autres, fréquentent massivement le site web du festival, essentiellement pour consulter la programmation.

## **2.2. Fidélité et assiduité : une participation intermittente**

Le nombre d'éditions suivies, en moyenne 4,7, est cohérent avec les constats en France en 2008. Un spectateur sur quatre n'était venu qu'une fois ou deux auparavant. Près d'un sur quatre était venu 5 fois ou plus. Assez logiquement, les campeurs, où l'on constate plus de renouvellement, sont plus rarement de très anciens fidèles. Il apparaît ici que si les campeurs viennent de loin, et si certains font preuve de l'assiduité, celle-ci est forcément limitée dans le temps. L'organisation du voyage et du séjour représente une contrainte pas toujours facile à négocier, et sans doute, de plus en plus difficile l'âge avançant et les contraintes familiales et professionnelles apparaissant.

**Tableau 14. Le nombre d'éditions antérieures suivies**

Ancienneté	%
Jamais venus auparavant	35,8
venus une seule fois	13,5
venus 2 fois	10,0
venus 3 fois	7,5
venus 4 fois	6,6
Venus 5 fois	5,8
Venus 6 fois	4,8
Venus plus de 6 fois	16,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

L'assiduité est distincte de la fidélité. Cela signifie que, comme pour beaucoup de festivals observés en 2008, le nombre d'années d'ancienneté de la première participation (5 ans en médiane, 7 ans en moyenne) est un peu éloigné du nombre d'éditions suivies (3 éditions en médiane, 5 en moyenne). C'est un indicateur d'intermittence de la participation qui implique que les fidèles ne sont pas pour autant systématiquement au rendez-vous. Ici encore, les campeurs se distinguent avec une moindre ancienneté de participation initiale (4,6 ans d'ancienneté moyenne). Celle-ci correspond aussi à la jeunesse relative des campeurs par rapport aux festivaliers en général.

## **2.3. La motivation : faire les Eurockénnes !**

La motivation à participer au festival doit largement plus à l'événement en général (74,5%) qu'à tel ou tel groupe en particulier. Cette dimension est encore plus écrasante pour les campeurs, mais également pour le public local et régional. Seuls 25,5% des festivaliers, parmi lesquels on trouve une plus grande proportion de spectateurs extérieurs à la région, déclarent venir pour des groupes en particulier. On comprend donc que la barrière de la distance est davantage franchie grâce à une motivation artistique forte, tandis que les publics locaux peuvent davantage s'installer dans une

routine sans trop regarder la programmation. Toutefois, les entretiens montrent bien que ce qui motive la première venue, et quelque soit le lieu de résidence, impose un juste équilibre entre motivation artistique et envie de vivre une expérience singulière dans une ambiance particulière.

Cette donnée doit être rapprochée de celle portant sur l'identification au festival, que nous traiterons dans le point suivant en observant ceux qui voient les Eurockéennes comme « leur » festival : cette « appropriation » des Eurockéennes va de pair avec une approche encore plus globale de l'événement. A l'inverse, le fait de venir de loin se rapporte davantage à ce que la personne aura, préalablement, repéré dans la programmation. Il est à noter que cette propension à venir pour le festival en général ne concerne ni des spectateurs plus âgés, ni plus jeunes.

Pour autant, les festivaliers ne sont pas dans un rapport d'indifférence à l'égard de la programmation. Pour la plupart, ils savent qu'ils ne rateront pas un certain nombre de groupes, se laissant une marge de liberté, de découverte, intégrant d'ailleurs d'autres activités (restauration, convivialité amicale, repos, etc.) qu'assister à un concert.

**Tableau 15. La planification des concerts**

Attitude	%
Oui, j'ai déjà tout prévu	21,0
Oui, pour la plupart des concerts	44,9
Non, sauf un ou deux concerts	25,3
Non, je n'ai encore rien prévu	8,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Il convient de noter ici que les campeurs, contrairement à une hypothèse qui voudrait que la fête en général prenne pour eux le pas sur la programmation en particulier, sont même plus nombreux que les autres à avoir une idée précise de ce qu'ils comptent voir.

#### **2.4. Les Eurockéennes vues par les eurockéens**

Comment les festivaliers définissent-ils les Eurockéennes ? Nous avons souhaité le savoir en leur présentant une série de 9 items, pour lesquels nous avons proposé 4 niveaux de réponse : totalement vrai ; assez vrai ; un peu vrai ; pas vrai du tout. Nous avons transféré les réponses sur une échelle de notation sur 20. Voici les résultats :

**Tableau 16. L'évaluation du festival par critère**

Critère	Note /20
<b>Populaire</b>	16,1
<b>Accessible</b> 	14,2
<b>Créatif</b>	13,3
<b>Solidaire</b>	12,7
<b>Original</b>	12,7
<b>Cher</b>	11,9
<b>Écolo</b>	11,7
<b>Commercial</b>	11,0
<b>Élitiste</b>	6,2

La lecture de ces modalités de définition des Eurockéennes nous renseigne sur sa spécificité assez affirmée aux yeux du public. Son caractère populaire est plébiscité, confirmé par le bas score de l'estimation « élitiste » du festival. L'autre opposition « Créatif/Commercial » joue également en faveur du premier critère, mais moins nettement. Enfin, l'écart entre « solidaire » et « cher » au bénéfice du premier est un peu plus étroit.

Si l'on s'accorde pour faire de « Cher », « Commercial » et « Élitiste » des qualificatifs dépréciatifs pour l'événement, alors on peut en déduire que le point de vue des festivaliers est très positif. Son caractère « écolo » reste, en dépit des actes et discours tenus à ce sujet, en retrait parmi les qualifications « positives ». Ici, la palette de définition des campeurs est équivalente sur la plupart des points (« élitiste » : 6/20 ; « populaire » : 16/20). Nous avons prolongé cette définition à partir d'une question sur ce que représentait la participation au festival du point de vue des pratiques et des représentations des festivaliers. C'était aussi une manière de tester le degré d'identification au festival que procure cette pratique.

**Tableau 17. Le rapport au festival**

Que représente le festival ?	Note /20
<b>Un loisir</b>	18,1
<b>Un rendez-vous d'amis</b>	15,8
<b>Un événement capital</b>	12,3
<b>« Mon » festival</b>	11,0

La réponse à cette question est intéressante car elle montre que l'appropriation (« Mon » festival) reste supérieure à la moyenne, même si elle est bien moins intense (par définition) que l'approche du festival comme un loisir. Mais qui sont ces festivaliers qui s'approprient le plus l'événement comme le « leur » ? Ils présentent un certain nombre de traits intéressants. Tout d'abord, alors que l'on aurait pu faire l'hypothèse que cette identification forte ne s'obtient qu'avec le temps, les « Mon festival » ne sont ni plus jeunes ni plus âgés que les autres. Ils sont strictement dans la moyenne du festivalier. Comme nous le disions plus haut, les « Mon festival » s'identifient parfois très tôt à cette image d'appartenance : 13% d'entre eux venaient même pour la première fois en 2010 ! En revanche, et ici la logique est respectée, c'est un public plus local que les autres. On y compte 27% de belfortains (90) contre 18,5% en moyenne. On y compte

52% de franc-comtois, contre 37,5% en moyenne. Cette identification est donc territorialisée, en dépit du fait que 5% du public étranger, tout de même, y reconnaît aussi sa manière d'être aux Eurockéennes, comme « chez soi ». Sans surprise, les « Mon festival » recourent plus souvent que les autres à l'achat de pass trois jours (64%). Ils restent plus longtemps que les autres (70% restent au moins 3 jours, contre 58,7% en moyenne). Ils sont également moins nombreux à fréquenter d'autres festivals (57% contre 62%). L'identification va de pair avec une plus grande exclusivité, même si la majorité reste multi-festivalière. Contrairement à une idée reçue, les « Mon festival » ne voient pas plus de concerts que les autres pour autant. Ils auraient même tendance à en voir un peu moins, signe, peut-être que l'identification forte au festival ne se limite pas à l'offre artistique, mais qu'elle déborde plus largement, et notamment à l'événement convivial qu'est le camping. Enfin, ces festivaliers sont issus, plus que les autres, des classes populaires et moyennes. Les écarts, ici, restent assez limités, mais ils vont dans le sens d'une identification plus forte des fractions les plus populaires du public. Les classes supérieures, en revanche, semblent cultiver une distance plus grande à l'événement.

### ***2.5. Quelques données tirées de l'enquête de satisfaction***

Nous évoquons ici les résultats d'une enquête à laquelle nous avons été associés, mais que le festival lui-même a mis en œuvre par l'intermédiaire de son réseau d'adresses électroniques collectées auprès des festivaliers ayant acheté un billet au festival sur le site Internet des Eurockéennes. Fondée sur l'exploitation d'un questionnaire relativement court, cette consultation a recueilli 1 531 réponses de festivaliers venus à l'édition 2010. Il convient de prendre avec précaution ces résultats, qui témoignent d'un public plus jeune que celui qui ressort de notre propre enquête (9% de plus de 40 ans, contre 13% dans notre échantillon), plus extérieur à la région (75% contre 62%) et plus souvent nouveau venu (44,6% contre 36%). Ces écarts sont donc susceptibles de faire varier les résultats. Nous nous contenterons de faire référence à ceux qui sont en lien assez direct avec notre enquête quantitative, et aussi avec les résultats de notre volet qualitatif.

En lien avec nos propres questions portant sur l'identité du festival, on peut noter une très grande correspondance des appréciations. Le festival est perçu comme accessible, solidaire, original et créatif selon à peu près le même niveau de notation (entre 13/20 et 14/20). Il est un peu moins perçu comme écolo, cher ou commercial (entre 11/20 et 12/20) et pas du tout comme élitiste (6/20). Ces chiffres sont identiques aux nôtres, ci-dessous, ou très peu s'en faut.

Une autre confirmation qui se lit dans cette enquête est l'importance de la combinaison associant le lieu du festival, son ambiance et la programmation. Les deux premières qualités distinctives des Eurockéennes (le lieu et l'ambiance) font l'objet d'une appréciation très positive, tandis que la programmation recueille un avis plus mitigé, que l'on verra également s'exprimer dans notre enquête qualitative. Les avis les plus réservés concernent, sans surprise, les prix et la propreté. Mais on verra que dans nos entretiens ces constats sont entourés d'une certaine philosophie : on ne peut demander à un camping transitoire et comble les mêmes prestations qu'un hébergement professionnel.

Quant aux prix, l'enquête de satisfaction nous montre qu'ils sont influencés par deux séries de facteurs. Le premier est l'origine du festivalier : s'il est étranger, il le considérera comme un point fort du festival, par son caractère modeste. Cela peut s'expliquer aisément par les ressources des festivaliers étrangers, supérieures à celles du public local ; et par leur capacité à comparer les Eurockéennes avec les festivals suisses, allemands ou belges, plus coûteux sur ces différents foyers de dépenses. Le public local est plus critique à cet égard, qu'il s'agisse de la billetterie, des prix des boissons ou de la restauration. Le second facteur est... le niveau de satisfaction qui s'exprime à l'égard de la programmation. Plus celle-ci est perçue positivement, moins les prix sont considérés comme excessifs.

Enfin, si l'on met en parallèle les données tirées des enquêtes SCP de 2000 et 2004, et ces données sur la question de savoir quelle est la proportion de festivaliers de 2010 qui indiquent vouloir revenir pour l'édition suivante, 21% en étaient sûrs en 2000 ; 38% en 2004. Ils sont 31% à être certains en 2010. Si 55,8% déclarent en outre revenir « sans doute » en 2011, ils sont très peu à être sûrs du contraire : 2% en 2010, comme en 2004, contre 5% en 2000. Ces données traduisent un certain niveau de fidélité au festival de la part d'une partie significative du public, en dépit d'un renouvellement qui atteint encore en 2010, comme on l'a vu, plus du tiers des spectateurs.

Enfin, cette enquête spécifique nous apporte une autre confirmation du caractère hybride du rapport au festival, fait d'attachement au site, à l'atmosphère, à l'offre artistique. Le séjour, en tant que tel, y prend donc une importance fondamentale. C'est de la venue aux Eurockéennes qu'il faut désormais parler.



### 3. Faire les Eurockéennes

#### 3.1. La durée du séjour

La durée du séjour est, en moyenne, de 2,3 jours. La majorité (58,7%) vient pour toute la durée du festival. Ces résultats distinguent très nettement deux manières de faire les Eurockéennes, soit de manière ponctuelle, pour une journée, soit de manière assidue, pour tout le festival.

**Tableau 18. La durée du séjour**

Durée	%
1 jour	30,1
2 jours	11,2
3 jours	52,9
4 jours	5,0
+ de 4 jours	0,8
<b>Total</b>	<b>100,00</b>

Logiquement, la durée de séjour des campeurs est plus élevée que celle des autres. Avec une moyenne de 3,7 jours, ils sont plus assidus, ce qui explique également la présence de festivaliers dont l'habitation est pourtant assez proche du festival, mais qui préfèrent éviter de faire les trajets, et vivre pleinement l'événement comme parenthèse à l'égard de la vie quotidienne, ainsi que le montre la partie suivante, consacrée aux sociabilités festivalières.

#### 3.2. L'achat des billets

Dans notre échantillon, c'est le pass 3 jours qui est nettement privilégié (55,2%). L'achat d'un billet-jour vient en deuxième (27,7%), puis la place gratuite ou l'invitation (8,7%) et enfin l'achat de deux billets-jour (8,4%). Le pourcentage d'invitations est sans doute surévalué par la confusion entre la détention d'une invitation (par le festival) et le fait d'être invité (par une organisation, par un proche). 85% des campeurs acquièrent un pass 3 jours.

À ce sujet, nos croisements donnent quelques indications intéressantes. Tout d'abord, l'acquisition d'un pass 3 jours, qui peut s'interpréter comme l'octroi d'un avantage tarifaire, n'est pas sensible aux différences de condition sociale. D'une part, les catégories populaires n'y ont pas plus recours que les autres. Les jeunes, d'autre part, n'y sont pas eux-mêmes plus sensibles. Au contraire, ils sont plus nombreux à acquérir des billets-jours, voire à acquérir deux billets-jours, plutôt qu'un pass. Cela est cohérent avec le contingent plus important, chez les jeunes, de nouveaux spectateurs dont on sait aussi qu'ils viennent, lors de la première fois, pour moins de temps. Enfin, l'achat de pass 3 jours est moins fréquent chez les festivaliers non belfortains issus de la région (42% contre 55% en moyenne).

Cela peut s'expliquer par deux phénomènes distincts qui touchent les autres catégories de publics : les locaux sont « dans » la manifestation, et participent pendant toute la durée à un événement auquel ils s'identifient pleinement ; les extra-régionaux se déplacent, parfois de loin, et s'installent pendant toute la durée du festival. Pour les premiers comme pour les seconds, le pass est une modalité logique. Par contre, pour les festivaliers de la région, qui sont moins dans l'« identité eurockéenne », sans être dans

la contrainte liée à l'éloignement, le choix d'une présence partielle (un jour, voire deux) peut se justifier, et limiter un peu le recours au pass 3 jours.

### 3.3. Treize concerts en moyenne

Le nombre de concerts suivis au cours du festival se situe à 13,4 en moyenne, avec un nombre plus conséquent pour les campeurs qui, par définition, restent plus longtemps. Mais l'écart n'est pourtant pas très grand : 17,5 concerts en moyenne pour les campeurs, soit 4 concerts de plus. La proportion de concerts suivis par les campeurs, rapportée à la durée de leur séjour, est d'ailleurs inférieure à celle des autres festivaliers.

**Tableau 19. Le nombre de concerts suivis**

Nombre de concerts	%
Aucun	0,5
1	0,9
2	1,5
De 3 à 5	16,6
De 6 à 9	16,3
De 10 à 14	21,9
De 15 à 19	18,1
De 20 à 24	12,9
25 et plus	11,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Les variables qui influent le plus sur le nombre de concerts suivis sont l'âge, l'origine géographique et la catégorie sociale. Dans le tableau ci-après, nous avons isolé ceux qui assistent à moins de 6 concerts. On voit jouer l'influence de ces trois facteurs. Le public qui limite sa participation en nombre de concert est plus jeune, plus belfortain et plus populaire.

**Tableau 20. Les facteurs sociaux d'une participation limitée**

Variable	Moyenne générale	Moins de 6 concerts
Jeunes de moins de 18 ans	7%	14%
Public local	16%	21%
Catégories populaires	28%	37%

### 3.4. Venir « entre amis »

La participation aux Eurockéennes est un phénomène social, massivement amical, ainsi que notre étude de 2008 le montrait déjà pour les musiques actuelles. Cette dimension amicale est même amplifiée ici, et elle est encore plus prégnante chez les campeurs. Ces derniers viennent à 75% entre amis, laissant présager un lien entre camping, jeunesse et prédominance des liens amicaux sur les sociabilités familiales ou de couple. On sait aussi que cette modalité amicale est encore plus fortement associée à la première fois (cf. plus haut, sur le renouvellement du public).

**Tableau 21. Comparaison des modes d'accompagnement**

On vient...	Eurockéennes	Musiques actuelles	Ensemble
-------------	--------------	--------------------	----------

	2010	CNRS 2008	CNRS 2008
Seul	5,9	7,7	13,1
En couple	19,1	28,4	<b>39,6</b>
Avec des amis	<b>60,6</b>	<b>49,6</b>	27,7
En famille	9,4	11,2	17,0
En groupe	5,0	3,1	2,6
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

### **3.5. L'attrait du camping**

Le camping du festival apparaît comme une modalité très importante d'hébergement. Notre échantillon y recense 37,8% des spectateurs, contre 27,3% en résidence principale, auxquels s'ajoutent 24,5% qui résident en famille ou chez des amis. Les autres formes d'hébergement sont plus rares. L'hôtellerie, les gîtes et chambres d'hôte regroupent 6,4% des spectateurs. Et les autres modalités, comme le camping payant, ne concernent que 4% d'entre eux.

#### 4. Les pratiques culturelles des eurockéens : autres festivals, sorties, lecture

##### 4.1. Un festival, des festivals ?

Le public des Eurockéennes est majoritairement aussi adepte d'autres festivals. 61,6% d'entre eux fréquentent au moins un autre festival dans l'année. Le nombre d'événements cités est très vaste et correspond à des registres très distincts, où voisinent des événements territorialement proches (« Rencontres et Racines »), des rendez-vous phares du rock (« Rock en Seine »), mais aussi des événements aux esthétiques plus éloignées (« Montreux Jazz ») ou au propos non exclusivement musical (« La fête de l'Huma »). À ce sujet, les campeurs montrent une nouvelle fois une certaine spécificité, en étant encore plus nombreux (plus des 2/3) à être de multi-festivaliers. Sur les 340 événements cités, voici ceux qui réunissent plus de 10 références.

**Tableau 22. Les festivals cités 10 fois au moins**

Rang	Nom de l'événement	Occurrences	Rang	Nom de l'événement	Occurrences
1	Rencontres et Racines	126	22	Montreux Jazz	23
2	Rock en Seine	118	22	Pukkelpop	23
3	Fimu	90	24	Ososphère	22
4	Solidays	78	25	Cabaret Vert	20
5	Les Artefacts	75	26	Foire aux Vins	16
6	Paléo	69	27	Les Francofolies	15
7	Décibulles	59	27	Printemps de Bourges	15
8	Les Vieilles Charrues	53	29	Avignon	14
9	Musilac	49	29	Garden Nef Party	14
10	Herbe en Zik	46	29	Nuits Sonores	14
11	Léz'Arts Scéniques	38	32	Chant du Gros	12
12	Dour	35	33	Les Nuits de Fourvière	11
12	Sziget	35	33	Nancy Jazz Pulsations	11
14	La Route du Rock	27	33	Papillons de Nuit	11
14	Main Square	27	33	Reading	11
16	Au Fond du Jardin du Michel	26	37	Chalon dans la Rue	10
16	Le Chien à Plumes	26	37	Couleur Café	10
16	Fête de L'Huma	26	37	Garorock	10
16	Hellfest	26	37	Rock Am Ring	10
16	Paille	26	37	Werchter	10
21	La Guerre du Son	24			

De tous ces festivals, les Eurockéennes apparaissent pour beaucoup comme leur préféré. Naturellement, il existe un certain biais lié au fait de leur poser la question dans le cadre même du festival. Mais la grande variété des réponses (100 festivals sont mentionnés comme étant le préféré d'au moins un festivalier) permet aussi de considérer ce chiffre comme un indicateur intéressant. Voici les principaux festivals préférés (plus de 10 références) :

**Tableau 23. Le festival préféré**

Festival	%
<b>Les Eurockéennes de Belfort</b>	<b>60,2</b>
Paléo	2,7
Sziget	2,6
Rock en Seine	2,2
FIMU	2,0
Rencontres et Racines	1,9
Autres	28,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

En toute logique, ceux pour lesquels les Eurockéennes sont le festival préféré sont plus souvent ceux qui l'identifient le plus comme « leur » festival (cf. plus haut) et ont une moindre pratique d'une pluralité de festivals, même si la fréquentation de plusieurs festivals dans l'année reste majoritaire.

#### **4.2. Pratique de festival et pratiques culturelles**

Comme nous l'avons déjà mis en évidence dans notre étude 2008, la pratique d'un festival est rarement isolée d'autres pratiques culturelles dans l'année. Le profil des pratiques culturelles des festivaliers est ainsi bien différent de celui de la population française tel qu'il ressort de l'enquête dirigée par Olivier Donnat et le DEPS du ministère de la Culture en 2008.

**Tableau 24. Comparaison des pratiques culturelles des festivaliers**

Sorties au cours des 12 derniers mois	Aucune fois		Une fois		Plus d'une fois	
	Eurocks	CNRS	Eurocks	CNRS	Eurocks	CNRS
	2010	2008	2010	2008	2010	2008
<b>Cinéma</b>	6,0	<b>9,2</b>	7,2	<b>11,1</b>	<b>86,8</b>	79,7
<b>Monument, Musée</b>	<b>23,6</b>	8,5	<b>21,4</b>	14,8	55,0	<b>76,7</b>
<b>Concert</b>	9,8	<b>10,3</b>	<b>19,3</b>	17,2	70,9	<b>72,5</b>
<b>Théâtre</b>	<b>50,0</b>	32,7	20,6	20,1	29,4	<b>47,2</b>
<b>Danse</b>	<b>68,8</b>	51,3	18,4	<b>22,9</b>	12,7	<b>25,8</b>

On constate plusieurs aspects de la singularité du public des Eurockéennes par rapport au panel moyen de notre enquête 2008 : les eurockéens vont plus au cinéma, à peu près autant au concert, mais vont beaucoup moins au théâtre et voir de la danse. La structure de pratique épouse à peu près la même hiérarchie (avec l'exception des visites muséales, patrimoniales et d'arts visuels, moins fréquentées par les eurockéens que par le public des festivals de notre enquête 2008), et donne l'image d'un rapport plus populaire à la culture, moins familier des objets et lieux consacrés. La relative jeunesse de ce public explique l'essentiel de ces variations. Cette image se renforce à l'examen comparé des pratiques de lecture.

**Tableau 25. Comparaison des pratiques de lecture**

Au cours des 12 derniers mois	Eurocks 2010	CNRS 2008	DEPS 2008
<b>Aucun livre</b>	<b>17,7</b>	2,7	<b>30,0</b>
<b>Entre 1 et 4 livres</b>	23,6	24,8	<b>27,0</b>
<b>Entre 5 et 9 livres</b>	11,0	<b>17,8</b>	12,0
<b>10 livres et plus</b>	47,7	<b>54,7</b>	31,0

On le voit nettement, les pratiques de lecture des Eurockéens sont en retrait par rapport à celles des publics des festivals recensés en 2008. Mais ils sont cependant largement supérieurs à ceux que nous livrait l'étude sur les pratiques culturelles des français, sur la base d'un panel représentatif de la population française en général. On y recense beaucoup moins de non-lecteurs (19% contre 30%) et beaucoup plus de gros lecteurs (42% lisent plus de 10 livres contre 31%) que chez les français en général. Sans surprise par rapport aux résultats de cette même enquête, la pratique et l'intensité de la lecture varient en fonction de l'âge et du diplôme.

#### **4.3. La lecture de magazines musicaux**

En matière de lecture, nous avons posé la question plus spécifique de la lecture de magazines musicaux. Cette pratique concerne 33,1% des festivaliers, et, dans la logique des résultats précédents, les campeurs en sont plus familiers (39%). Sur les 95 titres recensés, voici les principaux (plus de 10 occurrences) :

**Tableau 26. Les magazines musicaux cités**

Rang	Publication	Occurrences
<b>1</b>	Les Inrockuptibles	208
<b>2</b>	Rock n' Folk	134
<b>3</b>	Rolling Stone	62
<b>4</b>	Rock One	29
<b>5</b>	Guitar Part	25
<b>6</b>	Tsugi	24
<b>7</b>	Tracks	24
<b>9</b>	NME	18
<b>9</b>	Magic	17
<b>10</b>	Noise	13
<b>11</b>	Télérama	11

Quel est le profil des lecteurs de magazines musicaux ? On aurait pu penser que s'y retrouveraient systématiquement les catégories les plus âgées, les plus diplômées et les socialement supérieures. En réalité, cela mérite d'être nuancé. D'abord, si les catégories sociales supérieures sont en effet surreprésentées dans la lecture de magazine, c'est aussi le cas des festivaliers de catégories populaires. C'est la classe moyenne qui, ici, est assez fortement sous-représentée. En deuxième lieu, les jeunes sont plus adeptes des magazines que les autres. 42% des moins de 18 ans en lisent, contre 33% en moyenne. Ils sont encore 36% chez les 18-25 ans. Toutes les autres classes d'âge ont des niveaux de lecture de magazines musicaux inférieurs à la moyenne. Ces lecteurs de magazines musicaux sont également plus souvent d'origine extrarégionale (France : 37% de lecteurs ; étranger : 44% ; Territoire : 20%). Enfin, comme l'illustre le tableau suivant, la

relation entre lecture de magazine et diplôme n'est pas totalement cohérente avec ce que nous observons en général à propos des pratiques de lecture. Rappelons cependant que dans un public aussi jeune, beaucoup n'ont pas l'âge d'avoir un diplôme universitaire. En outre, la lecture de la presse magazine n'est pas considérée comme une pratique savante, à la différence des livres. Il existe même tout un segment à destination des classes populaires, ce qu'illustre le fait, par exemple, que 54% des ouvriers lisent la presse magazine contre 65% des cadres (Donnat 2009). L'écart, dans cette statistique nationale, n'est pas énorme (contrairement à la lecture de la presse quotidienne), même s'il reste favorable aux catégories supérieures.

**Tableau 27. La lecture de magazines suivant le niveau d'étude**

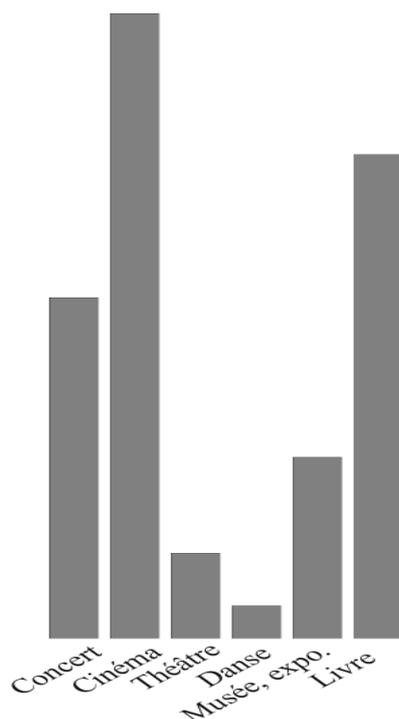
Niveau d'études	Lecteurs de Magazines musicaux
CAP/BEP, brevet, primaire	33,0
Bac Pro	<b>41,0</b>
Bac (général ou technologique)	<b>39,0</b>
Bac +2	30,0
Bac +3 et plus	31,0
<b>En moyenne</b>	<b>33,0</b>

Dans notre échantillon, les plus forts taux de lecture de magazines musicaux se situent non pas dans les catégories les plus diplômées, mais au contraire dans celles qui disposent de niveaux scolaires que l'on a tendance à considérer en général comme moins enclins à la lecture (filiale technologique ou professionnelle, niveau inférieur au baccalauréat). Il y a là sans doute un résultat à méditer quant à la spécificité du lectorat des magazines musicaux, ainsi qu'au rôle que jouent ceux-ci auprès d'une population à l'identité plus populaire que celle des lecteurs de livre.

#### 4.4. Les profils de pratiques

Le rapport des eurockéens à la culture n'est pas homogène. Comme nous avons déjà pu le constater lors de notre enquête nationale sur les publics des festivals, des profils de festivaliers se distinguent en fonction d'un certain nombre d'identifiants comme l'âge, la catégorie socioprofessionnelle, la provenance géographique ou le niveau de diplôme. C'est à cette hypothèse que nous avons travaillé, en distinguant 5 profils que nous présentons ci-après. Chacun d'eux constitue une combinaison originale de pratiques par rapport à un « panier moyen » représenté par le graphique ci-contre.

**Figure 1. Profil moyen**



Comme on le voit, le festivalier « moyen » a un niveau de pratiques culturelles qui privilégie assez nettement le cinéma, les concerts et la lecture<sup>9</sup>, et qui sous-représente les sorties au théâtre et à la danse, ainsi que, dans une moindre mesure les sorties muséales et patrimoniales. Ceci s'explique en partie par la jeunesse relative du public des Eurockéennes.

Mais ce profil est la combinaison d'attitudes assez différentes à l'égard de chacune de ces pratiques, comme nous allons le voir à travers les cinq profils suivants :

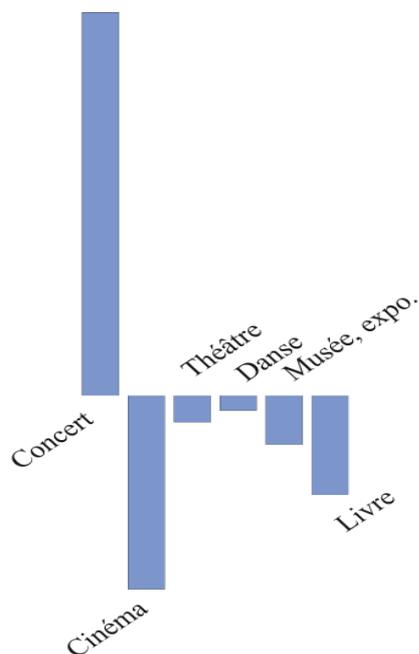
- Les « Concerts » (20%)
- Les « Classiques » (20%)
- Les « Cinéma » (33%)
- Les « Livre » (22%)
- Les « Théâtre et danse » (5%)

<sup>9</sup> Par convention, nous avons admis qu'une sortie cinéma équivalait à une sortie au théâtre, au concert, à la danse, à une visite de musée ou de monument, à la lecture d'un livre.



### Profil 1. Les « concerts »

Figure 2. Les « concerts »



1. Ce premier profil représente 20% de l'échantillon, et caractérise une pratique très forte des concerts, au détriment de toutes les autres sorties, et notamment celles qui dominent le profil moyen : le cinéma et la lecture.

2. Les « Concerts » sont âgés de 27,5 ans en moyenne (contre 26 sur l'ensemble du public<sup>10</sup>), et sont davantage issus des classes moyennes et populaires. C'est un profil très masculin (68,4%)

3. Ils sont bien moins belfortains que la moyenne (9% contre 18%), et plus extra-régionaux (76%) que la moyenne (62%).

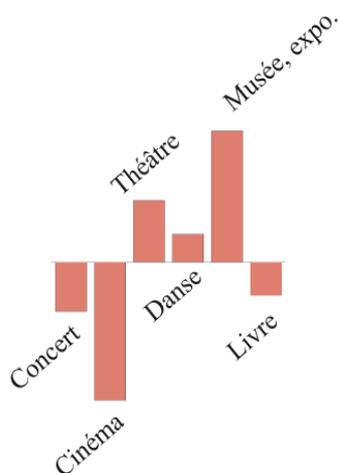
4. Ils ne se distinguent pas par leur niveau de formation (69% ont au moins un Bac +2, contre 70% en moyenne).

5. Ce sont des habitués du festival puisque 75% d'entre eux sont déjà venus.

Ce groupe rassemble donc des amateurs de concerts prêts à parcourir des kilomètres pour participer à un festival qu'ils connaissent et qu'ils apprécient.

### Profil 2. Les « Classiques »

Figure 3. Les « Classiques »



1. Ce deuxième profil rassemble également 20% de l'échantillon mais, contrairement au précédent, on y valorise davantage les pratiques qui sont, en moyenne, les moins fréquentes : le théâtre, la danse, les visites muséales et patrimoniales.

2. Les « Classiques » sont également plus âgés que la moyenne (27,1 ans), et c'est un profil plus féminin (56%).

3. Ce festivalier issu d'un milieu favorisé (lui-même et son père), est un peu moins belfortains (15%) et un peu plus extra-régionaux (65%) et plus diplômés (76% de bac +2 et plus).

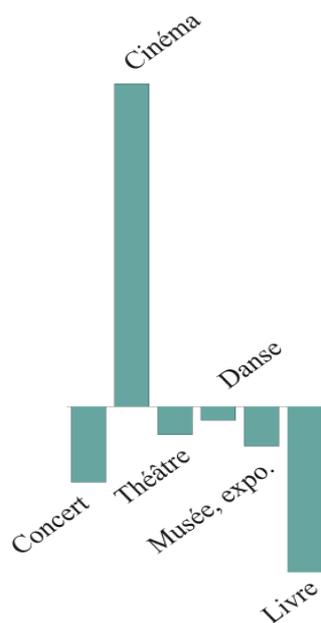
4. Ils sont 35% à venir pour la première fois en 2010.

Ce profil se compose d'une population bien distincte de l'ensemble des festivaliers. Il s'agit d'un groupe davantage orienté vers les sorties à caractère savant, dont la présence ici laisse entrevoir l'éclectisme des pratiques représentatives des classes supérieures de cette génération (Coulangeon 2003).

<sup>10</sup> Pour l'ensemble de ce développement, la moyenne d'âge des festivaliers ayant répondu à ces questions est de 26 ans.

### Profil 3. Les « Cinéma »

Figure 4. Les « Cinéma »



1. Ce troisième profil représente 33% de l'échantillon. Comme leur nom l'indique, les festivaliers rassemblés ici survalorisent la pratique du cinéma, en délaissant les livres, les concerts et, à un degré moindre, les sorties théâtrales, chorégraphiques et muséales.

2. Les « Cinémas » sont plus jeunes que la moyenne, avec 24 ans d'âge moyen. Ils sont aussi très masculins (60%). Les catégories supérieures et populaires sont surreprésentées au détriment des classes moyennes.

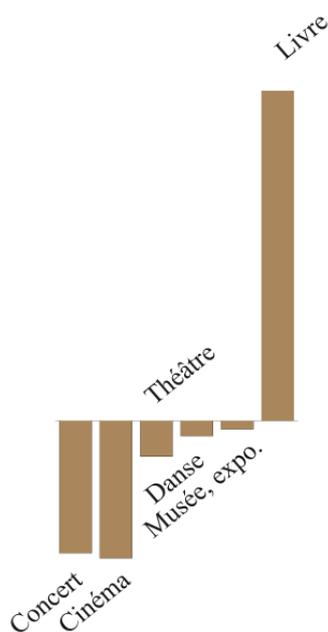
3. Un peu plus belfortains (21%), les « Cinéma » sont à peine moins diplômés que la moyenne (65% de bac +2 et plus).

4. Ils sont 40% à venir pour la première fois en 2010.

Ce groupe rassemble la partie la plus jeune de l'échantillon qui se caractérise par la pratique éminemment générationnel du cinéma.

### Profil 4. Les « Livre »

Figure 5. Les « Livre »



1. Ce quatrième profil représente 22% de l'échantillon et regroupe un plus grand nombre de lecteurs que la moyenne. Ces festivaliers sous-valorisent nettement les sorties au concert et au cinéma, mais sont presque dans la moyenne s'agissant de la danse et des visites muséales et patrimoniales.

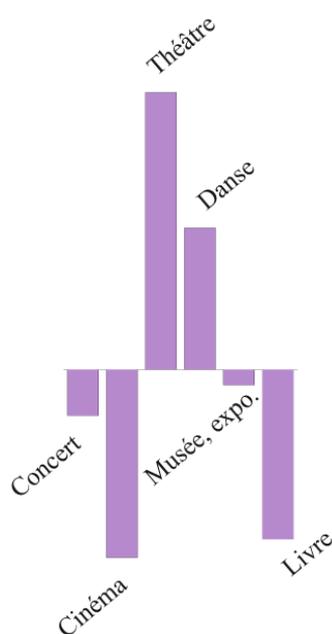
2. Contrairement à la tendance caractéristique d'un vieillissement du lectorat que constatent régulièrement les enquêtes sur les pratiques culturelles des français, les « Livres » ne sont pas particulièrement plus âgés. À 26 ans, ils sont au contraire exactement dans la moyenne. C'est par contre un profil très féminin (60%).

3. Les festivaliers de ce profil appartiennent davantage aux catégories supérieures et moyennes, et moins aux catégories populaires. Leur origine géographique est plus belfortaine que les autres (22%), et beaucoup moins extra-régionale (55%). Leur niveau de diplôme (73% ont au moins un Bac +2) illustre un profil de jeunes adultes au répertoire culturel assez classique.

4. Ils sont 38% à venir pour la première fois en 2010.

### Profil 5. Les « Théâtre et Danse »

**Figure 5. Les « Théâtre et Danse »**



1. Ces adeptes du spectacle vivant ne représentent que 5% de l'échantillon, mais sont remarquables par la singularité de leur combinaison de pratiques : plus de sorties au théâtre et à la danse, mais moins de concerts, de cinéma, de lecture de livre que la moyenne.

2. C'est un profil qui se rapproche du « Classique », mais qui valorise davantage ces deux sorties au théâtre et à la danse tout en ayant une fréquence de visites muséales assez modeste.

3. Les « Théâtre et Danse » ont un âge moyen – 25,8 ans – comparable à celui des « Livre ». Ce n'est pas leur seul point commun ! En termes de catégories sociales, c'est le profil le plus sélectif, avec 56,3% de ces individus appartenant aux catégories supérieures. Sa particularité est aussi d'être très équilibré en termes de sexe : 51% masculin.

4. Mais c'est aussi un profil plus belfortain que les autres (25%) et un peu moins extrarégional (58%) et dont le niveau de diplôme est plutôt inférieur à la moyenne. Ils sont 41% à venir pour la première fois en 2010.

A l'instar de la plupart des festivals, le public des Eurockéennes est donc loin d'être homogène. Il se compose d'une pluralité de publics, que l'on a pu regrouper – ici sur les pratiques et ci-après sur les goûts – en profils distincts. A partir de ce cas, on peut ainsi décrire plusieurs agencements qui témoignent à la fois de la diversité des expériences et des chemins d'accès à la culture, et de la place, variable, qu'y occupe le spectacle vivant, et notamment les festivals. On insistera sur trois points :

1. Dans la mesure où les écarts d'âges sont assez limités entre profils de pratiques, on peut identifier une relative homogénéité du public autour d'un âge moyen situé à l'entrée dans l'âge adulte.
2. Les festivaliers habitant sur le territoire de Belfort ne s'inscrivent pas dans un répertoire spécifique de pratiques. On les trouve en nombre aussi bien dans des profils plus ouverts aux catégories populaires que l'inverse, et à la fois dans des profils plus classiques ou plus typiques d'une orientation vers le cinéma ou les concerts...
3. Si le public des Eurockéennes est plus populaire que celui que nous observions dans nos études sur les publics des festivals, il n'en demeure pas moins marqué par un degré de formation supérieur à la moyenne et, au niveau de ses pratiques culturelles, par une intensité de fréquentation des lieux et des événements culturels, en dehors du festival lui-même, également supérieure à la moyenne.

4. Les profils où les nouveaux spectateurs sont les plus nombreux sont eux-mêmes divers. Il s'agit d'une part du profil « Cinéma » qui représente bien la part jeune et plus populaire de l'échantillon. Mais on y trouve aussi les « Théâtre et Danse », d'âge moyen, mais surtout beaucoup plus féminin que la moyenne.

S'il existe une relative variété de « publics » au sein des Eurockéennes, cela ne se vérifie pas seulement au niveau des pratiques culturelles. Bien au contraire, comme nous allons maintenant le voir, une pareille diversité se retrouve dans l'expression des goûts musicaux.

## 5. Les goûts musicaux

L'expression des goûts musicaux est riche d'enseignements (Glévarec & Pinet 2009). Pour en rendre compte, nous avons proposé une liste relativement resserrée d'univers de goûts, en laissant la possibilité d'ajouter des items. Le premier enseignement concerne la diversité des goûts exprimés, ainsi que la hiérarchie relative qui en ressort. Le deuxième enseignement tient dans la fragmentation des goûts – en esthétiques ou genres très spécifiques – qui démontre la précision des préférences musicales. Le troisième enseignement porte sur la nature des appréciations de genres musicaux et leur degré de polarisation ou de centralisation. Enfin, et quatrième leçon, certains profils de goûts rassemblent des types de festivaliers autour d'un système de préférences spécifiques.

### 5.1. Une hiérarchie à trois niveaux

La hiérarchie qui émerge fait apparaître trois niveaux. Le premier (Rock/Pop) marque le goût carrefour par excellence, au cœur de l'identité du festival. Le deuxième (de l'Electro aux Musiques du monde) témoigne d'un niveau moyen d'appréciation, qui divise sans doute davantage les différents types de public. Enfin, le troisième niveau regroupe des genres très divers (Rap/Hip-hop, Métal/Hardcore, Musique classique), et moins appréciés. Ceux-ci se différencient cependant entre genres « clivés », où coexistent un petit nombre d'appréciations très positives et un grand nombre de rejets plus marqués, et genres « tolérés », où de faibles engouements côtoient de faibles rejets.

**Tableau 28. Les goûts musicaux par genre**

Genre	Note / 20
Le Rock, la Pop	18,1
L'Électro	12,7
La Chanson	12,2
Le Reggae, le Ska	11,5
Le Jazz, le Blues, les musiques improvisées	11,1
Les Musiques du monde	10,6
Le Métal, le Hardcore	9,2
Le Rap, le Hip-Hop	8,8
La Musique classique	6,8

### 5.2. Des structures d'appréciation distinctes

C'est pour prendre la mesure de ce phénomène que nous avons souhaité analyser tous les genres musicaux proposés à la lumière de leur caractère polarisé ou plus centré. Un genre « polarisé » est celui qui, dans la composition de sa note moyenne, est plutôt constitué d'appréciations très positives (j'aime beaucoup) et très négative (je n'aime pas du tout). Un genre « centré » est, au contraire, constitué d'un plus grande nombre d'appréciations moyennes (j'aime « un peu », « assez »).

