



**HAL**  
open science

## Représentations et usages sociaux de la musique metal.

### Le cas du festival Hellfest

Christophe Guibert

► **To cite this version:**

Christophe Guibert. Représentations et usages sociaux de la musique metal. Le cas du festival Hellfest. Volume! La revue des musiques populaires, 2015, 11-2 (2), pp.7-27. 10.4000/volume.4427 . hal-01570586

**HAL Id: hal-01570586**

**<https://hal.science/hal-01570586>**

Submitted on 7 Jun 2022

**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.



# Volume !

11 : 2 (2015)

Varia

---

Christophe Guibert

## Représentations et usages sociaux de la musique metal

### Le cas du festival Hellfest

---

#### Avertissement

Le contenu de ce site relève de la législation française sur la propriété intellectuelle et est la propriété exclusive de l'éditeur.

Les œuvres figurant sur ce site peuvent être consultées et reproduites sur un support papier ou numérique sous réserve qu'elles soient strictement réservées à un usage soit personnel, soit scientifique ou pédagogique excluant toute exploitation commerciale. La reproduction devra obligatoirement mentionner l'éditeur, le nom de la revue, l'auteur et la référence du document.

Toute autre reproduction est interdite sauf accord préalable de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France.

**revues.org**

Revues.org est un portail de revues en sciences humaines et sociales développé par le Cléo, Centre pour l'édition électronique ouverte (CNRS, EHESS, UP, UAPV).

---

#### Référence électronique

Christophe Guibert, « Représentations et usages sociaux de la musique metal », *Volume !* [En ligne], 11 : 2 | 2015, mis en ligne le 15 juin 2017, consulté le 12 juin 2015. URL : <http://volume.revues.org/4427>

Éditeur : Éd. Mélanie Seteun

<http://volume.revues.org>

<http://www.revues.org>

Document accessible en ligne sur : <http://volume.revues.org/4427>

Ce document est le fac-similé de l'édition papier.

Cet article a été téléchargé sur le portail Cairn (<http://www.cairn.info>).



Distribution électronique Cairn pour Éd. Mélanie Seteun et pour Revues.org (Centre pour l'édition électronique ouverte) L'auteur & les Éd. Mélanie Seteun

# Représentations et usages de la musique metal

## Le cas du festival Hellfest

par

Christophe Guibert

Université d'Angers

**Résumé :** Le festival Hellfest, organisé près de Nantes et dédié aux musiques metal (dans son acception large), est publiquement et politiquement catégorisé et stigmatisé à l'approche de chaque édition au mois de juin. Si les « entrepreneurs de morale » n'arrivent pas à faire aboutir leurs aspirations, c'est que les ressources sur lesquels s'appuient les organisateurs du festival (capital social et « paix sociale ») d'une part et que les usages sociaux des festivaliers d'autre part, contribuent à maintenir ce type de manifestation dans la sphère du socialement acceptable. L'absence de faits juridiquement déviants, les sens conférés au Hellfest – en particulier la caricature et la « désymbolisation » des symboles catholiques – par les festivaliers puis les propriétés sociales de ces derniers constituent des contre-arguments aux groupes opposés au festival.

**Mots-clés :** *Hellfest – musique metal – représentations politiques – symbolisme – usages sociaux.*

**Keywords:** The Hellfest, a metal music festival held near Nantes, is publicly and politically categorized and stigmatized each year in June, as the event gets close. If “moral entrepreneurs” fail to achieve their aspirations, it is because the resources on which the festival organizers rely (social capital and “social peace”) and the social uses of the festival goers both help keep this type of event in the sphere of what is socially acceptable. The absence of illegal acts, the meanings conferred by the audience to the Hellfest—especially the caricature and the “desymbolization” of Catholic symbols—and the latter’s social features constitute counter-arguments to the groups opposed to the festival.