**Tableau 29. Polarisation et centralisation des goûts**

Genre	Note / 20	Polarisation	Centralisation
<b>Rock, Pop</b>	18,1	<b>77%</b>	23%
<b>Électro</b>	12,7	44%	56%
<b>Chanson</b>	12,2	33%	<b>67%</b>
<b>Reggae, Ska</b>	11,5	37%	<b>63%</b>
<b>Jazz, Blues, musiques improvisées</b>	11,1	32%	<b>68%</b>
<b>Musiques du monde</b>	10,6	33%	<b>67%</b>
<b>Métal, Hardcore</b>	9,2	48%	52%
<b>Rap, Hip-Hop</b>	8,8	40%	<b>60%</b>
<b>Musique classique</b>	6,8	32%	<b>68%</b>

*Exemple de lecture du tableau : Le Rock/Pop, qui a une appréciation moyenne de 18,1/20, atteint un taux de polarisation de 77%, soit l'addition de ceux qui aiment beaucoup (76%) et de ceux qui n'aiment pas du tout (1%). À l'opposé, la Musique classique est faiblement polarisée, avec plus des deux tiers des festivaliers (68%) portant sur elle un ensemble d'appréciations moyennes (29% l'aimant un peu ; 39% l'aimant assez).*

Ce tableau nous renseigne d'abord sur une caractéristique assez claire du rapport des festivaliers aux différents genres musicaux : la tolérance et l'ouverture à des genres pour lesquels on n'a pas nécessairement de prédilection. Comme on le voit, en dehors du Métal, de l'Électro et, dans une moindre mesure, du Rap/Hip-hop, la centralisation l'emporte nettement sur la polarisation. Il s'agit donc de genres plus consensuels, peut-être davantage représentatifs des générations qui composent le public sans ce que celui soit particulièrement marqué par la présence d'aficionados de ces genres.

Ensuite, on voit qu'à note égale, les genres peuvent être perçus de façon très différente. Ainsi, si la Musique classique est peu appréciée en général, c'est qu'elle ne compte que très peu de « fans » (13%) et beaucoup d'appréciations moyennes. Mais elle n'est que rarement rejetée (19%). Au contraire, le Métal, qui est mieux noté en général, est rejeté par un nombre plus conséquent de festivaliers (26%). Sa note dépend donc beaucoup du groupe de ses « fans » (22%).

Enfin, le Rock/Pop se caractérise par une situation originale, en tant que véritable étendard gustatif du festival, « la » référence au carrefour des goûts. Sans doute cette position est-elle en partie due à la diversité interne qui caractérise aujourd'hui cette étiquette. Le dernier constat sur les goûts est, en effet, que les préférences qui s'expriment en général sont d'une assez grande variété.

### **5.3. Diversité et liens entre genres**

Nous avons donné la possibilité aux festivaliers de désigner, plus précisément qu'autour des 9 « genres » ci-dessus, un autre genre de musique qu'ils aimaient. Le résultat a été une liste de 49 genres ou sous-genres distincts ! Voici ceux qui dépassent une seule citation.

**Tableau 30. Les autres genres cités par les festivaliers**

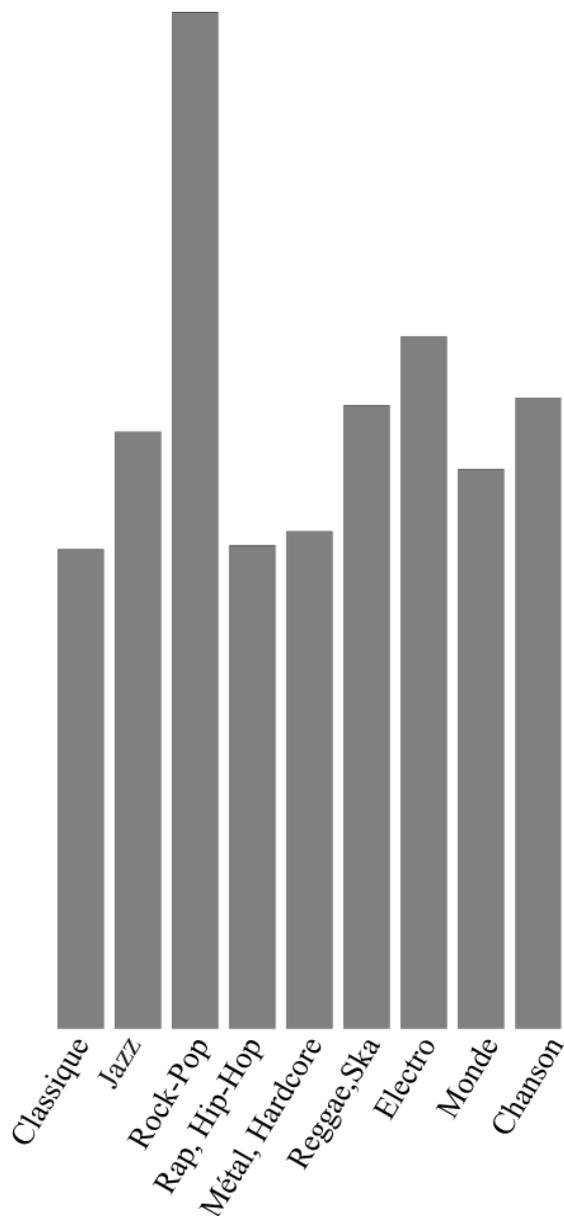
Style de musique	Citations	Style de musique	Citations
<b>Trip-hop</b>	22	Dubstep	3
<b>Punk, Post-punk, Death-Punk</b>	18	Musettes, Guinguettes	3
<b>Folk</b>	14	Hardstyle	3
<b>Indie, Indie-Rock</b>	14	Jungle	3
<b>Dub</b>	9	Country	3
<b>Funk</b>	8	Coldwave	2
<b>Musique régionale</b>	5	Alternative	2
<b>Garage</b>	4	Krautrock	2
<b>Minimale</b>	4	Trance, Dream-trance	2
<b>Musique Abstraite et expérimentale</b>	4	Musique Religieuse	2
<b>Drum N' Bass</b>	4	Naïve-New-Beat	2
<b>Post-Rock, Stone-Rock, Pop-Rock</b>	4	Kpop, Jpop	2

Ainsi, la leçon qui domine l'analyse des goûts musicaux des festivaliers est-elle double. D'un côté, on assiste à une fragmentation des préférences, qui donne à penser qu'en termes gustatifs, le public des Eurockéennes est une combinatoire d'une pluralité de sous-publics. D'un autre côté, à cette fragmentation répond la tendance complémentaire d'une multiplication des liens entre esthétiques et genres. Ces liens sont d'abord, nous l'avons vu, ceux d'une assez grande tolérance à l'égard des musiques qu'on n'aime pas vraiment pour autant. Ils sont aussi caractérisés par le développement de passerelles partielles, qui associent un genre à un autre, pour constituer des profils singuliers, comme nous allons le voir maintenant. D'un côté comme de l'autre, le détail de ces préférences rappelle l'explosion qui caractérise l'offre musicale contemporaine. La pénétration de cette offre a largement été favorisée par le développement de supports numériques et mobiles qui caractérise l'écoute musicale des jeunes générations d'aujourd'hui dont le public des Eurockéennes rassemble, en quelque sorte, un groupe d'experts, éclectiques ou spécialistes, particulièrement avisés et au fait de l'actualité musicale.

#### 5.4. Les profils de goûts

A l'instar de ce que nous avons montré pour les pratiques culturelles, nous allons distinguer les profils de goûts tels qu'ils témoignent de combinaisons remarquables et spécifiques dans l'appréciation de genres musicaux.

**Figure 6. Profil moyen**



Le graphique ci-contre illustre l'appréciation moyenne de chacun des genres musicaux proposés. Il traduit la hiérarchie à trois niveaux que nous présentions plus haut (5.1.).

On y constate l'hégémonie du Rock ; l'appréciation moyenne du Jazz, du Reggae, de l'Electro, des Musiques du Monde et de la Chanson ; l'accueil plus mitigé de la Musique Classique, du Rap et du Métal.

Dans ce développement, nous allons nous intéresser aux profils qui, par rapport à ce graphique moyen, expriment une composition spécifique. Nous rapporterons chacune de ces compositions à quelques repères classiques en sociologie, comme l'âge, les origines géographique, sociale et professionnelle, le niveau de diplôme.

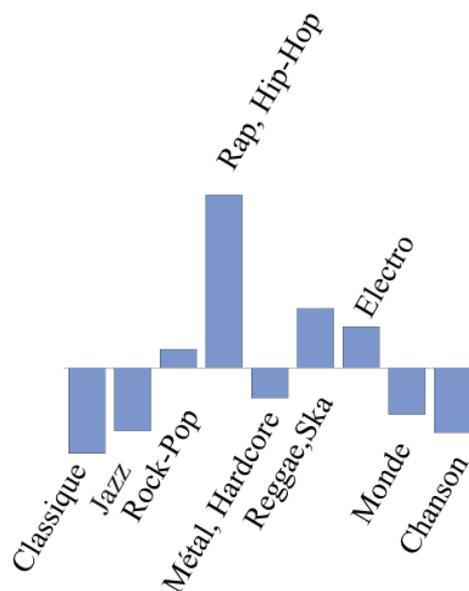
Se dégagent ainsi 7 profils différents :

- Les « ClassiqueElectroMonde » (22,3%)
- Les « fullMétal » (19%)
- Les « RockChansonReggae » (17%)
- Les « RapMétal » (15,5%)
- Les « ClassiqueJazzRock » (14,5%)
- Les « ReggaeElectroRap » (10%)
- Les « RockMétal » (2%)



### Profil 1. Les Reggae-Electro-Rap

Figure 7. Les Reggae-Electro-Rap



1. Avec 10% de l'échantillon, ce premier profil caractérise un goût prononcé pour le Rap, le Hip-hop, l'Electro et le Reggae, et dans une moindre mesure, le Rock.

2. L'âge (24,3 ans) est inférieur à la moyenne<sup>11</sup>, et c'est un goût très partagé en termes de sexe (51% d'hommes).

3. On y trouve davantage de classes populaires que la moyenne (le festivalier ou ses parents) et leur niveau de diplôme (64% ont au moins un Bac +2) est un peu inférieur à la moyenne (69%).

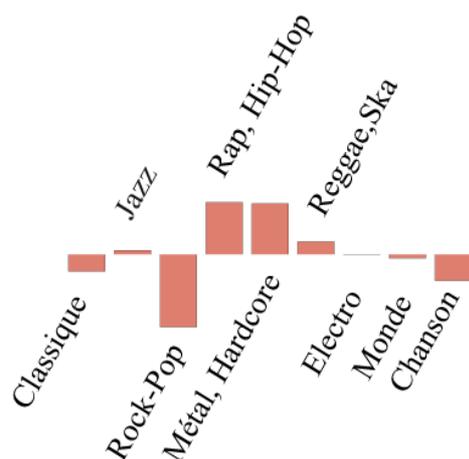
4. Les belfortains sont moins présents (14%)

5. C'est un profil qui rassemble plus de nouveaux festivaliers (41%).

Ce profil rassemble les amateurs de culture hip-hop, au sens large, qui comptent pour une partie certes modeste du public des Eurockéennes mais qui s'inscrit bien dans un profil sociologique distinct.

### Profil 2. Les Rap-Métal

Figure 8. Les Rap-Métal



1. Avec 15,5% de l'échantillon, ce second profil caractérise un goût prononcé pour le rap (mais moins que le précédent) et le métal. Par rapport au précédent, le rock est en retrait.

2. L'âge (24 ans) est inférieur à la moyenne. C'est un profil très masculin (72%).

3. On y trouve davantage de classes populaires que la moyenne (le festivalier ou ses parents), pour un niveau de diplôme (65% de Bac +2 et plus) un peu inférieur à la moyenne (69%).

4. Ils sont aussi belfortains que la moyenne (17,4%).

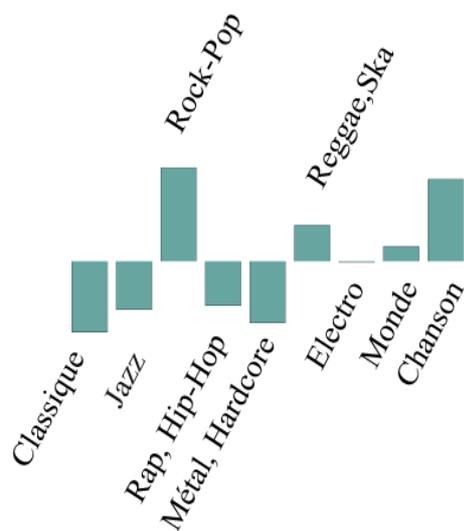
5. C'est un profil d'habitues (68% sont déjà venus).

Ce second profil complète le précédent et rassemble version peut-être plus proche du cœur du public des Eurockéennes, notamment avec la passerelle vers l'univers du Métal.

<sup>11</sup> Pour l'ensemble de ce développement, la moyenne d'âge des festivaliers ayant répondu à ces questions est de 26 ans.

### Profil 3. Les Rock-Chanson-Reggae

Figure 9. Les Rock-Chanson-Reggae



1. Ce troisième profil rassemble 17% de l'échantillon, et caractérise un goût plus prononcé pour le Rock (encore plus que le premier), pour la Chanson française et le Reggae. Classique, Métal, Jazz et Rap sont dévalués.

2. L'âge (26,7 ans) est plus élevé que la moyenne. Et c'est un profil féminin (60%).

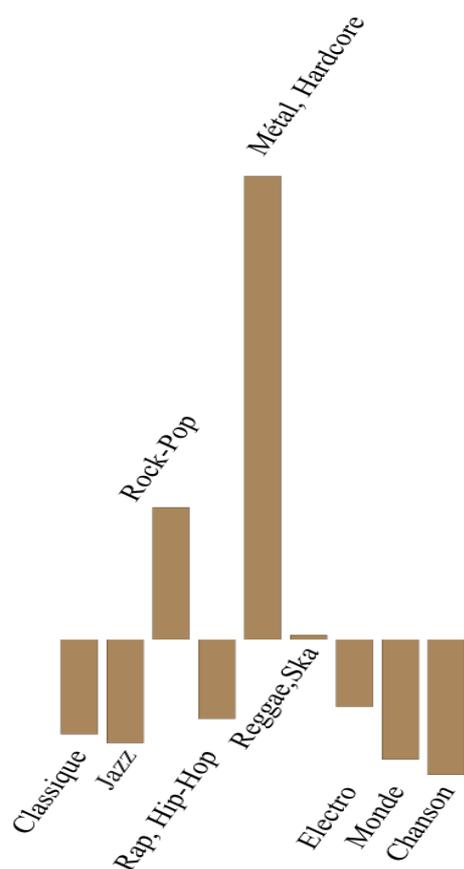
3. On y trouve une majorité de classes moyennes avec des parents issus des classes moyennes (la mère) ou populaire (le père). Le niveau de diplôme (71,5% de Bac +2 et plus) est supérieur à la moyenne (69%).

4. Ils sont plus belfortains que la moyenne (22%).

5. C'est un profil d'habitues (67% déjà venus).

### Profil 4. Les Rock-Métal

Figure 10. Les Rock-Métal



1. Bien que ce quatrième profil ne représente que 2% de l'échantillon, il est assez significatif d'une identité gustative particulière pour que nous l'ayons retenu. Le goût pour le Métal est poussé à son maximum, et le Rock y est également encore plus plébiscité. Par contre, en dehors du Reggae, tous les autres genres sont nettement moins appréciés.

2. L'âge (26,5 ans) reste proche de la moyenne. C'est le profil le plus masculin, et il l'est presque exclusivement (86%).

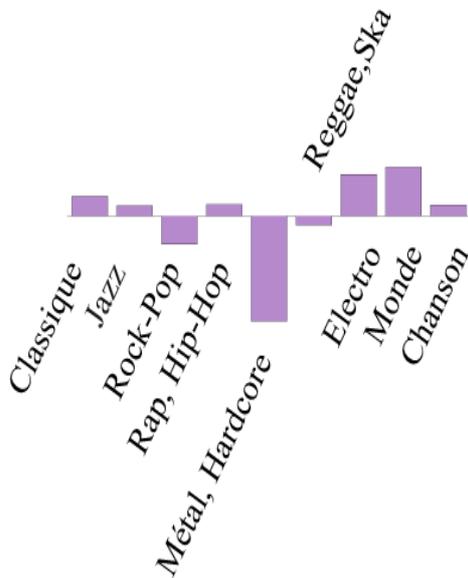
3. Leur faible nombre incite à prendre avec prudence leurs autres caractéristiques sociales (classe moyenne prédominante).

4. L'origine belfortaine et un niveau de diplôme (63% de bac +2 et plus) inférieur à la moyenne sont également à prendre avec précaution.

5. C'est un profil d'habitues (73% déjà venus).

### Profil 5. Les Classique-Électro-Monde

Figure 11. Les Classique-Electro-Monde



1. Ce cinquième profil représente 22,3% de l'échantillon, et se caractérise par une préférence plus nette pour l'Electro et les musiques du Monde, ainsi que pour la musique Classique. Il s'agit d'un profil assez moyen, au vu des amplitudes positives ou négatives, et à l'exception toutefois du Métal qui est franchement rejeté.

2. Leur âge est de 26 ans, dans la moyenne, de même que leur répartition homme-femme : 50/50.

3. Leur catégorie sociale est supérieure à la moyenne, s'agissant à la fois du festivalier et de son père. La mère provient plus souvent de la classe moyenne.

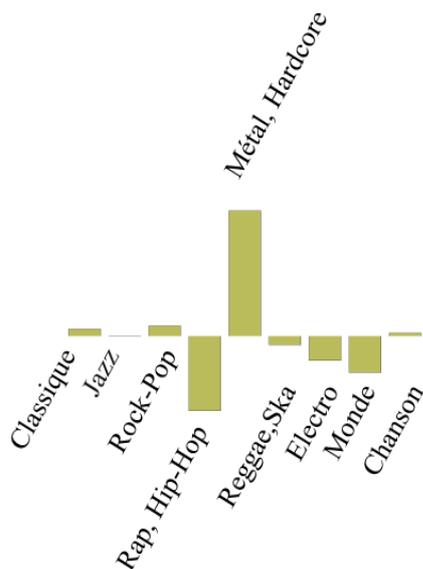
4. Ils sont aussi plus belfortains que la moyenne (18%), et leur niveau de diplôme (78% de Bac +2 et plus) est très supérieur à la moyenne (69%).

5. C'est, par contre, un profil assez moyen en termes de renouvellement : 65% de public déjà venu.

Ce profil rassemble le groupe de spectateurs issus des classes supérieures dont les goûts plus éclectiques trouvent un terrain d'accueil favorable aux Eurockéennes.

### Profil 6. Les Métal

Figure 12. Les Métal



1. Ce sixième profil représente 19% de l'échantillon. Il se rapproche des Rap-Métal, et surtout des Rock-Métal. Mais leur goût pour le Métal va de pair avec le rejet du Rap, et une appréciation moyenne des autres genres.

2. L'âge (25,3 ans) est inférieur à la moyenne. C'est un profil très masculin, comme tous ceux qui comportent une part positive de métal (63%).

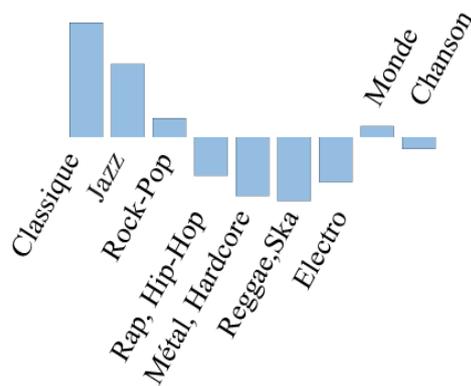
3. On y trouve davantage de classes populaires s'agissant du festivalier ou de sa mère, le père plus souvent issus des classes supérieures. Le niveau de diplôme (61% de Bac +2 et plus) est inférieur à la moyenne (69%).

4. Ils sont un peu plus belfortains que la moyenne (20,5%).

5. Le renouvellement (34%) s'inscrit dans la moyenne.

### Profil 7. Les Classique-Jazz-Rock

Figure 13. Les Classique-Jazz-Rock



1. Ce dernier profil représente 14,5% de l'échantillon, et tend à valoriser le Classique, le Jazz, et dans une moindre mesure le Rock et les musiques du Monde, c'est-à-dire un ensemble de goûts plutôt « classiques ». Leur moindre appréciation des autres genres reste cependant mesurée.

2. Leur âge – 27,8 ans – est supérieur à la moyenne, avec une plus grande proportion de femmes (56%).

3. Leur catégorie sociale est également supérieure, s'agissant à la fois du festivalier ou de son père (sa mère étant plus souvent issue de la classe moyenne). C'est le profil le plus aisé en termes de Professions et Catégories Sociales.

4. Les festivaliers de ce profil sont un peu plus belfortains que la moyenne (20%), et leur niveau de diplôme (72% de Bac +2 et plus) est supérieur à la moyenne (69%), sans être le plus élevé.

5. C'est un profil un peu plus ouvert au renouvellement (39% de nouveau public).

Le public des Eurockéennes est donc le résultat d'une pluralité de combinaisons de goûts qui renvoient, elles-mêmes, à une diversité de caractéristiques générationnelles, socioprofessionnelles, géographiques et scolaires. Il convient de faire plusieurs commentaires conclusifs à ce sujet.

Premièrement, l'hégémonie gustative pour le rock fait partie des résultats attendus. Son rejet est anecdotique, et les profils qui l'apprécient moins ne font que légèrement décroître l'enthousiasme à son sujet. C'est le goût carrefour par excellence des festivaliers, ce qui explique le fait qu'aucun profil ne le valorise de manière significative.

Deuxièmement, on remarquera, pour le profil moyen, le relatif équilibre qui existe entre les différents autres genres. Aucun n'est massivement déprécié, et il faut entrer en détail dans la composition de certains profils pour identifier des rejets significatifs, dont le Rap et le Hip-hop constituent les principales cibles.

Troisièmement, on assiste à une diversité de liens entre goûts. Le fait d'aimer le Métal ne prédispose pas nécessairement à aimer aussi le Rap. C'est même parfois le contraire. Une préférence plus marquée pour le Classique peut faire bon ménage avec l'Electro, ou avec le Métal. Cette multiplicité de combinaisons va de pair avec la fragmentation gustative dont nous parlions plus haut.

Quatrièmement, l'approche par les profils nous montre que certaines identifications de goût se rapportent, de façon assez claire et logique, aux approches en termes de

légitimité culturelle. Ainsi, une orientation gustative plus ouverte à la musique classique et au jazz correspond à des profils sociologiques plus âgés, plus diplômés et plus aisés de la population festivalière. De même, une orientation plus ouverte au Rap et au Métal correspond à des classes d'âge plus jeunes, des catégories sociales plus populaires et des niveaux de diplôme moins élevés.

Cinquièmement cependant, l'influence des caractéristiques classiques (sociales, scolaires et générationnelles notamment) reste limitée en amplitude, de sorte qu'il n'est guère possible d'en faire le facteur majeur de fragmentation du public des Eurockéennes. Du reste, celle-ci doit être analysée de façon dialectique, entre fragmentation et démultiplication des relations entre genres musicaux.

Sixièmement, la féminisation du festival, que nous avons constatée comme l'un des faits majeurs de l'analyse du renouvellement, est loin de concerner tous les genres musicaux. On voit clairement que les profils qui comportent exclusivement ou en partie le Métal sont et restent très masculins dans leur audience, tandis que les profils plus centrés sur le reggae ou l'électro s'équilibrent entre hommes et femmes. Les profils les plus féminins sont ceux qui associent Rock, Reggae et Chanson, d'une part et Rock, Classique et Jazz d'autre part. On peut donc parler d'une féminisation du rock sous certaines conditions : lorsqu'il est associé à certains genres.

Ainsi, le public des Eurockéennes témoigne de quatre tendances principales :

- une tendance à la segmentation des goûts, observée au travers des profils, et de l'essor d'une multiplicité de sous-catégories de genres musicaux ;
- une tendance à la diversité et à l'intensité des liens entre goûts différents, qui s'inscrit dans une tolérance élevée entre les genres musicaux et leurs fans respectifs ;
- le maintien du rock comme genre-ombrelle chapeautant les différentes préférences ci-dessus et sa féminisation partielle ;
- la pertinence limitée des facteurs sociologiques traditionnels pour expliquer cette dialectique entre fragmentation et intensification des liens entre genres musicaux.

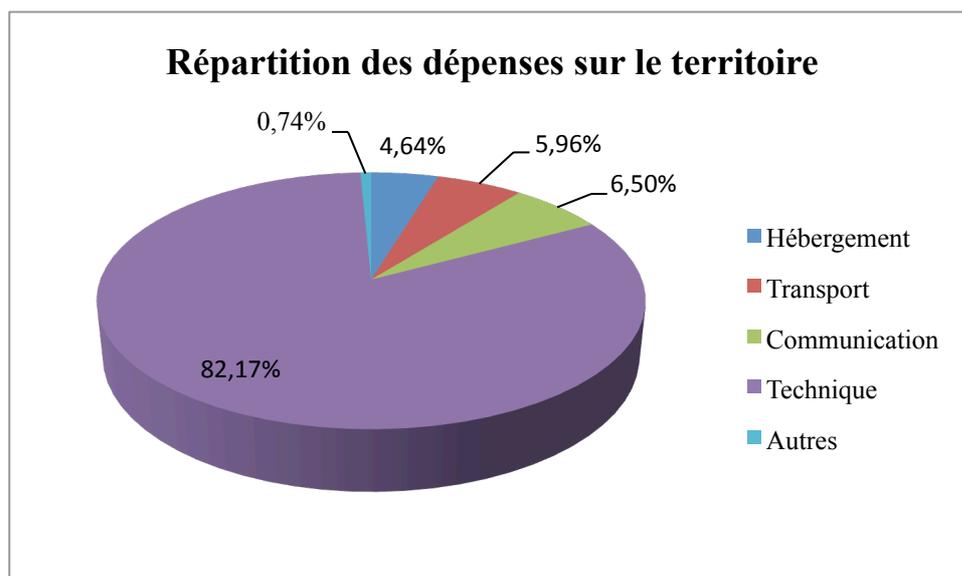
## 6. Les retombées économiques

L'analyse des retombées économiques fait l'objet de nombreux débats méthodologiques qui excèdent les limites de notre étude (Négrier & Vidal 2009 ; DGCIS 2010). Il convient de prendre les chiffres qui suivent comme une estimation, la plus raisonnable possible, des ressources qui, grâce au festival, irriguent le Territoire de Belfort. Celles-ci se décomposent en deux grandes catégories de retombées : directes et indirectes.

Les premières sont déduites de l'ensemble des dépenses qu'un festival effectue sur son territoire d'implantation. Concernant les Eurockéennes, nous avons retenu comme territoire, à la fois, le Territoire de Belfort, le pays de Montbéliard et l'aire urbaine<sup>12</sup>. Les secondes résultent de la somme des dépenses effectuées par les spectateurs non locaux à l'occasion du festival, qu'il s'agisse des achats de billets, des dépenses d'hébergement, de restauration, de transports ou d'achats divers. Nous présentons donc ci-dessous le détail de chacune de ces deux sources de retombées.

### 6.1. Les retombées directes

Les Eurockéennes génèrent un total de 2 585 000 euros de dépenses sur le territoire. Ce chiffre représente 51,2% des dépenses totales de ce festival, soit 20% de plus que la moyenne des festivals de musiques actuelles sur lesquels nous avons enquêtés en 2008 (31,9%).



Les dépenses techniques représentent plus de 82% des retombées directes bien loin devant la communication (6,5%), les transports (6%) ou l'hébergement (4,6%). Les Eurockéennes se distinguent nettement des autres festivals de musiques actuelles pour lesquels les dépenses prédominantes sur le territoire en 2008 étaient celles en communication (40,7%) juste avant le transport (38,1%) et les dépenses techniques (34,9%).

<sup>12</sup> Pour des raisons qui tiennent à l'organisation du festival, celui-ci présente ses données en considérant « le » territoire de référence de façon élargie au Pays de Montbéliard et à l'aire urbaine. En revanche, nous avons plus étroitement considéré le territoire local de référence des festivaliers à celui du seul Territoire de Belfort. Ce léger écart influe, mais de façon marginale, sur la présentation des chiffres.

## 6.2. Les retombées indirectes

L'estimation des dépenses repose sur les déclarations des festivaliers, suffisamment bien renseignées au demeurant pour être exploitables. En ce qui concerne les transports, il apparaît clairement que les réponses ont concerné la totalité du coût, et non son fractionnement par jour. Nous avons donc opéré nous-mêmes cette conversion, afin de nous fonder sur une même dépense globale et quotidienne. Nous avons également choisi d'éliminer les (rarissimes) réponses que, à l'échelle d'une journée, nous considérons comme aberrante, soit plus de 100 euros par personne pour la restauration. Lors de l'analyse des retombées indirectes, il convient d'exclure les dépenses des spectateurs locaux puisque ces dépenses ne correspondent pas à une injection supplémentaire d'argent dans l'économie locale. Elles ne représentent qu'une remise en circulation de sommes qui étaient déjà sur le territoire étudié.

Pour déterminer le nombre de spectateurs non locaux, nous avons procédé en plusieurs étapes. Tout d'abord, et pour éviter un double comptage, il a été nécessaire de diviser la fréquentation totale du festival par le nombre de jours de présence (en moyenne 2,3 jours) par personne. Nous avons ensuite ôté à ce nombre, tout comme aux recettes de billetterie, la part de spectateurs locaux. Nous avons considéré comme locaux les spectateurs résidents dans le département. Les non locaux sont donc constitués des français habitants hors du département et des étrangers (soit 81,5% du public).

Une fois obtenu le nombre de spectateurs non locaux, nous avons pu déterminer les diverses dépenses en multipliant pour chacune d'elles, la dépense moyenne par le nombre de spectateurs non locaux.

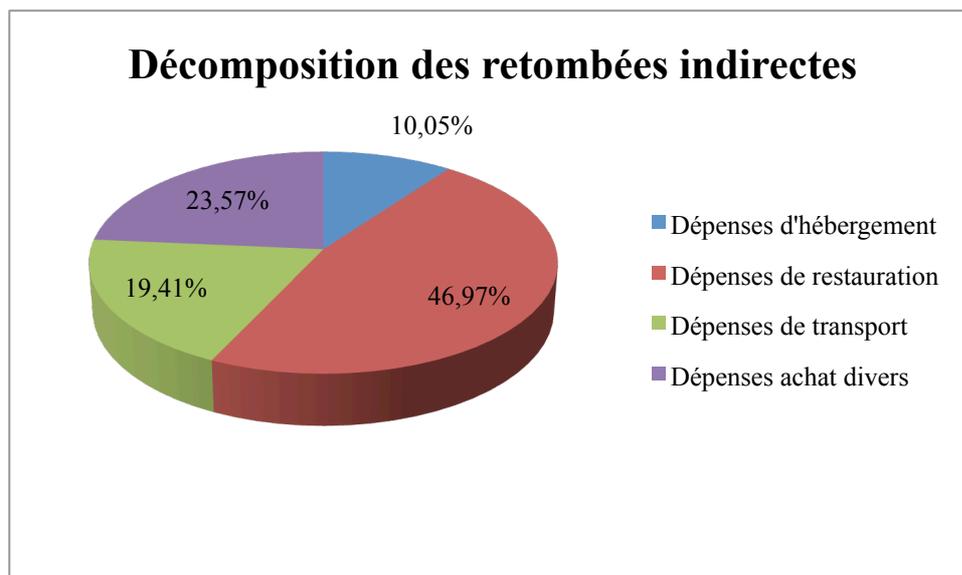
**Tableau 31. Les retombées indirectes des Eurockéennes**

Type de dépense	Moyenne (€) / jour / personne
Hébergement	5,8
Restauration et boissons	27,1
Transport	11,2
Achats divers	13,6
<b>Moyenne générale</b>	<b>57,7</b>

De la même façon, les dépenses de billetterie des non locaux ont été calculées. Ainsi les retombées indirectes sont les suivantes :

- les dépenses d'hébergement des spectateurs non locaux ne rentrant pas chez eux après le festival (hôtel, camping, gîte...);
- les dépenses de billetterie, de restauration, de transport et les dépenses diverses de tous les non locaux (sont ainsi inclus les spectateurs non locaux mais qui rentrent à leur domicile après la représentation).

Hors billetterie, les dépenses totales des non résidents s'élèvent à 1 729 721 euros. Peu surprenant, les dépenses d'hébergement représentent une part très faible des retombées indirectes. Ceci est lié à la présence du camping gratuit. Les dépenses de restauration constituent la principale dépense.



Les dépenses de billetterie sont quant à elles de 1 925 438 euros. Au total, les Eurockéennes, représentent 3 655 159 euros de retombées indirectes.

### 6.3. Les retombées totales

Les retombées totales sont constituées des retombées directes et indirectes sur le territoire. Elles s'élèvent à 6 240 159 euros. Nous n'avons pas calculé les retombées induites qui nécessitent l'utilisation d'un multiplicateur, dont il est permis de douter de la fiabilité.

Rapporté au montant des subventions, cette somme de 6 240 159 signifie que 1 euro de subvention permet de générer 6,93 euros de retombées sur le territoire.

**Tableau 32. Les retombées économiques des Eurockéennes**

Retombées	Montant (K€)	%
Directes	2 585	41,4
Indirectes	3 655	58,6
<b>Total</b>	<b>6 240</b>	<b>100</b>
<b>1€ de subvention</b>	<b>6,93 €</b>	



### *Conclusion : les publics du rock, un public à part ?*

Au plan quantitatif, certaines éléments du portrait du festivalier tel qu'il résultait des enquêtes précédentes sont, peu ou prou, confirmés par notre analyse : le public des Eurockéennes est jeune, plutôt masculin, et se recrute essentiellement parmi les professions et catégories sociales supérieures, et ceux qui détiennent un niveau scolaire élevé. C'est un public qui se renouvelle de façon importante mais avec une intensité décroissante. Son origine locale (20%) est à la fois notable mais largement insuffisante pour expliquer le succès de l'événement et son attractivité. Le public des Eurockéennes provient, de façon dominante, d'un Grand Est qui s'étend au-delà de la frontière, vers la Suisse, l'Allemagne, la Belgique notamment. Il vient pour le festival, plus que pour voir certains groupes en particulier, et une majorité reste pendant tout l'événement. C'est aussi un public qui, au-delà du festival, a des pratiques culturelles nombreuses et diversifiées où dominent le cinéma et les concerts. À cet égard, on a constaté la présence de profils variés de pratiques, qui permettent de soutenir l'hypothèse d'une pluralité de publics, de ce point de vue.

Si certaines de ces caractéristiques avaient déjà été repérées par les enquêtes de public antérieures, elles n'en sont pas moins soumises à des évolutions parfois remarquables. Le rajeunissement du public rime avec le renouvellement, malgré la hausse de la moyenne d'âge. Celle-ci s'explique par le maintien de fidèles parfois de longue date, pour lesquels le festival est devenu un rituel incontournable. Le festival continue d'attirer un public jeune, plus jeune que celui d'autres festivals de musiques actuelles recensés en 2008. La tendance la plus spectaculairement nouvelle est la féminisation du public : alors que nous constatons un public à dominante masculine (en moyenne) qui tranchait avec beaucoup de nos enquêtes antérieures, les nouveaux festivaliers sont ... des festivalières pour plus de la moitié (près de 55%). Il faudra expliquer ce retournement de tendance, en interrogeant des causes diverses : la programmation, l'assagissement de l'ambiance, l'impact des sociabilités, la féminisation du rock, plus généralement... Quant à l'origine géographique, si la proportion de public local se maintient en général, on note que l'édition 2010 a attiré beaucoup plus de nouveaux festivaliers extérieurs que des « nouveaux belfortains », qui ne comptent que pour 7% du nouveau public.

Du point de vue de la démocratisation en termes scolaires, sociaux et professionnels, le renouvellement du public concerne plus les catégories supérieures, et un peu moins les classes moyennes. Les festivaliers d'origine populaire sont à peine moins présents chez les nouveaux festivaliers. Ils sont, quoiqu'il en soit, bien plus nombreux dans le public des Eurockéennes que dans celui des festivals que nous avons déjà étudiés. Si les festivaliers viennent pour l'événement plus que pour certains groupes, ils cultivent une relation ambivalente à l'offre de concerts. La plupart savent qu'ils viennent voir un certain nombre d'artistes, munis qu'ils sont du petit dépliant qui présente, de façon synthétique, les trois jours de concerts. Mais ce tableau comporte toujours des « trous », espaces-temps laissés vacants pour faire des découvertes, pour faire autre chose qu'assister à un concert, etc. C'est pourquoi le nombre moyen de concerts auxquels ils assistent est largement en deçà de l'offre théoriquement disponible – 75 concerts sur 5 scènes en parallèle.

Les goûts musicaux des festivaliers sont un domaine auquel nous avons consacré une étude approfondie. Il en ressort, comme nous l'avons également noté dans l'enquête qualitative, une double formation gustative : celle d'une très grande fragmentation des

goûts, tels qu'ils s'expriment entre festivaliers, d'une part, et entre genres et sous-genres musicaux, d'autre part. Cette fragmentation est un signe de haut niveau de connaissance musicale. Mais en même temps, nous notons une démultiplication des relations entre ces genres et sous-genres, de sorte qu'à la notion de fragmentation répond celle de passerelle, de relations multiples entre ces goûts. C'est pourquoi nous avons à la fois des profils de goût très différents, qui renvoient à des identités sociologiques elles-mêmes différentes – par exemple, la féminisation du public ne franchit pas les limites du métal, qui reste un genre très masculin – et en même temps une assez grande tolérance entre profils et entre festivaliers les incarnant. Il est enfin vrai que certains goûts divisent plus que d'autres. Ainsi, derrière une réelle tolérance des festivaliers à l'égard des goûts des autres, une distinction demeure entre esthétiques qui clivent (comme le métal) et esthétiques plus consensuelles, éprouvées (comme le rock) ou non (comme le classique). Cette ambivalence est au cœur de la relation que les jeunes générations entretiennent avec la musique, à la fois comme pratique identitaire mais aussi comme objet de passions expertes. A bien des égards, le public des Eurockéennes incarne cette génération qui vit pleinement une offre musicale très diversifiée, aux supports mobiles et multiples.

Aussi, au-delà de la question des retombées économiques d'un tel événement, qui ne peut être négligée comme on l'a vu, ces chiffres constituent pour nous une simple étape d'un raisonnement plus large qui va, par plusieurs étapes, s'intéresser aux sociabilités festivalières et aux différents regards qu'il est possible de leur accorder.

## DEUXIEME PARTIE : LES SOCIABILITÉS FESTIVALIÈRES

Par Aurélien Djakouane et Emmanuel Négrier

Les pratiques culturelles sont rarement étudiées sous l'angle des sociabilités (Pasquier 2003) alors que la plupart d'entre elles – et notamment les pratiques de sortie – sont des pratiques collectives. Ce constat s'explique en raison d'orientations méthodologiques qui ont longtemps dominé l'analyse des publics comme si, à la suite de l'enquête sur les pratiques culturelles des Français, l'analyse statistique avait confisqué à ce sujet toute forme d'intelligibilité. Pourtant, comme le rappelle Passeron, la sociologie « *ne s'épuise pas dans la description et la mesure de la composition sociale des publics* » (Passeron, 2003, p. 375). Sans y renoncer, elle nécessite aussi d'être au plus près des habitants et des lieux qu'ils fréquentent pour s'approcher des expériences individuelles. Ainsi, et pour être tout à fait juste, la compréhension du rapport que les festivaliers entretiennent avec la musique, l'offre, l'institution festivalière et les autres festivaliers appelle l'introduction d'outils ethnographiques mieux à même de comprendre les registres de signification des pratiques culturelles.

La question des sociabilités des publics de la culture mérite donc d'être posée (Djakouane 2011b), au même titre, et si possible en même temps, que celle de leur stratification sociale. Trois raisons motivent cette approche. D'abord, parce que « *un tel bilan sociologique, qui prendrait les consommations artistiques pour ce qu'elles sont – des expériences, et non pas seulement des consommations – n'a jamais été sérieusement entrepris* » (Passeron, 2006, p. 460). Il faut donc savoir, ce que faire un festival veut dire, pour ceux qui le font. Ensuite, parce que l'étude des sociabilités conçoit les pratiques comme des relations et des expériences rythmées par des négociations (Strauss, 1992). Et, ces négociations expliquent aussi bien l'évolution des pratiques d'un point de vue individuelle, que l'hétérogénéité des publics d'un même événement d'un point de vue collectif. Enfin, parce que pour vraiment comprendre l'intérêt des individus pour la culture, il faut « *s'affranchir d'une vision des appétences culturelles uniquement orientées par des formes de domination sociale et de légitimisme* » (Fabiani, 2008).

Comment les festivaliers vivent-ils les Eurockéennes de Belfort ? Telle est la question à laquelle nous avons souhaité répondre dans cette deuxième partie. Notre objectif est ici de donner une voix, un contexte et un approfondissement aux constats produits, dans la partie précédente, à partir des données quantitatives forcément limitées dans leur portée explicative. Nous avons ainsi rencontré 71 festivaliers qui nous ont expliqué leur vision des Eurockéennes, leur parcours, leurs vécus, leurs attentes, satisfactions et déceptions, etc. Pour mieux cerner l'expérience que constitue la venue aux Eurockéennes, nous avons découpé ce travail sur les sociabilités en quatre axes. Un premier axe renvoie aux motivations générales de la venue et au rôle singulier que les autres jouent dans ce processus, notamment pour les premières fois. Nous verrons ainsi qu'à côté des motivations musicales, chères aux publics experts des Eurockéennes, la première venue doit conjuguer un faisceau de conditions qui allie motivation esthétique, disponibilité matérielle, présence d'autrui, etc. Nous verrons que les fois suivantes et la fidélisation des festivaliers reposent sur un tout autre contrat. Un second axe renvoie à l'importance de la musique dans le quotidien des festivaliers et à leurs goûts musicaux. Là encore, les sociabilités offrent un prisme intéressant pour montrer comment s'opèrent les négociations gustatives, et l'importance relative des goûts au regard de

l'expérience festivalière elle-même. Le troisième axe interroge plus directement la perception des autres festivaliers et l'idée d'une appartenance communautaire que suggère parfois l'image d'Epinal d'un festival comme les Eurockéennes. C'est une question que nous aborderons également dans la troisième partie de ce livre, et qui constitue une porte d'entrée intéressante pour saisir la manière dont les sociabilités festivalières se composent et se recomposent dans différents espaces-temps. Enfin, le quatrième axe interroge la perception du festival en lui-même. Comment définir les Eurockéennes de Belfort ? Qu'est-ce que ce festival a, dans sa forme et son contenu, de commun et de singulier avec les autres festivals ? Telles sont les questions qui nous permettront de mieux comprendre la nature de l'expérience « Eurockéennes » dans ses dimensions sociales. Enfin, et de manière transversale, l'étude des sociabilités festivalières nous donnera l'occasion de voir à l'œuvre les différentes dynamiques de polarisation, spécialisation et distribution que nous avons présentées en introduction de ce livre, et sur lesquelles nous reviendrons en conclusion de cette partie.

### **1. Un mot sur l'échantillon**

71 personnes ont été interrogées soit individuellement, soit en groupe (couple, famille, groupe d'amis). Les entretiens de la première journée (3 juillet) se sont déroulés au camping du festival, ceux des deux jours suivants sur le site même des Eurockéennes, devant les scènes, avant le début des concerts. Sur bien des aspects, les résultats obtenus tranchent avec les représentations couramment admises à propos des publics de la culture. Comme on l'a vu dans la partie précédente, les publics des musiques rock ou des musiques amplifiées ont des caractéristiques bien différentes de ceux d'autres offres artistiques – de musiques savantes, par exemple - mais ces publics n'en demeurent pas moins une composante essentielle et volumineuse des publics de la culture.

L'échantillon qualitatif obtenu offre une population relativement équilibrée en termes de répartition hommes/femmes, avec une légère surreprésentation des hommes (52%), qui est en parfaite correspondance avec les résultats de l'analyse quantitative (54%). Les étudiants et les lycéens dominent l'échantillon (46%) et la diversité d'origine sociale et professionnelle est globalement assurée. La moyenne d'âge se situe entre 27 et 28 ans (pour une médiane de 24 ans), soit exactement le résultat de l'enquête quantitative. Enfin, nos interlocuteurs auront été un peu plus originaires de la région franc comtoise (48%) que ce que nous constatons dans l'enquête quantitative (38%), ainsi qu'un peu plus étrangers (17% contre 7,3% en moyenne), et notamment en provenance des pays frontaliers. Ce brassage géographique semble assurer un renouvellement important du public des Eurockéennes puisque plus d'un tiers de ces interlocuteurs (37%) viennent pour la première fois, ce qui est proche de notre moyenne statistique (40%). La fidélité et l'assiduité des spectateurs n'en est pas moins une caractéristique distinctive de ce public qui vient, en moyenne, depuis 2002 pour assister à sa septième édition du festival ! Une fois suffit donc à fidéliser ce public, puisqu'à de rares exceptions, la plupart des spectateurs déjà venus reviennent chaque année.

Dans l'ensemble, les caractéristiques de nos interlocuteurs sont donc très cohérentes avec les résultats de l'enquête quantitative. Nous pouvons ainsi aborder les différents aspects touchant aux festivaliers et à leur pratique du festival, avec quelque assurance quant à la représentativité du propos. Nous allons le faire dans l'ordre que nous avons suivi pour les entretiens, en faisant se succéder des questions touchant aux motivations,

au rapport gustatif à la musique, aux interactions entre festivaliers et à la perception plus globale du festival.

## 2. Motivations, premières fois et accompagnement

### 2.1. Entre aura médiatique et sociabilités

Indubitablement, la renommée et la notoriété des Eurockéennes précèdent la venue des festivaliers. Nombreux sont ceux qui, comme Florent, connaissaient le festival longtemps avant d'y aller pour la première fois :

*« Ca fait bien longtemps, peut-être 10 ans que j'en entends parler par les copains, et puis cette année je me suis dit pourquoi pas, faut y aller ! »*  
(Florent, 28 ans, technicien)

Bien que ce décalage entre le fait d'entendre parler des Eurockéennes et la première participation au festival revienne plus souvent dans le discours des festivaliers qui viennent de loin, les spectateurs locaux ont parfois dû « attendre d'avoir l'âge » requis pour faire les Eurockéennes, même si la sortie en famille fait partie des manières de découvrir le festival lorsqu'on est enfant :

*« C'est mon père déjà qui m'a mis là-dedans, il est venu avant moi ici tu vois, et du coup la première fois que je suis venu ici c'était avec lui »*  
(Joseph, 27 ans, ouvrier)

Pour une majorité de festivaliers, la renommée précède la venue. Le fait d'avoir entendu parler des Eurockéennes sans y être allé est bien le signe que nous avons affaire à un événement de grande ampleur dont l'image est largement véhiculée par les médias et par la communauté des festivaliers qui racontent leur expérience à leur entourage. De ce fait, on ne découvre pas, et on ne participe pas, aux Eurockéennes par hasard. L'âge est donc un critère déterminant dans la connaissance de ce festival. Parmi les festivaliers interrogés, on distingue ainsi trois groupes : les plus âgés, ceux qui connaissent le festival depuis sa création ; le groupe intermédiaire des 22-30 ans qui sont déjà venu au moins une fois entre 2002 et 2009 ; et les plus jeunes qui viennent pour la première fois. Pour ces derniers, la connaissance du festival est nécessairement plus récente (entre un et trois ans) et passe surtout par les amis, et parfois par la famille (parents, frère ou sœur).

Enfin, il faut également souligner la connaissance quasiment « innée » des belfortins à l'égard de « leur » festival. En effet, la notoriété des Eurockéennes est largement relayée par les sociabilités proches (les gens qu'on connaît qui y sont allés) et les médias locaux, si bien que lorsqu'on « habite ici », on ne peut pas ignorer l'existence du festival :

*« J'habite à côté, j'en ai entendu parler... les gens, mes parents, mes copains, les infos... des trucs comme ça quoi... quand t'es là, t'en entend vachement parler... »* (Arthur, 21 ans, étudiant)

Ce n'est donc pas par hasard que, dans l'analyse quantitative, ceux qui s'identifient le plus aux Eurockéennes (c'est « Mon festival ») s'avèrent être belfortains.

## **2.2. La musique mais surtout l'ambiance !**

De prime abord, et compte tenu de l'importance de la musique pour les spectateurs (cf. *supra*), on aurait pu croire que la programmation, les artistes ou le fait de voir des concerts auraient été les éléments centraux de la motivation des festivaliers. Pourtant, les entretiens suggèrent que, paradoxalement, la programmation sert surtout de prétexte à une venue essentiellement motivée par l'ambiance. En effet, nombre de festivaliers seraient quand même venus sans connaître la programmation, certains ont d'ailleurs acheté leur place en ignorant le détail des groupes programmés, les places étant en vente avant l'arrêt définitif de la programmation. Ce résultat est d'autant plus surprenant, qu'à mesure que s'installe la fidélité des spectateurs, la motivation artistique diminue au profit de la motivation festive. C'est ce que nous explique Joseph qui vient depuis 1993 :

*« Ben moi, au début, je venais énormément pour la musique, énormément... un petit peu moins maintenant... je viens surtout pour retrouver des potes et faire la fête avec mes potes... après je suis capable de faire ça en écoutant de la musique ou en découvrant des groupes, ça me fait trop plaisir... mais je pense maintenant, ça fait 3 ans que je dis : je prends plus les trois jours... mais avec mon CE c'est pas trop cher mais je les regrette pas... dans d'autres circonstances je le ferais pas »* (Joseph, 27 ans, ouvrier)

L'ambiance, faire la fête, le choix, la découverte, retrouver les copains, le camping, être coupé du monde, prendre trois jours en dehors du temps... voilà un florilège des principales motivations qui participent à définir cette ambiance particulière qui motivent le public, et qui se retrouve dans une catégorie de festivals.

*« Moi je suis un adepte de plein de festivals, Francofolies. Ici c'est la première fois. J'en ai fait plein, Vieilles Charrues. J'ai des amis dans le coin, c'est la première fois, c'est les vacances, Alex m'a proposé, je suis content [...] Je connais l'ambiance festoche. C'est une bonne ambiance, les gens sont cool, c'est agréable, on s'éclate tous devant la scène, on partage ensemble. »* (Alban, 23 ans, militaire)

## **2.3. Écouter de la musique, découvrir des artistes**

Même si la plupart des festivaliers citent volontiers les groupes qu'ils ont prévus de voir, au final et sur la durée du festival, il semble que ce soit la découverte de nouveaux artistes qui constitue la principale motivation esthétique des spectateurs. Comme nous l'explique Roxanne, cette motivation est largement complétée par l'ambiance festive qui reste le dénominateur commun aux festivaliers :

*« Pourquoi je viens ? Pour découvrir un peu de nouvelles musiques, avoir un chouette cadre pour en profiter, écouter du son un peu fort, danser un peu avec les gens »* (Roxane, 39 ans, travailleur social)

Faire les Eurockéennes procède donc d'un mélange subtil entre le fait de faire la fête d'une part, et le fait d'écouter de la musique d'autre part. En termes de prise de risque, l'ambiance du festival – qui participe autant à sa renommée que sa programmation – permet d'abaisser certains freins liés à la venue et aux incertitudes de la programmation, tout en favorisant une démarche de découverte, démarche qui n'est d'ailleurs pas sans

rappeler celle des connaisseurs des musiques savantes. Face à une population d'amateurs plus avertis, et donc plus enclins à la découverte, une programmation qui miserait sur un comportement de fans, notamment autour de vedettes « commerciales », échouerait en partie à trouver son public. A travers les critiques qu'ils formulent à l'égard de la programmation, et notamment à travers la manière dont sont perçus des artistes comme Charlotte Gainsbourg ou les B. B. Brunes, les spectateurs se méfient clairement de ce type d'injonctions (cf. *infra*).

Plus globalement, le rôle de la musique en tant que telle reste complexe à analyser dans la fréquentation des Eurockéennes. Si les amis et l'offre musicale font jeu égal pour motiver une première participation, le fait de revenir reste surtout motivé par l'ambiance. Cette motivation centrale n'est pas génératrice de déception, et s'agrémente d'une offre musicale diversifiée qui laisse s'exprimer une large palette de goûts et de styles musicaux. La densité de l'offre de concerts est un élément rassurant pour les festivaliers qui savent pouvoir trouver quelques nouveautés de qualité. Cette démarche nous permet de faire la distinction entre la musique – qui reste un élément central pour les festivaliers – et les artistes ou les groupes eux-mêmes qui sont davantage à l'arrière-plan des motivations. Cette distinction nous renseigne sur la démarche du public des Eurockéennes davantage amateurs de musique en général, et de styles de musique en particulier, que fans de tel ou tel groupe. C'est aussi ce qui différencie le public d'un festival de celui d'un artiste que l'on peut trouver dans les salles de concert.

D'ailleurs, les festivaliers expliquent bien que chaque dispositif (salle/festival ; intérieur/extérieur ; un concert/plusieurs concerts...) engendre des expériences différentes : un autre rapport à la musique, à l'artiste et aux autres spectateurs. Si la salle offre une meilleure qualité d'écoute et de prestation des artistes, la plus value du festival reste incontestablement l'ambiance et la découverte d'artiste.

*« Ouais, ça m'arrive d'aller voir des concerts, surtout de l'électro, du rock.... La différence ? Il y a plus de laisser-aller ici, c'est plus la rigolade, tu te sens moins fliqué. » (Hughes, 29 ans, plâtrier)*

*« La différence : le plein air, la pratique du son, l'écoute. Ca et la possibilité d'enchaîner les concerts, c'est une liberté d'écoute, une radio aménagée. » (Arnaud, 27 ans, musicien)*

*« Dans une salle, on y va parce qu'on connaît déjà le groupe... alors que le festival, on y va pour découvrir, et on peut se permettre de changer de scène. » (Rémy, 26 ans, ouvrier)*

*« Ben, les concerts : on arrive, on fait le concert et on repart, y'a rien d'autre. Le festival : on peut partir, revenir, on fait ce qu'on veut, on est libre, on peut plus délirer ! En concert, si on connaît pas grand monde, on va pas aller aussi facilement vers les autres » (Thomas, 18 ans, étudiant)*

#### **2.4. La première fois : la notoriété, les groupes, les copains**

Si les artistes semblent jouer un rôle secondaire dans la motivation des festivaliers, il semblerait que leur rôle soit tout de même plus important au moment de la première venue, sans pour autant que cette première fois dépende uniquement de la

programmation, notamment en raison de la diversité et du nombre de groupes qui se produisent à chaque édition du festival.

*« C'est la première fois, ouais. Mais, moi, en fait, j'étais chaud pour venir même si je connais pas les groupes... Là y a surtout Airbourne qui nous intéresse mais c'est aussi pour découvrir des groupes. On serait venu qu'importe les groupes je pense »* (Victor, 18 ans, lycéen)

Pour que démarre une carrière de festivalier aux Eurockéennes, il semblerait donc qu'il faille réunir un certain nombre de conditions matérielles. Un groupe peut, ici ou là, favoriser une première venue, mais il semblerait que ce soient surtout des questions de disponibilité, d'argent et d'accompagnement jouent ici. Comme on l'a déjà dit, la plupart des nouveaux festivaliers connaissent déjà depuis longtemps le festival, mais ils attendaient l'occasion, le bon moment pour franchir le pas :

*« Ouais, c'est la première fois, c'est mon baptême d'Eurockéennes ! Mais ça fait bien 10 ans que j'en entends parler [...]. En fait, c'est ma copine qui a regardé le programme et qui m'a dit que ça pourrait être sympa. On a dit ouais, on travaille mais c'était jouable, alors on a dit pourquoi pas, on avait les sous en plus, ça c'est décidé sur un coup de tête »* (Laurent, 28 ans, Technicien)

Comme on le voit à travers cet exemple, le bon moment dépend d'un faisceau de conditions matérielles et sociales. L'entourage et l'accompagnement apparaissent au final souvent décisifs pour passer à l'acte. Trouver quelqu'un avec qui y aller, ou se mettre d'accord avec son conjoint comme dans le cas de Laurent, devient alors l'étape essentielle de la mise en route vers le festival. L'enquête quantitative confirme l'importance de cette dimension collective en montrant clairement que la venue aux Eurockéennes s'opère massivement en groupe d'amis ; et la première venue encore plus.

### **2.5. L'expérience « festival »**

Si le partage de l'expérience festivalière représente une motivation centrale dans le déclenchement d'une première fois par sa capacité à limiter les freins matériels liés à l'organisation de cette sortie, le fait de revenir aux Eurockéennes repose sur d'autres motivations. Il semblerait en effet que les freins matériels initiaux n'agissent qu'à l'occasion de la première venue. D'après les festivaliers eux-mêmes, la fidélisation semble rapidement se produire en raison de l'ambiance particulière qui règne dans ce festival. Une fois que le rendez-vous est pris, on y retourne d'une année sur l'autre, comme s'il fallait y aller une fois pour ne plus avoir d'inquiétudes quant à l'organisation matérielle du séjour (voyage, camping, budget, etc.) et la satisfaction de l'expérience à vivre. De fait, la première venue est surtout motivée par le fait de voir des concerts entre copains lorsque les conditions sont réunies. On revient ensuite pour l'ambiance et toujours avec les copains, mais sans se soucier de l'organisation. La programmation en elle-même est presque secondaire, tant le fait d'écouter des concerts dans cette ambiance particulière reste le cœur des motivations festivalières. La question du groupe d'amis, de la bande de copains reste importante, notamment chez les plus jeunes qui viennent pour se réunir ou pour retrouver d'autres copains. Les sociabilités jouent donc un rôle décisif dans l'accomplissement des premières expériences, elles s'inscrivent également au cœur de l'ambiance particulièrement appréciée des festivaliers qui motive leur seconde venue.



Aux Eurockéennes, on le voit, la programmation rivalise avec l'ambiance dans la motivation des festivaliers. Compte tenu de son volume (70 concerts environ), la programmation ne peut pas être perçue dans son détail, les festivaliers y voient plutôt une offre globale de concerts qui permet de faire d'heureuses découvertes tout en faisant la fête :

*« En général, y a des groupes qui me plaisent assez bien et pis l'ambiance, c'est tout le temps bien y a un festival... l'ambiance d'un festival c'est bien... c'est jeune, c'est festif euh, pis la musique vu que je suis un grand passionné de musique, je suis toujours content de découvrir des choses »*  
(Bruno, 21 ans, étudiant)

Le caractère festif, clairement présent aux Eurockéennes, est donc un élément central de l'expérience festivalière qui y prend place. C'est un élément distinctif des autres festivals à dimension plus modeste que nous avons étudiés en 2008, et qui renforce l'idée d'une diversité des formes festivalières. Cette double formule découverte/ambiance, qui semble caractériser les festivals « grand format », joue un rôle central dans la fidélisation du public, au-delà des têtes d'affiche surtout importante pour la première fois :

*« C'est l'ambiance qu'est sympa en fait ici. Quand je suis venu la première fois en 2003, y avait une très bonne programmation... Y avait Radio Head... je crois qu'y avait Massive Attack, et... bon c'était forcément super attirant. Après quand on vient ici une première fois, l'ambiance nous plait et on a envie de revenir, je pense que c'est ça, c'est aussi un moyen d'être entre potes, de boire de des bières. C'est super chaleureux, on a l'impression qu'on peut aller voir le voisin, bon voilà, après c'est tranquille peinard, tu peux très bien aller voir le voisin et papoter avec lui, tout le monde s'invite à boire des coups, y a la fête tout le temps, surtout le jeudi soir, d'ailleurs c'est pour ça qu'on vient...le jeudi soir les gens sont encore super au taquet, encore frais avant le festival, y a pas encore la chaleur ou les grosses gueules de bois, donc tout le monde est en forme... »* (Aurore, 23 ans, chargée d'étude)

Au final, se dégage l'impression que c'est surtout cette expérience festivalière qui motive les spectateurs, le fait d'être dans une situation qui sort vraiment de l'ordinaire, de pouvoir faire des rencontres ou de se sentir libre d'aller vers les autres :

*« Toute seule je ne viendrais pas ! L'ambiance des festivals j'adore ! Ici, c'est assez bon enfant, y'a du bon son, des bonnes têtes d'affiches et des petits concerts bien sympatiques, et puis, on retrouve des amis, on est dans une situation qui n'est pas une situation de vie habituelle et classique, je pense qu'il y a un côté retour à la jeunesse... Je reviens pour ça, et aussi parce que j'y trouve mon compte chaque année »* (Frédéric, 55 ans, médecin)

## **2.6. Indépendants... ensemble !**

On l'aura compris à la lecture des lignes précédentes, la participation au festival s'effectue surtout de manière collective : en couple, parfois en famille, mais surtout en groupe d'amis ou en bande de copains. En général, ces groupes sont constitués d'un

noyau dur de deux ou trois personnes qui a vocation à s'agrandir (jusqu'à 15, voir 30 personnes) durant le festival :

*« Pour le moment, on est à deux, puis les copains vont arriver... Je dirais un peu moins d'une dizaine... En général chaque année c'est comme ça... »*  
(Arthur, 21 ans, étudiant)

C'est un constat récurrent : « on se retrouve aux Eurockéennes ». Mais ces groupes sont à géométrie variable, le noyau dur reste plus ou moins solidaire. Les groupes se font et se défont au moment de choisir les concerts, car chacun a ses priorités, et tout le monde n'a pas forcément envie de voir la même chose :

*« Là on est tous les deux, puis on va retrouver des potes... Au total, 20-30 personnes... Après on se fait notre truc, on s'arrange entre nous, si y en a un qui veut voir un truc pis l'autre ça l'intéresse vraiment pas, bon en général, c'est pas le cas... on regarde un petit peu... En général, je le paume et puis on se retrouve au camping... »* (Joseph, 28 ans, ouvrier)

D'une certaine manière, l'ambiance et la relation des festivaliers entre eux n'est pas sans rappeler les férias où les participants déambulent au gré des animations qu'ils croisent, et des groupes d'amis qu'ils retrouvent ou croisent par hasard. Le festival est ainsi doté de nombreux espaces de sociabilité comme les buvettes, les restaurants, les « coins à l'ombre » ou le camping, qui permettent aux gens de se retrouver entre les concerts. Certains festivaliers mettent même au point des stratégies pour se retrouver pendant le festival :

*« Aujourd'hui, on est entre filles, la famille viendra après... et des amis aussi... environ 6 personnes au total... Sur certaines scènes on a des places stratégiques et d'années en années on retrouve des gens. »* (Sophie, 41 ans, infirmière)

Cette évolution constante des groupes durant la journée nous indique que faire les Eurockéennes ensemble, ne signifie pas forcément voir systématiquement les concerts ensemble, il s'agit plutôt de partager un bon moment et de faire la fête devant un concert ou à la buvette. On peut imaginer que ce comportement est aujourd'hui encore davantage facilité par les téléphones portables. Les compromis sont moins compliqués à négocier, et moins nombreux, dans la mesure où le risque de se perdre est limité par le téléphone. Les festivaliers n'hésitent donc pas à dire qu'ils font le festival à 20 ou 30, même si la plupart du temps, ils ne sont que deux ou trois pour assister aux concerts. Ils sont sûrs de se retrouver au moins une fois au complet à un moment donné, que ce soit devant une scène, un comptoir ou au camping. Ensemble mais libre comme le résume Frédéric qui vient avec ses filles et quelques amis :

*« Ensemble mais chacun garde sa liberté, on va chercher à droite, à gauche... et puis on se retrouve après »* (Frédéric, 55 ans, médecin)

### 3. Le rôle de la musique

#### 3.1. Un plaisir quotidien

A de très rares exceptions près, la musique occupe une place essentielle dans les loisirs quotidiens des spectateurs interrogés. Avec plus ou moins d'intensité, la pratique quotidienne domine les usages et s'improvise tout au long de la journée :

*« Ca berce chaque moment de chaque moment de ma vie, de ma journée »*  
(Laurent, 28 ans, technicien)

*« C'est presque essentiel, dès le matin, toute la journée quand je suis pas au travail »* (Isabelle, 47 ans, secrétaire)

Première pratique culturelle des adolescents, l'écoute musicale intensive est ici une pratique qui dépasse les clivages générationnels si bien que les aînés expriment avec autant de vigueur leur amour ou leur passion pour la musique que les plus jeunes. C'est en effet le registre de la passion qui semble caractériser le rapport que le public des Eurockéennes entretient avec la musique. Cette passion s'accompagne d'une recherche de plaisir et de bien-être (se détendre, décompresser...) qui frôle... l'addiction !

*« Ca me détend. J'écoute dans la voiture, chez moi, j'ai toujours un fond de musique en fait. Je peux pas m'en passer »* (Mathilde, 28 ans, chargée d'étude)

*« C'est notre moyen de décompresser »* (Femme anonyme, 59 ans, technicienne)

Facilitée un temps par la généralisation des autoradios, des baladeurs, des sound machines, et autres transistors portatifs, cette écoute continue est aujourd'hui facilitée par les technologies mobiles telles que le lecteur de poche mp3, les téléphones portables et l'utilisation quotidienne des ordinateurs, notamment chez les plus jeunes générations :

*« Je suis sur l'ordi tout le temps, j'écoute dans la voiture aussi... Je suis pas trop téléphone mais là j'ai toujours un mp3 sur moi »* (Vincent, 18 ans, lycéen)

*« J'écoute quotidiennement, tous les jours et plusieurs fois dans la journée, avec le mp3, sur l'ordi... »* (Lucas, 20 ans, étudiant)

#### 3.2. De la difficulté d'exprimer ses goûts

Sur le rôle et l'importance de la musique pour les spectateurs, se dégage un certain consensus à la fois autour de l'importance des pratiques d'écoute et sur le fait d'avoir des goûts assez larges. L'expression « j'aime un peu tout » revient très souvent, et témoigne aussi bien d'une certaine ouverture d'esprit que d'une difficulté pratique à définir ses propres goûts. Face à l'étendue des sous-catégories qui caractérisent chaque genre musical, ceci doit nous interroger sur l'obsolescence des grandes catégories musicales à partir desquels sont appréhendés les goûts des spectateurs, notamment dans la mesure où ceux-ci ne s'imposent pas systématiquement pour décrire un goût.

Comme on l'a vu dans l'analyse statistique, une des spécificités du public des Eurockéennes se caractérise par une diversification et une fragmentation des goûts, à la fois à l'intérieur du répertoire pop-rock, et à l'extérieur de celui-ci. D'un côté, les spectateurs se regroupent suivant certaines affinités bien spécifiques qui, d'une manière générale, appartiennent à l'univers pop-rock mais ne se confondent pas les unes avec les autres : le métal, le heavy-métal, le hard-rock, le rock indépendant, le rock électro, la pop anglaise, le punk, le grunge... D'un autre côté, l'univers des musiques actuelles se fragmente lui aussi en une multitude de répertoires bien distincts : l'électro, le rap, le hip-hop, le slam, le R'nB, la dance, le trip-hop, le ska, le reggae...

Pour autant, et au-delà de la bonne maîtrise de ces différents répertoires dont les spectateurs interrogés font preuve, notamment les plus jeunes, l'expression des goûts et des dégoûts est davantage facilitée par le recours à des périodes de l'histoire musicale, des noms d'artistes, des spécificités acoustiques ou des registres d'émotions :

*« Moi, c'est plutôt la musique des années 60-70, Bob Dylan, Jimi Hendricks ... pas trop les B.B. Brunes. J'aime la musique quand elle est forte, qu'il y a un message derrière et qui a surtout de bons musiciens en fait... Je sais pas si je déteste totalement un style, mais j'aime pas quand y a aucun rapport avec un instrument de musique. Bah, je peux aimer la musique électro mais c'est vrai que j'ai un peu plus de mal à accrocher parce que y a pas d'instrument... l'électro bof! »* (Marion, 23 ans, chargée d'étude)

L'association des termes « pop-rock » n'est d'ailleurs pas sans poser problème car si les spectateurs reconnaissent volontiers une certaine proximité entre le rock et la pop anglaise, cette proximité est moins évidente avec la pop française dont les frontières avec la chanson et la variété demeurent floues. Les nombreuses remarques, souvent négatives, quant à la programmation de Charlotte Gainsbourg ou des B. B. Brunes confirment cette difficulté d'assimiler la pop française à l'univers rock. La charge symbolique associée à l'univers de la variété « commerciale », et celle, différente, associée à celui de la chanson française participent à cette scission (symbolique ?) entre pop française et pop anglaise.

### **3.3. Des goûts et des dégoûts : la cohabitation des communautés**

Si la plupart des spectateurs des Eurockéennes se reconnaissent plus particulièrement dans un ou deux styles de musique spécifique, peu affirment des goûts proprement exclusifs. Même si les amateurs de musiques rock dominant, il paraît donc difficile de présenter le public des Eurockéennes uniquement comme un public de spécialistes du rock. L'ouverture de la programmation à des registres musicaux tels que la chanson, le rap, le hip-hop ou le R'nB renforce ce métissage du public. Pour autant, derrière l'ouverture de goûts qui caractérise ce public, les aversions vis-à-vis de certains genres demeurent. Si d'ailleurs, certains spectateurs éprouvent des difficultés à exprimer les contours de leurs préférences tant celles-ci sont larges, il leur est parfois plus facile de dire ce qu'ils n'aiment pas : « J'aime un peu tout sauf... ». Ici, ce sont souvent le rap ou le hip-hop qui ressortent...

*« J'écoute beaucoup de musiques différentes [...] D'habitude, j'écoute beaucoup de métal, de hard rock... Du classique, de la pop ? Ouais ça m'arrive mais rarement. Par contre, jamais de hip-hop et de rap, je déteste ! »* (Sandrine, 19 ans, étudiante)

Du reste, comme on l'a observé dans l'analyse quantitative, le rap, le hip-hop et le métal sont les principaux genres qui font l'objet d'importants rejets de la part des spectateurs. Certains spectateurs s'inquiètent d'ailleurs du mélange des genres qui caractérise la programmation de cette année, notamment à propos de la confrontation des différentes communautés de spectateurs. Un spectateur avisé souligne toutefois que cette opposition avait déjà fait l'objet d'interrogation dans le public au moment de l'arrivée des musiques électroniques dans la programmation du festival, sans que les communautés de goût s'affrontent ou que des différences fortes s'affirment parmi les spectateurs. Il est donc fort possible que l'arrivée d'amateurs de rap, de R'nB et de culture hip-hop suive le même chemin et s'assimile rapidement au reste du public. Au final, la diversification de la programmation reste globalement perçue de manière positive, et comme étant susceptible de satisfaire un peu tous les goûts. Nous le verrons tout à l'heure.

Si l'éclectisme musical connaît donc ses limites, la diversité de l'offre et le volume de concerts proposés fait cohabiter des communautés de goûts différentes qui entretiennent une certaine tolérance, voire une certaine curiosité les unes par rapport aux autres, si bien d'ailleurs que ces communautés demeurent largement invisibles derrière la bannière de « l'apéro ! »<sup>13</sup>. Au-delà des trois grandes communautés de goûts identifiées (rock, hip-hop, électro), le classique semble faire l'unanimité comme une sorte de goût carrefour, acceptable et accepté par tous. L'écoute du classique reste toutefois une pratique plus occasionnelle ou plus intime :

*« Moi le classique, c'est dans la voiture en général, quand j'ai un petit coup de blues. Bon après pas avec les amis, c'est un peu la honte... »*  
(Alban, 32 ans, militaire)

Cela correspond bien à ce que nous avons vu dans l'analyse quantitative au sujet du classique, comparé au métal. Si le premier est, comme le second, assez mal classé, c'est faute de réunir de nombreux fans, mais grâce à beaucoup d'estime moyenne ou médiocre. Contrairement au métal, le classique ne provoque que peu de rejet.

### **3.4. Entre tête d'affiche et découvertes**

On l'a vu, au chapitre précédent, le rapport à l'offre musicale n'est pas survalorisé, et le choix des concerts, la préparation du parcours de déambulation entre les scènes ne sont pas toujours clairement organisés à l'avance. De fait, nombre de festivaliers ont une connaissance très approximative de la programmation. D'une manière générale, ils ont repéré 5 ou 6 groupes qu'ils sont sûrs d'aller voir, sur les trois jours, soit 1 ou 2 par jour, le reste étant réservé à la découverte :

---

<sup>13</sup> « Apéro », sur le site du camping, représente une sorte de cri de ralliement, qui désigne autant l'objet qu'il nomme (la boisson alcoolisée) que le lien qu'il manifeste au sein de cette large communauté éclatée du camping. Dès lors, une fois les premières tentes installées, fusent d'abord quelques cris, repris en écho par plusieurs voix, plus ou moins proches, et s'achevant en une sorte de litanie lointaine. « Apéro ! » crée une communauté imaginaire (ceux qui crient « Apéro ! » ne contractant pas pour autant l'obligation de boire sur le champ ; enfin pas toujours...) qui symbolise « les amis », « le lâcher-prise », « la fête » comme règles du jeu.

*« Non, j'ai pas du tout prévu encore... Mais quand même : Airbourne, Massive Attack, Kasabian, sur d'en voir 6 au moins, sûr. Et puis les autres, un peu à droite, à gauche » (Isabelle, 47 ans, secrétaire)*

Cette démarche de découverte est d'emblée intégrée par les festivaliers, y compris par les nouveaux venus. On pourrait ainsi parler d'une sorte de pacte de réception tacite : venir aux Eurockéennes, c'est d'abord faire des découvertes musicales dans une ambiance festive, et voir quelques têtes d'affiche aussi. Même si la découverte est inhérente au spectacle vivant dans son ensemble, cette démarche et cet état d'esprit sont particulièrement exacerbés à Belfort contrairement à d'autres manifestations festivalières où les artistes « têtes d'affiches » jouent un rôle plus central. Outre le volume de la programmation, et l'impossibilité matérielle de tout voir, les festivaliers viennent ici plus qu'ailleurs faire le festival plutôt que voir des artistes précis. Ceci ne veut pas dire pour autant que les festivaliers ne connaissent pas les groupes programmés. Au contraire, la plupart des spectateurs savent se repérer dans l'offre, et possède une culture globale des différents styles de musique proposée, au-delà des groupes eux-mêmes. Sans cela, il leur serait d'ailleurs extrêmement difficile d'organiser leur journée et de sélectionner les concerts :

*« Ouais quelques uns, je sais plus combien... Ben, en fait on décide un peu en avance, par rapport aux groupes qui jouent, même si y en a qu'on connaît pas, on se dit on va voir ça par rapport au style après... L'année dernière la plupart des groupes étaient sur la grande scène donc on restait attendre... 15-20 concerts, même plus, beaucoup plus, 30 ou 40, le plus possible. Cette année c'est Bloody à pas rater, Missy Elliott, chais pu faut que je regarde la fiche... Kasabian, Jay Z... euh, y en a plein d'autres encore... Empire of the Sun, Mika, Massive Attack... et The Hives aussi... » (Jérémy, 17 ans, lycéen)*

Pour les découvertes, Internet favorise un repérage préalable qui montre que, derrière leur nonchalance apparente, les festivaliers se documentent à l'avance sur la programmation :

*« Le premier soir The Barones... pis, un truc qui vient du coin qui s'appelle Filia Mozza, un duo de batterie et de violon, on a vu ça sur le site, et après on est allé sur leur My Space, ça a l'air intéressant... Infectious groove, pis Massive Attack aussi... » (Florent, 28 ans, technicien)*

Nous y reviendrons.

Pour faire le lien avec la manière dont s'organise le séjour, il est intéressant de noter la variation des modes d'écoute suivant les concerts, l'ambiance et les personnes avec qui l'on se trouve, et les scènes qui permettent aux habitués de naviguer plus facilement. C'est ce que nous raconte Nathan :

*« Prévu les concerts ? Ouais vite fait... Après, y a les concerts que tu vois et ceux où t'es impliqué, et y en a où tu discute, d'autres où t'écoutes, t'es plus devant, on tourne beaucoup... La Plage et la Loggia c'est les découvertes... Pas plus que les autres années... les autres années y avait plus de trucs qu'on écoutait vraiment comme Oasis ou Blur... mais*

*maintenant comme c'est assez diversifié, ça dépend de mon humeur et du temps ! Là, y a Jay Z entre autres... Après y a forcément des noms qui vont être des bonnes surprises... Ouais c'est vrai y a des trucs qui marchent pas en festival... T'as des groupes de festival et d'autres de salles... Y a des groupes qui s'expriment mieux sur des scènes plus petites que sur des grosses scènes... L'ambiance est complètement différente dans le Chapiteau que sur la Grande scène, là c'est un grand show... A chaque fois qu'on revoit un groupe qu'on a vu sur le Chapiteau et qu'on revoit sur la Grande scène, c'est qu'en général entre temps ils ont fait une tournée, ben en général on est déçu, je trouve. » (Nathan, 28 ans, Technicien)*

#### **4. La relation aux autres festivaliers**

##### **4.1. Une ambiance bon-enfant**

*« Ben moi je trouve que c'est assez bon enfant, moi j'ai jamais trop eu de problème... des gens qui m'agressent ou quoi que ce soit, j'ai toujours rencontré des gens, on parle avec eux, des fois ils sont un peu alcoolisés, des fois c'est moi qui suis un peu alcoolisé... Enfin le dialogue, la parole, c'est toujours ça qu'est bien aussi dans ce festival et dans les autres aussi je pense, on peut parler librement, y se passe un truc et y a quelqu'un d'autre à côté, on en parle ensemble et la relation est assez facile quoi... » (Bruno, 21 ans, étudiant)*

Le climat global porté par l'ambiance festive reste bon enfant. Encore plus prononcée au camping, cette relation positive, basée sur l'entraide, « l'apéro » et la fête, favorise le fait d'aller vers les autres. Sur le lieu central, cette proximité est moins exacerbée, les festivaliers partagent une connivence plus réservée qu'au camping, une manière d'être ensemble dans la fête et la musique. Les relations sont d'emblée amicales et chaleureuses même face à l'inconnu, les différences d'âges ou de goûts sont immédiatement acceptées :

*« C'est l'esprit festival, c'est ce qu'on recherche, on a l'impression qu'on peut aller voir tout le monde... la confiance non, c'est un mot un peu trop fort, je pense, qu'on peut communiquer, qu'y a pas forcément de barrière, qu'on est tous en dehors du quotidien, qu'on vient tous pour la même chose et voila, on a tous plus ou moins la même vision de la fête ou des concerts ou de ce genre de chose... c'est pour ça que je disais l'esprit festival, ça se trouve pas forcément qu'aux Eurockéennes... » (Léa, 23 ans, chargée d'étude)*

*« Une très bonne relation : stone, franchement, tranquille. Un peu le flower power... pour faire une petite métaphore de ça. J'ai fait plein de festoches, et je me suis jamais embrouillé, c'est pas comme en boîte. Il y a parfois des petites altercations, mais ça passe vite, limite si après on va boire une bière ensemble. » (Alban, 23 ans, militaire)*

Comme ils le disent eux-mêmes : les gens sont là pour « se lâcher », « se faire » du bien mais pas dans le respect d'autrui. Cette apparente tolérance est motivée par le fait de pouvoir avoir des relations, un peu « hors normes », avec les gens pour sortir du quotidien et échanger plus directement sans tabous :

*« Je dirais qu'il y a... c'est pas de l'amitié, mais de la convivialité, on se tutoie tous, il y a pas de tabous, on va pas se regarder le nombril, mais... tout le monde est comme il est. On fait des rencontres, on reste en relation, on s'envoie des photos puis plus rien, c'est rigolo. » (Isabelle, 47 ans, secrétaire)*

#### **4.2. Une communauté de festivaliers ?**

Si l'ambiance des Eurockéennes n'est pas sans rappeler l'esprit libertaire des années 1960-1970 et des festivals « grand format » qui ont vu le jour à cette période, peut-on pour autant parler d'une communauté de spectateurs ? Interrogés directement sur cette question, les festivaliers ne manquent pas de rappeler l'ambiguïté de ce terme. On constate ainsi une très nette différence de perception du mot « communauté » suivant l'âge et la génération du festivalier. Pour les plus anciens, la démarche communautaire s'insère dans un système de vie qui paraît très éloigné de la réalité du festival, fut-elle exceptionnellement décontractée. Pour ceux-là, la réponse est donc plutôt négative. Pour les plus jeunes, le fait d'« être ensemble » pour partager de la musique, est un bon synonyme de la notion de communauté. Mais, là encore une certaine volonté de démarcation demeure : être ensemble mais rester différents. Pour ceux-ci, la communauté éphémère des Eurockéennes existe, et s'incarne bien dans la notion plus contemporaine de communauté, très en vogue aujourd'hui grâce aux réseaux sociaux virtuels, notamment dans leur capacité à créer des rassemblements massifs (cf. les apéros géants de Facebook). Au final, le sentiment de faire partie d'une communauté – quel que soit son sens – reste mitigé. Il y a autant de personnes qui adhèrent à cette idée que de personnes qui la rejettent.

La question du partage permet d'affiner la description du sentiment communautaire qu'éprouvent certains festivaliers. Si la musique reste l'élément central, il s'agit plus d'une certaine d'ouverture à son égard plus qu'une communauté de goûts :

*« Comment je définirais cette communauté, je sais pas, on est tous ensemble pour voir de la musique, pour s'éclater... festif, bon c'est toujours le même mot qui revient à chaque fois... Des valeurs de musique, de fête... pas forcément des goûts musicaux mais le plaisir de voir des groupes en concert, de découvrir des groupes qu'on connaît pas forcément mais qu'on n'aurait pas découvert à la radio... voila quoi » (Arthur, 21 ans, étudiant)*

Bien qu'éphémère, les festivaliers profitent de cette parenthèse avec le quotidien et déploient des sociabilités, parfois elles aussi éphémères, qui inscrivent le festival dans une sorte de rituel :

*« Moi en plus j'ai tendance à retrouver les même gens. Je les vois que là. C'est une petite communauté, oui. Tout le monde est sympa, accueillant. [...] J'y vais plutôt les yeux fermés. [...] Sur le chemin [pour aller du camping aux scènes], je discute de rugby, de foot, du boulot, les gens sont curieux des autres. Au moins on débat. C'est l'avantage du petit chemin, on a le temps de discuter, le long des voies ferrées. Les gens sont faciles d'abordage. On peut discuter. L'ambiance est relâchée. On peut balancer les opinions. Pas de souci. » (Fabien, 29 ans, technicien)*



Si cette communauté éphémère s'incarne dans un certain nombre de valeurs ou de points communs, tels que le goût pour la musique, les idées politiques plutôt de gauche, l'ouverture d'esprit, le goût de la découverte et du débat, le respect de la différence, etc., elle s'incarne également en acte par le fait même de participer régulièrement au festival. Faire partie de la communauté ou de la grande famille des Eurockéennes, c'est aussi venir et revenir au festival comme une sorte de pèlerinage, trois jours entre parenthèses de la vie quotidienne.