**Mots-clés :** *Hellfest – metal – political representation – symbolism – social purposes.*

**Organisé** depuis 2006, chaque mois de juin pendant trois jours à Clisson en Loire-Atlantique, à 25 km au sud-est de Nantes, le Hellfest est un festival de musiques qualifiées « d'extrêmes » par les organisateurs (une association d'une dizaine de salariés). Il s'agit en fait d'une manifestation de musiques metal et hard rock, punk et hardcore où plus d'une centaine de groupes, pour certains mondialement connus (Kiss, Scorpions, Motörhead, Alice Cooper, Slayer, Guns & Roses, Deep Purple, Black Sabbath, Iron Maiden pour les plus réputés d'entre eux), proposent des concerts du matin jusqu'à tard dans la nuit. De 20 000 spectateurs en 2006 à près de 145 000 en 2014 (dont environ 25 % d'étrangers selon les organisateurs), le Hellfest – dorénavant installé « dans la cour des grands<sup>1</sup> » – est le festival de musique metal le plus important de France en termes de fréquentation et de nombre de groupes présents : « Longtemps obligés de s'exiler l'été en Belgique, en Angleterre ou en Allemagne, les fans français de heavy metal peuvent enfin vivre chez

eux une saison en enfer<sup>2</sup> ». Si les concerts et les festivals, les magazines indépendants, les groupes de musiciens, les labels de production, le public mélomane, etc. constituent ce qui pourrait être défini comme « le champ » (Bourdieu, 1984, 1991) du metal, c'est-à-dire comme sous-champ de la production culturelle « particulièrement présent en France » (Guibert, Hein, 2006), la présente analyse se focalise uniquement sur le Hellfest.

Cet univers culturel très codé renvoie à des logiques sociales qui s'inscrivent en partie dans la caricature de la religion catholique, de la mort et de l'enfer (Guibert, 2012a) et s'inspirent de thèmes tels que ceux de la science-fiction. Il en résulte un investissement économique des pouvoirs publics très relatif par rapport aux manifestations culturelles de cette taille en France. Les arguments récurrents des collectifs (principalement catholiques) et des élus politiques opposés au festival Hellfest contribuent sans doute à ne pas asseoir dans la sphère du « politiquement correct » ce genre de manifestation culturelle.

### Repères méthodologiques :

Avec l'appui technique des organisateurs de la manifestation (Hellfest Productions), un questionnaire d'une quarantaine de questions a été proposé aux festivaliers français ayant déjà participé à au moins une édition du Hellfest. Le questionnaire a été mis en ligne sur le site internet du festival avec un lien permanent (<http://www.hellfest.fr>). Ce mode de passation a été choisi en raison de la principale manière d'acheter un « pass », l'achat en ligne sur Internet, pour assis-

ter au Festival. Cette procédure a aussi permis de ne pas limiter, quantitativement, le nombre de répondants. Entre le 15 mars et fin mai 2011 (soit deux mois et demi), ce sont ainsi plus de 8 700 questionnaires exploitables qui ont été renseignés (il s'agit de la première enquête de cette envergure en France dans le domaine des festivals). Les questions (numériques, fermées, textes, etc.) ont été orientées à travers trois principaux thèmes : le rapport aux musiques « extrêmes » ; les aspects pratiques pendant le festival ; des propriétés sociales

des répondants. Le très faible nombre de questionnaires (une dizaine) renseignés de manière saugrenue (exemple : 1666 pour une année de naissance, date de l'incendie de Londres, acte satanique dans la mythologie) permet d'insister sur le fait que les répondants ont eu à cœur de répondre sérieusement à l'enquête. Une analyse de la presse quotidienne régionale et de la presse nationale, des sites internet dédiés aux musiques

metal mais aussi des sites « anti » Hellfest a été menée depuis 2010. Des entretiens avec les responsables de Hellfest Productions puis de l'office de tourisme de Clisson ont également été menés de 2010 à 2012. Enfin, l'utilisation de la photographie, eu égard à « sa force représentationnelle et analytique » (Piette, 2007) est, dans ce texte, convoquée aux fins de description et d'administration de la preuve

### Caricatures, symboles et stigmatisation

*Un genre musical « à part » ou un espace de « désymbolisation » des formes symboliques ?*