Là encore, les sociabilités qui se jouent pendant le festival participent à cette ambiance si particulière qui est, pour beaucoup de festivaliers, synonyme de liberté :

*« C'est un partage vraiment profond, c'est une communion dans la musique et dans les échanges. Je viens pour la musique mais je viens aussi pour les échanges. Je pense oui, musicalement parlant et dans cette communion. Les gens viennent pour la musique mais aussi pour rechercher ça, les gens sont un peu désinhibés. On est dans une société un peu difficile, les gens viennent aussi pour se lâcher, c'est permis de se lâcher, c'est important la permission de se lâcher sans être jugé. On peut se permettre certaines choses (dans la façon de s'habiller...) y'a pas de protocoles. On est dans une société tellement aseptisée. Quelque part c'est une liberté. » (Fabienne, 61 ans, retraitée)*

Pourtant, vue de l'extérieur, cette ambiance n'est pas toujours perçue de manière positive et peut même faire l'objet de certains *a priori*, notamment auprès de la population locale :

*« C'est l'esprit Eurockéennes... le contact, c'est ça essentiellement, l'ambiance... Oui... on retombe sur les mêmes trucs finalement hein, c'est les gens qui sont ouverts... si les cons viennent y tiennent pas longtemps, hein ? ... ou alors ils n'osent pas venir... Les premières années, nous, on n'osaient pas venir, on en entendait tellement sur les Eurocks... que quand on arrivait, y a avait un nuage de fumée au-dessus du site... c'était la drogue, y a avait une image... Vu de l'extérieur, ça faisait peur ! Le tout c'est de franchir le pas et puis c'est bon... » (Frédéric, 55 ans, médecin)*

La population des festivaliers est relativement mélangée, si bien qu'en réalité, plusieurs communautés cohabitent les unes avec les autres :

*« Une communauté ? Non de plusieurs communautés ! Ce que j'aime bien ici c'est qu'y a un peu toutes les tranches d'âges, tous les styles, y'a pas un même style comme la musique est assez diverse, y'a des styles différents, on rencontre d'autres gens, y'a même des étrangers qui viennent. On rencontre d'autres gens. » (Mathilde, 28 ans, chargée d'étude)*

La description du festivalier-type par les festivaliers eux-mêmes permet d'affiner cette idée de plusieurs communautés ou tribus qui cohabitent et se rencontrent, au-delà de l'image d'Epinal du jeune, torse nu avec une bière à la main qui aime la musique et l'apéro !

*« Comment je vois le festivalier-type ? Un verre de bière à la main, très cool, qui dort pas beaucoup. Il y en a qui viennent déguisés !!! Des gens complètement aware ! Cool ! » (Isabelle, 47 ans, secrétaire)*

Ce qui est intéressant dans cet exercice, c'est ce mélange de distance et de proximité que les festivaliers entretiennent avec ce stéréotype :

*« Le festivalier-type ? C'est déjà pas moi... C'est décontracté... parce que je... Attends ! Moi, je suis quand même décontractée assez festive... donc finalement, oui pourquoi pas moi aussi ! Si, si quand même, genre si il pleut, je m'en fous d'avoir les cheveux mouillés, ça ne me dérange pas. Y a des endroits où tu irais pas comme ça, mais les Eurockéennes, c'est bon quoi, tu peux ! » (Patricia, 61 ans, professeur des écoles)*

*« Selon moi, ça dépend, y a moi ou les autres, je dirai plutôt jeune, mais ça dépend parce que y a des cinquantenaires qui viennent s'éclater aussi... Mais je dirai jeune, qu'a envie de faire la fête, qu'a envie d'avoir de la musique dans les oreilles et qui se prend pas trop la tête... » (Bruno, 21 ans, étudiant)*

## 5. Perceptions des Eurockéennes

### 5.1. Une expérience à part

Les représentations associées aux Eurockéennes gravitent autour de trois principaux pôles qui participent à mieux cerner l'expérience « Eurockéennes ».

Premièrement, le camping, les vacances et la fête contribuent à donner un cadre à cette expérience, à lui donner une ambiance à part.

*« Ben je dirais, que c'est un festival de musique avec un camping à côté ! Ben ouais, c'est aussi ça hein, c'est un peu ce qui était sympa aussi ! C'est que c'est pas seulement ça (désigne le programme), c'est aussi ça l'ambiance (désigne les gens autour)... Après, pendant, on se retrouve [...], il fait beau, c'est le début de l'été, tout ça quoi ! Pour fêter le début des vacances, et puis on verra » (Vincent, 18, lycéen)*

*« La fête ! Je vais vous dire une chose. J'ai travaillé sept jours d'affilée, là, pour venir aux Eurockéennes, comme un malade... pour pouvoir venir ! Je l'ai dit à mon patron. J'aurais pu dire que j'avais une grand-mère malade, ou un truc dans le genre... Mais les Eurocks, c'est la fête de l'année ! » (Anthony, 19 ans, apprenti)*

Deuxièmement, le festival s'inscrit dans un patrimoine et une mémoire collective. Il est un des événements incontournables de la vie culturelle locale et nationale, qui en fait un rendez-vous important dans la vie de ces mélomanes.

*« C'est le premier week-end de barré sur l'agenda... On prépare un an avant... Je barre mes trois jours, et il ne peut rien arriver... C'est un cas de force majeure... » (Frédéric, 55 ans, médecin)*

*« C'est un truc que j'attends chaque année, un défouloir, un endroit où je me lâche, où je fais ce que je peux pas faire l'année. » (Hughes, 29 ans, plâtrier)*

*« Un des plus grands festivals français en termes d'affluence, de réputation. Un festival assez éclectique, avec plusieurs styles. Un des festivals en France où il faut être ! » (Rémy, 26 ans, ouvrier)*

Troisièmement, ce sentiment d'appartenance communautaire, propre à de nombreuses manifestations culturelles – et qui fait que, pour en être, il faut y être – s'inscrit également dans une mémoire individuelle qui marque l'histoire singulière et la carrière de chaque festivalier :

*« De bons souvenirs ! C'est parce qu'on a vécu de bons moments qu'on a envie d'y retourner, c'est vrai, les copains, la boue... les premiers temps de camping... Mon premier camping, c'était en 2003 pour les Eurocks ! » (Léa, 23 ans, chargée d'étude)*

Ansi, le pacte de réception (Passeron 2006) propre aux Eurockéennes, ou pour le dire autrement, le contrat que ce festival établit avec son public repose en partie sur ce système de représentations, qui en fait un événement à part. La singularité des Eurockéennes réside peut-être dans la manière d'agencer et d'impacter ces trois univers de sorte que l'expérience humaine se mêle à l'expérience esthétique sans jamais s'y restreindre. Par rapport aux autres formules festivalières plus courantes comme celles que nous avons étudiées précédemment (Négrier, Djakouane & Jourda, 2010), ce dispositif particulier (site isolé, multi scènes, camping...) transforme le rapport social ordinaire aux objets culturels pour en proposer une forme nouvelle qui reconfigure les codes habituels de la consommation culturelle.

## **5.2. Les clés du succès**

Musique, vacances, fête, convivialité, rencontre, amitié, découverte... telles sont les principales valeurs citées spontanément par les festivaliers. Dans la suite des constats précédents, il est intéressant de noter ici que seuls deux éléments ont un lien avec la musique elle-même (la musique et les découvertes). Les autres valeurs évoquées renvoient davantage à l'ambiance particulière du festival et la dimension humaine de l'expérience « Eurockéennes ».

Toujours dans la même idée, le succès des Eurockéennes repose sur une formule particulière qui crée une ambiance chère aux festivaliers :

*« Pourquoi ça marche ? Bonne question ! Je crois peut-être les groupes sont bons, l'ambiance, je pense que si les gens y reviennent, ils ont dû bien aimer l'ambiance... » (Sandrine, 19 ans, étudiante)*

*« C'est une formule... Par le fait qu'il y ait plusieurs scènes, ça crée plusieurs ambiances... Y a la Plage, la Loggia... Enfin, je préférais la loggia d'y a longtemps, c'était abrité, des grandes lampes, c'était un peu plus électro, c'était un peu plus intimiste... Mais ces scènes ouvertes, c'est sympa aussi... C'est les ambiances quoi ! C'est ce qui explique aussi le succès d'autres festivals, le fait qu'il y ait différentes scènes avec différents*

*styles de musique, le Sziget (Hongrie) c'est pareil, c'est génial !* » (Aurore, 23, chargée d'étude)

Comme vient de le dire Aurore, le dispositif scénique de ce type de festival permet de créer plusieurs ambiances (musicales devant les scènes, et autres dans les stands) qui favorisent le mélange des genres musicaux et donc des publics. La diversité de la programmation devient alors un argument d'ouverture qui favorise l'adhésion des spectateurs. Ce sentiment est renforcé à une époque où l'éclectisme en matière de goûts musicaux devient un peu la règle commune, et même si, évidemment, tout le monde n'aime pas tous les styles de musique programmés :

*« Disons que ça s'adresse à... je dirais d'abord la diversité des groupes... Moi, je sais que j'aime beaucoup de genres de musique différents donc, euh... c'est ouvert à un public différent ! Comme là, y a Jay Z c'est du rap, ça change de Suicidal Tendencies qu'est du métal... Disons que c'est un peu l'éclectisme... En général y a eu des bonnes affiches, donc quand c'est bon les gens viennent ! Mais ça fait pas tout non plus quoi, l'ambiance et tout quoi... »* (Arthur, 21 ans, étudiant)

*« Ils programment des groupes pas encore trop connus, le mélange entre les connus et les moins connus, ou pas. Le mélange ! »* (Roxane, 39 ans, travailleur social)

Dans l'ensemble, les festivaliers interrogés sont de grands consommateurs de musique *live*, que ce soit à l'occasion d'autres festivals ou de concerts en salle. Parmi les principaux autres festivals fréquentés, on retrouve de nombreuses manifestations locales de petites tailles (Rencontres et Racines, Paléo, Herbe en zic, Fimu, le festival de Besançon) et d'autres festivals en France ou à l'étranger dont le dispositif s'apparente à celui des Eurockéennes (Sziget, Solidays, Rock en Seine). Mais les Eurockéennes semblent posséder deux atouts de taille qui les distinguent des autres, deux éléments qui avaient attiré initialement toute l'attention des organisateurs : son site, et sa situation géographique. Chez les festivaliers, ces thématiques reviennent spontanément pour évoquer les raisons du succès des Eurockéennes.

*« Pour moi, je crois que c'est quand même le lieu, le cadre de Malsaucy qui est exceptionnel... »* (Yohan, 24 ans, technicien)

*« C'est placé près des frontières... Bien placé... Des gens de partout... A un moment donné, les Eurocks étaient le festival le plus connu en France, maintenant non. »* (Sylvie, 47 ans, secrétaire)

*« La taille. Les Eurocks c'est immense, démesuré. »* (Hughes, 29 ans, plâtrier)

*« La taille, c'est un des plus gros quand même. Si t'excepte les Sziget parce que le concept est un peu différent parce que le camping est sur le site... Tous les festivals où on a été c'est le même principe... La taille et le site... Même si on n'a pas la même vision du site parce qu'on le connaît. Les autres festivals, y'a pas forcément de particularité... tandis qu'ici c'est vraiment chouette. »* (Nathan, 28 ans, technicien)

*« C'est celui que je préfère, c'est là où je me sens le mieux, c'est comme chez moi parce que je connais tout par cœur... ! » (Patricia, 61 ans, professeur des écoles)*

*« Rencontres et Racines, par exemple, ben, c'est beaucoup plus petit... Là-bas, on fait plus attention, y'a pas ce côté je me lâche... Vous avez la société qui vous regarde ! » (Fabienne, 61 ans, retraitée)*

### **5.3. Un mythe qui dure ?**

Sur la perception de la programmation, trois tendances principales se dégagent ici : un sentiment de continuité ; une ouverture positive à d'autres genres musicaux ; une dérive commerciale moins rock.

Il est intéressant de noter que les nouveaux venus ont le sentiment d'assister à une manifestation mythique qui a globalement su rester authentique tout en s'ouvrant à d'autres genres musicaux. On comprend ainsi que la volonté de participer à un événement de cette ampleur joue dans la motivation à venir pour la première. La notoriété reste donc inchangée de l'extérieur. Il faut aussi rappeler que les nouveaux festivaliers sont en moyenne plus jeunes, et qu'ils peuvent davantage se reconnaître dans des groupes plus récents dont la renommée et le prestige ne sont pas les mêmes auprès de publics plus âgés.

*« Je pense pas que ça ait changé... Justement ma sœur, qui est un peu plus âgée, y est allée y a cinq-six ans, et de ce qu'elle m'en a parlé, ça avait l'air conforme à ce qu'on m'ont dit mes copains. » (Victor, 18 ans, lycéen)*

*« Je pense pas que ça change, la programmation ça reste vachement actuel, avec quelques groupes cultes... Par rapport à ce qu'on m'a dit, ça bouge pas » (Florent, 28 ans, technicien)*

Les habitués du festival perçoivent les différemment les évolutions de la programmation, sa dimension rock, et l'ouverture à d'autres genres musicaux. Globalement, ils apprécient l'équilibre entre tête d'affiche et petits groupes moins connus. Mais la place occupée par les groupes mythiques et l'arrivée d'autres styles de musique sont perçues de manière différente suivant les festivaliers.

*« Dans la programmation, disons que j'ai l'impression qui y avait plus de grosse tête d'affiche, et que ça se diversifie plus... Et je trouve ça bien, genre des groupes de rap, y en avait beaucoup moins et maintenant y en a un peu plus quoi... Comment y doit évoluer ? Cette évolution est assez bien, continuer sur la diversité et sur les petits groupes aussi parce que là j'ai vu qu'y avait plein de petits groupes qu'étaient pas très connus... moi j'aime assez bien découvrir des groupes fin, j'aime bien avoir des têtes d'affiche aussi mais un peu les deux quoi » (Arthur, 21 ans, étudiant)*

*« Tous les changements qui z'ont fait, genre de passer de 3 scènes à 4 scènes... Parce qu'avant y avait pas la Plage et la Loggia... Y avait la Petite scène, le Chapiteau et la Loggia... La première année moi, j'ai été déçu parce qu'on avait de bons souvenirs avec les autres scènes... Mais a posteriori, je dirai qu'on s'y ait fait, parce qu'à chaque fois on a découvert*

*des bons trucs... ça permet de se diversifier un peu plus... » (Nathan, 28 ans, technicien)*

*« Donner la chance peut être à des groupes qui ne sont pas en « haut », ça c'est bien. » (Fabienne, 61 ans, retraité)*

*« Que ça reste dans le même état d'esprit. Depuis 13 ans que je viens, ça évolue plus en business. D'un côté c'est pour notre confort, mais ça reste cher comme festival. » (Hughes, 29 ans, plâtrier)*

*« Une évolution en terme de programmation de ce qui fait qu'on est là... C'est pas très gentil ce que je vais dire mais je trouve que c'est un peu commercial ! Charlotte Gainsbourg aux Eurockéennes ! Enfin bon, après je dis pas... J'aime beaucoup son père, mais pour moi voilà, l'identité des Eurockéennes, y a quand même rock dedans ! Jay Z, Missy Elliott... Dans notre groupe de potes, c'est pas pour rien qu'on est que trois, la programmation attire moins ! Y a aussi le facteur travail, le facteur prix, c'est forcément des freins... Je pense que serait de bien de mettre en avant plus d'artistes de la scène rock [...] Y a beaucoup de choses qui se font qui sont intéressantes et qu'on voit dans les petits concerts, c'est vrai qu'on attend aussi d'un festival de nous faire découvrir des choses du registre rock... Là y a un méli mélo, y a pas vraiment de cohérence dans la programmation... Bon en même temps cela se comprend, faut attirer toute sorte de public, les gens sont capables de faire leur choix » (Léa, 23 ans, chargée d'étude)*

*« Revenir au fondamentaux des années 90 ! C'est beaucoup plus éclectique qu'avant. L'éclectisme, c'est bien mais... la programmation d'y a une bonne dizaine d'années était meilleure. J'ai l'impression que les Eurocks veulent attirer plus de mondes, on a des programmations plus mainstream style B.B. Brunes, Mika.... » (Rémy, 26 ans, ouvrier)*

Sur l'évolution de la programmation, les insatisfaits font jeu égal avec les satisfaits même si certains jurent de ne plus revenir... tout en reconnaissant qu'ils ne peuvent pas s'en empêcher ! Ce constat rappelle que la motivation principale des spectateurs reste l'ambiance. De fait, si certaines éditions se sont révélées décevantes d'un point de vue musical, la bonne ambiance générale fait que l'on revient vivre cette expérience festivalière.

Évidemment, un festival de cette ampleur génère un certain nombre d'attentes à l'égard de la programmation. Ce public de connaisseurs attend à la fois certaines tête d'affiche à la mode – dont certaines sont programmées ailleurs (Muse notamment) –, des groupes plus mythiques des années 1970-80, ou encore des groupes qui ont connu des succès passés aux Eurockéennes : Daft Punk, Noir Désir, Rage Against The Machine, Radiohead, Iggy Pop, NTM, Smashing Pumpkins, Oasis, ZZ top, Santana... Pour autant, la diversité de la programmation et les nouveautés leur conviennent plutôt bien.

*« Cette année, j'ai parlé à plusieurs personnes qui ont fait 3 ou 4 fois les Eurocks, la programmation apparemment elle vaut moins le coup que les*

*années d'avant, avant y'avait plus de « gros morceaux. » (Thomas, 18 ans, étudiant)*

*« Euh...des vieux trucs du style les Rolling Stones... Ce sont des groupes qui passent à tous les âges... C'est la musique pour la musique, c'est une musique sans âge. Des gars qui ont une grande qualité musicale et qui transcendent les générations. » (Frédérique, 61 ans, retraitée)*

*« Des groupes connus ? Pas forcément. C'est ça aussi qui fait la surprise, moi je préfère être agréablement surpris, que de m'attendre à quelque chose de bien et être déçu ! Hier, Missy Elliot, ça valait pas le coup ! Franchement, je me mets à la place de quelqu'un qui paye exprès sa place pour la voir... » (Geoffroy, 19 ans, maçon)*

*« Ce qui est bien c'est qu'il y a beaucoup de trucs qu'on connaît pas. Surtout cette année ! Mais en même temps ça va être pas mal. » (Hughes, 29 ans, plâtrier)*

« Il en faut pour tout le monde » est la précaution souvent utilisée par les festivaliers pour expliquer leur position ou justifier leur critique. C'est aussi une manière de montrer leur désaccord sur tel ou tel artiste sans rejeter globalement le festival. En 2010, les artistes les plus fréquemment cités comme n'étant pas en accord avec l'esprit rock des Eurockéennes étaient : Mika, Charlotte Gainsbourg, B.B. Brunes, Missy Elliott, Jay Z...

*« Par exemple, je dis ce que je pense...Gainsbourg non, j'ai pas trouvé ça... Ça a pas de force, c'est guimauve. Elle vient de part son nom et ça c'est pas bien. » (Fabienne, 61 ans, retraitée)*

La critique est souvent nuancée par une mention de tolérance à l'égard de la diversité des goûts des festivaliers. Cette tolérance est d'ailleurs facilitée par le volume de l'offre et l'espace multi-scénique du festival.

*« Charlotte Gainsbourg elle n'a pas tellement de voix, dans un festival, ça fait mal ! Mais bon, ce qui ne nous plait pas à nous, peut plaire à d'autres. Faut respecte ! » (Anonyme, 59 ans, technicienne)*

*« Mika ! Après, y'en faut pour tout le monde ; mais c'est moins dans l'esprit. Le rap, ça peut être pas mal, mais Jay Z c'est moins dans le contexte » (Marion, 19 ans, apprentis)*

*« Mika, j'aime pas forcément mais je comprends qui soit là... Y a 70 concerts donc y en a pour tout le monde, et 5 scènes ! Si y'a pas ce que j'aime sur la Grande scène, dans le même créneau j'aurai forcément quelque chose qui me plait ailleurs... Sur les 4 ans, j'ai jamais passé un après-midi à me dire qu'est-ce que je fais là... » (Yohann, 24 ans, technicien)*

### *Conclusion : un festival unique pour des trajectoires multiples*

Les sociabilités occupent donc une place centrale dans le rapport que les Eurockéens entretiennent avec le festival. Les copains, tout comme l'ambiance, font de cette expérience festivalière quelque chose d'unique où chacun peut naviguer suivant son bon plaisir tout en étant sûr de retrouver ses amis plus tard. Cette manière d'être ensemble mais autonome est une donnée essentielle et singulière dans la façon de « faire les Eurocks ». Cette relation particulière aux autres s'illustre également dans la possibilité que chacun ressent de pouvoir parler spontanément aux inconnus, sans avoir nécessairement l'impression de faire partie d'une communauté. C'est ce qui caractérise l'ambiance si particulière de ce festival qui est au cœur de l'expérience « Eurockéennes ». Souvent revendiquée pour évoquer la spécificité de tel ou tel festival, cette ambiance parvient rarement à déjouer le rapport convenu de la sortie qui caractérise nombre de festivals que nous avons étudiés jusqu'ici. Aux Eurockéennes, ce rapport est transformé, et l'expérience humaine et collective est inséparable de l'expérience esthétique. En cela, ce dispositif particulier (site isolé, multi scènes, camping...) transforme le rapport social ordinaire aux objets culturels et reconfigure les codes habituels de la consommation culturelle. Si la renommée du festival est un facteur central, et si l'adhésion s'y produit rapidement, les motivations qui favorisent la première venue se distinguent de celles qui favorisent la fidélisation. Pour le dire vite, tandis que les habitués, confiants dans la programmation et soucieux de découverte, viennent surtout pour l'ambiance et pour partager un moment entre amis, les nouveaux venus, chez qui l'incertitude est plus grande, doivent réunir la double condition de pouvoir y aller entre copains et de connaître deux ou trois groupes.

Cette reconfiguration s'illustre enfin à travers la perception ambivalente des festivaliers à l'égard de la programmation. Trois tendances principales se dégagent ici : un sentiment de continuité ; une ouverture positive à d'autres genres musicaux ; une dérive commerciale moins rock. Ces tendances soulignent une fois encore la dialectique tolérance/rejet qui caractérise la perception de l'offre musicale : d'un côté l'attrait pour l'ouverture et la découverte, de l'autre, la méfiance vis-à-vis de la musique commerciale (BB Brunes, Mika, Gainsbourg) et de la facilité. Cette hésitation traduit un problème de lisibilité et de cohérence de la programmation qui rappelle que derrière son apparente désinvolture, le public des Eurockéennes reste un public de connaisseurs.

Une des clés du succès des Eurockéennes – et peut-être, d'une certaine manière, de l'ensemble des festivals « grand format » – réside dans leur capacité à laisser une multitude de trajectoires de spectateurs y prendre part. Des spectateurs guidés par leurs goûts musicaux, leur désir de faire la fête ou leur envie de partager un moment avec des amis ou les communautés auxquelles ils appartiennent et dans lesquelles ils naviguent tout au long du festival. Ces résultats illustrent d'une certaine manière les différentes configurations de sociabilités mises au jour par Fabien Granjon et Dominique Cardon, et présentées dans l'introduction de ce livre (Cardon, Granjon 2003). La diversité de l'offre favorise la confrontation de communautés gustatives distinctes. Comme les individus se retrouvent souvent partie prenante de plusieurs de ces communautés, le dispositif multiscènes offre la possibilité à chacun de circuler suivant ses propres goûts en dépit des contraintes liées au groupe avec lequel il fait, par ailleurs, le festival.

Faire les Eurockéennes, c'est ainsi pouvoir partager des moments collectifs autour d'un concert ou d'une bière, tout en ayant la possibilité, à un moment donné, de se rendre



seul voir un artiste qui ne fait pas l'unanimité dans le groupe avec lequel on est venu. On retrouve ici la dynamique de spécialisation et la séparation des différents cercles relationnels en fonction des objets consommés. Mais c'est également, la possibilité de naviguer parmi différents cercles relationnels, de venir avec un groupe mais de retrouver d'autres amis l'espace d'un concert. On retrouve alors la dynamique de distribution, et l'usage différencié des sociabilités en fonction des objets consommés. Enfin, les Eurockéennes, c'est aussi la possibilité de venir avec un petit groupe d'amis, de faire des découvertes ou de voir des artistes que l'on aime ensemble, de rester unis et vivre une expérience de groupe. On retrouve alors la dynamique de polarisation où prime l'idée d'être ensemble, de partager des goûts et une expérience.

Outre le fait d'illustrer l'hétérogénéité des publics et celle des manières de faire un festival, cette étude des sociabilités festivalières nous permettent d'illustrer la multiplicité des sphères d'appartenance des individus (Lahire, 1999) qui créditent l'hypothèse d'un festivalier pluriel. Si la combinaison des cercles relationnels est révélatrice d'une individualité différenciée, c'est aussi le moyen de comprendre la juxtaposition des sphères d'influence qui font évoluer les comportements (Simmel, 1992). Paul DiMaggio parle de « Culture-Switch » pour décrire cette capacité des individus à convoquer une des dimensions plurielles de leur personnalité suivant le contexte, le cercle relationnel auquel ils participent à un instant donné (DiMaggio, 1987). Se déploient ici des influences multiples, parfois complémentaires, parfois contradictoires, par où transite une expérience esthétique en perpétuelle évolution, et qui constituent au fond, le dénominateur commun à tout individu.

## TROISIÈME PARTIE. LE FESTIVAL À L'ÈRE NUMÉRIQUE

Par Pierre Négrier, Aurélien Djakouane et Emmanuel Négrier

Comment les festivaliers font-ils usage des outils numériques ? Il y a au moins trois bonnes raisons de se poser la question dans le cadre d'un festival. La première est bien sûr liée à l'impact du numérique, et singulièrement des pratiques de téléchargement sur Internet, sur la crise de l'industrie du disque. Celle-ci a contribué à revaloriser la place du spectacle, et donc celle des festivals, dans l'économie artistique. La deuxième raison se rapporte à l'articulation entre pratiques numériques et sociabilité festivalières, telle que l'évoquent des travaux récents sur la question. Ils montrent que, au contraire de la télévision, l'usage d'Internet n'est pas, sociologiquement, associé à une moindre fréquence des sorties culturelles, au contraire (Donnat 2009). Si pratiques numériques et sorties musicales vont de pair, rien n'est dit, cependant, sur la nature de cette articulation. Enfin, dans les deux cas, la pratique *stricto sensu* (de la musique, d'Internet) est comme entourée d'un halo de sens commun autour des notions ou slogans communautaires, libertaires ou participatifs. Il y a donc lieu de s'interroger sur les usages du numérique en contexte festivalier.

Comme on l'a vu dans la deuxième partie, le terme même de « communauté », que nous utilisons parfois dans ces pages, doit être pris avec beaucoup de précaution. Dans son sens analytique de l'identification à un « commun » qui relève à la fois de croyances, de goûts, de pratiques et d'expériences vécues au sein d'un collectif, la notion de communauté se prête mal à la description d'un ensemble humain comme les festivaliers, ou encore même comme celui, plus resserré, des fans d'une page Facebook ou utilisateurs d'un forum. Entre la communauté, telle qu'elle est utilisée comme métaphore courante, et la communauté telle qu'on la conçoit en sociologie, l'écart est considérable (Cardon 2010). Ou alors, il faut évoquer la « communauté qui vient » qui, d'un point de vue philosophique, serait celle de la « singularité quelconque », selon les travaux de Giorgio Agemben (1990). Une telle communauté se définirait précisément par un ensemble d'individus singuliers, détachés de toute condition d'appartenance traditionnelle. Un public de festival, nous l'avons montré plus avant, ne s'exonère pas de toute appartenance (sociale, culturelle, générationnelle), mais il est vrai qu'il en fait coexister plusieurs. Une communauté d'utilisateurs de ressources Internet autour d'un festival (un site, un forum, des réseaux sociaux) révèle, comme nous allons le voir, plusieurs manières de « faire communauté ». Autrement dit, si la « communauté » dont nous allons parler doit être prise en un sens très large, elle doit être aussi examinée de près, afin d'observer sa diversité interne, de l'utilitarisme du flot d'information jusqu'à la constitution d'un espace public critique (Habermas 1997).

Dans cette partie, notre objectif est moins d'ajouter de nouvelles hypothèses sur les usages d'Internet que de mettre ceux-ci en regard de la pratique festivalière. Notre propos se découpe en deux temps. Le premier se base sur un aspect de notre enquête quantitative, et traite des différentes formes d'usage de ces outils, depuis les sites du festival et autres sites musicaux, jusqu'aux réseaux sociaux. Cette entrée quantitative s'accompagne d'une analyse du sens que les festivaliers que nous avons interviewés donnent à ces outils et à leur utilisation. L'analyse qui vient ensuite a un caractère exploratoire. Notre regard partira ici des résultats obtenus dans les enquêtes qualitative et quantitative, et les prolongera par une analyse originale, fondée sur une étude des

discours (la forme, le fond) et des usages des sites, réseaux sociaux et forums entourant les Eurockéennes. Cette analyse de contenu permet d'entrevoir une différenciation entre usages que nous appelons, parfois avec un excès de cohérence, les outils numériques de communication.

## **1. Sites et réseaux. Des pratiques massives et des usages variés**

Avec près de 90% des festivaliers qui ont, à un degré ou à un autre, consulté le site, on a affaire à une réelle banalisation de ce média. Celle-ci est largement corrélée à la jeunesse du public. Dans notre échantillon, il faut attendre les (rares) spectateurs de plus de 50 ans pour voir chuter l'usage du site Internet à... à peine moins de 80% ! Cependant, il convient de rappeler que le public des Eurockéennes est non seulement plus jeune mais aussi beaucoup plus diplômé que la moyenne, ce qui est l'autre facteur très favorable à l'usage de ces nouveaux outils, comme le souligne également l'enquête de 2008 du DEPS (Donnat 2009). Il est donc tout à fait logique que les festivaliers en usent de façon totalement banalisée. Il n'était cependant pas évident, pour autant, que le site Internet des Eurockéennes fasse lui-même l'objet d'un usage massif. Nous commençons par l'usage de celui-ci avant d'étudier celui des réseaux sociaux et autres ressources numériques.

### **1.1. Le site Internet des Eurockéennes**

Si l'utilisation du site est généralisée, cela signifie que les différentes variables sociologiques n'ont que peu de prise, même si on note certaines nuances : elle est plus importante encore pour les publics éloignés géographiquement, et légèrement moins fréquente chez les catégories populaires. Il en est de même concernant le diplôme : si les Bac+2 et plus dépassent allègrement les 90% d'utilisateurs, ce pourcentage ne descend pas en deçà de 72% pour les diplômes inférieurs. Au-delà de ce constat, il est également intéressant de voir quels en sont les motifs. Pour quels usages les festivaliers consultent-ils le site ? Quel est le degré de participation dont ils témoignent à travers celui-ci ?

**Tableau 33. Les usages du site Internet des Eurockéennes**

Usages	%
Découvrir la programmation	54,1
Organiser son séjour (tarifs, hébergement, itinéraire...)	32,6
Connaître les avis des autres dans les forums et débats	7,2
Contribuer à ces forums et débats	2,3
Autres	3,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Plusieurs usages se dessinent. Pour les aficionados qui connaissent bien le fonctionnement du festival, cet outil sert surtout à connaître la programmation :

*« Ouais ! Pour le programme déjà... pour l'imprimer. A chaque fois, j'allais voir pour savoir si y avait de nouveaux noms qui arrivaient... Mais autrement, non pas spécialement... Les forums ? Non, j'y vais pour voir les rumeurs, les groupes, les avis et tout mais j'y participe pas... après les trucs comme ça Internet et tout c'est pas trop mon truc... [...] D'autres sites ? Ouais ben si, si, bien sûr, je compare un peu les festivals... Surtout cette année quoi, je trouve que, par rapport aux autres festivals, c'est un peu pauvre cette année... Par rapport aux autres festivals, t'as plus de grosses têtes d'affiche... Après ça dépend des goûts et des*

*couleurs ! Moi, je sais que y a quelques trucs que je suis pas très fan non plus... »*  
(Bruno, 21 ans, étudiant).

Les différentes ressources proposées par les Eurockéennes sur le site n'influencent pas réellement les festivaliers quant à leur décision de venir. Ce sont surtout des outils pour obtenir des informations d'appoint. La motivation pour l'événement en tant que tel, ou sa programmation en particulier alimentent la consultation du site, et non l'inverse. Le site permet aussi de conserver un contact entre le festival et son public, de manière à maintenir sa curiosité en éveil. Ainsi, le *teasing* organisé autour de la programmation (i.e. le fait de dévoiler progressivement les artistes programmés) crée une certaine émulation et un suivi de la part des festivaliers. Peut-être davantage chez les nouveaux venus, ou chez ceux qui assistent à d'autres festivals et qui parfois hésitent entre les Eurockéennes et d'autres manifestations. Les rumeurs vont bon train et participent à fédérer une partie de la communauté des spectateurs autour du site Internet sans que cela soit véritablement déterminant dans leur venue. L'utilisation des forums reste assez distante, aucune des personnes interrogées n'y ayant participé. Il s'agit là aussi de connaître les rumeurs, d'avoir l'avis d'autres festivaliers sur la programmation ou sur l'ambiance du festival. La motivation est donc utilitaire plus que participative :

*« J'y suis allé régulièrement parce que y avait une date où ils annonçaient les groupes qui viennent, et j'ai regardé tous les jours, et après par la suite les heures à laquelle ils passaient pour prévoir quoi... (Jérémy, 17 ans, lycéen)*

Au-delà de ces incitations, l'accuité de cette consultation peut être renforcée par certains aspects, comme l'augmentation des tarifs :

*« Le site Internet ? Oui, ne serait-ce que pour savoir la programmation... Mais, je pense qu'on a certains amis qui viendraient aux Eurockéennes, rien que parce que c'est les Eurockéennes ! Mais bon la programmation quand même, d'autant plus qu'avec l'augmentation du prix du billet... Avant c'était 30 € la journée, maintenant c'est 40 € ! On a payé 45,5 € notre journée de demain... Du coup, on prête plus attention à la programmation, d'autant plus que la qualité a baissée... »* (Aurore, 23 ans, chargée d'étude).

La plupart des réponses « autres » se réfèrent soit au premier, soit au deuxième item (imprimer le programme ou covoiturage, par exemple). Pour les nouveaux festivaliers, notamment, le site Internet constitue un point d'information incontournable, que ce soit pour la programmation – là encore essentiellement pour les groupes moins connus – mais surtout pour connaître le lieu du festival, le camping et toutes les modalités pratiques liées à l'organisation du séjour et à la venue aux Eurockéennes. Les sites de covoiturage sont assez plébiscités, tout comme les pages My Space des artistes. Les forums quant à eux sont surtout utilisés comme source d'informations sur les artistes, l'ambiance, le camping, les conditions sur place...

*« Complètement, sur la page d'accueil pour voir la prog, le tarif forcément... [...] La FAQ, le forum avec ce qu'on a droit d'amener, de faire de pas faire... Non, j'ai pas contribué. Pour les questions que je me posais, j'ai trouvé des réponses... Pis ça m'a amené sur les espaces My Space des artistes qui sont en lien sur la programmation, et sur un site de covoiturage festival, t'as une liste de tous les festivals, tu crées un compte pour avoir les trajets... mais c'est pas celui-là que j'ai utilisé »* (Laurent, 28 ans, technicien)

Les usages du site sont plus de nature unilatérale et utilitaire qu'interactive et participative : on consulte, on s'informe, on assiste passivement à l'activité « critique » des forums et débats, mais l'implication dans ces discussions reste extrêmement marginale. Ici encore, les campeurs se démarquent en étant à la fois plus assidus au site, et en y exerçant plus la fonction de consultation, voire de contribution à l'égard de l'espace critique : 12,5% pour la première, 5% pour la seconde.

À la suite de cette dernière remarque, on constate que ce sont les internautes les plus jeunes qui cumulent le plus de fonctions en même temps. La moyenne d'âge des utilisateurs rajeunit au gré des usages participatifs les plus « impliquants », comme la contribution aux forums par exemple (25 ans de moyenne d'âge ; contre 28,2 pour ceux qui déclarent se connecter pour découvrir la programmation).

La variable du diplôme doit être prise avec précaution dans la mesure où la jeunesse des utilisateurs les plus chevronnés les rend (encore) incapables de détenir des diplômes plus élevés, en cours d'acquisition. L'importance de la population estudiantine est, quoiqu'il en soit, la démonstration que la variable du diplôme détenu ou en préparation ne peut être négligée. Ces précautions en tête, on peut dire qu'elle influe assez peu dans nos chiffres de consultation, qui n'augmentent que légèrement au gré du niveau scolaire.

De même, cette variable est peu explicative des écarts (faibles) qui affectent la nature des consultations. Si la découverte de la programmation est plus répandue chez les moins diplômés tandis que l'organisation du séjour via le site est davantage l'apanage des plus diplômés, le niveau d'étude n'impacte pas les autres fonctions (connaître les avis des autres, contribuer) qui sont, par ailleurs, très minoritaires.

### **1.2. Les « réseaux sociaux » virtuels (Facebook, MySpace, etc.) autour du festival**

Si le site Internet permet d'avoir des informations sur la programmation, et notamment sur les groupes peu connus (les découvertes), l'utilisation de *My Space* permet d'aller plus loin et d'écouter, et de visualiser ces groupes. Ils préparent ainsi leur venue en repérant ce qui les intéresse. Pour beaucoup, la projection sur l'édition suivante se fait avant que la programmation soit connue dans le détail. Comme on l'on a vu plus haut, elle compte donc relativement peu dans la démarche de fidélisation.

*« Ouais je vais voir chaque site des artistes puis j'suis allé sur You Tube pour voir ce qui faisait tout ça... J'en ai découvert plein qui me plaisaient ou redécouvert que je connaissais mais je savais plus trop ce qu'ils faisaient enfin la musique mais plus le nom de l'artiste. » (Jérémie, 17 ans, lycéen)*

Au-delà du seul site du festival, de multiples outils existent, à commencer par la page Facebook du festival lui-même, ainsi que d'autres pages associées, plus ou moins formellement à celui-ci. Leur fréquentation est nettement inférieure à celle du site, avec 35% de festivaliers (mais 50% des campeurs) qui s'y retrouvent. Sans surprise, cet usage est nettement corrélé à l'âge des festivaliers, comme l'indique le tableau suivant.

**Tableau 34. L'âge et l'utilisation des réseaux sociaux numériques (en%)**

Tranches d'âge	Utilisent les réseaux sociaux	N'utilisent pas les réseaux sociaux	Total
Moins de 18 ans	<b>51,5</b>	48,5	100,0
18-24 ans	<b>41,1</b>	58,9	100,0
25-39 ans	31,7	<b>68,3</b>	100,0
40-59 ans	18,3	<b>81,7</b>	100,0
50 et plus	12,3	<b>87,7</b>	100,0
<b>Moyenne</b>	<b>35,0</b>	<b>65,0</b>	<b>100,0</b>

La moyenne d'âge des utilisateurs de réseaux sociaux virtuels est de 25 ans, contre 29 ans pour les non-utilisateurs. L'usage de ces outils de communication s'apparente bien à un phénomène générationnel caractéristique de la jeunesse contemporaine. Le phénomène est encore trop récent pour savoir si ces pratiques perdurent en vieillissant.

Compte tenu des inégalités sociales qui affectent l'utilisation des technologies numériques, on aurait pu s'attendre à ce que les taux de participation des catégories populaires et des catégories les moins diplômées pâtissent de cette modalité particulière. Or ce n'est pas le cas. Sur le premier point, on ne note ni pour le festivalier, ni pour ses parents, un usage moindre des réseaux sociaux lié à l'appartenance à une catégorie sociale populaire. En revanche, en ce qui concerne le niveau de diplôme, les écarts sont beaucoup plus marqués.

**Tableau 35. Les niveaux d'étude et l'utilisation des réseaux sociaux numériques (en%)**

Niveau d'étude	Utilisent les réseaux sociaux	N'utilisent pas les réseaux sociaux	Total
CAP/BEP, brevet, primaire	<b>44,7</b>	55,3	100,0
Bac Pro	<b>47,6</b>	52,4	100,0
Bac (général ou technologique)	<b>40,3</b>	<b>59,7</b>	100,0
Bac +2	36,0	<b>64,0</b>	100,0
Bac +3 et plus	29,8	<b>70,2</b>	100,0
<b>Moyenne</b>	<b>35,0</b>	<b>65,0</b>	<b>100,0</b>

Comme on le voit ci-dessus, l'utilisation des réseaux sociaux numériques diminue à mesure que le niveau de diplôme augmente. Ce résultat contraste avec les corrélations habituelles en termes de pratiques culturelles. D'une certaine manière, cela tendrait à confirmer la capacité d'un public comme celui des Eurockéennes – et il n'est sûrement pas le seul – à ne pas reproduire totalement toutes les inégalités sociales face à la culture. On peut supposer, à tout le moins, que l'inégalité d'accès aux nouvelles technologies n'obéit pas aux mêmes logiques que celle de l'accès à la culture. Il est symptomatique que nous ne retrouvons pas ici, à l'instar de ce que nous remarquons à propos de la lecture de magazines musicaux, une stricte correspondance entre les propriétés sociales et scolaires du public et des pratiques dont le degré et le type d'usage sont différenciés.

**Tableau 36. Types d'usage des réseaux sociaux numériques**

Usages	%
Partager ses goûts et expériences	43,6
Consulter les avis des autres	36,8
Donner son propre avis	12,3
Autres	7,3
<b>Total</b>	<b>100</b>

Si l'usage des réseaux sociaux numériques reste minoritaire à l'échelle du public, c'est bien une logique participative qui l'emporte. « Donner son avis » et « Partager ses goûts » cumulent près 55,9% des usages. Toutefois, il serait abusif de présenter la dimension participative comme l'unique recours à ces outils, l'aspect consultatif et informatif est également bien présent avec 36,8% des cas. Il n'est peut-être pas inutile ici de distinguer les plateformes types Facebook où les festivaliers peuvent avoir leur propre page et échanger avec leurs amis, et celle type MySpace où la logique d'exhibition, notamment pour les artistes, favorise un usage plus consultatif chez les festivaliers. Facebook semble aussi susciter des usages inattendus, mais aussi des réserves quant à ce qu'il implique :

*« Je fais partie du groupe Facebook : j'y suis parce que mon fils m'a inscrit. Il ne vit pas avec moi alors il m'a dit c'est sympa. Mais c'est un petit peu dérangeant. C'est trop à livre ouvert. J'y vais pour jouer aux points cool et discuter avec mon fils » (Sophie, 47 ans, Secrétaire)*

*« Facebook ? Au début j'étais contre aussi, mais j'y vais pas souvent » (Christophe, 18 ans, étudiant).*

Derrière le partage des goûts et expériences se profilent en effet des récits, transmissions de photo, tranches de vie qui ne passent pas pour exprimer des « avis » au strict sens du terme, même s'ils témoignent d'un vécu singulier, et donc d'un sens donné à l'expérience. Les « autres » réponses sont en majorité du premier et du troisième type (« voir les nouvelles », « programmation », par exemple).

Sur ce plan, aucune véritable influence ne peut être décelée quant à l'âge, à l'origine géographique ou sociale, au niveau de diplôme, sur l'intensité et la nature de l'utilisation des différentes potentialités des réseaux sociaux. Le fait que le partage des goûts et expériences soit même très légèrement plus intense chez les festivaliers belfortains (60% d'usage moyen) est une démonstration que le recours à ces « télé-outils », loin d'être liés à la distance réelle, font aussi désormais partie des modes de communication de proximité, et croissent sans doute avec l'intensité de l'identification au festival plus qu'avec la distance géographique.

### **1.3. Les autres ressources Internet**

Au-delà des réseaux sociaux proprement dits, un ensemble de ressources en ligne existe dont la consultation entoure également, quoique de façon plus lâche, l'événement. Le recours à ces ressources est à peu près équivalent à celle des réseaux sociaux : 36,2% (et 43% pour les campeurs). Nous avons souhaité savoir quel était le degré d'utilisation de ces ressources.

**Tableau 37. L'usage des autres ressources Internet**

Autres ressources Internet	%
Site d'artistes	38,5
Sites de médias (TV, presse, radio, etc.)	36,0
Sites personnels ou blogs	7,5
Autres forums de discussion	5,0
Autres	13,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Les autres ressources mobilisées par les festivaliers sont essentiellement des sites à usage informatif, ce qui rappelle au passage combien les usages à caractère consultatif dominant encore l'utilisation d'Internet. Les autres ressources font essentiellement référence à des sites musicaux le plus souvent commerciaux (Deezer, MTV, FNAC) quand il ne s'agit pas de sites liés à des aspects matériels (SNCF, Viamichelin, Mappy, Google Map, etc.).

Il est difficile de saisir par un questionnaire un ensemble de pratiques en plein essor, dans le cadre d'une évolution technologique très rapide. Force est cependant de constater que, à la suite des travaux sur les pratiques culturelles des français à l'ère numérique, ces outils apportent des changements substantiels dans notre façon de penser l'accès à la culture.

Le facteur générationnel apparaît ainsi déjouer en partie certaines contraintes sociologiques, sans toutefois les éliminer. Rappelons en effet que, si nous sommes ici en présence d'un public plutôt placé au cœur de la cible d'usage de ces outils – un public jeune, plutôt urbain, plus diplômé que la moyenne – une proportion encore très importante de français est tenue à l'écart de ces changements.

Néanmoins, il est intéressant de constater que, une fois identifiée la population qui a recours à ces technologies, les variables classiques (niveau scolaire, appartenance sociale) ne jouent pas pour « redoubler » les inégalités d'accès à ces nouveaux vecteurs de culture. Pour parfaire notre connaissance des usages d'Internet, nous avons eu recours, parallèlement, à une analyse qualitative de contenu.



## **2. Du Hall au Parlement. Les échanges sur la Page Facebook et sur le forum des Eurockéennes**

Dans la partie précédente, nous avons montré que, derrière la généralisation des consultations de sites, la participation à ceux-ci, ainsi qu'aux réseaux sociaux numériques, ouvre sur des usages assez divers. Cette diversité n'est elle-même pas sans lien avec certaines caractéristiques sociologiques des individus. Mais pour mieux rendre compte de la nature de ces échanges, de leur éventuelle spécificité en fonction des outils mobilisés, il était nécessaire de nous livrer à une analyse de contenu. Nous l'avons consacrée à deux ressources : la page Facebook des Eurockéennes et le forum qui se trouve sur le site du festival.

Nous procédons pour chacun à une étude de la forme des échanges observés. Comment sont-ils organisés ? Selon quels critères ? Tant pour le groupe Facebook que pour le Forum, la forme des échanges prend une part fondamentale dans leur organisation. Nous nous pencherons ensuite sur le contenu des échanges. La problématique communautaire étant un référentiel courant de ces usages, l'étude du contenu des messages entend voir en quoi elle pourrait ici s'incarner. Pour ce faire, nous observerons de très près les différents échanges en les caractérisant selon plusieurs critères : le type, la période, et la signification.

### **2.1. Facebook : Être à la page !**

Pour aboutir à une étude exhaustive d'une année entière d'échanges et de fonctionnement des différentes plateformes de réseaux sociaux numériques, le choix a été fait de prendre en compte les messages diffusés sur la page Facebook officielle des Eurockéennes entre le 11 septembre 2009 et le 11 septembre 2010. L'analyse s'articulera autour de trois points : les principaux chiffres, le fonctionnement de la page (les différents acteurs, les périodes d'activités, la caractérisation des messages), et les hypothèses qui concluront cette étude.

Les chiffres ont leur importance : 272 messages pour 212 intervenants. Ce rapport met en évidence deux constats. Le premier est que les interventions sur la page sont souvent ponctuelles. Si certains membres du groupe reviennent parfois sur le site pour intervenir plusieurs fois, il est rare qu'ils laissent plus d'un message, et exceptionnel qu'ils en laissent plus de deux. On peut donc en déduire que les interactions entre les utilisateurs du site sont non seulement ponctuelles et sur des thématiques précises, mais que la page connaît un renouvellement d'utilisateurs assez important. Les intervenants sont nombreux à défaut d'être récurrents.

Les 12 960 personnes inscrites sur la page témoignent d'un autre fait intéressant. Pour contribuer à la page, ils ont dû cliquer sur l'icône « j'aime ». S'il est évident que c'est le seul moyen pour pouvoir poster les messages sur la page officielle des Eurockéennes, il est néanmoins important de souligner la force spécifique du terme, qui renvoie à une démarche positive dans l'esprit de l'utilisateur. Sachant que l'information de l'adhésion est visible sur le mur de chacun, on peut en déduire que l'acte est représentatif d'une volonté d'affichage de son goût pour les Eurockéennes, en même temps que cet affichage procède, il est vrai, d'une sorte de « promotion induite ». Cela peut ouvrir sur la contradiction évidente qu'il est tout à fait possible de ne pas aimer les Eurockéennes et de le poster, à la condition de les « aimer » ! Cette démarche procède par une sorte de prophétie autoréalisatrice – *self-fulfilling-prophecy* (Merton 1997) – par laquelle ce qui

est énoncé peut n'être pas nécessairement exact mais conduire à une modification du comportement telle que ce qui n'était pas exact devient vrai. Il y a aussi, dans cette prophétie (d'aimer le festival), une promesse inverse cachée : être aimé par le festival, c'est-à-dire distingué par lui, ou qu'au moins faire partie du cercle de ses amateurs concoure à son identification personnelle.

Le nombre total d'inscrits met également en évidence un autre aspect des choses. Pourquoi, alors qu'il dépasse largement les 12 000 fans en 2010, le nombre d'intervenants n'atteint-il pas les 300 ? Ce ratio représente un rapport de 1 commentaire pour 48 inscrits, et de 1 intervenant pour 61 inscrits. Même si le rapport chiffré est biaisé par l'écart entre notre période d'étude et la période d'inscription sur le site<sup>14</sup>, on peut penser que le nombre d'inscrits dépasse largement le nombre d'intervenants. Cela vient confirmer une hypothèse que l'on retrouve dans l'analyse qualitative : le groupe Facebook, comme le forum et les différents sites d'informations sur le festival, est principalement utilisé pour recueillir des informations, se renseigner, plus que pour participer à une communauté d'utilisateurs.

### ***Le dispositif***

L'activité de la page peut s'analyser selon deux dimensions. La première concerne les périodes d'activités, la seconde concerne le type de messages. Ces deux dimensions sont évidemment liées, puisque les messages sont différents selon la période, mais présentent pour chacune d'entre elles des spécificités particulières.

Trois périodes se détachent lorsque l'on se penche sur l'année entière de commentaires : la période entourant le festival (juin-juillet), la période d'annonce de la programmation (janvier-avril), et le reste de l'année.

---

<sup>14</sup> Il est nécessaire de rappeler que la prise en compte des inscriptions ne peut être figée sur un échantillon temporel précis. Il faut donc relativiser l'ampleur du rapport entre le nombre d'inscrits et le nombre d'intervenants, car les deux données ne prennent pas en compte le même intervalle de temps. Si le nombre de messages concerne uniquement une période d'un an, le nombre d'inscrits correspond à une durée beaucoup plus longue, depuis l'ouverture de la page.

Du 8 juin au 8 juillet, la majorité des messages sont des petites annonces, des propositions d'échanges, de revente, puis après le festival, des réactions et quelques vidéos :

 Recherche places pour vendredi et samedi, ou pass 3 jours à bon prix ! BILLETS non nominatifs svp, remise en main propre sur mulhouse aujourd'hui, sur le site demain entre midi et 2 ! Merci de me contacter par message privé.  
1 juillet, 13:53 · J'aime · Commenter

 Vends place pour eurockéennes samedi 3 juillet : 20€ (prix: 45.50€)  
Vous pouvez me la prendre le jour même avant l'ouverture  
Veuillez me contacter  
30 juin, 19:55 · J'aime · Commenter

 Méc, je suis intéressé, mais impossible de t'envoyer un message privé sur facebook... Contacte moi si les conditions dans mon message au dessus du tien te vont.  
1 juillet, 13:57 · J'aime · Signaler

Rédiger un commentaire...

 Hello everyone!  
Je vend deux pass pour Vendredi à 35 euros le tout. Qui serait intéressé?  
30 juin, 16:52 · J'aime · Commenter

 aime ça.

 Moi mais je peux les récupérer ou????  
1 juillet, 07:43 · J'aime · Signaler

 Super concert de massive attack hier soir ♥ et mika a bien géré..! ♥  
vive les bons moment au camping.. :D  
5 juillet, 21:20 · J'aime · Commenter

 aime ça.

Rédiger un commentaire...

 Vous étiez aux Eurocks ?  
Interviews exclusives, galeries photos et vidéos sur le site de L'Est Républicain  
Dossier complet sur  
<http://www.estrepublicain.fr/fr/zoom/eurockeennes/index.html>  
5 juillet, 18:21 · J'aime · Commenter

 Magalie Delle-vedove aime ça.

Rédiger un commentaire...

 RECHERCHE VIDEO DE  
BOMBA ESTEREO DE CETTE ANNEE A LA LOGIA (j ai deja celle du camping)  
MERCİ AU EUROCKEEAIN  
5 juillet, 18:20 · J'aime · Commenter

 <http://www.youtube.com/watch?v=etVvJISjSvE>  
5 juillet, 18:45 · J'aime · Signaler

 Y a pas Seb sur la vidéo !  
6 juillet, 10:54 · J'aime · Signaler

 Et oui je cherche le passage ou les gen  
monte sur scene .  
6 juillet, 11:40 · J'aime · Signaler

En avril, la plupart des messages concernent la programmation :

♂ : Kasabian aux Eurock!!!!!!  
27 mars, 14:04 · J'aime · Commenter  
2 personnes aiment ça.

♂ : Jay-Z aux Eurock !!!!!!!!!!!!!!! enorme !!!!  
3 avril, 20:35 · J'aime · Commenter

♂ jay z ; infectious groove, kasabian , piers facini c sympa pour une soiree?  
21 avril, 20:06 · J'aime · Commenter

♂ Les programmeurs ont craqué leurs slip, il faut faire quelque chose:  
21 avril, 19:52 · J'aime · Commenter  
2 personnes aiment ça.  
Rédiger un commentaire...

Les autres périodes sont regroupées autour d'un thème principal qui concerne moins les Eurockéennes mais qui, paradoxalement, fait vivre plus que les deux autres la communauté des spectateurs des Eurockéennes :

♀ kikou moi jetais aux eurockéennes de belfort 2007 dommage qu'il est pas j'aimerais retrouver la programmation des eurockéennes de belfort 2007 !! quelqu'un la ?? bizzz  
19 novembre 2009, 12:13 · J'aime · Commenter

♀ <http://www.facebook.com/group.php?gid=129292486573#/topic.php?uid=129292486573&topic=11886>  
18 novembre 2009, 22:32 · J'aime · Commenter

♂ Bonjour à tous!  
Après quelques soucis voici enfin la page facebook officiel du Malsaucy!!!  
<http://www.facebook.com/pages/Sermamagny-France/Site-du-Malsaucy/84376741343?ref=nf>  
...  
Afficher la suite  
27 octobre 2009, 17:23 · J'aime · Commenter  
aime ça.  
Rédiger un commentaire...

♂ Pour clôturer la saison des Festivals dans la région :  
Festival Foxazik à Charquemont (25)  
Les 2 et 3 octobre 2009  
ZIGGI / GENERAL LEVY / LES TOUFFES KRETIENNES/ LELLAWAL JAMMA et many more !!

C'est à travers la vie de la communauté hors des périodes « institutionnelles » imposées par le calendrier même du festival qu'on peut réellement évaluer sa portée et son ampleur, de même que ses caractéristiques fortes. Nous voyons notamment ici un exemple de collaboration en dehors de la période du festival, et quelques messages de « publicité » pour d'autres pages, mais ce type de messages reste très largement minoritaire par rapports aux interventions générales de la page.

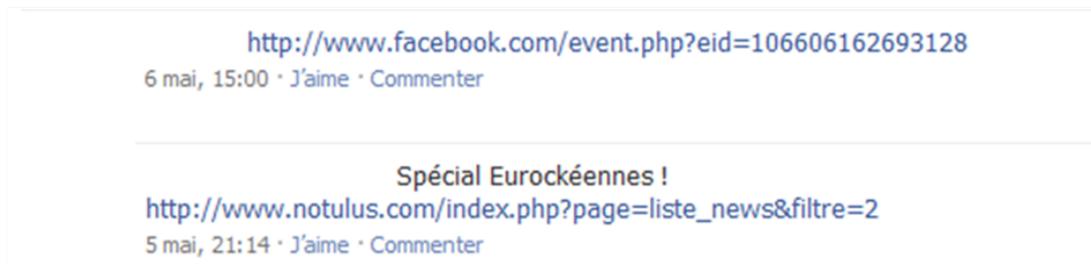
Au-delà de la période, il est primordial de distinguer deux types de messages : les messages de types « commentaires » (avis, réactions, échanges d'informations, propositions de billets etc...) et les messages de type « liens » (vers des groupes Facebook, sites Internet, profils Myspace). Les messages de type « liens » apparaissent en grande majorité sur le site (environ 70%). Ils apparaissent pendant toutes les périodes, mais représentent la totalité des messages en dehors des deux périodes bien précises des réactions à la programmation et de l'entourage immédiat du festival.

Voici ci-dessous deux exemples de chaque type de message :

Message de type « commentaires » :



Message de type « lien » :



Le contenu des messages de type « commentaire » présente une caractéristique propre à l'ensemble des messages et discussions que l'on peut trouver aujourd'hui sur tous les sites et réseaux sociaux présents sur Internet. Pour toutes les discussions, tous les échanges, les propos sont radicaux. Lorsque les utilisateurs parlent et donnent leurs avis sur la page Facebook, cela signifie la plupart du temps qu'ils ont un avis tranché à donner. L'analyse du contenu est donc centrée sur des avis soit très positifs, soit négatifs, mais particulièrement polarisés.

Dans un exemple situé plus haut, nous avons une représentation parfaite de cet écart entre deux avis diamétralement opposés. L'un clairement enthousiaste et positif, l'autre tout aussi clairement déçu et négatif. Alors que Paul\* ? écrit : « *Jay-Z aux Eurocks !!!!!!! énorme !!!* », Philippe\* se plaint, lui, de la tournure que prend la programmation du festival cette année : « *Les programmeurs ont craqué leur slip, il faut faire quelque chose !* ».

Pour ce qui concerne l'hébergement, les messages échangés sont positifs, mais peu nombreux. Les intervenants soulignent la bonne ambiance, les campements de fortune étant une des caractéristiques essentielles du festival et de son bon déroulement à leurs yeux. Il y a de même peu de commentaires sur les tarifs, ce qui souligne que les utilisateurs l'acceptent, sans en valoriser l'attractivité, mais sans le percevoir comme un excès, ce qui pourrait largement avoir lieu sur la page Facebook, comme en témoigne la réaction à la programmation. Celle-ci est en effet la principale source de discussions en même temps que le principal objet de mécontentement qui apparaît sur la page. Les

critiquent concernant surtout la venue d'artistes « confirmés », et la tendance observée par certains d'un déclin de la qualité du festival comme « découvreur » d'artistes.

Concernant l'hébergement, nous pouvons citer par exemple Claire\*, qui écrit « [...] *vive les bons moments au camping...* ». Concernant la programmation et ces réactions plutôt défavorables aux têtes d'affiches et ce qui va avec, nous pouvons citer une des réactions les plus virulentes que l'on peut trouver sur la page, postée par Murielle\* : « *Mouais... c'était pas la meilleure édition cette année... entre la grosse blague de Missy Elliott (retard, playback, passe la musique des autres... et puis qu'est-ce qu'elle foutait là ?), la sécurité pas assurée (...) + l'abus sur les prix (0.50€ les soi-disant 30min de recharge de téléphone, 1€ l'autocollant (youpi !!) = tout pour le fric...). Il y a quand même eu de bons concerts, sans aucun doute, mais cet état d'esprit mercantile dénature complètement l'intérêt du festival... on espère du mieux l'an prochain !* »

On peut expliquer ce mécontentement par le type d'intervenants du site. On observe en effet via les liens qui sont diffusés sur la page que la plupart des membres du groupe sont des artistes ou font la promotion d'artistes. Ils appartiennent donc à une communauté directement intéressée au sujet, à des réseaux artistiques. Leurs commentaires comportent exclusivement des liens vers des artistes méconnus ou émergents. Leur culture musicale peut donc expliquer leurs attentes de la programmation du festival.

Il est important de dissocier ces deux types de messages car s'ils sont tous deux intéressants et essentiels dans l'analyse de la culture numérique des spectateurs du festival, ils ne procèdent pas de la même lecture. Là où les « messages-commentaire » sont le reflet d'une connivence réelle entre les spectateurs, au-delà de la structure du festival, les « messages-lien » correspondent plus au rôle de plateforme relais. Les utilisateurs sont ici acteurs de la genèse d'une culture commune, en proposant à un public dont ils connaissent une partie des goûts musicaux (et artistiques en général) d'autres éléments qui pourraient leur plaire. Là encore, cette activité dépasse le cadre de la structure mère. Ce qui, dans ce cadre, peut être un élément à double tranchant.

Si on considère de façon pragmatique la présence d'un lien sur le site, on peut en déduire deux options :

- a) le lien concerne un artiste, une chanson, un évènement qui dépend du festival, et donc il fait graviter le lecteur du lien autour de la sphère de celui-ci.
- b) le lien concerne un produit, ou un évènement qui ne dépend pas du festival, mais qui est susceptible d'intéresser ses spectateurs.

C'est ici que le lien peut se révéler contraire aux intérêts de communication du festival. En effet, le groupe Facebook n'étant pas soumis à une quelconque censure, rien ne peut empêcher un membre du groupe de poster un lien pour un festival concurrent. Le modérateur du groupe pourrait certes effacer le commentaire, mais l'efficacité de cette attitude est douteuse : non seulement rien n'empêcherait notre membre de poster à nouveau le lien, mais encore cette intervention s'apparenterait à une censure qui est aux antipodes de la « culture » Facebook.

### ***Un regard sur les autres festivals***

Globalement, toutes les pages Facebook des festivals fonctionnent de la même façon et font apparaître les mêmes types de messages. Pour résumer, on constate une grande majorité de liens vers d'autres artistes, des réactions à la programmation et des petites annonces. Les Eurockéennes pâtissaient en 2010 de la concurrence en termes numériques<sup>15</sup>. En nombre de fans, Main Square en totalise 24 787, Les Vieilles Charrues 8 768, et Rock-En-Seine 20 919. Des écarts qui vont du simple au double. Il est difficile d'en identifier la cause principale. On signalera également, dans l'étude des messages des différents festivals, une différence de stratégie de communication. Les autres festivals communiquent beaucoup plus que les Eurockéennes sur leur propre page. Main Square, par exemple, pendant la mise en vente des billets et le festival même, poste presque un message par jour sur son propre mur ; ce qui fait réagir la communauté des spectateurs présents sur la page et induit logiquement plus d'attention et de réactivité.

Les ressources qu'offre ce type de communication sont presque infinies. Les articles, les interviews, les vidéos, les sondages même, peuvent se révéler très efficaces pour donner un sentiment d'importance aux utilisateurs des différents sites. Car c'est là un des principaux ressorts du développement de ce type de plateformes : les utilisateurs y cherchent une reconnaissance plus importante et des modalités de partage. Avoir l'impression que leur opinion et leur support comptent est souvent ce qui motive la participation à un groupe ou à une page Facebook, d'autant plus lorsqu'il s'agit d'une institution culturelle comme un festival de musique reconnu. Au vu des différences entre les pages des divers festivals, il semble que les Eurockéennes aient un potentiel de développement très fort sur ce type de réseau.

Au-delà même du contenu des messages, du nombre de commentaires, des liens vers la concurrence ou vers les artistes, il ressort de l'utilisation du groupe Facebook par ses utilisateurs une tendance bien plus globale. En effet, tous les messages, qu'ils soient positifs, négatifs ou neutres, qu'ils comportent un lien ou un commentaire, qu'ils soient laissés le lendemain, la veille, ou en dehors de l'activité du festival, font entrevoir une certaine identité partagée, même si elle n'est pas forcément de la même nature, nous le verrons, que celle qui lie les *forumeurs*. Les utilisateurs du groupe Facebook peuvent ainsi être identifiés par quelques caractéristiques communes : la connaissance et la culture musicale et artistique (reconnaissable aux nombreux liens vers des artistes et manifestations culturelles), la connaissance et la présence au festival (reconnaissable grâce aux échanges concernant la revente de places et les commentaires sur le festival), et l'exigence à l'égard des Eurockéennes (en faisant la démarche d'intervenir sur la page Facebook, les utilisateurs se posent en interlocuteurs et spectateurs « privilégiés » de celui-ci).

Les utilisateurs semblent partager leurs goûts et leurs « bons plans » musicaux et artistiques. Une tendance résumée par un message de Marc\* :

*« Après les Eurocks voilà le prochain Festival à ne pas manquer : Lez'Arts Scéniques 30, 31 juillet & 01 août // Sélestat // Alsace : MOTÖRHEAD + BAD RELIGION + SKA-P + IAM + GOJIRA + LES WAMPAS + SINSEMILIA + PARADISE*

---

<sup>15</sup> En septembre 2010, le recours à une société spécialisée dans la dynamisation de la communication permettait d'augmenter fortement le nombre d'inscrits, jusqu'à près de 24 000 avant l'édition 2011 du festival.

*LOST + BUZZCOCKS + BABYLON CIRCUS + SOLDAT LOUIS + TOOTS AND THE MAYTALS + CHINESE MAN et pleins d'autres... »*

Il convient pour que cette analyse soit pertinente d'observer et de mettre en rapport les propos et la contenance des messages avec le profil des utilisateurs. Comme nous l'avons déjà précisé auparavant, la grande majorité des intervenants du site ont une sensibilité artistique développée.

Rien ne dit, cependant, que les lecteurs du groupe (beaucoup plus nombreux que les intervenants) aient le même profil culturel, la même compétence artistique. Il faut donc ici faire une différence fondamentale entre, d'une part, les intervenants qui font vivre la page, et, d'autre part, les lecteurs qui en sont les membres « valorisant », puisque le succès d'une page Facebook est avant tout lié à son nombre de membres. Ils en sont également les premiers approbateurs, en revenant ou non sur la page.

Au vocabulaire utilisé dans les différents messages, on peut bien sûr identifier un public jeune. Plus jeune, a priori, que la moyenne d'âge des spectateurs du festival (27,8 ans). Il serait intéressant d'observer l'évolution de cette donnée avec le temps. En effet, si le succès de Facebook s'est transmis par les adolescents et jeunes adultes, ceux-ci, en grandissant, ne semblent pas (encore ?) abandonner le réseau, en dépit de certaines velléités exprimées de rupture, de distanciation, dont témoigne l'étude qualitative. Ceci pourrait faire évoluer encore les caractéristiques de la page, tout comme son nombre d'utilisateurs, en constante croissance. Les pratiques de communication qui passent par Facebook sont encore récentes, et il n'existe que peu de façons de déterminer aujourd'hui leur efficacité et leur valeur réelle.

## **2.2. Le Forum**

Le forum des Eurockéennes est une plateforme importante dans la culture numérique des spectateurs du festival. Ce site est plus ancien que les réseaux sociaux. À ce titre, il s'est inscrit plus tôt dans les mœurs des spectateurs. Comme nous l'avons remarqué grâce aux résultats de l'étude quantitative, le forum est un outil consulté fréquemment dans la recherche d'informations diverses (principalement la programmation et les informations pratiques) liées au festival. Nous étudierons ici le forum de discussion aux plans de la forme et du contenu, pour en déduire quelques notions qui définiront mieux la culture numérique des spectateurs du festival, ou tout au moins d'une partie d'entre eux.

La méthode d'analyse se divise en trois points : le recensement des divers sujets évoqués sur le forum et leur variété, l'analyse des divisions présentes sur le site (selon quels thèmes, quelles catégories ?), et bien entendu l'analyse du discours, du contenu des messages, en prenant en compte non seulement ce qui est dit, mais aussi la manière utilisée pour le dire. Le vocabulaire, la fréquence d'interventions, l'intensité des échanges. En observant de près les sujets les plus abordés (les intervenants étant souvent les mêmes, il conviendra de se concentrer sur les thèmes qui engendrent le plus d'interactions), nous pourrons déduire une analyse pertinente des échanges du forum.

### **Le dispositif**

Les messages sont beaucoup plus nombreux que sur les autres types d'échanges numériques rattachés au festival. La variété des sujets est immense, et le potentiel infini,



puisque leur création dépend des inspirations des utilisateurs. Le premier élément qui apparaît aux yeux de n'importe quel visiteur du forum est cette impression de vaste panel, de discussions aussi libres que diverses. Et c'est loin d'être anodin pour notre analyse, pour deux raisons. La première réside dans la sensation que procure cette ouverture. La liberté, donc, et l'infini. Soit deux valeurs des plus positives dans l'esprit des spectateurs. En ne se limitant pas aux Eurockéennes, le forum offre une résonance beaucoup plus large aux propos qui y sont échangés. Si échanger sur le forum correspond à une aspiration au partage des goûts musicaux et va au-delà d'une frontière institutionnelle, cela implique que le festival est porteur de cette ouverture. Symboliquement, mais clairement. Nous pourrions d'ailleurs vérifier cette projection dans l'étude du contenu des messages.

La division opérée entre les sujets liés aux Eurockéennes et les autres va dans ce sens, bien que le forum offre au premier abord une lecture différente. Il organise les échanges mais pose aussi une limite à cette ouverture, c'est la complexité. Pour une première visite, le fait de voir autant de sujets peut se révéler décourageant, surtout lorsque l'on remarque que la plupart des visiteurs qui ne participent pas au forum le consultent pour obtenir des informations pratiques. Cette complexité d'utilisation renforce une autre tendance majeure qui ressort de l'analyse du forum, l'exclusivité. Nous y reviendrons.

L'ensemble des sujets traités sur le forum peut donc être divisé en deux grandes catégories : les discussions d'experts et les informations publiques. Si ces dernières sont souvent neutres et dénuées de toute analyse personnelle, les premières sont beaucoup plus restrictives en termes de renouvellement des intervenants, car elles présentent de nombreuses barrières à l'entrée du forum.

### **Le contenu**

Les différents échanges que nous avons pu étudier révèlent plusieurs tendances. Comme nous l'avons souligné dans l'analyse de la forme des messages, le contenu présente des caractéristiques qui sont à la fois des avantages évidents dans l'établissement d'une communauté forte d'utilisateurs, et des inconvénients majeurs dans le développement de celle-ci.

La plupart des utilisateurs qui font vivre les messages sont actifs depuis longtemps. On observe même souvent une certaine intimité dans les échanges sur quelques sujets. Les rumeurs, par exemple, sont un sujet quasiment réservé aux « anciens ». Cette phrase d'un utilisateur, Adrien\*, à propos d'un autre utilisateur, Bastien\*, illustre ce propos : « *Il y a encore des gens qui tentent de parler musique avec Bastien\*...* ».

Cette tendance souligne deux choses : les utilisateurs sont fidèles au site et ils s'approprient totalement le forum. Il y a de même beaucoup de références à « Eurock », le pseudo du festival, quand il doit intervenir pour donner une information. Les allusions à des « fakes », c'est-à-dire de faux utilisateurs qui sont en fait un pseudo du festival pour tester les réactions des spectateurs, sont légion. Ceci témoigne encore plus de l'appropriation du forum par ses principaux contributeurs. Le festival est moqué sur son forum, de manière très légère et souvent affectueuse, mais les utilisateurs se posent en réels experts, eux-mêmes. Ceci corrobore encore une fois l'analyse des discours des spectateurs, qui disent rechercher sur les forums des avis d'experts, justement. Et cela explique aussi pourquoi le festival, qui développe fortement son investissement sur Facebook, a beaucoup plus de difficulté à intervenir dans le forum.

*« La politique a été de ne pas intervenir dans un espace conçu comme de libre expression, avec la crainte de voir critiquer vertement la « collaboration » de certains. C'est d'ailleurs arrivé que des intervenants allant un peu trop explicitement dans le sens du festival soient traités de « collabos » par les forumeurs » (Laurent Doucelance, directeur de la communication des Eurockéennes)*

Voici deux échanges concernant la programmation du festival et qui s'inscrivent dans une logique communautaire, reprenant notamment les concepts de « Fakes » et le caractère exclusif et intime de la plateforme :

Re: La prog officielle des Eurockéennes 2010

par [redacted] » 09 Mar 2010, 18:35

« [redacted] écrit:

« [redacted] a écrit :

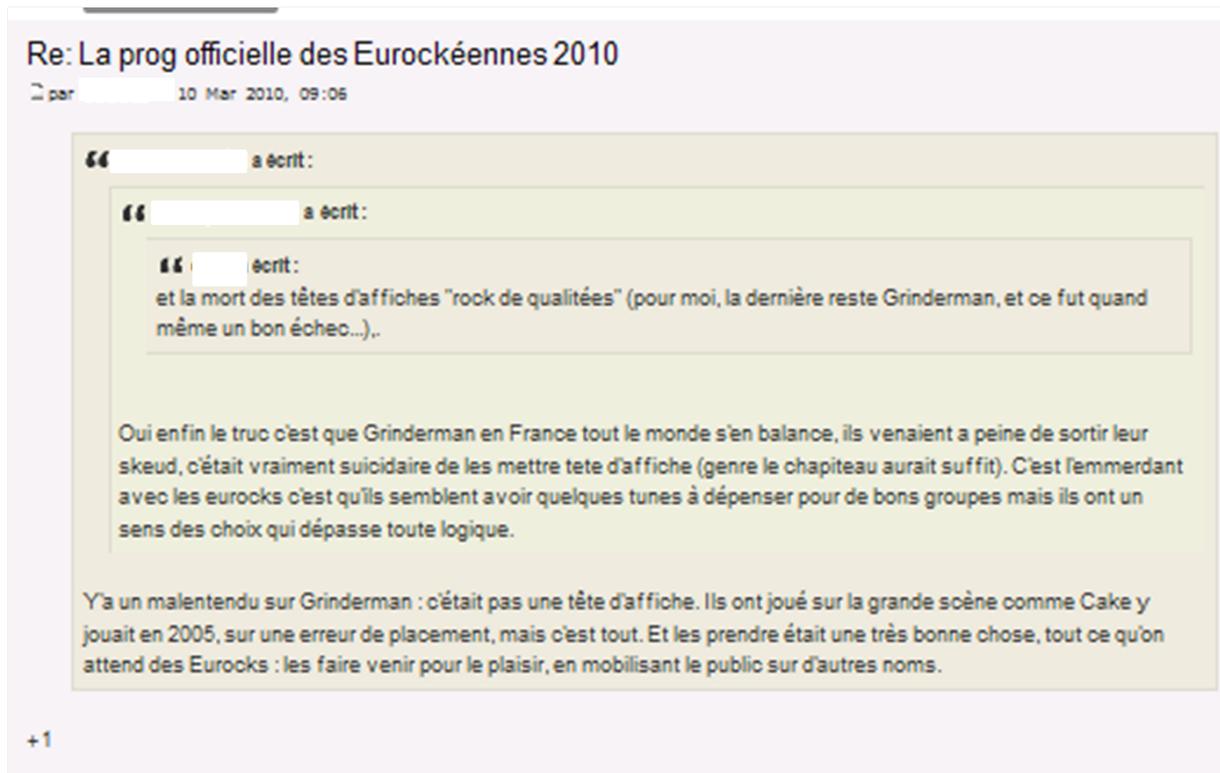
ce sont les programmeurs pour voir s'ils ont réussi leur Buzz pour nous faire causer comme des cons de cette prog de merde.

Autant les forumeurs ont bon gout (en tout cas ils en ont) autant cette prog n'a aucune saveur..  
Comment un mec avec des oreilles peut-il booker Mika???????? rien que cette faute impardonnable me fait chier sur tout le reste.... eurocks et VC même combat de fond de tranchées -> la musique on s'en branle tant qu'ils consomment des pichets ces vaches à lait

Pour commencer c'est nous qui avons proposer de le publier avant sur le forum, et pas eux qui nous l'ont demandé (d'ailleurs si on avait eu plus de temps, on aurait pu faire un truc plus sympa qui dure toute la journée, mais j'ai eu les non qu'à 14h30...)

Concernant Mika, je parle sans savoir, mais on peut imaginer qu'il est vraiment pas cher. Les Eurocks n'ont pas les moyens de booker, les plus grands groupes de rock, au moins ils arrivent à booker un gros artiste populaire!

merde [redacted] je savais pas que tu avais été embauché par la prog des eurocks cette année, parce que la, aller jusqu'à trouver une excuse (fallacieuse va-t-il sans dire) pour justifier la venue de MIKA aux euROCKS..  
Putain ça me ferait vraiment mal au cul à ta place (mais c'est vrai, il y a une filiation manowar mika;)



Cette exclusivité est assumée par les intervenants principaux, et décriée par les nouveaux qui tentent de s'intégrer au forum, comme le résume cet échange entre Louis\* et Bastien\* :

Louis\* : « *Les geeks du forum des Eurocks n'acceptent pas les nouveaux. J'aurais pu m'en douter. Donc je vais faire comme les autres, c'est-à-dire lâcher l'affaire ! C'est vraiment puéril de faire ça, mais bon des gens impolis sur les forums, il y en a sûrement pleins. Sur ce, bonne journée !* »

Bastien\* : « *Pour une fois qu'on avait répondu de façon plus ou moins convenable en plus, c'était bien la peine qu'on fasse un effort. Après si tu ne viens qu'une fois tous les 15 jours et que tu t'arrêtes aux échanges sur les goûts sans lire les deux trois posts qui répondent à ton sujet, ça ne va pas aider.* »

Cet espace réservé, marqué par une certaine exclusivité, procède de l'acquisition de contenus spécifiques, qui s'inscrit dans la durée. On peut donc parler d'approche cultivée du forum, qui semblerait aux antipodes de l'esprit communautaire et d'ouverture défendu par le site et, en particulier, le forum. Mais cela n'a pas que des côtés négatifs. D'une part, la communauté existante s'en trouve renforcée. Au contraire du groupe Facebook, qui cultive une ouverture sans borne mais offre une profondeur très limitée, le forum donne une perspective communautaire beaucoup plus évidente, mais bien moins accessible. D'autre part, l'expertise des utilisateurs réguliers du forum est confortée par leur culture évidente du festival. Ils le connaissent, en ont une idée très précise et forgée par de nombreuses années de fréquentations. Cela se ressent dans les sujets traités, et dans les références employées.

La limite entre partage et clôture communautaires n'est ainsi pas toujours bien définie dans le cadre des forums. C'est le principal frein à l'utilisation des néophytes au vu des échanges qui traitent des nouveaux utilisateurs des forums.

L'autre point capital du forum, qui témoigne aussi de l'existence d'une communauté forte et durable de spectateurs du festival sur Internet, est sa période d'activité. La variété des sujets, l'intimité développée par les utilisateurs, l'interactivité directe entre ceux-ci sont autant de facteurs qui rendent la plateforme attrayante et donc active tout au long de l'année. Bien sûr, la chronologie des sujets traités suit la même logique que dans n'importe quelle autre plateforme d'échanges culturels. On dénombre plus de messages aux abords de l'annonce de la programmation et du festival lui-même.

Mais ce qui change par rapport au groupe Facebook par exemple, c'est que la plateforme reste très active en dehors de ces périodes « d'affluence », et que les sujets abordés traitent quand même du festival. Idées générales sur son évolution, idées de programmations pour les années suivantes, échanges de souvenirs des années passées, font partie du quotidien de ces membres à part entière de l'activité du festival. Par ailleurs, ces échanges symbolisent un autre aspect de la communauté du festival. Et on peut le rapprocher de l'observation antérieure qui soulignait le fait que les utilisateurs « moquaient » le festival. En proposant des idées sur le festival, non seulement les contributeurs font part de leur expertise mais ils mettent le festival lui-même à leur niveau. Ils se placent sur le même plan que lui. Et ce faisant, s'intègrent eux-mêmes à l'environnement direct des Eurockéennes. Le sentiment d'appartenance à une communauté est donc forcément ressenti de façon entière et sincère par tout ces « posteurs ». Cette identité communautaire, si elle existe, fonctionne relativement différemment de celle reconnue sur la page Facebook. On observe ici la présence d'une communauté beaucoup plus fermée en nombre, plus restrictive sur l'intégration de nouveaux membres. Si elle est hermétique sur son amplitude, ses membres paraissent partager des normes (qui s'apparentent à des « classiques musicaux »), et des valeurs (l'ouverture musicale).

Ces membres n'ont bien sûr pas tous les mêmes goûts mais se retrouvent autour d'une idée de la musique qui s'articule autour de deux axes : la référence et la création. D'une part, les classiques, qui permettent de reconnaître des codes communs, et de donner un caractère intemporel à la communauté, et d'autre part le goût pour l'innovation et les artistes émergents, qui sortent des sentiers battus, ce qui permet à la communauté d'avoir une continuité et d'être plus facilement renouvelée. Elle est intéressante car elle cultive cette dualité : l'ouverture sur l'avenir et la culture, et l'élitisme d'une communauté restrictive à l'entrée.

### ***Conclusion : Une communauté numérique ?***

Les pratiques des nouveaux outils, du site Internet du festival aux réseaux sociaux virtuels (Facebook, MySpace, etc.) sont, comme on le sait, fortement diffusées au sein des publics jeunes et diplômés. Si 9 festivaliers sur 10 recourent au site, un tiers d'entre eux seulement sont adepte des réseaux sociaux virtuels et autres ressources (sites d'artistes, de médias, blogs et autres forums). Même si de nombreuses inégalités sociales conditionnent encore l'accès à Internet (Donnat 2009), l'usage des outils numériques (site et réseaux sociaux) pourrait bien être révélateur de pratiques générationnelles, particulièrement visibles ici compte tenu de l'âge moyens des festivaliers.

Le site Internet et les réseaux sociaux numériques semblent jouer un rôle dans la préparation des festivaliers à la sociabilité festivalière. L'usage du site est révélateur d'une démarche utilitariste des Internautes qui collectent des informations pour

préparer leur venue aux Eurockéennes, et se rassurer sur l'organisation et la programmation (avoir des informations pratiques, des avis sur la programmation, écouter et voir des groupes, etc.). La pratique y apparaît davantage consultative que participative. Elle laisse donc place à des formes de prescription diverses largement bordées par l'institution elle-même qui utilise son site et Facebook pour diriger les futurs festivaliers vers des informations spécifiques, et valoriser certains éléments de sa programmation. Ces injonctions festivalières (Bourbonnaud, Pedler 2003) contribuent ainsi à orienter au préalable les trajectoires des festivaliers.

Du point de vue des internautes, Facebook oscille entre une logique consultative, une logique participative et une logique d'affichage qui lui est propre. Si la première paraît limitée à quelques commentaires sur la programmation, notamment en raison du mode contributif selon lequel « pour s'exprimer il faut aimer », la logique d'affichage répond quant à elle au besoin qu'expriment les festivaliers d'être pris en compte par l'institution. Elle donne de ce point de vue un sentiment d'exister (Flahault 2002) et crée une forme d'appartenance à la communauté virtuelle des Eurockéennes. Dans la logique d'affichage, ce faux-semblant d'interaction flatte celui qui y participe en lui permettant de montrer ses préférences à son réseau personnel. Il est d'ailleurs intéressant de noter que cette logique fonctionne également du côté des festivals, qui revendiquent un nombre d'inscrits de la même manière que les internautes revendiquent un nombre d'amis. Les volets utilitaire et identitaire s'articulent donc, et renvoient à la question de la présentation de soi en public (Goffman 1973) dont les finalités et les enjeux sont déplacés et modifiés par le truchement d'Internet. A l'opposé, le forum, dont les contributions apparaissent plus rédigées, mieux structurées et plus denses, organise un espace contributif et critique plus développé mais qui n'est pas toujours en lien avec le festival.

L'observation en détail du mode de fonctionnement des deux communautés montre donc qu'elles coexistent tout en se distinguant en certains points. Il serait d'ailleurs intéressant d'étudier précisément le rapport entre ces deux communautés, leurs interactions. Les intervenants réguliers du forum sont-ils aussi inscrits sur le groupe Facebook ? Si oui, qu'en pensent-ils et en sont-ils, là aussi, acteurs ? Ou bien à l'inverse, les deux pratiques sont-elle clairement distinctes, au sens où il n'y aurait pas de passerelle entre les deux plateformes ? Une telle analyse, impossible à réaliser dans le cadre de cette enquête, apporterait plus de précisions quant à la prépondérance de l'une ou l'autre de la communauté, et approfondirait les différences et similitudes observées entre les deux univers. Elle pourrait nous renseigner aussi, dans le prolongement des parties quantitative et qualitative de l'enquête, sur les profils sociaux singuliers qui caractérisent la population « active » de cet espace numérique.

Dans la phase postérieure à l'édition 2010, la forte progression du nombre de fans de la page Facebook, ainsi que l'extension à 7 membres de l'équipe des Eurockéennes du statut d'administrateur de la page, ont conduit certains utilisateurs du forum vers la page Facebook. Mais ce qui est intéressant, à l'observation, c'est que ces derniers, en migrant sur facebook, s'y présentent en tant que « forumeurs », comme si ce statut leur conférait une identité à part, digne d'être revendiquée. En tous cas, cela illustre le maintien d'une différenciation des usages, des contenus échangés par le biais des deux dispositifs.