Le festival Hellfest, dédié aux musiques metal, est l'un des rares en France à être, proportionnellement à la plupart des manifestations de musiques actuelles, aussi faiblement subventionné par les collectivités locales proportionnellement au budget total (Guibert, 2012). Les recettes de la billetterie permettent d'assurer chaque année près de 70 % du budget total de la manifestation (d'environ 5 millions d'euros en 2011), contre moins de 10 % pour le mécénat et les sponsors et 1,89 %<sup>3</sup> pour les subventions (dédiées au fonctionnement) de la région des Pays de la Loire, du département de la Loire-Atlantique et de la ville de Clisson. En moyenne, concernant les festivals de « musiques actuelles » de la région Pays de la Loire, les subventions publiques représentent 25 % du budget de chaque manifestation (Guibert, 2008). La subven-

tion de la région allouée au Hellfest en 2011 était, comme celle du département de Loire-Atlantique, de 20 000 €. Cette situation singulière, où le festival est principalement autofinancé, fait dire, de manière quelque peu performative, à Jeff Mallet<sup>4</sup>, salarié de Hellfest Productions depuis 2009 en charge de la communication, que « c'est le style de musique du Hellfest, le "metal" qui fait qu'on est très peu aidé par les collectivités. Subventionner un festival comme le nôtre, ce n'est peut-être pas politiquement correct<sup>5</sup> ! » Seulement à sa neuvième édition en 2014, le festival Hellfest ne jouit pas d'une notoriété et d'une légitimité basée sur l'ancienneté auprès des pouvoirs publics tels que « La Folle Journée » (1995) à Nantes ou encore « Le festival de Poupet » (1988) en Vendée pour les plus réputés.

Pour autant, le Hellfest semble, dans la presse locale et régionale, « définitivement reconnu à l'international par les groupes et les festivaliers » où « le public est calme, posé, évoluant dans un climat sans souci<sup>6</sup> ». D'après les résultats de l'en-

quête quantitative, le Hellfest est en effet pour les festivaliers un moyen de « permettre aux fans d'écouter leurs groupes favoris » : ce qui rassemble lors de cette manifestation – unique à cette échelle en France –, c'est avant tout la musique metal (87,4% citent cette réponse). « Ne pas être jugé » et « se regrouper entre fans » constituent deux autres réponses largement plébiscitées, respectivement 65,7% et 61% des festivaliers. Aussi, si la musique metal est un « produit de l'activité sociale, [...] lieu de production de valeurs esthétiques et éthiques », elle n'est pas mécaniquement un « lieu de conflits » (Mignon, 1988) ou « une esthétisation de la colère<sup>7</sup> » comme cela semble être le cas au sujet du rock. Cette forme d'entre soi, entre fans, s'exprime à travers le goût affirmé pour la musique metal, au-delà de ses variantes, et non au regard de propriétés sociales telles que l'origine sociale, le métier ou encore l'âge. Seuls

87 festivaliers (1% de l'échantillon) déclarent, marginalement, assister au Hellfest pour « célébrer avec sérieux des valeurs comme le satanisme et la mort », déclarations devant être prises avec précaution dans la mesure où il peut être tentant, dans une enquête quantitative « en ligne » dont les réponses sont formulées devant son ordinateur, de « forcer le trait » et en exagérant les réponses.

Le Festival Hellfest comporte des espaces constitués de plusieurs stands marchands. Au-delà des bars et restaurants (où l'on sert de la restauration « rapide »), un espace spécialement dédié à la « culture metal », l'« Extreme Market », permet d'acquérir des disques (CD et DVD), des posters, des habits à l'effigie des groupes les plus connus, des accessoires divers, des bijoux, etc. Yoann Le Nevé<sup>8</sup>, co-fondateur du festival, indique pour sa part que le merchandising autour de la marque Hellfest (casquettes, T-shirt, tapis de souris, body pour bébé, etc.) rapporte « au

Figure 1 : Le festival Hellfest est d'abord le moyen de... (Par ordre croissant, plusieurs réponses possibles).