D'une certaine manière, si la page Facebook et le forum pouvaient être considérés comme des espaces publics, la première serait le *hall d'information*, où l'on se renseigne, où l'on tente, mais bien plus rarement, de faire valoir ses intérêts, ses agacements, ses préférences. Quant au forum, il joue bien un rôle de *parlement numérique* des Eurockéennes, avec ses rites et barrières à l'entrée, sa culture de discussion, ses manières d'opiner et de débattre en fonction d'un sentiment particulier qui, s'il n'est pas celui d'être « chez soi » aux Eurockéennes, du moins est-il celui d'en détenir une part de l'esprit, du projet. En forçant un peu le trait, on pourrait aussi opposer les postures d'échanges et de relation à l'événement. D'un côté, les « fans » de la page sont plus tendus vers l'approbation et l'information au jour-le-jour. De l'autre les « amateurs » du forum ont une pratique plus du côté du questionnement, de l'attachement critique, mais aussi de la mémoire d'échanges moins soumis à l'actualité. Et il n'est pas évident que les fonctions d'« espace public critique » que remplit le forum soient aisément transférables à une page Facebook qui, bien qu'hégémonique, n'offre pas la même culture d'échange.

## QUATRIÈME PARTIE : REGARDS D'ARTISTES

FiliaMotSa, Olivia Ruiz, Arno Bertina

Par Emmanuel Négrier

Une étude sur les publics de la culture se limite généralement au point de vue des spectateurs. Dans notre cas, il nous a semblé intéressant de recueillir aussi le regard sur cette manifestation des artistes, le plus souvent et paradoxalement exclus de l'analyse. Nos questions, à ce sujet, étaient nombreuses. Il s'agissait d'abord de voir en quoi ces regards pouvaient être en cohérence ou en dissonance à l'égard de nos propres résultats d'enquête. Et d'ailleurs, y avait-il une perception précise, de la part de ces artistes, du public des Eurockéennes, et du festival lui-même ? Dans ce cas, la question qui surgissait était de savoir si cette perception dégagait un profil du public des Eurockéennes différent d'autres événements ?

Dans cette perception du public, il était intéressant de voir en quoi telle ou telle nature de public pouvait influencer, ou non, le jeu de l'artiste. En effet, alors que l'on souligne souvent le caractère extra-ordinaire des événements festivaliers, et plus généralement des prestations en concerts par rapport à la musique de studio (Chirache, Delbrouck, Jolivet & Ruffat 2011), on souligne aussi de plus en plus que certains festivals ne sont que des accumulations de sets prédéfinis, limités en durée et standardisés d'une scène à l'autre. Qu'en est-il de la sensibilité des artistes à un espace, une atmosphère, un public ?

Enfin, il nous importait d'échanger avec les artistes sur leur vécu de l'expérience festivalière, des rencontres qu'ils y font, du statut de spectateur qu'ils peuvent aussi endosser, ou non, à cette occasion, bref de ce qui distingue cette expérience de celle du simple concert.

Nous n'avons pas rencontré une pléiade d'artistes. Notre intention n'était absolument pas représentative. Mais nous avons souhaité cependant interroger des artistes qui, pour le festival, sont aux antipodes l'un de l'autre. D'un côté, nous avons FiliaMotSa, un groupe d'improvisation psychédélique né en 2007, composé d'un batteur et d'une violoniste, et invité pour sa première fois aux Eurockéennes en 2010, dans le cadre des Repérages, qui associent le festival à des comités de sélection dans chacune des régions du Grand Est. De l'autre côté, nous avons Olivia Ruiz, vedette internationale de la chanson, invitée pour la première fois aux Eurockéennes en 2007, puis réinvitée à l'occasion d'une création pour les 20 ans des Eurockéennes en 2008, et une troisième fois en 2009, à l'occasion de la sortie de son troisième album. Il est exceptionnel qu'un artiste soit invité à trois reprises consécutives dans un tel festival.

Naturellement, avec deux artistes aux parcours aussi diamétralement opposés, nous avons joué des contrastes et des similarités. Nous allons voir que, au-delà de cette opposition de style et de statut, il existe des convergences importantes de regard au sujet de la singularité du lieu, de l'atmosphère et du public des Eurockéennes. Mais les différences d'appréciations, de trajectoires et de sensations ne sont pas moins intéressantes à relever. Elles concernent d'abord la définition de ce qu'est un festival et en quoi il se distingue d'un concert. Est-ce affaire d'ambiance, de décor, d'ouverture ? Est-ce au contraire affaire de rencontres, de compétition, de pression ? D'autres différences surgissent au sujet des échanges artistiques. Ils semblent plus intenses lorsque le parcours est accompli, et lorsque l'artiste s'est inséré dans le réseau ou le (petit) monde musical. Dans ces entretiens, nous avons tenté de faire s'exprimer la voix

de l'artiste, au risque d'une certaine subjectivité ; celle que nous défendrons aussi, dans la foulée, en découvrant la fiction proposée par Arno Bertina.

### **Entretien avec Anthony, FiliaMotSa – novembre 2011**

#### **Comment avez-vous vécu ce moment ? En quoi est-il semblable ou différent d'autres expériences scéniques ? Comment s'est passé le contact avec les Eurockéennes ?**

Le premier contact que j'ai eu, c'est lorsqu'on m'a appelé pour me dire que si on voulait, on pouvait être programmé aux *Eurockéennes*. En fait, sans le savoir, on a été proposé à ce festival-là, c'était une surprise d'avoir cette opportunité. Ensuite, les contacts que j'ai eus, c'étaient vraiment des contacts très sympa, des échanges de mails pour ce festival, un lien vraiment humain, comparé à d'autres festivals où c'est plutôt formel. Là c'était avec simplicité et quand même professionnalisme. En tous cas, il y avait toujours une relation humaine qui s'établissait : toujours très sympathique.

#### **Vous souvenez-vous de ce que vous imaginiez ? Aviez-vous déjà été aux Eurockéennes ?**

Ben non, c'est pour ça que mon premier contact a été ces coups de fil, parce que malheureusement je n'ai jamais été aux *Eurockéennes* avant. Mais par contre j'ai toujours suivi la prog'. Et notamment quand il y a des groupes qui passent dont j'étais très fan quand j'étais ado, vers la fin des années 1990, mais j'étais trop jeune, et mes parents ne voulaient pas ! Donc voilà quoi... Après ce que j'imaginai en tant que concert : j'imaginai jouer sur une énorme scène devant 3 000 à 4 000 personnes. Il s'est avéré que ce n'était pas le cas, qu'on a joué sur la scène Deville, à l'entrée. Il y avait quand même 500 à 600 personnes, c'était bien. Après au niveau com', j'en attendais pas tellement, c'était déjà une énorme satisfaction de jouer dans ce festival-là. Les retombées com' prévues n'ont pas été directes. Ça fait partie d'un tout de ce qu'on a pu avoir l'année passée. Car on a été au *Printemps de Bourges* aussi.

#### **La retombée en repérage, vis-à-vis de programmeurs, n'a pas bien fonctionné ?**

En fait, on a fait *Bourges* six mois avant, et c'est plutôt là que les retombées se font. Les *Eurockéennes* c'est un festival de public, ce n'est pas un festival de professionnels. Il y a des professionnels, mais c'est surtout du public qui vient voir des concerts. Alors que *Bourges*, c'est surtout un festival de professionnels qui viennent voir des concerts et où il y a aussi du public. Je savais que ça allait être un super moment. Musicalement parlant, on s'est vraiment amusé. Et jouer à l'entrée d'un festival et que les gens s'arrêtent pour écouter, déjà c'est pas mal, j'étais super content.

#### **Ce festival, vous ne le connaissiez pas. Il y a des choses qui vous ont surpris ?**

Chapelier Fou (Louis Warynski, artiste de musiques électroniques, révélation des *Eurockéennes* en 2009) nous avait dit que les *Repérages*<sup>16</sup> se passaient sur la Plage<sup>17</sup>, avec 2 000 personnes, etc. Bon, le Club Deville c'est moins, donc on a été un peu déçu, mais ce n'est rien comparé au plaisir qu'on a pris. Une autre surprise, c'est le *catering* : super bon, bien présenté et très convivial. La simplicité d'accès, de circuler. On se sent

<sup>16</sup> Les *Repérages* des Eurockéennes consistent en la programmation par le festival de groupes originaires de chacune des régions du Grand Est (Lorraine, Bourgogne, Franche Comté, Alsace, et une partie de l'Allemagne), sélectionné par un comité ad hoc de cette inter-région.

<sup>17</sup> Une des 5 scènes des Eurockéennes.



bien, comme dans un petit festival, sauf que c'est énorme, quoi. Et puis le fait de jouer à côté d'une plage, d'aller se piquer une tête après avoir joué (surtout qu'il faisait super chaud sur la scène, au moins 40 ° !).

***Est-ce que dans la manière dont vous avez joué, cela a eu un impact d'être aux Eurockéennes ? Une contrainte spécifique, ou au contraire ?***

En fait, je ne peux pas dire que jouer aux *Eurockéennes* ça a changé notre set, même dans la volonté d'interprétation. On essaie d'être le plus linéaire possible, qu'on joue dans un bar ou aux *Eurockéennes*. On essaie vraiment de donner la même énergie.

Bon, peut-être que par tension on a joué un peu plus rapidement, il y a toujours une petite pression supplémentaire quand on est dans un festival comme ça. Mais vraiment on s'est lâché. Il y a des fois, dans des bars, où c'est moins le cas.

***Est-ce que vous avez profité de votre présence pour aller voir d'autres groupes ?***

On est resté les trois jours. On a fait les *Eurockéennes*, Émilie et moi et notre sonorisateur. On a vraiment été festivaliers. On a pu apprécier plein de groupes, d'autres un peu moins. C'était une programmation très électro-rock, disons. Ça me cause un peu moins que les grosses affiches que j'avais pu voir à la fin des années 1990.

***Est-ce que vous avez rencontré d'autres artistes ?***

On a plutôt discuté avec des gens du public. En fait ce qui est compliqué, c'est que dans ce genre de festival on a nos loges de telle heure à telle heure. Donc à 19h00, on doit être parti car il y a le groupe d'après qui arrive. C'est ce qui est compliqué dans un festival comme ça, c'est qu'on a un peu de mal à rencontrer les artistes et les organisateurs, ceux qui nous ont permis de jouer là ! On a croisé vite fait Kem, un des programmeurs, le jour où on a joué. On a vu les personnes qui faisaient l'accueil artistique, donc des bénévoles très bien. Mais pour créer des liens, ce n'est pas évident. Il y a un *turn over* énorme. Quand tu croises les gens, ils sont dans leur univers, à se concentrer. Il y a les artistes des loges à côté, mais eux aussi ils sont dans leur concert...

***Et le public, comme le définissez-vous ?***

Oh c'est super éclectique ! Il y a des gens qui viennent voir une musique particulière, d'autres non. Je n'ai pas vu trop d'enfants, mais ça reste assez familial, avec des gens de tous âges, de tous styles musicaux, des punks, des *reggae-men*. Il y a tout un vent qui amène des personnes qui viennent voir des concerts. Et sinon je trouve que c'est un public qui aime la musique. Ça reste des groupes qui ne sont pas *mainstream*. Ce sont des groupes qu'on connaît si on aime la musique. C'est très important. Du coup ce sont des gens passionnés qui viennent voir la musique. Donc ils écoutent. Moi j'ai senti ça.

***Si on compare à d'autres festivals ? Des grands festivals par exemple ?***

A la base, je ne suis pas attiré par les gros festivals comme ça, en fait. Ce qui me frustre, dans ce cas, c'est qu'on va voir des groupes qui ne font pas vraiment un concert. Ils jouent 40 à 45 minutes. Et ils n'ont pas le temps de développer quelque chose. Ce ne sont pas de vrais concerts, c'est la formule festival. Donc on enchaîne. Après les festivals où j'ai pu aller soit en tant que musicien ou sonorisateur quand je suivais des groupes, les *Eurocks*, ça reste dans le haut du panier pour l'accueil, pour les rencontres avec les gens, il y a quand même des espaces sans musique, des espaces de rencontre ailleurs que devant une scène.

***De quoi avez-vous parlé avec les gens, dans le public ?***

Il y a forcément des gens qui nous ont reconnus et avec lesquels on a parlé de notre musique, mais il ya aussi la personne à qui tu demandes du feu et avec qui tu parles pendant une demi-heure. Tu parles de la programmation en cours, tu parles de ce qu'ils font, ce qu'ils sont venus voir. Dans un festival comme ça j'ai l'impression que tout est permis dans le sens où c'est une micro-planète qui se développe à Belfort, ou au *Chien à Plumes* à Langres. Les gros festivals sont des micro-planètes où tout est possible et où l'échange est vraiment plus facile que dans la rue. Ensuite, on parle de tout et de rien autour d'un verre devant un concert...

***En tant qu'artiste, programmé dans un festival, j'ai vu que vous aviez été programmés à Nancy Jazz Pulsations ? Où sont les différences avec les Eurockéennes ?***

Déjà le *NJP* c'est éclaté dans toute la ville. Il n'y a pas un seul lieu. Et il y a une billetterie pour chaque concert. Donc les gens, à mon avis, viennent plus consommer des concerts que participer à un festival. Il n'y a pas vraiment une vie de festivalier. Il n'y a pas la petite planète dont je parlais tout à l'heure. C'était super-particulier pour nous parce qu'on a joué avec The Ex, un groupe qui nous transcende depuis des années, un groupe hollandais qui a une trentaine d'années d'existence. On faisait une première partie d'un groupe qu'on adule vraiment. On avait du stress dû à ça, plus qu'à la com'. Et c'est bien tombé parce qu'ils ont vraiment aimé ce qu'on a fait, donc voilà. Après on a fait le *Chien à Plumes*. Même principe que les *Eurockéennes*, sur 3 jours. Très particulier parce qu'on alternait avec la grande scène, il y a eu Olivia Ruiz, puis on y est retourné. Du coup, c'était déjà particulier. On a pu faire de l'improvisation devant un public vraiment familial, encore plus qu'aux *Eurockéennes*. Pour nous, amener de l'improvisation devant des gens qui n'iraient pas eux-mêmes, qui n'écoutent pas ce genre de musique, c'était vraiment super.

***Ce public plus familial, est-il moins éclectique que les Eurockéennes ?***

J'ai l'impression, car la programmation est plus *mainstream*, avec les Orgues de Barbaque, Olivia Ruiz, la Rue Kétanou. C'était ça la programmation, plus grand public. Mais ce qui était super-intéressant c'est que les gens qui étaient venues voir Olivia Ruiz se sont arrêtées devant nous et ont vraiment écouté de l'improvisation.

***D'autres expériences de festival ?***

Euh ! Eh bien samedi dernier, *Cafetière sans Filtre*, à Verdun, un tout petit festival de la MJC de Belleville, avec 6 concerts enfilés à la suite, avec des concerts de rue, puis de salle. Tout ça s'est terminé à 1 heure du matin, super-éclectique. Ils ont fait une super-décoration dans la MJC. On a joué en dernier, avec la formule à cinq qu'on a en ce moment : *FiliaMotSa Soufflant Rhodes*. Et je parle encore juste de deux festivals qui sont pour nous super-importants : le premier c'est *Musiques Action*, qui se passe à Nancy depuis 30 ans. C'est la 28<sup>ème</sup> édition, organisée par le Centre Culturel André Malraux de Vandoeuvre-les-Nancy. Il nous a permis de développer notre projet à cinq et il nous sort un disque en janvier. Le CCAM nous a demandé une création pour ce festival-là. C'est beaucoup de la musique improvisée. Ils poussent vraiment à la création. Ils ne sont pas du tout dans l'esprit : « je fais combien d'entrées si je programme cet artiste-là ». C'est vraiment expérimental, mais avec une direction artistique très forte et très ciblée. Le dernier festival, c'est *Densité*, où j'ai été comme public, près de Verdun, à Fresnes en Woeuvre. Le point commun de tous les festivals que j'aime c'est quand on se sent sur

une autre planète, avec un accueil, une décoration particulière, qui fait venir des plasticiens pour décorer toute la salle.

***Votre approche du festival, c'est entrer dans un univers, pas seulement une écoute musicale, mais un état d'esprit. Du coup, vous aimez bien partager l'événement plus largement. Est-ce que quand on accède à une certaine notoriété, ça ne devient pas impossible ?***

Non, ce n'est pas impossible, mais pour ces groupes à grande notoriété, c'est leur quotidien, ça cesse d'être exceptionnel. Un groupe comme Massive Attack, des festivals comme ça, je ne sais pas combien ils en font dans l'année, mais ils vivent ça comme des concerts, j'imagine. Mais quand quelque chose devient ton quotidien, tu ne vois plus la même magie, tu ne vois plus la magie de la même manière, quoi.

***Est-ce qu'on pourrait dire que quand vous faites des concerts, il y a quelque chose qui manque ?***

Ce qui est sûr, plus généralement, c'est que la musique restera la même. On est à fond quelque soit l'endroit. Après il y a l'accueil, l'échange avec les gens. Si on arrive dans une salle, qu'on joue et qu'il n'y a aucun contact avec les gens, là on va le vivre bizarrement. Il va vraiment nous manquer quelque chose. Par contre, si on joue dans un concert, comme le DPM, près de Nancy, c'est un concert avec beaucoup de groupes, et il y a tellement d'échanges avec les gens, avec ceux chez qui tu dors, que tu es plongé dans autre chose, et que ça influe sur ta musique. Je parlerais donc de l'échange avec l'accueil, avec les organisateurs. Une bonne bouffe avant, mais ensemble, quoi. On a joué il n'y a pas longtemps quelque part où il n'y a pas eu d'accueil du tout, ça fait franchement étrange.

***En gros, sur une année, combien y a-t-il de festivals, sur le total de concerts ?***

Alors déjà le problème pour moi c'est qu'il y a beaucoup de gens qui disent qu'ils font un festival, mais ce n'en est pas un. Je dirais que ce n'est pas loin de 50%, mais les vrais festivals pour moi, ce serait plutôt 15%. Pour moi, dans un festival il devrait y avoir de l'art plastique, de la danse, tout quoi. Une sorte d'opéra, éclaté. Un vrai festival, où on entre dans une bulle, où il y a un effort de décoration, un lieu commun sur site, un accueil particulier avec un échange : pour nous c'est environ 15% des concerts.

***C'est une belle définition d'un festival : une bulle, une décoration, un accueil, un lieu commun. Il y a peut-être quelque chose que vous n'avez pas dite, qu'on entend souvent, c'est qu'il y ait aussi un « propos »...***

Exactement ! Un propos, qu'il soit graphique ou dans la programmation. *Densité, Musique Action*, ont cette programmation forte. *Les Eurockéennes*, ça va être plus de faire se croiser les gens, les styles. Avec leur projet, il ne peuvent pas avoir un seul propos. C'est pour ça que les énormes festivals, ce n'est pas quelque chose que je pratique beaucoup en tant que public. D'abord parce que c'est quand même cher. Ce qui m'y dérange le plus c'est d'être noyé dans une masse d'informations, où ça joue tout le temps partout, où il y a deux concerts que tu veux voir en même temps... Alors que si tu as une suite, avec des spectacles différents, où tu peux switcher entre les propositions. C'est pas de la nourriture qu'on te donne, c'est plutôt un propos global.

***L'expérience des Eurockéennes, ça a changé quelque chose pour vous ?***

Ce qui est évident c'est que quand on contacte des professionnels et qu'on dit qu'on a joué aux *Eurockéennes*, forcément on est plus écouté. En plus on connaît notre nom,

parce qu'il est sur la programmation. Donc c'est plus facile. Les *Repérages*, ça nous a permis de passer un premier filtre, pour les professionnels. Bon, maintenant, on attend d'être programmé en direct !

## *Entretien avec Olivia Ruiz - décembre 2011*

### ***Vous souvenez-vous de la première fois aux Eurockéennes ?***

Alors je crois que c'était relativement tôt, mais je ne me souviens plus qui partageait l'affiche. C'était à la fois une grosse pression et assez spécial, quand on arrivait sur place, de se rendre compte que c'était un site à l'échelle humaine, par rapport à d'autres festivals. Il y a quelque chose qui est très chaleureux. Et donc c'est à la fois rassurant, parce qu'il n'y a pas un public à perte de vue donc ça va être moins difficile de les saisir, et à la fois c'est la pression, parce que c'est culte, les Eurockéennes, quoi. Il y en a peut-être 10 en France des festivals où il y a une qualité globale dans la programmation, parce qu'ils soutiennent plein de projets annexes, qu'il y a aussi le festival Génériq, qu'ils sont dans une région où, sans eux, il y aurait quand même beaucoup moins de vie, donc c'est tout ça, tout ce à quoi on pense, quoi...

### ***Est-ce qu'il y a des choses qui vous ont surpris, par rapport aux images que vous vous faisiez des Eurockéennes ?***

Par exemple, c'est vrai que quand on entend les parisiens parler des Eurockéennes, on entend que c'est le festival hyper-branchouille, où il faut être. Moi, je me pose pas vraiment la question comme ça, mais c'est vrai que ça me mettait une pression supplémentaire parce que je me disais : « de là d'où je viens, ça pourrait être savonneux comme scène, même si j'avais déjà fait mes preuves en 2006, et que de l'eau avait coulé sous les ponts. » Mais non, en fait c'est un public qui est super ouvert, quoi ! Je crois que c'était pour la première fois que j'avais eu une carte blanche, donc voilà, c'était pas très évident. Il y a eu un moment très drôle quand le public a cru que c'était Catherine Ringer qui montait sur scène, alors que c'était Adrienne Pauly. J'avais trouvé ça énorme qu'Adrienne se prenne une telle ovation. Mais quand j'ai vu le lendemain que même la presse avait confondu Catherine Ringer et Adrienne, j'ai trouvé ça surréaliste. J'avais amené des gens très différents, ça aurait pu être moins chaleureux. En accueil, j'ai connu d'autres festivals, y compris des caritatifs, ou d'autres qui ont un message plus conscient, où a priori on se dit que le public est là pour partager dans la joie et dans la bonne humeur et où on trouve pas ça. On y trouve du jugement, alors qu'aux Eurocks, de réputation, où on s'attendrait justement à trouver ce public qui juge, branché, comme dans le public parisien, avec plein de journalistes. Eh bien non. On a un public qui est avant tout de la région, content qu'on amène jusqu'à eux une pléthore d'artistes qui ne viendraient peut-être jamais sinon. C'est forcément plus agréable de jouer devant un public bienveillant qu'avec un public qui regarde et qui te dit « fais-voir ce que tu as dans le ventre, et je vais pas te louper si en deux morceaux tu ne me poses pas quelque chose de vraiment lourd. » On peut ressentir ça, dans le public parisien notamment ou dans des festivals très pointus. Finalement aux Eurocks, c'est pas du tout le cas.

### ***J'ai vu que vous aviez été, pratiquement au même moment, programmée aux Eurockéennes et dans un festival qui s'appelle Le Chien à Plumes...***

Tout à fait. Mais ça n'a rien à voir. C'est beaucoup plus *roots*. Il y a un peu plus le côté « beuverie », mais ça amène à d'autres genres de concerts que j'adore aussi, parce qu'avec le public il y a une relation qui passe beaucoup plus en force, et un type de concert différent. Le côté festif a aussi ses mauvais côtés, c'est-à-dire douloureux sur des morceaux plus calmes. On peut avoir la sensation de les perdre plus ou moins, quoi. Ce qu'il y a de chouette aux Eurockéennes, c'est qu'on sent que dans le public il y a des initiés et à la fois une écoute. Et ça c'est vachement agréable. Il y a un public qui est là et

qui est en train de découvrir ce qu'on fait, et on sent qu'il y a une culture de ça, de la découverte, du respect.

***Et par rapport aux Francofolies ?***

Eh ben c'est pas si éloigné, aux Francos. On sent aussi qu'il y a un public d'initiés. Alors je ne sais pas si c'est dû au nombre d'années depuis que le festival existe, et donc au fait que la population serait devenue mélomane alors qu'elle ne l'était pas au départ. Mais en tous cas il y a vraiment une écoute, là-bas aussi. Ceci dit, on a plus une sensation de proximité aux Eurocks, quand même.

***En lisant certains de vos interviews, il y a l'idée que pour vous, les atmosphères comptent plus que la stricte esthétique musicale ou la « pureté » du son. Est-ce que le lieu influe sur votre musique, sur votre manière de jouer ?***

C'est absolument juste. C'est une qualité de mes défauts, de mes manques. Je ne suis pas une musicienne au sens premier du terme, même si j'ai quelques notions harmoniques, ce qui m'est utile quand je fais des arrangements et que j'ai une harmonie en tête, mais voilà. Ça rejoint complètement le côté viscéral, organique, de la musique pour moi. J'ai plus besoin de ce côté « cinématographique » finalement, que du « beau » au sens traditionnel et musical du terme. C'est sûr qu'il y a des décors naturels qui portent. Quand on est à Fourvière, par exemple, ou à la Cité de Carcassonne, c'est sûr que là vraiment on peut être imprégné. Fourvière on est dans un autre monde, quoi. Quand j'y vais, le décor prend le pas sur toutes les autres sensations : j'ai l'impression d'être le taureau dans l'arène, dans la cage aux lions, un truc qui donne encore plus d'adrénaline. C'est pareil au niveau des lumières : je sais quand mon éclairagiste est très inspiré. Je vais sentir que je suis particulièrement bien dans les lumières ce jour-là. Je sens physiquement que mon équipe technique est en train de s'amuser, de s'exciter à faire des tableaux encore plus politiques, poussés... Sinon, moi, la solution que j'ai trouvée c'est d'avoir toujours un petit kit de décor facile à déplacer même quand on va sur les festivals : des fleurs autour des micros, un fond de scène à rajouter et quelques petits accessoires qui font que même le lieu le plus moche et le plus froid du monde va me donner l'impression qu'il est un peu un « chez moi » accueillant, ou sinon je m'en délaisse.

***Est-ce particulier au domaine des festivals, ce dont on parle ? Ou est-ce finalement la même chose avec les lieux de concert ?***

De toutes façons c'est très différent. Déjà, l'avant-concert on ne le vit pas pareil. On va pouvoir se retrouver dans le public. Quand je joue avant Patti Smith, je joue pas pareil que quand je suis dans une salle. Si je tourne la tête pour voir mon guitariste et que j'aperçois Patti Smith assise par terre au bord de la scène, c'est pas pareil. Il se passe dans un festival quelque chose comme une compétition dans le sens le plus sain du terme. Le côté « oh ! là-là ! Après moi il y a machin, j'ai intérêt d'envoyer ! C'est super, de savoir que ce soir il y a Dionysos, ou Cali, je veux que ça leur plaise. Il y a ce côté « challenge » non seulement aux yeux du public, mais aussi en raison des gens qui passent avant et après nous. Comme un petit coup de pied au cul supplémentaire.

***Les rencontres avec les autres artistes, c'est possible, malgré l'enchaînement des dates ?***

Ah, mais bien sûr ! Je fais tout le temps ça. C'est l'occasion de dire à quelqu'un qu'on aime ce qu'il fait, de partager plein de choses, et de toutes façons c'est un petit milieu.

Depuis 10 ans que j'arpente les routes... Il y a toujours quelque chose de commun avec un artiste qu'on croise, un ami commun par exemple, quelque chose à échanger, voir comment ils vivent leur métier, etc. Quand on fait les festivals, on n'a pas le choix, d'abord parce qu'on est en tour bus, pour des raisons de rentabilité. Et on fait quatre ou cinq concerts par semaine. Moi, c'est plutôt cinq. Du coup on n'a pas d'autre choix que de repartir, même si on aimerait bien rester. Il a très peu de gens qui ont la possibilité de faire deux concerts, puis s'arrêter deux jours, puis en faire deux autres... Il y a des réalités financières qui font qu'on est obligé d'enchaîner les concerts. Mais cet été par exemple, j'ai fait que 5 concerts. Et bien aux *Vieilles Charrues* je suis restée un jour de plus.

***Est-ce encore possible, avec votre notoriété maintenant, de vivre un festival comme spectatrice ?***

Bon, alors une fois j'ai galéré, où tout à coup un me reconnaît, puis un autre, puis encore un autre. Ça fait un joyeux bordel... Mais je suis allé aux *Nuits Sonores* à Nyons, au milieu du public, à *Rock dans tous ses états* à Évreux, et plein d'autres. C'est de la pure et simple boulimie de concerts. Ce n'est pas par hasard que j'habite à proximité de plein de salles de concerts. J'ai besoin d'en voir plusieurs par semaine, parce que ça vide et ça remplit la tête à la fois, parce que c'est intéressant...

***Dans vos sensations, les Vieilles Charrues, ça s'apparente aux Eurockéennes, ou est-ce encore autre chose ?***

Ça n'a rien à voir. Non, c'est du plein air, mais c'est un endroit où je ne pourrais pas jouer certains morceaux un peu plus calmes. C'est pas pour rien aussi qu'ils font des sets très courts, plus courts qu'aux *Eurockéennes*, c'est parce que ça va être des concerts plus « bestiaux » mais moins subtils. C'est vrai que c'est difficile d'avoir du silence aux Vieilles Charrues. Et moi, ce sont des moments que j'adore et que je peux me permettre aux *Eurockéennes* : un petit *a capella*, je sais que je pourrai obtenir un joli silence, pour un moment de communion avec le public. Je ne m'aventurerai jamais à ça aux Vieilles Charrues, où il faut envoyer du boulet du début jusqu'à la fin, en tous cas c'est l'impression qu'on a de ce que les gens attendent. Alors qu'aux *Eurocks*, il peut y avoir un moment d'introspection au milieu, un relief que les gens sont habitués à recevoir.

***Vous avez fait les Eurockéennes trois fois de suite, dont une fois sous chapiteau et une fois sur la grande scène. J'imagine que les sensations ne sont pas du tout les mêmes...***

Eh bien si, les sensations sont assez proches. J'imagine qu'il y avait une partie du public qui n'avait fait que se déplacer d'une scène à l'autre ! En 2008, c'était la grosse fiesta, les 20 ans des Eurocks, où j'avais joué avec Dionysos et plein d'autres, je ne me souviens plus. Avec tous ces concerts... Parallèlement, j'avais joué aussi au festival Génériq, devant des enfants. C'était pour les Eurockéennes mais en hiver. En tous cas la première année, le concert s'était très bien passé donc j'imagine que certains ont voulu revenir en 2009, pour mon troisième album. Mais la grande scène, ça reste encore une scène à échelle humaine, avec un public qui garantit de la chaleur mais aussi une certaine écoute, et qui permet de donner du relief avec des morceaux un peu plus calmes, un peu plus posés.

***Sur une année, les festivals représentent en gros quel pourcentage de vos concerts ?***

Si c'est toute l'année, et pas seulement les festivals d'été, ça doit représenter autour de 30%, si on compte les festivals à l'étranger.

***Avez-vous l'impression d'être plus sensible que d'autres à la dimension « festival » ?***

Je sais qu'il y a plein d'artistes qui ne font pas de festivals. Ils ont leurs raisons. Je pense qu'il y a un réflexe de protection là-dedans. Quand vous êtes dans un festival, vous pouvez vous dire qu'il y a des milliers de gens qui sont peut-être là pour tout, sauf pour vous. En tout cas c'est un truc qu'il faut envisager. Et se dire « est-ce que je vais pouvoir gérer 7 000 personnes qui ne sont pas venues pour moi ? Est-ce que je ne me confronte pas à quelque chose de trop difficile pour moi ? » On se pose ce genre de questions : « Est-ce que je suis capable de les garder ? Est-ce que ce n'est pas mieux de pas y aller, plutôt que de les voir partir et d'en garder que la moitié ? » Il faut se sentir prêt. C'est douloureux d'aller se mettre à nu sur une scène. C'est douloureux de payer le prix de notre arrogance à aller se présenter au public. Mais moi, je sais que je marche à ça. Si je ne me sens pas en danger, j'ai l'impression que ce que je fais est en train de perdre son sens. Donc après, je peux très bien comprendre qu'on n'ait pas envie d'y aller. Je trouve ça légitime. Dommage, mais légitime.



*Living on the edge (of something but what ?) par Arno Bertina*

**JULIE**

Aux Eurocks, le spectacle est aussi dans la salle – un espace délimité par la ligne bleue des Vosges, au Nord, les étangs du Malsaucy, à l'Ouest, et de la Véronne à l'Est, et le Mont Salbert au Sud, au-delà de la voie ferrée.

Sur la presqu'île, un conservatoire de la flore et de la faune. Pendant trois jours, début juillet, de drôles d'oiseaux se réunissent – dont l'observation, surtout en période de nidation, est excitante, magnifique, très belle.

Trente-cinq mille spectateurs par jour. Quand un festival se monte à Perpète-les-oies, la tentation est grande de s'installer sur place plutôt que de reprendre la route pour faire des cinquante ou des cent bornes. Profiter du camping qui se construit et se démonte plus vite que les quatre scènes du festival... Qu'on vivra sans frein... Sans souffler, c'est-à-dire ronfler, c'est-à-dire dormir. Sans dormir.

- Les flics interdisent qu'on roule bourrés parce qu'ils ne savent pas comme c'est dangereux de vouloir monter sa tente par grande ivresse, à quatre heures du mat' !
- Tu vises la sardine et c'est la morue qui prend.
- Ou la main de la fille à qui t'as vanté les délices de ton matelas gonflable...
- C'est ce que je disais.
- Et la tente nettement plus moderne qui se déploie toute seule dans ton œil...

\*

**JULIE**

Vendredi 1 juillet, 19 h. *Les hurlements d'Leo* quitte la grande scène et il y en a déjà qui dorment dans l'herbe, épuisés ou défoncés. Les débuts de festival ressemblent étrangement aux fins (de festival). Dans le Corail de Paris, tout à l'heure, ça sentait la sueur comme après trois jours sans douche, et ça dormait, enchevêtré, cassé, comme après autant de nuits sans sommeil.

\*

**JULIE**

- Quand Beth Ditto s'est pointée sur scène en disant « Bonjour, je m'appelle Beyoncé »...
- En français ?
- Yes Dude... Eh bien je me suis dit « ça c'est rock n'roll ! »
- Explique.

- Grosse et belle, mince et belle, sexy comme Beyoncé ou autrement, elle s'en fout ; elle se désape sur scène, elle transpire comme une vache.
  - Attends : elle s'est pas désapée justement !
  - Oui mais elle l'a déjà fait plusieurs fois.
  - Oui mais là justement c'était si moyen son truc électro, qu'elle a payé quatre types pour se trémousser derrière elle. Pour meubler quoi. On était loin du rock. C'est pas vraiment la Patti Smith ta gonzesse.
  - Mais/
  - J'aime bien sa blague mais si elle ne fait rien, ensuite, que Beyoncé ne ferait pas, alors c'est plus une blague. T'as noté qu'elle avait les mêmes talons que Beyoncé ? Eh bien Beyoncé, elle, elle sait danser avec. Au moins.
  - L'icône lesbienne trash qui louche du côté de l'icône hétéro-type ?
- Voilà, ça discute pointu en longeant les rails de la voie presque désaffectée qui mène de l'aérodrome (camping) à la presqu'île, en sautant d'une traverse à l'autre, petits cabris, et en multipliant les entrechats – chacun suit son rail –, à la fois funambules et graves.

\*

### **SAM**

Oui au départ elle n'a fait que se tromper de tente, ce n'était pas pour moi. Mais ensuite elle est restée ! Parce que j'acceptais de l'écouter me donner toutes les stats de leur étude, bonne élève incapable de décrocher ? Témoin de Jéhovah capable de te tenir la jambe pendant une heure ou deux ? Me trouvant comestible, peut-être se sera-t-elle dit qu'elle n'était pas obligée de fuir tout de suite ? Un instant j'ai voulu croire qu'elle ne se s'était pas trompée ; elle m'aurait repéré dans la navette de Belfort et mis le grappin dessus une fois la tente montée. Tu trouves l'hypothèse trop narcissique ? Le réel est rarement flatteur, ok, il est plus souvent vexant. Que disent, à ce sujet, les statistiques, mademoiselle, toi qu'es si belle avec ton short et ce haut de bikini, les épaules déjà un peu brûlées par le soleil ? Est-ce que ce n'est pas de ça, d'ailleurs, que naît l'envie de chanter, la musique ? Parce que quel que soit le genre (musical), l'histoire est toujours la même : « Tu m'as quitté, pétasse, mais je m'en fiche OH YEAH YEAH YEAH Regarde : toutes les filles sont belles OH YEAH YEAH YEAH ». Tu vires *pétasse* et tous les *YEAH* et hop, c'est un lied de Schubert. Tu remplaces *pétasse* par *babe* et c'est un blues du delta : « My Baby left me »... Tu remets *pétasse* et c'est à nouveau les *Stones*, ou *Guns n' Roses*. Voilà : la vexation et le désir, c'est le rythme binaire du rock.

\*

- Mon prénom c'est Julie.
- Moi c'est Sam
- Samuel ?
- Samir.

\*

### **JULIE**

A toute heure du jour, d'un endroit à un autre comme on écouterait, en pleine forêt, deux oiseaux ou deux bêtes se répondre, et d'autres se mêler à l'échange, au chant, cette invitation qui est presque une injonction :

- Apéroooooo !

Et d'autres cris du cœur, qui visent à rallier aussi, mais différemment :

- A poils !

Ce dernier possède une belle longueur en bouche, le sens des mots variant de manière très fine en fonction de l'heure et du concert : quand un festivalier crie ça pendant le show de Beth Ditto, c'est sans doute pour la rappeler à l'ordre ; à l'intention de Philippe Katerine, c'est parce qu'il espère un dérapage un peu fou fou. Pendant le concert d'Anna Calvi, ou celui de The Dø – ah, Olivia Merilahti... ! –, le sens est encore différent... Il devient même plus évident quand il est relayé par ce troisième (cri) (Anna Calvi inspire décidément beaucoup, qu'on pourrait voir – tête à queue inattendu – comme la muse d'une partie du public) :

- Partouuuuuz !

Ce type (20 ans) y croit dur comme fer. Il sourit, l'idée lui plait. Peut-être sourit-il aussi pour se ménager une sortie hors de la situation qu'il vient de créer et qui pourrait être embarrassante si les filles venaient à le prendre de haut : « C'était de l'humour ». Mais l'insistance avec laquelle il négocie, ensuite, dit bien qu'il pense à quelque chose de fou, à l'heure du thé, là, en plein cagnard. (Il n'est pourtant pas seul, il suffirait par exemple de retrouver celui qui a écrit sur le pare-brise poussiéreux d'une voiture garée sur le parking du camping : TOUS A POILS ET ON SE CARESSE ? Mais où est-il, dans cette foule ? Et puis « deux » c'est le pluriel, d'accord, mais est-ce que ça fait partouze ?)

\*

### **SAM**

« La motivation à participer au festival doit largement plus à l'événement en général (74,5%) qu'à tel ou tel groupe en particulier. Cette dimension est encore plus écrasante pour les campeurs, mais également pour le public local et régional. »

Je recommence : « La motivation à participer au festival doit largement plus à l'événement en général (74,5%) qu'à tel ou tel groupe en particulier. Cette dimension est encore plus écrasante pour les campeurs, mais également pour le public local et régional. »

Toujours pas. Allez, j'essaie encore une fois... Je connais tous les mots pourtant ! D'habitude, je suis capable de mesurer les effets de ce que je prends... L'ecstasy rend analphabète ?!

Julie est perdue, elle ne sait pas quoi penser de moi (« Pourquoi ne fait-il aucun commentaire ? »). J'essaie de ne pas la regarder, elle est trop sexy avec son envie de parler philo... Socio oui pardon... Je me penche à nouveau sur son iPhone. Lui dire que c'est intéressant est hyper urgent. Si je n'arrive pas à articuler ça, ne serait-ce que ça, mon potentiel érotique part en sucette. J'en essaye une autre :

« Il convient de noter ici que les campeurs, contrairement à une hypothèse qui voudrait que la fête en général prenne pour eux le pas sur la programmation en particulier, sont même plus nombreux que les autres à avoir une idée précise de ce qu'ils comptent voir. »

Là j'y suis, je suis, j'en suis ; moi campeur je sais effectivement ce que je voudrais voir : ses fesses ! Mais j'hésite à le lui dire. Je n'arrive pas à comprendre ce qu'elle fait là... Est-elle venue s'amuser ou faire la promotion de cette étude à laquelle elle a participé l'année dernière ? Et je suis tellement vaseux, là...

\*

**JULIE**

« C'est déjà pas moi... C'est décontracté... parce que je... Attend ! Moi, je suis quand même décontractée assez festive... donc finalement, oui pourquoi pas moi aussi ! Si, si quand même, genre si il pleut, je m'en fous d'avoir les cheveux mouillés, ça ne me dérange pas. Y a des endroits où tu irais pas comme ça, mais les Eurockéennes, c'est bon quoi, tu peux ! (Patricia, 61 ans, professeur des écoles). »

\*

**SAM**

Je suis resté sous la tente, allongé. J'espérais que les effets du truc se dissiperaient ; retrouver mon oreille interne, une assise, la bonne balance. Et pouvoir draguer Julie avec application. Mais impossible de fermer l'œil ; deux ou trois tentes plus loin, des voisins étaient en pleine bourre, eux, vers trois heures du matin. J'ai passé la tête par l'ouverture de ma Quechua ; ils terminaient un plongeur en cadavres de Kro pour pouvoir sauter (faire des bombes) dans la piscine de gosses (20 cm d'eau) qu'ils ont amenée (74 : Haute-Savoie) et remplie avec leur part de flotte – ils se doucheront plus tard (chez eux, dans une semaine). Mais même ce spectacle rafraichissant (ils se font tous mal bien entendu) ne va pas m'aider et je mettrai plus d'une heure, une fois le soleil levé, pour partir à sa recherche. Seconde déconvenue : toutes les filles sont en short et en maillot de bain, et je suis myope un peu alors quoi faire ? Puis, le cerveau lourd et les jambes flasques, je mettrai une heure encore, au lieu de trente minutes, pour rejoindre, plus tard, la scène de la plage (Funeral Party).

\*

**JULIE**

- C'est quoi ce truc !?

Ils bloquent devant le stand (la cinquième scène des Eurocks, en quelque sorte) dont le toit est fermé par une bannière qui fait bien 10 ou 15 mètres de long (la longueur de l'estrade) : LIBERTE, EGALITE, SECURITE.

- Nan mais c'est quoi ce truc, sérieux... ?!

Des gendarmes ou des policiers annoncent des démonstrations ou des cours de self-défense.

- C'est un festival de rock et un empafé a remplacé FRATERNITE par SECURITE ?!

Un gradé, en tout cas le plus âgé des quatre mecs, présente la femme (flic aussi) et lui propose de témoigner. De raconter sa découverte des arts martiaux et des principes du self-défense. Elle commence par dire qu'elle est très fière de sa progression car elle a débuté il y a six mois et aujourd'hui elle sait faire les roulades. Immédiatement le vieux (con) (gradé) la coupe : « Martine, tu dois nous montrer. La roulade, Martine ! La roulade Martine ». Coincée la gonzesse ! Elle a la trouille comme au plongeur. Elle hésite, elle hésite, et elle finit par la faire, sa roulade, sous les applaudissements de ses collègues, les cris de joies du (gradé) (con), et de ceux (une vingtaine) qui sont restés scotchés, abrutis affichant le sourire du bienheureux – la bière permet de rire de tout.

- Tu penses que c'est des vrais flics ou c'est le sketch, là, qui circule, « Menouillard Security », le théâtre de rue ?

- Je sais pas, ça fait un bout de temps que je les regarde et j'arrive pas à comprendre. Ça m'fait flipper en fait.

\*

**JULIE**

Un autre :

- C'était les douanes. Quand ils disent « volantes » c'est pour « vol » ou pour « voleur » ? Parce que mes 200 € de shit, ils me les ont pris, ouais, ça c'est sûr.
- C'était où ?
- Sur l'autoroute mec, après Mulhouse.
- Tu viens de /
- Strasbourg, ouais. Et je vais à Cologne ensuite, retrouver des potes qui sont à l'Amphi.
- C'est quoi ?
- Comme ici, mais c'est allemand.
- Et c'est bien le rock allemand ?
- C'est allemand.
- Et ils t'ont pris ton shit et puis c'est tout ?
- Tu veux rire : amende et pastille !
- Pastille ?
- C'est leur nouveau test intégral. Ils te placent une sorte de bâton d'esquimaux sur la langue et en fonction des réactions sur le bâton, ils savent ce que t'as pris, alcool et substance, ça fait tout. Ah la salive ça te refile pas le sida mais c'est assez riche en emmerdes !

\*

**SAM**

Le lendemain, je repasse devant l'estrade. Ils se sont pris tellement de vanes le premier jour, nos flics prônant le self-défense (« Note que c'est quand même drôle. C'est leur job tout de même... Imagine un prêtre distribuant la recette pour transformer l'hostie, parce que lui n'y arrive plus, débrouillez-vous... »), qu'ils ont renoncé. Ils ne parlent plus dans le micro, prosélytes de rien, et se contentent, pour passer le temps, de se battre les uns contre les autres, enchainant les prises (parfaits musiciens de studio, à ce titre). (Dimanche il n'y aura plus personne, ils désertent l'estrade. Sous les quolibets, les flics ont reculé. Ils savent répondre aux insultes et aux jets de pierres mais les blagues acides ou bon-enfant les désarment complètement.)

En attendant, parce que je bloque, toujours brumeux, devant ces flics en train de se mettre dessus, un type maugrée (sur un air connu) :

- De mon temps/

(Pourquoi, t'es mort ? Aujourd'hui c'est déjà plus ton temps ?)

- De mon temps, on aurait démonté ce stand dès le premier soir.

(Mais je t'en prie, fais comme chez toi.)

- Et là non, vous regardez ça, vous leur envoyez des vanes au lieu de les reconduire jusqu'à la porte...

(Il pue du bec mais ce n'est ni la clope, ni la bière. Autre chose mais quoi ?)

- ...ça va devenir un camp scout et vous n'aurez plus que vos oreilles pour pleurer. Vous aurez Lorie enchainant les covers de Sœur Sourire – fini *Motörhead* – et ce sera bien fait.

- Vous pensez que/

- Des bisounours. Tout est beau, tout le monde est gentil, rien de nocif, rien qui vous choque. Pourtant ce ne sont pas les causes qui manquent en ce moment, mais rien : pas une banderole, pas une déclaration. Les organisateurs ne disent rien mais vous non plus. (Et toi ?)

\*

### **JULIE**

- Il ne t'a pas gonflé toi, Tiken Jah, avec son truc sur les images de l'Afrique, et son invitation à venir... Je sais pas moi, la façon de le dire... Tu t'imagines, toi, te baladant à travers le monde pour inviter les gens à venir en Alsace pour arrêter de la résumer aux géraniums et au Gewurztraminer ?

- C'est surtout Keziah Jones que j'ai pas du tout capté : « Le Nigéria et la France c'est pareil, la même situation, toute la même situation. » Il était torché ou quoi ?

- T'as vu qu'il s'est fait serrer par les flics dans le train la semaine dernière ?

\*

### **SAM**

- Y'a ce stand écolo, pour sensibiliser... Ah et puis y'a Katerine qu'a fait cette chanson sur Marine Le Pen, qu'il a chantée tout à l'heure...

- Pour dire quoi ? T'as écouté les paroles ? C'est bouffon et compagnie. Elle dit quoi sa chanson ? J'ai fait ce cauchemar : j'étais poursuivi, c'est-à-dire obsédé par Marine Le Pen. Est-ce que c'est différent de tous ces journalistes qui, à longueur de plateaux télé, lui reconnaissent « un certain charme ». Ils sont hypnotisés. Autant appeler à voter pour elle. Alors voilà, vous applaudissez à ça.

- Faux : beaucoup de gens ont quitté la green-room au bout de quelques chansons !

- Pour aller manifester ? Pour faire quoi ? Parce que c'était pas génial, ce concert ? ça suffit pas à démontrer que vous avez une conscience politique...

(Ce type m'oblige à dessaouler plus rapidement que prévu. La colère pousse hors de moi le poppers et les ecsta. C'est pas la bière ou le tabac qui lui font cette haleine de chacal, mais ses idées pourries, cancer du cerveau ou je ne sais quoi. On irait droit dans le mur. Le pays, notre civilisation et sa jeunesse, fonceraient vers leur fin, si dégénérés. Cancer du cerveau l'idée de décadence, de fin des temps ! Cancer différent des autres – contagieux ! Structure virale de ce cancer-là ! Je m'éloigne en courant.)

\*

### **JULIE**

Pendant le concert, les verres de bière dressés plutôt que des briquets gnangnans. Chaleur d'étuve sous la loggia mais le chanteur des *Hit by Moscow*, quand il demande au public s'il n'a pas trop chaud, se prend une réponse musclée (sur l'air de « t'occupe, gamin ! ») : « Naaan, on a des bières ! »

\*

**SAM**

- Le mec qui dirigeait l'étude a parlé de petite république tolérante pour les festivaliers des Eurocks. C'est beau non ?

Il aurait pu appeler ça Xurigharichkuminoploc, dit par elle j'aurais encore trouvé ça beau – tout ce qu'elle disait était incompréhensible et beau, et la patience dont elle avait fait preuve avec moi, quand de nouveau trahi par mon estomac je m'étais détourné d'elle pour tenter une nouvelle fois de me faire vomir, cette patience ne l'avait rendue que plus aimable. Rien ne l'y obligeait pourtant. Elle avait donc envie de moi-qui-ne-suis-pas-un-héros ? La personne qui vous passe même ça, vous la trouvez belle évidemment, et désirable – plus que votre vie, non ? Tout d'un coup j'ai comme entendu la chanson d'Arno, sur les yeux de sa mère. C'est à ce moment là peut-être, que je suis devenu sentimental... Que je n'ai plus cherché à me tenir. Et j'ai passé les jours suivants à la chercher dans l'enceinte du festival, zappant d'une scène à une autre, longeant toutes les baraques à frites, les bars, les stands éducatifs.

\*

**JULIE**

« L'âge moyen c'est quoi ? Autour de 25 ans ? Eh ben tu vois, c'est ça. J'en ai dix de plus... Non, c'est y'a deux ou trois ans que j'ai compris ça. J'ai vieilli. Pourtant le charme est intact – je veux dire : j'ai toujours autant envie de venir faire la fête. Mais maintenant je ne peux m'empêcher de voir ça depuis un autre point de vue... Eh bien ce qui est étrange avec ce genre de rendez-vous, régulier comme les saisons, c'est que la jeunesse affirme sa puissance en vieillissant – tandis les adultes, eux, finissent par mourir à force de vieillir. Elle affirme sa puissance en accumulant, sur un temps très court, toutes les expériences qui usent : les conquêtes, l'amour, l'extase et la séparation ; les drogues qui poussent le corps et tu te retrouves avec des extensions inconnues ; des visions splendides ou terribles, des crises d'angoisse, des moments d'abrutissement et d'autres où le monde chavire, où la presque-île tangue comme une barque en pleine tempête ; le blues de la fille qui regarde son homme ou sa copine vomir en restant rivé(e) à la nécessité de sauver l'amour de ce naufrage du corps splendide et jeune et beau l'instant d'avant. Celui du mec qui écoute sa copine ou son copain chialer parce qu'il ou elle a l'alcool triste, ou parce qu'elle est en pleine descente. Ce qui est étrange et magnifique, dans ces moments de fête, c'est que la jeunesse affirme sa force dans le choix qu'elle fait de vivre ça, de s'user, de se dilapider. A chaque fois ça me fait penser à ces héritiers magnifiques, ceux qui flambent leur patrimoine en quatre ou cinq ans. » (Antoine, 36 ans, maître de conférence.)

\*

**JULIE**

« Petite république tolérante »... Alors que les roadies de Gaëtan Roussel disposent les cuivres et les guitares, le VJ de la grande scène envoie une captation d' « Un jour en France » et tout le monde (peut-être 10 000 personnes à ce moment-là) se met à chanter cette chanson de Noir Désir qui, au fil des manifs et des années, est devenue l'hymne d'une génération.

Mais avant le concert d'*Arcade Fire*, le lendemain, une captation de *Radiohead* produira le même effet, tout le monde reprenant les paroles de « Creep », hymne désenchanté cette fois.

- On est faits de tant de désirs qu'on est émus à la colère d'*Un jour en France* et à la complaisance dans la défaite qui est le sujet de *Creep*. On connaît ces tentations, aspirées par le soleil et le ravin de la même façon parfois ; on les assume, on les porte comme une zone de complexité. Personnelle et générationnelle. On affirme crânement cette complexité. Elle n'est pas un mot d'ordre et par là elle est très belle.
- Reste à lui donner une direction.

\*

### SAM

- « Petite république tolérante » ?! Mais vous êtes entre vous. Regarde : vous vous ressemblez tous ! Que des Blancs, c'est un festival Blanc. Même pour les concerts de Hip-Hop : que du petit Blanc bien tendre et tout mignon. Des agneaux.

\*

### JULIE

Dans le TER menant de Belfort à Bas-Evette, dimanche à 14h :

- Et hier, t'y étais ?
- Non ; du stoner (ndlr : *Kyuss lives !*), du stoner (ndlr : *Drums are for parade*) et encore du stoner (ndlr : *Queens of the Stone Age*) ! C'est pas ma came.
- D'une année sur l'autre, les comblés ne sont pas les mêmes. Mais dans les deux cas (ils sont aux anges ou ils envoient les programmeurs au diable), tout le monde est précis. Bourré ou déchiré mais précis. Exigeant.
- Sa voix par exemple (ndlr : celle du chanteur de *Mars Red Sky*), c'était pas du tout stoner. Ça m'a beaucoup plu.
- Un troisième :
- Mais t'as vu son charisme ? Lui, il peut se balader tranquille pendant tout le week-end. Personne ne viendra lui demander un autographe.
- Est-ce que c'est un signe, réellement. J'ai vu tout *Moriarty* se balader, eh bien personne n'a demandé quoi que ce soit au rouge à lèvres de la chanteuse. Pourtant, quel rouge à lèvres !
- Ensuite ils vont discuter avec un sérieux de théologiens de l'étiquette « abstract hip-hop » qui sert à présenter le groupe *Padwriters*. Elle les fascine mais leur pose aussi quelques problèmes. (Ensuite ils dissèqueront l'étiquette « Digitale hardcore » qui décrit la musique des *Atari Teenage Riot*.)

\*

### JULIE

Sur le camping, un type aborde toutes les filles. Sur sa poitrine, on peut lire, écrit au feutre : « Touchez ma queue ». Chaque fille qui accepte de toucher sa queue (de raton laveur, à l'arrière de son chapeau) doit ensuite signer dans le petit carnet transporté par son pote, huissier lubrique.

\*



**SAM**

J'ai demandé à une fille qui passait de me soutenir pour faire quelques pas à l'extérieur. Marcher me ferait du bien. Et nous avons croisés le chacal, qui m'a ignoré. Il me tient rancune, je suis un bisounours. C'est quoi sa tristesse, son agressivité ? En me retournant pour le regarder s'éloigner j'ai vu qu'il faisait de même pour mater la fille qui m'aidait à tenir debout. Alors qu'il ait été à l'île de Wight en 70 me laisse indifférent. Qu'est-ce que j'en ai à foutre de l'histoire du rock, que je connais par cœur, si les fesses des filles parviennent à tromper son aigreur, sa rancœur ? Oui, qu'est-ce que j'en ai à foutre de l'île de Wight ? C'est Julie (où est-elle, bon sang ?!), ses fesses et son sourire, qui me rendent fou.

\*

**JULIE**

Le concert de *Motörhead* attire sur les rives du Malsaucy des gens qui ne sont peut-être pas des habitués d'un tel décor, et des Eurockéennes. Des gens qui trouvent le gros des troupes musicalement insignifiants ou méprisables. (Être fan d'un tel groupe rend fier, ce qui n'est pas le cas pour Gaëtan Roussel ou *Arcade Fire* ; leurs fans ne regardent pas les autres de haut.) *Motörhead* fascine pour l'énorme volume sonore qu'ils imposent en concert, et un univers visuel très étranger à toute forme d'angélisme – moins flower-power que ces trois là, tu ne trouves pas. Au chapeau de paille et à la marguerite ils ont toujours préféré le casque à pointe allemand et le drapeau confédéré. Quoi qu'il en soit, nous marchons devant trois fans de *Motörhead* – qu'on ne voit donc pas – et comme eux, nous nous dirigeons vers la grande scène, mais en s'arrosant, encore, si bien qu'en voulant éviter un nouveau jet de flotte, je saute en arrière et oblige un mauvais clone de Lemmy (à la louche : cinquante piges) à reculer brusquement pour ne pas être mouillé (l'eau fait peur à ces fans-là, comme la lumière du jour à un vampire). Du coup il renverse un peu (5 cl. au maximum) de sa bière, ce qui le fout en rogne et l'amène à rappeler à l'ordre les cinq jeunes cons. Il les sèche, il n'est pas là pour rigoler.

(Je le verrai, plus tard, ce type, lever les yeux au ciel en regardant deux gamines (treize ans à tout casser) passer devant lui. Elles portent le même T-shirt de *Slayer* (et ce serait le signe du grand n'importe quoi, et il n'aime pas ça, apparemment, le grand n'importe quoi.)

(On va le croiser une troisième fois : Rudy revenant de la buvette avec un plateau chargé de pintes doit enjamber les pieds de la copine (assise dans l'herbe) du triste sire. Qu'il effleure. Qui grogne. Que Rudy envoie bouler et elle aboie, obligeant son mec à se lever pour bousculer « cet abruti », ce qu'il va faire, entraînant aussitôt la chute des gobelets remplis de bière sur la copine qui va hurler comme si elle se noyait. « Ouvrons un débat », proposera Eric, en attendant que Rudy sorte de l'infirmerie : « Peut-on être plus con ? »)

\*

**SAM**

J'ai voulu aller prendre une douche en me disant que ça me permettrait de reprendre mes esprits, et que je serai clean au moment de retrouver mon amoureuse. Je suis sorti de la tente. Il y avait une queue de vingt ou trente mètres devant les douches, filles et

garçons. Mais tous les garçons ne sont pas là pour se doucher ; trois d'entre eux (20 ans) ont des kalachnikovs en plastique rose et jaune. Ils utilisent leur quota d'eau pour recharger ces armes et se canarder, ou arroser quiconque passera à portée (au moins cinq mètres) de leurs fusils. Je les suis, ils me plaisent bien. « [Notre] conscience politique »... Ils votent un cessez-le-feu provisoire, et se préparent pour le premier concert du jour, ils iront à pied. Je les suis à travers champ, et sur la voie ferrée. A chaque bifurcation, des CRS qu'ils narguent en leur montrant cet attirail. Ils passent les contrôles, à l'entrée de la presqu'île, et sitôt passée le dernier (fouille au corps), l'un d'eux explose de joie, saute et rameute ses potes. Les types en t-shirt vert se retournent et voient Eric se déchausser pour sortir sa beuh d'une basket vraiment pourrie. Il n'a pas le triomphe discret, il se moque d'être chopé ; le plus beau est de les avoir niqués une fois.

(Les vigiles ne bougent pas. Sourient-ils aussi, intérieurement ?)

On longe un mur en roseaux – il circonscrit la zone – jusqu'aux urinoirs (une auge en fer blanc, longue de dix ou quinze mètres). Parmi les douze mecs en train de pisser leurs bières, Alex reconnaît une bande de six ou sept avec qui ils ont fait la fête, hier soir. Il prend son élan et se précipite sur deux ou trois d'entre eux en espérant, puisqu'il arrive par le travers, les faire tomber, tous – domino viandard. Ce qui ne manque pas : ils tombent, tous et parce qu'ils avaient les mains prises, pas un ne parvient à se retenir à quelque chose, et ils s'en foutent partout, vraiment partout. Et les autres rient comme des bossus, et tout le monde autour.

\*

## **JULIE**

Un stand commercial (boucherie industrielle) propose aux festivaliers de gagner un burger s'ils réussissent à se sortir d'un petit labyrinthe en étant déguisés en burgers (oui). (Les fantômes de Guy Lux, de Léon Zitronne (Supersize me) et de Simone Garnier, planent à ce moment au dessus du Malsaucy.) Durant les trois jours, il se trouvera toujours des gens pour accepter d'enfiler le déguisement. Dégoutté par ce spectacle, un type se retourne avec dans l'idée de reprendre sa progression vers la grande scène mais on lui coupe le chemin et c'est un type (magnifique) déguisé en vache (pis compris), tenu en laisse par sa copine qui, en n'étant pas déguisée, et parce qu'elle ne sourit pas, ne nous dit pas si elle trouve ça drôle ou si elle ne fait que suivre la folie (pleine de panache) de son copain, terrorisée. Beau joueur, le type sourit ; les idiots sont à ce moment déjà très loin.

\*

## **SAM**

Je suis allé chercher Julie jusque dans l'espace « Mécènes », en enfumant les deux gus qui filtraient les entrées. Je ne l'y ai pas trouvée. J'ai soulevé toutes les bâches et toutes les pierres, avant de m'asseoir pour boire un truc que je chargeai immédiatement de missions magiques : « Toi et ta blondeur, s'il vous plaît, chassez les démons de la veille, purifiez-moi la gorge corps et âme, rendez-moi tout neuf et séduisant pour ma sociologue, que j'aime déjà de toute mon âme. » C'était mon Graal, je l'ai bu religieusement, et c'est resté une Kronenbourg ; je n'étais pas plus fringuant en quittant l'endroit qu'au moment de la commander. Mais entre temps j'avais surpris la conversation d'un homme qui présentait à un bleu-bite l'histoire et l'esprit du festival :

- L'année dernière, le stock de préservatifs prévus pour l'ensemble des trois nuits du camping a été écoulee dès le premier soir. Les jours suivants, les gens du staff des préventions n'avaient plus que des bouchons d'oreille à distribuer.

- Sacrés Français ! ça ressemble à cette anecdote : Napoléon contemple la plaine où des milliers de soldats viennent de mourir, et d'un revers de la main il balaye toute cette horreur : « Une nuit de Paris et il n'y paraîtra plus ».

(Il faut croire que les gens niquent un peu moins que ne le pensait Napoléon, car des capotes finissent gonflées et, comme de mini-zeppelins, survolent presque gracieuses la foule des fans amassés devant telle ou telle scène. Ils ont tiré des plans sur la comète et n'ont plus qu'à leur trouver une autre fonction (rendre hommage à Robert Plant et Jimmy Page ?). Il faudrait parachuter sur site un autre commando de sociologues.)

\*

### **JULIE**

Pendant que beaucoup font la queue pour les douches, le camion équipé d'une pompe est revenu. « Entreprise Mollatis. Curage de fosses sceptiques, inondations » etc. Ils reviennent vider les sanitaires. De l'autre côté du grillage, tous les campeurs font la fête aux deux employés comme s'il s'agissait de Lady Gaga, se précipitant sur le grillage, envoyant des bisous dans tous les sens, une fille leur montrant ses seins. Elvis, les *Beatles*, les *Stones*. Les deux types sourient, tout le monde sourit.

\*

### **JULIE**

« Ce qui est marrant avec toute une partie de ma génération, c'est qu'elle n'arrête pas de dire que vous ne devez pas... Oui, pardon : que les jeunes ne doivent pas faire ce qu'ils ont fait, eux, pas prendre ce qu'ils ont pris, les ravages, etc. ; qu'ils ont vu tous leurs amis devenir fous, stone, perchés, contaminés, etc. Mais ensuite, quand ils vous observent, ils vous trouvent cons, vous êtes des bisounours, et ils pleurent après ce qu'ils ont vécu. Alors quoi ?!... » (Etienne, 59 ans, conseiller à la chambre d'agriculture).

\*

### **SAM**

- Julie ?

\*

### **JULIE**

Le chanteur des *Savy Fav* (post-punk dit le programme) a la tête (barbue) de Bonnie Prince Billy mais sur scène il est plus fou que Beth Ditto : extraverti, braillard, cinglé à se rouler par terre dans les confettis – j'ai dû louper une étape – qui vont se mêler à ses poils, à sa sueur, et lui coller au corps. Dès les premières chansons, il s'est de fait retrouvé en caleçon (qui ne cache pas le début de ses fesses) et il va chanter les pieds dans l'eau au risque de l'électrocution (magnifique scène de la plage), bricolant, deux chansons plus tard (où a-t-il trouvé ce tube en PVC ou en carton ?), une canalisation permettant de passer au dessus du couloir séparant la scène de la fosse et d'arroser, ainsi, les fous furieux des premiers rangs avec le contenu d'une bouteille de Jack Daniels

qu'il vide généreusement. Je suis trop loin, je n'en profite pas. Ça me donne soif et je le guette, une fois le concert fini ; c'est avec lui qu'il faut vider une pinte, c'est sûr.

\*

### **JULIE**

Pendant le concert des *Hurlements d'Leo*, je tourne la tête et pousse un petit cri (intérieur). Un type se tient debout à côté de moi qui suis assis dans l'herbe. Il a des Converse aux pieds, un jean, une chemise blanche. Jusque là, ça passe. C'est ensuite que ça se gâte : sa tête est tout entière dissimulée par un masque de catcheur, noir et argenté. Il doit y avoir un orifice au niveau de la bouche car il fume des cigarettes. Il se tient raide, ne tourne pas la tête. Je le regarde, le contraste entre ses vêtements passe-partout et ce masque de catcheur est effrayant car il fait craindre une explosion qui pourrait avoir lieu n'importe quand. Le type aurait sur lui une arme, une bombe. Il ne peut qu'exploser, à un moment, il ne peut que faire une place à la folie qui l'a amenée à enfiler ce masque de catcheur. Pour l'heure c'est la normalité (bas du corps, vêtements) qui s'exprime puisqu'il suit le concert comme tout le monde. Mais l'autre partie de sa personnalité va se faire entendre, j'en suis convaincu, à un moment il sera fou, il va faire une chose folle. Cela me glace, je suis tendu, et en même temps reconnaissant, j'ai pour les fous de la gratitude parce que moi je n'y arrive pas et ça me tue. Je m'emmerde avec moi-même, j'aime tous les fous. Presque tous.

\*

### **SAM**

A un moment je me dis que je pourrais peut-être trouver un truc à lire, dans mon sac, et je passe la tête et un pied à l'intérieur avant de comprendre – accumulation de signes qui finissent par alerter (ce n'est pas mon duvet, ni mon sac – en somme ce n'est pas ma tente). M'aura-t-elle cherché, attendu, pendant ce temps, près de la mienne (la vraie), avant de lever le camp – ne me voyant pas (re)venir ? Avec la chance que j'ai... Mais c'est un drame parce que je suis malade (toujours amoureux) et c'était l'amour de ma vie, cette fille, tu sais, le truc que tu ne vois pas venir : on se croise par hasard, aucun des deux ne s'est préparé mais on est dispo. Pas disponible version « J'ai pas d'ami(e) en ce moment » ; disponible à ce qui vient, vierge de passé et de préoccupations, vierge d'un autre présent (exemple : j'étais parti pour rouler jusqu'à Barcelone mais j'ai vu une pancarte BUCAREST alors je suis parti à Manchester car il importe peu que mon boss m'attende à Lyon). C'est l'amour de ma vie cette fille belle comme le jour, dont les fesses vont si bien avec ma veste en croco (du serpent ?) qu'on ne peut que s'aimer à la folie. Elle est sans doute coincée mais moi aussi et pourtant, pourtant on décrochera la lune ensemble OH YEAH YEAH YEAH. Elle me racontera toutes ses enquêtes pendant qu'on fera l'amour et chaque été on dressera une petite tente sur le balcon de notre deux pièces pour refaire l'amour dans une étuve (tout le soleil de ces trois jours de 2011) et se consoler de s'être manqués pendant le festival (ou c'était une autre fille... ?).

\*

### **JULIE**

Si les Eurocks sont une petite république tolérante, force est de constater (oh le vieux style !) que la fumette y est légale ; tout le monde roule et fume, sur les rives du

Malsaucy. Pétards partout et sous toutes les tentes. A la suite les uns des autres, parfois. En bande. Chacun son sac et son espèce de tabatière argentée pour broyer les feuilles. Quels effets sur l'écoute du concert ? Au bout d'un certain nombre, il s'éloigne. Ce n'était qu'une rampe de lancement, après tout. L'homme au pétard s'alourdit jusqu'à rester rivé au sol, cul de plomb, mais il plane. La chanteuse de *Moriarty* entre en scène. « Je me demande quel effet ça peut bien leur faire, quand ils arrivent comme ça, de nous voir nous enfoncer des bouchons jaune fluo dans les oreilles, boules Quiès, etc. Quand même, ça ne va pas de soi... ». (Chaque concert verrait s'affronter les intérêts de l'oreille et ceux (les intérêts) de ceux qui n'aiment rien tant que bousculer l'oreille interne.) (Vendredi, quand je suis descendu du train, à Bas-Evette, des tracteurs distribuaient une feuille A4 pliée en deux : « Protégez-vous ». Les dégâts causés aux tympanes par une trop longue exposition à un bruit fort sont irréversibles. « Comme tue-l'amour, ça se pose là ! Vraiment, on n'a pas le droit de jouir ? Et c'est la mort qui est au bout de la vie, vraiment ? »)

\*

## **JULIE**

Cinq types déguisés en piments (des pieds jusqu'aux épaules ils étaient pris dans un sac rouge, une queue verte, courte, partant des épaules et redescendant un peu sur l'omoplate) mais avec le masque de Charlie Sheen (un héros des temps modernes, si je peux donner mon avis) sur le visage. « *Chicken wings ? Chicken wings ?* » me demande l'un des piments en s'approchant de mon visage pour m'embrasser ou me picorer (*chicken*). Je leur emboîte le pas.

\*

## **SAM**

Petite république tolérante (5) : les critiques du chacal continuent de me turlupiner. Oui, ça ne parle pas de politique. Mais ce qu'on choisit d'écouter, ou pas, est-ce ce n'est pas déjà de la politique ? De venir ici non pas tant pour les têtes d'affiches qu'en sachant qu'on découvrira des groupes qui sont en train de percer, précédés d'aucune réputation, pas de légende, de sex-appeal. Est-ce que ce n'est pas de la politique par les faits, en acte ? Mieux que de la tolérance : de la curiosité. Imagine une république qui reposerait sur la curiosité... Est-ce que ça n'entraînerait pas une sorte de respect, de penchant égalitariste et fraternel qui nourrirait la passion de la liberté ?

- Et puis la joie très simple qu'on éprouve dans le rassemblement...

- Le vieux dit qu'on est entre petits Blancs.

- C'est aussi con que « Tous les Jaunes se ressemblent ». Franchement, regarde ces trois-là, qu'attendent Motörhead... Qu'est-ce que je partage avec eux ?

- Ils sont crades, leurs tatouages d'il y a vingt ans sont aussi flapis que la peau dessous. Ils font peu de gym suédoise et n'ont jamais mangé un légume bio. Grâce à Motörhead, le côté « Blanc CSP +++ bac + 4 ou 5 » prend du plomb dans l'aile.

- Eh bien même pour eux je ne serai qu'amour alors que je partage plus avec certaines racailles.

\*

**JULIE**

Au camping, six jeunes dorment dans un camion de boucherie (les deux rangées de crocs sont visibles au plafond, et l'odeur de la viande froide n'est pas complètement partie alors qu'on imagine que le propriétaire a récuré la chambre froide pour y faire dormir ses potes). Pour l'heure ils sont à l'extérieur et posent nus, complètement nus, surexcités. « C'est pour envoyer à nos parents, leur dire que tout se passe bien et qu'ils peuvent aller se faire voir avec leurs inquiétudes. » Sous nos yeux, l'un des six compose effectivement les numéros à qui faire parvenir le plus bel MMS du monde.

\*

**JULIE**

Les plasticiens volants clôturent le festival. Des poissons de toutes les tailles s'envolent dans le ciel nocturne, au dessus de la plage et de l'étang. Petits dirigeables, petites montgolfières. Des baleines. « Eh oh les douanes fouillent les campeurs et les voitures mais est-ce qu'ils ont pensé à faire une descente dans les bureaux du festival OU ON NE MARCHE PAS A LA BADOIT APPAREMENT ?! »

\*

**SAM**

Le lundi matin – un 4 juillet – la débandade, l'hémorragie : tout le monde replie sa tante, range son camion, son camping-car (sur l'aile arrière : Eurockéennes 2005, Eurockéennes 2007, Eurockéennes 2008, Eurockéennes 2009. Assis sur un tabouret en bois, le type s'applique : « Eurockéennes 2011 »).

Le flux ininterrompu des voitures sur le parking.

A la fin, il ne reste plus que les tipis (cinq ou six, prêtés par le festival), la tente de la prévention, les deux buvettes. Et moi. Seul avec ma tente. Je manque le train de 8h20, celui de 9h50 et celui de 11h30.

A la fin il n'y a plus que moi et les vigiles me poussent vers la sortie. Ils sentent que je n'ai pas le moral, ils ne me brusquent pas. Jusqu'au dernier moment, j'aurai espéré la revoir. Je traîne des pieds, je me sens comme un oiseau du conservatoire, qui construisait un nid, et que le volume sonore du festival contraint à fuir. Les basses gigantesques, qui malmènent son cœur minuscule (moins d'un gramme).

Bornant la route comme des bittes empêchant qu'on se gare sur le trottoir, tous les deux mètres, les CRS se replient sur mon passage car les talkies-walkies crachent que « le petit bonhomme mélancolique » est le dernier des derniers. Eux aussi ils plient bagages (vont-ils ranger leurs grenades dans du papier-bulle ?). Mais ils n'ont pas l'impression d'être passé, comme moi, à côté de leur vie. Ils n'ont pas suivi le concert d'*Arcade Fire* (hier soir), n'ont pas frissonné au moment où Wim Butler a commencé « Wake up », ils n'étaient pas transis et nostalgique et amoureux une fois le concert fini, épatés, heureux, comment leur expliquer ?

Et j'arrive au croisement qui est devant l'Auberge du lac en étant suivi par vingt types harnachés comme pour la guerre, et aussitôt je me vois dans la peau du cycliste échappé gagnant l'étape. Derrière lui, dix motos ventruées comme des rhino, qui ont chacune cinq fois sa corpulence, et qui regardent sa fatigue, ou son désarroi, avec indifférence. Là je m'arrête une première fois : à gauche le quai de Bas-Evette, pour rejoindre la gare de Belfort et son campanile italien très saugrenu. A droite, la route de Valdoie et l'indication d'un GR menant au fort qui se trouve au sommet du Salbert. Je suis si triste que je ne

veux pas rentrer mais pas au point de ne pas sourire (jaune) quand, jetant un œil (avant de la jeter) à la brochure de la Maison de l'environnement (je dois m'alléger si je veux marcher), je lis que le succès d'une réserve naturelle (celle des étangs que je quitte) se mesure à l'importance de la nidification (signe que la faune de passage se plaît à cet endroit) et du nombre d'individus présents lors des périodes de reproduction. Il y aurait donc ici des ondes favorables (forces telluriques) ? J'étais sur une autre fréquence, moi ? Je cherchais Nova en grandes ondes ? Fuligule morillon, pic cendré, triton crêté... Et toi le grand dytique, et toi le petit gravelot, salut à toi ! Salut à toi le grand tétras ! Je vous fous la paix les amis, on vous laisse reprendre possession des lieux, faire à nouveau entendre vos chants d'amour (plus discrets que les nôtres, pour lesquels vous n'utilisez pas des murs d'enceintes et des batteries d'amplis consommant des milliers de watts...)

Je trouve le GR. Les CRS me regardent m'enfoncer dans la forêt. Sous leurs yeux encore je commence à m'élever à flanc de colline. A un moment, une trouée dans la ligne des arbres bordant le chemin me permet de commencer à voir les étangs de haut. Une heure plus tard je pense toujours à cette fille dont je n'ai pas le nom, ni les coordonnées. Je respire mieux, j'ai les idées plus claires. Trois quart d'heure encore et j'atteins le sommet. Je contourne le fort, et m'adosse à la muraille pour regarder les étangs, taches bleues dans la forêt. D'ici ils ont la grâce de nuages qui passeraient dans un ciel vert-feuillage. Des grues, des bras élévateurs et des camions s'affairent autour des quatre scènes qu'on commence à démonter. D'ici, ces engins énormes semblent petits, des insectes, des mantes religieuses s'affairant autour d'une proie, d'un repas. Ou d'un partenaire de jeu, couché, à leurs pieds. J'arrache une touffe d'herbe, je casse des petites branches, écrase des feuilles, je veux sentir l'odeur de la sève, m'en barbouiller les mains. Je retire mon T-shirt, et me colle à la muraille pour en capter la chaleur. Je me relève et me décale sur la gauche pour n'être plus à l'abri du vent. Je ferme les yeux, le visage cinglé par mes cheveux longs. Quelques nuages filent dans le ciel mais le cul dans l'herbe et le dos contre la base du fort, j'ai le sentiment de sentir la terre tourner. Les nuages sont immobiles, c'est bien la terre qui est en mouvement. Sensation vertigineuse et grisante.

Arno Bertina

## **CONCLUSION GENERALE : LES PUBLICS A L'EPREUVE DU ROCK**

Par Aurélien Djakouane et Emmanuel Négrier

Cette recherche sur les Eurockéennes de Belfort contient un grand nombre d'enseignements sur les publics du rock et des musiques actuelles : leur spécificité à l'égard d'autres publics musicaux ou de la culture en général, mais aussi leur transformation au cours de la période récente. De fait, à bien des égards, le profil sociologique du public des Eurockéennes tranche avec les poncifs véhiculés à propos du « public de la culture ». Son examen révèle qu'à la diversité de l'offre culturelle répond une diversité des publics et des modalités de fréquentation et de circulation au sein de cette offre. Ceci conforte l'idée qu'il est de plus en plus difficile de parler du public au singulier, y compris à l'intérieur d'un même événement culturel, d'autant plus que la dimension événementielle favorise la rencontre d'individus d'origines sociales et géographiques différentes, sans doute davantage que les équipements culturels ouverts à l'année.

Certes, le « boom musical » des années 1980-1990 ne doit pas faire oublier la place relativement modeste qu'occupent les festivals et les pratiques de concert en France. En 2008, 16% des Français avaient assisté à un festival au cours des 12 derniers mois, 10% à un concert de rock et 7% à un concert de classique (Donnat 2009, 2011). A titre de comparaison, la même année, 56% des Français avaient été au cinéma au cours des 12 derniers mois. Ces résultats rappellent, si besoin était, qu'aller à un concert reste une pratique minoritaire. Mais ce constat n'enlève rien à la vivacité des pratiques sur le territoire ; et leur observation par le truchement des festivals offre bien des intérêts. Les festivals permettent en effet de saisir la force d'une expérience musicale singulière motivée autant par la renommée des artistes ou la volonté d'en découvrir de nouveaux que le désir d'échanger avec d'autres festivaliers, de partager avec ses proches, de rencontrer des gens ou encore, de faire la fête. La spécificité de l'attachement musical (Hennion 2004) incite ainsi le chercheur à être particulièrement attentif aux sens que les spectateurs donnent à leur pratique, et à la manière dont les expériences participent à la construction des identités et des goûts. Pour le dire autrement, l'analyse des publics des festivals permet d'approfondir la position du spectateur en questionnant, au-delà de la relation aux œuvres, la relation qu'une telle pratique, exceptionnelle, entretient avec le reste de la vie quotidienne.

Cette relation est complexe et cet ouvrage en donne sans doute plus une vision provisoire qu'il n'en propose la théorie définitive. Ce travail est une étape supplémentaire dans le programme de recherches sur les festivals dans lequel nous nous sommes engagés depuis plusieurs années. La variété des formes et des dispositifs festivaliers appelle la modestie et la prudence dans l'interprétation des résultats et leur possible montée en généralité. Cette étape des Eurockéennes aura été pour nous l'occasion d'explorer deux nouvelles pistes. D'une part, l'importance des dispositifs et sociabilités dans la fabrique de l'expérience festivalière – sans doute d'ailleurs, ces deux éléments ont partie liée et s'éclairent l'un l'autre –, et d'autre part, la nécessité de croiser les regards, les approches et les méthodes. Nous aurons atteint notre but si nous avons



convaincu quant aux vertus du pluralisme méthodologique et disciplinaire dans l'étude des publics de la culture. En s'ouvrant à la compréhension des contextes (Lahire 1996), l'utilisation du raisonnement statistique permet de mieux penser les significations et les implications des expériences culturelles. L'aller-retour entre données quantitatives et données qualitatives est une des conditions de la compréhension sociologique qui, comme le rappelle Elias, ne s'épuise pas dans le formalisme statistique (Elias 1997).

C'est pour cela que nous avons mis en œuvre plusieurs instruments de recherche : enquête par questionnaire, enquête qualitative sur la base d'entretiens, analyse des retombées économiques, étude des usages numériques entourant le festival. Ces instruments ont enfin été mis à l'épreuve du regard d'artistes, rarement convoqués dans une telle entreprise. Leur contribution propose un angle de vision auquel le sociologue n'a, de par sa position, pas accès. L'étude des sociabilités ou de l'expérience festivalière s'inscrit dans cette perspective « quanti-qualitative », qui consiste à croiser les résultats tirés d'instruments distincts, plutôt que de les opposer dans un esprit de clocher méthodologique.

Revenons rapidement sur les principaux enseignements de cette recherche.

L'approche statistique nous offre une sociologie spécifique du public des Eurockéennes, davantage composé d'hommes, d'étudiants et de jeunes actifs qui se recrutent autant dans les classes supérieures que les classes moyennes et populaires fortement diplômées. Ce portrait est déjà en soi un contrepoint aux données sur les publics de la culture. Il rappelle avec force l'effet de l'offre et des esthétiques programmées sur la physionomie des publics, sans qu'ils soient exonérés de certains rouages sociologiques inégalitaires. Le diplôme, par exemple, reste le marqueur le plus important de l'accès à la culture. Même dans ce public où les classes populaires comptent pour près d'un tiers – soit autant que les classes moyennes et que les classes supérieures – celles-ci présentent un niveau d'étude très largement supérieur à la moyenne nationale. Cela traduit certes un des succès de la démocratisation et de la massification de l'accès à l'enseignement. Mais il ne doit pas faire oublier les inégalités qui pèsent sur l'accès à la culture. La quasi absence des demandeurs d'emploi (3%) ici comme ailleurs, rappelle cruellement que l'éloignement de la vie culturelle redouble l'exclusion professionnelle.

Il n'en demeure pas moins que le public des Eurockéennes présente une composition socioprofessionnelle beaucoup plus équilibrée que les publics des festivals que nous avons étudiés en 2008, y compris dans l'échantillon des musiques actuelles. Avec 33%, l'ouverture en faveur des classes populaires est nette. Au regard du niveau de diplôme pourtant très élevé de ces festivaliers des milieux populaires, ce constat traduit, à sa manière, l'hétérogénéité des milieux sociaux contemporains marqués par un triple mouvement de reproduction, de mobilité sociale ascendante et de déclassement (Chauvel 2006, Peugny 2009). Comment alors interpréter cette mixité sociale qui semble caractériser le public des Eurockéennes ? Peut-on y voir une ouverture plus prononcée de certaines catégories sociales à des esthétiques plus diversifiées sur l'échelle des hiérarchies culturelles ? Ou doit-on acter l'obsolescence de ces mêmes hiérarchies ? L'analyse des profils de pratiques culturelles et de goûts rappelle que, malgré quelques inflexions, ces clivages demeurent et qu'ils gardent une racine sociologique forte. En valorisant le cinéma et les concerts au détriment du théâtre et de la danse, le profil des pratiques culturelles des festivaliers montrent clairement leur appartenance générationnelle. L'importance de leur taux de lecture évoque d'une autre façon leur niveau élevé de diplôme, acquis ou en devenir. Seule l'observation de la presse magazine nuance ces constats et vient donner un peu d'optimisme quant aux

pratiques de lecture des classes populaires ici présentes. A défaut de lire plus que leurs vis-à-vis des classes supérieures, ces dernières lisent au moins autant, preuve s'il en est que culture magazine et culture musicale sont moins clivées sociologiquement auprès des jeunes générations, et que la massification scolaire a pu porter ses fruits sur ce plan.

Les profils de goûts affinent l'analyse en montrant ce que les festivaliers ont de communs et de différents les uns par rapport aux autres. Si le Rock est par excellence le carrefour des goûts des publics, d'autres styles les partagent davantage, comme le Classique, le Métal, le Rap et le Hip-hop. Moins consensuels, ils ne sont cependant rarement rejetés. Notre indicateur de polarisation/centralisation des goûts permet ainsi de définir plus nettement les niveaux d'adhésion ou de rejet des différents genres. La pluralité de combinaison de goûts qui émerge de l'analyse des profils montre la fragmentation des goûts musicaux et les liens qu'ils entretiennent avec certains facteurs sociodémographiques (âge, profession, sexe ou diplôme) pris dans les limites de la spécificité sociale et générationnelle du public des Eurockéennes. Cette fragmentation des goûts s'accompagne d'une certaine tolérance globale qui relativise l'impact des variables sociologiques tout en attestant du maintien d'une forme de légitimité culturelle. Enfin, ces données montrent que le renouvellement des publics, qui constitue un des faits majeurs de l'enquête, s'opère sous conditions. Au-delà du Rock, la diversification de la programmation semble ici peser de tout son poids pour expliquer ce phénomène. Quand ils sont plus âgés, plus diplômés et davantage issus des classes supérieures, les nouveaux festivaliers aiment aussi le jazz et la musique classique, tandis que quand ils sont plus jeunes, moins diplômés et davantage issus des classes populaires, ces nouveaux venus aiment aussi reggae, le rap ou l'électro. Egaleme nt constatée, la féminisation des publics, quant à elle, ne franchit pas les limites du Métal qui reste un genre exclusivement masculin.

L'étude des sociabilités permet d'approfondir les observations précédentes. L'expérience festivalière repose avant tout sur une volonté de participer à l'événement « Eurockéennes » car ce festival représente une sorte de « pèlerinage », de lieu de passage qui compte dans une carrière de spectateur. Toutefois, les modalités de cette participation obéissent à des injonctions différentes et permettent des trajectoires variées. Les sociabilités offrent un prisme intéressant pour discuter de la participation festivalière d'une part et des goûts d'autre part. D'un côté, les sociabilités éclairent les rouages de la venue, les motivations qu'elles représentent au regard de l'offre musicale : faire la fête, retrouver des amis, etc. La question musicale n'est pas en retrait pour autant chez ce public de connaisseurs. Elle apparaît même comme une motivation générale (écouter de la musique, voir des groupes, faire des découvertes) plutôt qu'orientée par des artistes précis, même si de nombreux noms sont cités. Cette volonté de découvrir, de venir d'abord pour la musique et l'ambiance, montre que nous avons affaire à des festivaliers experts des musiques actuelles pour qui la dimension humaine de l'expérience festivalière est indissociable de considérations esthétiques. On le voit très nettement dans le décalage qui s'opère entre les premières fois et les fois suivantes. Si lors de la première venue, les freins sont nombreux (être disponible, être accompagné, connaître des groupes...), les fois suivantes, c'est surtout le fait de revivre l'expérience « Eurockéennes » qui motive. L'adhésion au festival est quasi immédiate, et les Eurockéennes deviennent rapidement un rendez-vous central de l'agenda des spectateurs. Pour autant, fidélité n'y rime pas toujours avec assiduité, et la pratique festivalière connaît des intermittences.

Analyser les sociabilités, c'est aussi considérer le rapport que les participants entretiennent avec l'institution, sa programmation et les autres festivaliers. Comme pour de nombreuses manifestations de grande ampleur, la notoriété précède la venue ; c'est une des caractéristiques des festivals « grand format ». Mais cette notoriété doit autant aux artistes, qui en ont fait l'histoire, qu'à l'ambiance, qui en construit la légende. On y découvre un rapport aux autres assez singulier qui rappelle l'ambiance communautaire des festivals des années 1960-1970 sans que jamais les festivaliers ne l'évoquent directement ; peut-être en raison de leur jeune âge. On y trouve aussi des trajectoires étonnantes et variées où être entre amis, en couple, seul ou en famille alternent et se combinent au cours d'une même journée. Les sociabilités et, plus globalement, le rapport aux autres éclairent enfin la tolérance des festivaliers à l'égard des goûts des autres. Ceux-ci restent conscients de participer à un événement qui propose une palette musicale large susceptible de plaire à un large public. Ils le comprennent parce qu'ils l'expérimentent parfois au sein même du groupe avec lequel ils font le festival, et qui les amènent parfois à voir des artistes qu'individuellement ils n'auraient pas vu. On le voit clairement, aux Eurockéennes l'expérience humaine ne se dissocie pas de l'expérience esthétique.

Grâce aux outils numériques, cette expérience esthétique se prolonge sur Internet. Forums de discussions ou pages Facebook offrent des modalités de participation variées sans entrer directement en corrélation avec la pratique réelle. La construction d'un espace virtuel d'échanges autour du festival et de la musique semble dévolue aux forums qui fonctionnent davantage de manière interactive et sur la constitution d'une communauté d'experts. A contrario, Facebook se présente surtout comme un outil d'affichage individuel à destination des réseaux d'amis. De ce point de vue, il fonctionne comme un outil marketing efficace qui permet à l'institution festivalière de mettre en scène son offre, sans être remis en cause par les contributions des Internauts dont l'expression est encadrée et limitée par un mode d'adhésion implicite, puisqu'il faut « aimer » pour s'exprimer !

Enfin, la vision des artistes, véritable contrepoint à nos propres analyses, propose une perception plus sensible de l'expérience festivalière. De la « micro-planète » décrite par FiliaMotSa, à « l'ambiance chaleureuse et bienveillante » perçue par Olivia Ruiz, jusqu'aux tribulations des personnages d'Arno Bertina, ces artistes nous donnent à voir une facette encore différente du public. Leur regard nous apporte de nombreuses précisions sur la qualité d'écoute des spectateurs, leur disponibilité à l'égard d'autrui, leur enthousiasme à faire la fête, et l'ambiance du festival. Chacun à leur manière ces artistes nous ont montré les ponts entre leurs univers et celui des publics, mettant en cause sans la nommer la scission implicite entre producteur et récepteur. Ainsi, l'importance que spectateurs et artistes attachent à l'ambiance montre que, d'un côté de la scène comme de l'autre, c'est aussi le contexte de la rencontre qui donne à un festival son identité, et qui instaure une qualité de relation. Au fond, la perception des artistes apporte une dimension supplémentaire qui échappe aux outils sociologiques et qui rend au spectateur sa chair, et sa capacité, lui aussi, à transmettre une émotion.

\*

\* \*

À bien des égards, cette recherche qui s'achève sur le public des Eurockéennes de Belfort offre une approche originale de leur sociologie. En se consacrant à un festival « grand format », cette recherche voulait inverser l'esprit et la méthode de nos premiers

travaux sur les festivals, où l'univers des musiques actuelles était moins bien représenté, surtout dans ce qui est l'une de ses spécificités : l'événement de grande ampleur sur un espace-temps propre et resserré. Nous souhaitons aussi approfondir l'étude qualitative et l'analyse de l'expérience festivalière dont la démarche ne peut s'envisager sérieusement qu'avec une approche monographique. Si, comme nous venons de le voir, cette recherche a été riche d'enseignements quant à la compréhension sociologique de la participation festivalière, elle renforce notre conviction de démultiplier les regards sur les publics de la culture. Les festivals apportent une contribution originale à cette question par leur capacité à accompagner le changement des rapports que les individus entretiennent avec la culture. En renouant avec sa dimension festive tout en gardant son caractère massif, le festival crée un espace singulier de socialisation culturelle qui change le rapport institutionnel à la culture et remet en question sa dimension consommatoire. Le festival devient ainsi le révélateur de phénomènes de socialisation invisibles à l'échelle des institutions traditionnelles, tels que le jeu des sociabilités prescriptives, les liens entre l'expérience esthétique et la vie quotidienne, le rapport à autrui, etc.

Au cours de ce livre, nous avons souvent fait référence aux caractéristiques singulières d'un contexte. C'est notamment pour cela que cet ouvrage a pour titre « Un territoire du rock ». Nous avons déjà vérifié cette hypothèse que le lieu compte, dans notre précédente recherche sur les publics des festivals, par la méthode comparative. Ici, nous l'avons mise à l'épreuve de la monographie. Dans leur pluralité, chacun des regards que nous avons mobilisés apporte sa pierre à cette approche contextuelle des publics de la culture. Un festival est, de ce point de vue, toujours un espace différentiel.

En quoi ce territoire du rock révèle-t-il un enjeu d'espace public (culturel) ? Plusieurs dimensions de celui-ci nous sont apparues successivement. Lorsque nous avons traité des sociabilités, et des perceptions ou fantasmes communautaires, nous avons circonscrit un espace social. Lorsque nous avons analysé le rapport des festivaliers à l'égard de la programmation, leur usage du forum Internet, nous avons mise en évidence une fonction critique associée à l'événement. Lorsque nous avons évoqué les motivations et modalités de fréquentation du festival, nous avons constaté une façon de participer qui ne se confond pas avec la simple satisfaction d'un intérêt privé. Et quand nous avons abordé, auprès des artistes, la spécificité de ce public des Eurockéennes, c'est au nom de certaines « qualités » (connaissance, bienveillance, curiosité, etc.) typiques d'un espace public « gouverné par la raison » que cet univers de passions musicales a paradoxalement été distingué.

La particularité du festival comme espace public est d'être, sur chacun de ces points, paradoxal et source de tension. L'esprit de tolérance et d'ouverture à l'expérience est en tension avec un espace dont l'accès reste sélectif, payant et dont la composition sociale est loin de refléter toutes les couches de la société, et notamment celles plus ou moins touchées par l'exclusion. La fonction critique est en tension avec un usage plus strictement utilitaire des instruments de la « publicité festivalière ». La participation fondée sur une connaissance musicale va de pair avec une fréquentation plus simplement consommatoire et ludique. L'esprit du lieu est en tension avec le renouvellement constant de l'économie musicale, et la projection de cet espace matériel des étangs de Malsaucy sur l'espace virtuel et ses outils.

Enfin, l'intérêt n'est pas tant de constater que les Eurockéennes incarnent, à leur manière, un espace public culturel, que de comprendre la manière dont ce festival aborde, dans le temps, les différentes tensions que nous venons d'évoquer. C'est là que

nous pourrions prendre la catégorie analytique de l'espace public comme point de comparaison entre festivals. Et c'est aussi à partir d'une telle réflexion que l'enjeu de l'intervention des pouvoirs publics est aujourd'hui posé.

En tant que dispositif des politiques publiques, la forme festival met en jeu l'importance des événements culturels en termes de création, de démocratisation. Au carrefour de ces deux enjeux, un festival est aussi un instrument de production de lien social. C'est en cela qu'il interroge la légitimité des pouvoirs publics à intervenir dans un champ marqué par une économie musicale globalisée et l'essor de stratégies commerciales de grande ampleur. L'échelle de ce questionnement dépasse la méthode monographique ; et la comparaison internationale constitue aujourd'hui un bon niveau d'observation des transformations du jeu institutionnel et économique de la culture en général, et des festivals en particulier.

## REFERENCES

- ADORNO, T., 1962, *Philosophie de la nouvelle musique*, Paris : Gallimard.
- AGAMBEN, G., 1990, *La communauté qui vient. Théorie de la singularité quelconque*, Paris : Le Seuil.
- ARIÑO, A., 2010, *Prácticas culturales en España. Desde los años sesenta hasta la actualidad*, Barcelona: Ariel.
- AUTREPART (revue), 2006, *Tourisme culturel, réseaux et recompositions sociales*, Institut de Recherche pour le Développement.
- BAUMANN, Z., 2006, *La vie liquide*, Rodez : Éditions du Rouergue/Jacqueline Chambon.
- BAUMANN, Z., 2011, *Culture in a Liquid Modern World*, London: Polity Press.
- BELLAVANCE, G., 2004, « Non-public et publics cultivés. Le répertoire culturel des élites », in P. Ancel et A. Pessin (dir.), *Les non-publics : les arts en réception*, Paris : L'Harmattan, p. 277-292.
- BENHAMOU, F., 2006, *Les dérèglements de l'exception culturelle*, Paris : Seuil.
- BIDART C., 1997, *L'Amitié. Un lien social*, Paris, La Découverte.
- BIDART C., LE GALL D., 1996, « Les jeunes et leurs petits mondes. Relations, cercles sociaux, nébuleuses », *Cahiers de la MRSH*, n°5, p. 57-76.
- BIDART C., PELLISSIER, A., 2002, « Copains d'école, copains de travail : évolution des modes de sociabilité d'une cohorte de jeunes », *Réseaux*, n°115, p. 17-49.
- BOULIER D., 1987, *La Conversation télé*, Rennes : Lares.
- BOURBONNAUD D., PEDLER E., 2003, « L'offre du festival In d'Avignon. Effet d'imposition ou stimulation culturelle ? », in Cefaï D., Pasquier D. (dir), *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*, Paris : PUF.
- BOURDIEU P. DARBEL A., 1969, *L'Amour de l'art*, Paris : Minuit.
- BOURDIEU P., 1979, *La Distinction*, Paris : Minuit.
- BOURDIEU P., PASSERON J.-C., 1971, *La Reproduction*, Paris : Minuit.
- CARDON D., GRANJON F., 2003, « Eléments pour une approche des pratiques culturelles par les réseaux de sociabilité », in Donnat O., Tolila P. (dir.), *Le(s) public(s) de la culture*, vol. 2, Paris : Presses de Sciences Po, p. 93-108.
- CARDON D., HEURTIN J.-P., MARTIN O. PHARABOD A.-S., ROZIER S., 1999, « Les formats de la générosité. Trois explorations du Téléthon », *Réseaux*, n°17 (95), p. 15-105.
- CEFAÏ D., PASQUIER D. (dir), *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*, Paris : PUF.
- CHIRACHE E., DELBROUCK C., JOLIVET Y., RUFFAT G., 2011, *Live. Une histoire du rock en public*, Marseille : Le mot et le reste.
- CLAIR J., 2011, *L'hiver de la culture*, Paris : Flammarion.
- CORCUFF Ph., LE BART Ch., DE SINGLY F. (dir.), 2010, *L'individu aujourd'hui. Débats sociologiques et contrepoints philosophiques*, Rennes : Presses Universitaires de Rennes.
- COULANGEON P., 2003, « La stratification sociale des goûts musicaux. Le modèle de la légitimité culturelle en question », *Revue Française de Sociologie*, vol. 44-1, p. 3-33.
- COULANGEON P., 2005 *Sociologie des pratiques culturelles*, Paris : La Découverte.
- COUSIN, S. & RÉAU, B., 2009, *Sociologie du tourisme*, Paris : La Découverte
- DGCIS, 2010, *La mesure de l'impact économique d'un événement touristique*, Paris : Ministère de l'Économie et des Finances.
- DIMAGGIO P., 1987, « Classification in Art », *American Journal of Sociology*, vol. 52, p. 441.

- DJAKOUANE A., 2006, « Du questionnaire à la biographie et vice versa : regards croisés sur les préférences esthétiques des spectateurs de théâtre », *Sociologie de l'art*, n°9-10 nouvelle série, p. 107-123.
- DJAKOUANE A., 2007, *Les carrières de spectateurs. Vers une sociologie des formes de prescriptions théâtrales*, Doctorat de l'EHESS sous la direction d'E. Pedler, Marseille.
- DJAKOUANE A., 2010, « Le théâtre à travers le prisme des générations. Les transmissions culturelles en questions », *Recherches familiales*, n°7, p. 109-123.
- DJAKOUANE A., 2011a, « La carrière du spectateur. Une approche relationnelle des temps de la réception », *Temporalités*, n°14, C. Rolle & M. Jouvenet (dir.), « Les temps des arts et des artistes », Revue en ligne : <http://temporalites.revues.org/1939>.
- DJAKOUANE A., 2011b, « Une vie sous influence : pratiques culturelles et sociabilités », in O. Moeschler, A. Ducret (dir.), *Nouveaux regard sur les pratiques culturelles : contraintes collectives, logiques individuelles et transformations des modes de vie*, Paris : L'Harmattan, p. 101-120.
- DJAKOUANE A., JOURDA M., NEGRIER E., VIDAL, M., 2011, « Les seniors au festival. Le critère de l'âge dans l'analyse des pratiques et des goûts culturels », *Gérontologie et Société*, n°138 « Vieillesse ordinaire », p. 195-216
- DJAKOUANE A., PEDLER E., 2003, « Carrières de spectateurs au théâtre public et à l'opéra », in Donnat O., Tolila, P. (dir.), *Le(s) public(s) de la culture*, vol. 2, Paris : Presses de Sciences Po, p. 203-214.
- DONNAT O., 1994, *Les Français face à la culture. De l'exclusion à l'éclectisme*, Paris : La Découverte.
- DONNAT O., 2005, « La féminisation des pratiques culturelles », in *Développement Culturel, Bulletin du DEPS*, n°147, mai.
- DONNAT O., 2009, *Les pratiques culturelles des français à l'ère numérique*, Paris, La Découverte.
- DONNAT, O., 2011, *Pratiques Culturelles, 1973-2008, Questions de mesure et d'interprétation des résultats*, Culture Méthodes, 2011-2, 12 p. Ministère de la Culture, <http://www.culture.gouv/deps>
- DUBET F., 2003, « Paradoxes et enjeux de l'école de masse », in Donnat O., Tolila P. (dir.), *Le(s) Public(s) de la culture*, vol. 1, Paris : Presses de Sciences Po, p. 25-42.
- DUBOIS, V., 1999, *La politique culturelle. Genèse d'une catégorie d'intervention publique*, Paris : Belin
- DUCRET A., MOESCHLER O. (dir.), 2011, *Les pratiques culturelles : contraintes collectives, logiques individuelles et transformation des modes de vie*, Paris : L'Harmattan.
- ELIAS N., 1997 (1965), *Logiques de l'exclusion. Enquête sociologique au cœur des problèmes d'une communauté*, Paris : Fayard.
- ETHIS E., 2003, « La forme festival à l'œuvre : Avignon ou l'invention d'un public médiateur » in Donnat O., Tolila P. (dir.), *Le(s) Public(s) de la culture*, vol. 1, Paris, Presses de Sciences Po, p. 81-196.
- FABIANI J.-L., 2008, *L'Education populaire et le théâtre. Le public d'Avignon en action*, Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.
- FABIANI J.-L., ETHIS E., 2002, « Pour une sociologie des publics de la culture « reterritorisée » », in Ethis E. (dir.), *Avignon, Le public réinventé*, Paris, La Documentation Française, p. 273-284.
- FINKELKRAUT, A., 2002, *L'imparfait du présent*, Paris : Gallimard.
- FLAHAULT F., 2002, *Le Sentiment d'exister. Ce soi qui ne va pas de soi*, Paris : Descartes & Cie.
- FLEURY L., 2006, *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles*, Paris, Armand Colin.
- GLEVAREC, H., PINET, M., 2009, « La « tablature » des goûts musicaux : un modèle de structuration des préférences et des jugements », *Revue Française de Sociologie*, vol. 50-3, p. 599-640.
- GOFFMAN E., 1973, *La mise en scène de la vie quotidienne. Tome 1&2*, Paris : Minit.
- GRANJON F., LELONG B., 2006, « Capital social, stratifications et technologies de l'information et de la communication. Une revue des travaux français et anglo-saxons », *Réseaux*, n°139, p. 147-181.
- GUÉRIN, M., 2009, *Pratiques et consommations culturelles en Communauté française*, Bruxelles : CRISP.

- GUIBERT, G., 1998, Les nouveaux courants musicaux, simples produits des industries culturelles ? Saint-Amand Tallende : Mélanie Sèteun & Irma Éditions.
- GUIBERT, G., 2006, *La production de la culture. Le cas des musiques amplifiées*, Saint-Amand Tallende : Mélanie Sèteun & Irma Éditions.
- HABERMAS J., 1997 (1962), *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris : Payot.
- HARTOG, F., 2003, *Régimes d'historicité. Présentisme et expériences du temps*, Paris : Seuil.
- HERAN F., 1988, « La sociabilité, une pratique culturelle », *Economie et statistique*, n°216, p. 3-22.
- HENNION A., 2004, « Une sociologie des attachements », *Société*, n°85, p. 9-24.
- LAHIRE, B., 2004, *La Culture des individus*, Paris : La Découverte.
- LAHIRE, B., 1996, « La variation des contextes en sciences sociales. Remarques épistémologiques », *Annales. Histoire, sciences sociales*, n°2, p. 381-407.
- LAMONT, M., LAREAU, A., 1988, « Cultural capital : allusions, gaps and glissandos in récent theoretical developments », *Sociological Theory*, vol.6 n°2, p.153-168.
- LEVERATTO, J.-M., 2010, *Cinéma, Spaghettis, Classe ouvrière, Immigration*, Paris : Éditions La Dispute.
- LICOPPE C., 2002, « Sociabilité et technologie de communication. Deux modalités d'entretien des liens interpersonnels dans le contexte du déploiement des dispositifs de communications mobiles », *Réseaux*, n°20, (112-113), p. 171-201.
- LIZE V., ROUEFF O. (dir), 2010, « Les partitions du goût musical », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°181-182.
- MENGER, P.-M., 2003, *Portrait de l'artiste en travailleur*, Paris : Seuil.
- MERTON, R.K., 1997 (1949), *Éléments de théorie et de méthode sociologique*, Paris : Armand Colin.
- MICHAUD, Y., *L'art à l'état gazeux. Essai sur le triomphe de l'esthétique*, Paris : Stock.
- NÉGRIER, E., 2006, *Une politique culturelle privée en France ?*, Paris : L'Harmattan.
- NÉGRIER, E., 2011, « La festivalización de la Cultura. Una dialéctica de los cambios de paradigma », in Bonet L., Schargorodsky H. (dir.), *La gestion de festivales por sus protagonistas* Barcelone : Editorial Gescénic
- NEGRIER, E., DJAKOUANE, A. JOURDA, M., 2010, *Les publics des festivals*, Paris : Michel de Maule/France Festivals.
- NÉGRIER, E., JOURDA, M., 2007, *Les nouveaux territoires des festivals*, Paris : Michel de Maule.
- NÉGRIER, E., PRÉAU, J., TEILLET Ph., *Intercommunalités : le temps de la Culture*, Grenoble : OPC Éditeur.
- NEGRIER, E., VIDAL, M., 2009, « L'impact économique de la culture. Réels défis et fausses pistes », *Economia della Cultura*, n°4, p. 487-498.
- OFS (Office Fédéral de la Statistique), 2009, *Les pratiques culturelles en Suisse. Enquête 2008. Premiers résultats*, Neuchâtel.
- ROSANVALLON, P., 2010, *La société des égaux*, Paris : Seuil.
- OZOUF, M., 1976, *La fête révolutionnaire, 1789-1799*, Paris : Gallimard.
- PARADEISE C., 1980, « Sociabilité et culture de masse », *Revue française de sociologie*, vol. 21, n°4, p. 571-597.
- PASQUIER D., 2003, « Des audiences aux publics : le rôle de la sociabilité dans les pratiques culturelles » in Donnat O., Tolila P. (dir.), *Le(s) public(s) de la culture*, vol. 2, Paris : Presses de Sciences Po, p. 109-116.
- PASQUIER, 1999, *La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescentes*, Paris : Editions de la MSH.
- PASSERON J.-C., 2006 (1991), *Le raisonnement sociologique*, Paris : Albin Michel.



- PASSERON J.-C., 2003, « Consommation et réception de la culture », in Donnat O., Tolila P. (dir), *Le(s) public(s) de la culture*, Paris : Presses de Sciences Po, p. 361-390.
- PESSIN, A., « Publics et non-publics lycéens face à une politique d'incitation culturelle », in Ancel P., Pessin A. (dir.), *Les non-publics : les arts en réception*, Paris : L'Harmattan, p. 263-275.
- PETERSON R. A., 1992, « Understanding audience segmentation: from elite and mass to omnivore and univore », *Poetics*, 21-4, p. 243-258.
- PETIT, M., 2002, *Éloge de la lecture. La construction de soi*, Paris : Belin.
- PROULX S., 2002, « Trajectoires d'usage des technologies de communication : les formes d'appropriation d'une culture numérique comme enjeu d'une société du savoir », *Annales des télécommunications. Usages émergents des TIC*, n°57 (3-4), p. 180-189.
- RACINE E., 2002, *Le phénomène techno. Clubs, raves, free-parties*, Paris : Imago.
- RAIBAUD, Y., 2005, *Territoires musicaux en régions. L'émergence des musiques amplifiées en Aquitaine*, Bordeaux : MSHA.
- RIFKIN J., 2000, *L'âge de l'accès. La révolution de la nouvelle économie*, Paris : La Découverte.
- RODRIGUEZ MORATÓ, A. (2007), *La sociedad de la cultura*, Barcelona : Ariel.
- SCP Communication, 2004, *Les Eurockéennes de Belfort 2004. Signalétique-Sondage*, Rapport, Territoire de Belfort.
- SIMMEL, G., 1991, *Secret et sociétés secrètes*, Paris : Circé.
- SINGLY (de) F., 2003, « La famille individualiste face aux pratiques culturelles », in Donnat O., Tolila P. (dir.), *Le(s) Public(s) de la culture*, vol. 1, Paris : Presses de Sciences Po, p.43-60.
- SMORÉDA Z. (dir.), 2002, « Cycle de vie et sociabilités », *Réseaux*, n°115.
- SNOWBALL J.D., 2005, "Art for the Masses? Justification for the Public Support of the Arts in Developing Countries – Two Arts Festivals in South Africa", *Journal of Cultural Economics*, 29, p.107-125.
- STEINER, 1963, *The people look at Television: a Study of Audience Attitudes*, New-York : Knopf.
- STRAUSS A., 1992, *La trame de la négociation*, Paris : L'Harmattan.
- URFALINO, Ph., 1996, *L'invention de la politique culturelle*, Paris : La Documentation Française.
- VEBLEN, T., 1970, *Théorie de la classe de loisir*, Paris : Tel-Gallimard.

## ANNEXES

### *ANNEXE 1 : Grille pour les entretiens semi-directifs*

#### **Entrée en matière, venue, vécu**

1. Présentation (âge, sexe, profession ou activité, origine géographique)
2. Quel est le rôle que joue la musique dans votre vie (JDC : nature du lien, forte écoute ?...)
3. Comment avez-vous connu les Eurockéennes ?
4. Depuis combien de temps connaissez-vous les Eurockéennes ?
5. Pourquoi venez-vous aux Eurockéennes ?
6. Si c'est la première venue, pourquoi cette année ?
7. Si vous revenez, qu'est-ce qui vous a décidé de revenir ?
8. Etes-vous venu seul, avec d'autres personnes ? Lesquelles ? Pourquoi ?
9. Avez-vous prévu de faire le festival avec eux ?
10. Avez-vous déjà prévu les concerts que vous allez voir pendant le festival ?
11. Quelle relation avez-vous avec les autres festivaliers ? (JDC : altruisme, confiance ?)
12. Pensez-vous, en venant aux Eurockéennes, faire partie d'une communauté ?  
Comment la définiriez-vous ?
13. Pensez-vous partager des idées avec les autres festivaliers ? Lesquelles ? Pourquoi ?

#### **Pratiques numériques**

14. Pour préparer votre venue, avez-vous utilisé le site Internet des Eurockéennes ?  
(pour quel usage : programmation, séjour etc... ?)
15. Fréquentez-vous le forum des Eurockéennes ? Y contribuez-vous ?
16. Fréquentez-vous d'autres sites ? lesquels ? Comment les utilisez-vous ? (consultation, contribution, partage, ...)

#### **Définition**

17. Pour vous qu'est-ce que les Eurockéennes ?
18. Que représentent pour vous les Eurockéennes ? Comment les définiriez-vous ?
19. À votre avis, quelles sont les trois valeurs des Eurockéennes ?
20. Qu'est-ce qui explique le succès des Eurockéennes ?
21. Quel est le portrait du festivalier type ?
22. Avez-vous été à d'autres festivals ? Lesquels ?
23. Comparé aux Eurockéennes, quelles sont les différences ?
24. Allez-vous dans les salles de concert ? pour écouter quel genre de musique ?  
Comparé aux Eurockéennes, quelles sont les différences ?
25. Connaissez-vous Génériq ? Quel lien faites-vous avec les Eurockéennes ?

#### **Évaluation**

26. Comment doit évoluer les Eurockéennes dans les prochaines années ?
27. Que pensez-vous du lieu du festival, de son cadre... est-ce important, faudrait-il y changer quelque chose ?
28. Que pensez-vous de la place des sponsors dans le festival ?
29. Est-ce qu'il y a un ou des groupes ou chanteurs qui ne sont pas venus aux Eurockéennes et qui devraient y être, selon vous ? Pourquoi ?

30. Est-ce qu'il y a un ou des groupes ou chanteurs qui sont aux Eurockéennes et qui ne devraient pas y être, selon vous ? Pourquoi ?
31. À votre avis, les Eurockéennes doit-elles défendre des causes (voyez-vous ce que c'est que Eurockéennes Solidaires ?) ? Lesquelles ?
32. Que préférez-vous aux Eurockéennes ?
33. Qu'aimez-vous le moins aux Eurockéennes ?
34. Que faudrait-il changer ?
35. Si le festival durait un jour de plus, y viendriez-vous ?

## ANNEXE 2 : Questionnaire

Lieu : Eurockéennes

Date : 1-7-2010

N°questionnaire : .....



### - LE PUBLIC DES EUROCKÉENNES -

Ce questionnaire a été élaboré afin de mieux connaître vos **pratiques, vos attentes, vos goûts**. Il est strictement **anonyme**, et vous prendra environ **5 minutes**. Merci de vos réponses sincères et précises à l'ensemble des questions... et bon Festival 2010 !!

**1** ETIEZ-VOUS DEJA VENU(E) AU FESTIVAL LES ANNEES PRECEDENTES ?  Oui  Non

Si OUI | A combien d'éditions antérieures de ce festival avez-vous participé ? .....  
En quelle année êtes-vous venu pour la première fois ? .....

**2** AVEZ-VOUS DECIDE DE VENIR AUX EUROCKEENNES POUR (COCHEZ UNE SEULE CASE) :

Le festival en général  Voir un ou des groupes en particulier  
Citez les 3 principaux groupes que vous êtes venus voir : .....  
.....

**3** SAVEZ-VOUS DEJA A QUELS CONCERTS VOUS ALLEZ ASSISTER ? (COCHEZ UNE SEULE CASE)

Oui, j'ai déjà tout prévu  Non, sauf pour un ou deux concerts  
 Oui pour la plupart des concerts  Non, je n'ai encore rien prévu

**4** COMBIEN DE JOURS RESTEZ-VOUS AUX EUROCKEENNES ? : ..... jours

**5** VOUS AVEZ ACHETE, PAR PERSONNE :

1 billet-jour  2 billets-jour  Un pass' 3 jours  place gratuite, invitation

**6** COMBIEN DE CONCERTS COMPTEZ-VOUS VOIR PENDANT LE FESTIVAL ? .....

**7** A COMBIEN EVALUEZ-VOUS VOS DEPENSES LIEES A VOTRE VENUE AU FESTIVAL ?

Hébergement : .....€ par jour et par personne  
Restauration, boissons : .....€ par jour et par personne  
Transport : .....€ par jour et par personne  
Achats divers : .....€ par jour et par personne

<b>8</b>	<b>AUJOURD'HUI, VOUS ETES VENU(E) :</b> <i>(merci de ne cocher qu'une seule case)</i>			
	<input type="checkbox"/> Seul	<input type="checkbox"/> En couple	<input type="checkbox"/> Avec des amis	<input type="checkbox"/> En famille <input type="checkbox"/> En groupe
<b>9</b>	<b>PENDANT LA PERIODE DU FESTIVAL, QUEL EST VOTRE HEBERGEMENT ?</b>			
	<input type="checkbox"/> Dans votre résidence principale	<input type="checkbox"/> Dans votre famille ou chez des amis		
	<input type="checkbox"/> Au camping du festival	<input type="checkbox"/> À l'hôtel, en gîte		
	<input type="checkbox"/> autre (précisez).....			
<b>10</b>	<b>FREQUENTEZ-VOUS D'AUTRES FESTIVALS ?</b> <input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON			
	Si OUI, lesquels .....			
	De tous les festivals où vous allez, lequel est votre préféré ? .....			
<b>11</b>	<b>VOS PRATIQUES CULTURELLES</b>			
	<b>Depuis un an, combien de fois :</b>	Aucun	Une fois	Plus d'une fois (Précisez combien)
	Au concert.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> : .....
	Au cinéma.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> : .....
	Au théâtre.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> : .....
	Voir de la danse.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> : .....
	Au musée, exposition, monument	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> : .....
	Livres	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> : .....
<b>12</b>	<b>Lisez-vous des Magazines Musicaux :</b> <input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non			
	Si oui : lesquels ?.....			
<b>13</b>	<b>VOS GOUTS EN MATIERE DE MUSIQUE :</b>			
	<b>Vous aimez :</b>	Beaucoup	Assez	Peu Pas du tout
	La Musique classique.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Le Jazz, le Blues, les musiques improvisées	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Le Rock, la Pop.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Le Rap, le Hip-Hop.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Le Métal, le Hardcore.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Le Reggae, le Ska.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	L'Électro.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Les Musiques du monde.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	La Chanson .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Autre, précisez : .....			

**14 CETTE ANNEE, AVEZ-VOUS CONSULTE LE SITE INTERNET DU FESTIVAL ?**  Oui  Non

Si oui, c'était pour (cochez la ou les cases correspondantes) :

Découvrir la programmation

Organiser votre séjour (tarifs, hébergement, itinéraire...)

Pour connaître les avis des autres dans les forums et débats

Pour contribuer à ces forums et débats

Autre but : précisez.....

**15 CETTE ANNEE, AVEZ-VOUS FREQUENTE LES RESEAUX SOCIAUX (FACEBOOK, MYSPACE, ETC.) AUTOUR DU FESTIVAL ?**  Oui  Non

Si oui, c'était (cochez la ou les cases correspondantes) :

Pour consulter les avis des autres

Pour donner votre propre avis

Pour partager vos goûts et expériences

Autre but : précisez.....

**16 DANS LE CADRE DE VOTRE VENUE AUX EUROCKEENNES, AVEZ-VOUS UTILISE D'AUTRES RESSOURCES SUR INTERNET ?**  Oui  Non

Si oui, cochez la ou les cases correspondantes :

Des sites d'artistes

Des sites personnels ou des blogs

D'autres forums de discussion

Des sites de médias (TV, presse, radio...)

Autres : précisez .....

**17 COMMENT DEFINISSEZ-VOUS LES EUROCKEENNES COMME FESTIVAL :**

	Totalement vrai	Assez vrai	Un peu vrai	Pas vrai du tout
Solidaire.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Accessible  .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Écolo.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Créatif.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Populaire.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cher.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Commercial.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Élitiste.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Original.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>18 POUR VOUS, LES EUROCKEENNES C'EST PLUTOT :</b>				
	Totalement vrai	Assez vrai	Un peu vrai	Pas vrai du tout
Un loisir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Un rendez-vous d'amis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Un événement capital	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
« Mon » festival	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>19 VOUS ETES :</b>				
	<input type="checkbox"/> Un homme	<input type="checkbox"/> Une femme		
<b>20 QUELLE EST VOTRE ANNEE DE NAISSANCE ?</b> .....				
<b>21 QUELLE EST VOTRE RESIDENCE PRINCIPALE ?</b>				
À l' <b>étranger</b> , indiquez le pays : .....				
En <b>France</b> , indiquez la commune : ..... code postal : .....				
<b>22 QUEL EST VOTRE NIVEAU D'ETUDES ?</b>				
<input type="checkbox"/> École primaire	<input type="checkbox"/> Brevet des collèges (BEPC)	<input type="checkbox"/> CAP/BEP		
<input type="checkbox"/> BAC PRO	<input type="checkbox"/> BAC (général ou technologique)	<input type="checkbox"/> Bac + 2		
<input type="checkbox"/> Bac + 3/ Bac + 4	<input type="checkbox"/> Bac + 5 et au-delà			
<b>23 QUELLE EST VOTRE ACTIVITE PRINCIPALE ?</b>				
<input type="checkbox"/> Actif(ve)	<input type="checkbox"/> Retraité(e)	<input type="checkbox"/> Demandeur d'emploi		
<input type="checkbox"/> Lycéen	<input type="checkbox"/> Étudiant	<input type="checkbox"/> Inactif(ve)		
Autre, précisez : .....				
<b>24 VOTRE PROFESSION (actuelle ou la dernière exercée) - ET CELLE DE VOS PARENTS :</b>				
	<b>Vous</b>	<b>Votre Père</b>	<b>Votre Mère</b>	
Agriculteurs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Artisans, chefs d'entreprise, commerçants	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Cadres, professeurs, scientifiques, ingénieurs, libéraux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Employés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ouvriers, chauffeurs routiers et conducteurs de taxi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Policiers, militaires, clergé, religieux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Professeurs des écoles, instituteurs ou assimilés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Profession des arts, du spectacle, de l'information	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Professions administratives et commerciales d'entreprise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Professions intermédiaires (santé, travail social, fonction publique)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Techniciens, contremaîtres, agents de maîtrise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Autre, précisez : .....				

## TABLE DES MATIERES

<b>REMERCIEMENTS .....</b>	<b>2</b>
<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>3</b>
Du projet politique à la machine artistique : une trajectoire de festival .....	4
Étudier les publics des Eurockéennes .....	9
Les sociabilités culturelles à l'heure du numérique .....	11
Des regards croisés sur les publics .....	14
<b>PREMIERE PARTIE : LES EUROCKÉENS EN CHIFFRES.....</b>	<b>17</b>
1. Portrait sociologique .....	17
1.1. Un public d'hommes et de jeunes .....	17
1.2. Des festivaliers d'origines géographiques diverses .....	18
1.3. 69% de diplômés du supérieur .....	20
1.4. Surtout de jeunes actifs .....	20
1.5. Des cadres mais aussi des employés .....	21
2. Renouveau, fidélité et motivation du public.....	23
2.1. 36% de nouveaux venus en 2010 .....	23
2.2. Fidélité et assiduité : une participation intermittente.....	26
2.3. La motivation : faire les Eurockéennes ! .....	26
2.4. Les Eurockéennes vues par les eurockéens .....	27
2.5. Quelques données tirées de l'enquête de satisfaction.....	29
3. Faire les Eurockéennes.....	31
3.1. La durée du séjour .....	31
3.2. L'achat des billets.....	31
3.3. Treize concerts en moyenne .....	32
3.4. Venir « entre amis ».....	32
3.5. L'attrait du camping.....	33
4. Les pratiques culturelles des eurockéens : autres festivals, sorties, lecture .....	34
4.1. Un festival, des festivals ?.....	34
4.2. Pratique de festival et pratiques culturelles .....	35
4.3. La lecture de magazines musicaux.....	36
4.4. Les profils de pratiques.....	38
Profil 1. Les « concerts » .....	39
Profil 2. Les « Classiques ».....	39
Profil 3. Les « Cinéma » .....	40
Profil 4. Les « Livre » .....	40
Profil 5. Les « Théâtre et Danse » .....	41
5. Les goûts musicaux .....	43
5.1. Une hiérarchie à trois niveaux .....	43
5.2. Des structures d'appréciation distinctes.....	43
5.3. Diversité et liens entre genres .....	44
5.4. Les profils de goûts.....	46
Profil 1. Les Reggae-Electro-Rap .....	47
Profil 2. Les Rap-Métal .....	47
Profil 3. Les Rock-Chanson-Reggae .....	48
Profil 4. Les Rock-Métal .....	48
Profil 5. Les Classique-Électro-Monde .....	49
Profil 6. Les Métal.....	49
Profil 7. Les Classique-Jazz-Rock .....	50
6. Les retombées économiques.....	52
6.1. Les retombées directes.....	52
6.2. Les retombées indirectes.....	53



6.3. Les retombées totales.....	54
Conclusion : les publics du rock, un public à part ?.....	55
<b>DEUXIEME PARTIE : LES SOCIABILITÉS FESTIVALIÈRES .....</b>	<b>57</b>
1. Un mot sur l'échantillon.....	58
2. Motivations, premières fois et accompagnement.....	59
2.1. Entre aura médiatique et sociabilités.....	59
2.2. La musique mais surtout l'ambiance !.....	60
2.3. Écouter de la musique, découvrir des artistes.....	60
2.4. La première fois : la notoriété, les groupes, les copains.....	61
2.5. L'expérience « festival ».....	62
2.6. Indépendants... ensemble !.....	63
3. Le rôle de la musique .....	65
3.1. Un plaisir quotidien.....	65
3.2. De la difficulté d'exprimer ses goûts.....	65
3.3. Des goûts et des dégoûts : la cohabitation des communautés.....	66
3.4. Entre tête d'affiche et découvertes.....	67
4. La relation aux autres festivaliers .....	69
4.1. Une ambiance bon-enfant.....	69
4.2. Une communauté de festivaliers ?.....	70
5. Perceptions des Eurockéennes .....	72
5.1. Une expérience à part.....	72
5.2. Les clés du succès.....	73
5.3. Un mythe qui dure ?.....	75
Conclusion : un festival unique pour des trajectoires multiples.....	78
<b>TROISIÈME PARTIE. LE FESTIVAL À L'ÈRE NUMÉRIQUE .....</b>	<b>80</b>
1. Sites et réseaux. Des pratiques massives et des usages variés .....	81
1.1. Le site Internet des Eurockéennes.....	81
1.2. Les « réseaux sociaux » virtuels (Facebook, MySpace, etc.) autour du festival.....	83
1.3. Les autres ressources Internet.....	85
2. Du Hall au Parlement. Les échanges sur la Page Facebook et sur le forum des Eurockéennes.....	87
2.1. Facebook : Être à la page !.....	87
Le dispositif.....	88
Un regard sur les autres festivals.....	93
2.2. Le Forum.....	94
Le dispositif.....	94
Le contenu .....	95
Conclusion : Une communauté numérique ? .....	98
<b>QUATRIÈME PARTIE : REGARDS D'ARTISTES FiliaMotSa, Olivia Ruiz, Arno Bertina .....</b>	<b>101</b>
Entretien avec Anthony, FiliaMotSa – novembre 2011.....	102
Entretien avec Olivia Ruiz - décembre 2011.....	107
Livin' on the edge (of something but what ?) par Arno Bertina.....	111
<b>CONCLUSION GENERALE : LES PUBLICS A L'EPREUVE DU ROCK .....</b>	<b>126</b>
<b>REFERENCES .....</b>	<b>132</b>
<b>ANNEXES .....</b>	<b>136</b>
ANNEXE 1 : Grille pour les entretiens semi-directifs.....	136
ANNEXE 2 : Questionnaire.....	138
<b>TABLE DES MATIERES .....</b>	<b>142</b>