	Nombre de citations	Pourcentages
Permettre aux fans d'écouter leurs groupes favoris	7429	87,4%
Vivre une passion sans être jugé	5590	65,7%
Se regrouper entre fans de musiques « extrêmes »	5190	61%
Apprécier les techniques des musiciens	3611	42,5%
Caricaturer des valeurs comme le satanisme ou la mort	795	9,4%
Autre	660	7,8%
Célébrer avec sérieux des valeurs comme le satanisme ou la mort	87	1%



Figure 2 : L'« Extreme Market » : un espace marchand couvert et en plein air (photographies de l'auteur, 2010 et 2011).

moins 200 000 € par an<sup>9</sup> ». Il n'existe pas de lieux marchands aussi vastes en dehors de ce type de festival où l'on peut acheter ce genre de marchandise, mis à part, dorénavant, sur les sites internet spécialisés. Aussi, cette concentration de stands (aux noms évocateurs : « Rock à gogo », « Lucyfire », etc.) permet aux festivaliers d'être « à jour » en achetant les derniers disques ou T-Shirt à la mode, façon de perpétuer l'entre-soi et de légitimer l'appartenance aux codes de l'apparence physique. L'influence de la musique metal est donc, pour majorité de festivaliers, « ressentie comme matérialisable et corporéifiée » (Seca, 1991<sup>10</sup>).

L'apparence des groupes de festivaliers les plus liés à certaines musiques metal, comme le « gothique » par exemple, s'explique parfois – sans que cela soit purement mécanique – par l'utilisation de référents issus de la tenue des chanteurs vedettes (Marylin Manson pour le genre précité). Ce phénomène social contribue à la transformation (difficile toutefois à mesurer quantitativement) des manières individuelles de s'habiller en phénomènes collectifs : « Hippies, Beatniks, Teddies, Rockers, Hell's Angels, Punks, Skin Heads, [...] : autant de mouvements informels ou de groupes structurés qui, tous, attachent une extrême importance à leur habillement comme signe d'appartenance à une même communauté d'idéologie, de comportements, de goûts. » (Delaporte, 1982<sup>11</sup>)

Le festival Hellfest est, en résumé, un espace du monde social où des signes et des symboles – en particulier ceux empruntés à la religion chrétienne – sont travestis et font l'objet d'un usage qui ne s'opère pas dans l'espace d'expression ordinaire (ou traditionnel). Les mécanismes de mani-

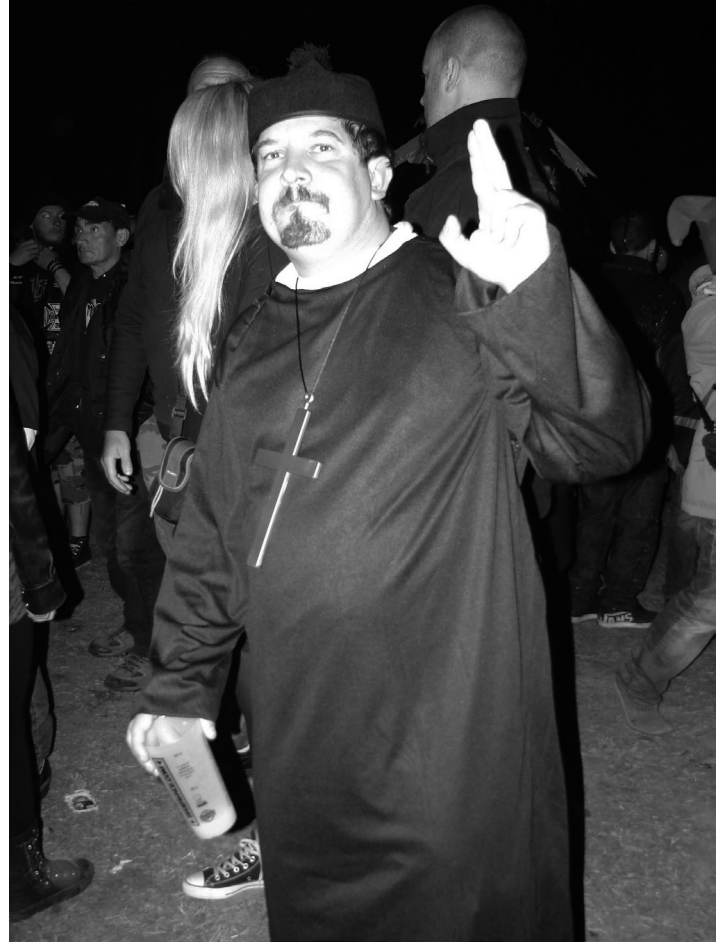
pulation et le détournement des signes catholiques (croix, crucifix, soutane, Satan, etc.) sont mobilisés par des festivaliers hors de l'univers originel de ces symboles, c'est-à-dire, au sens large, l'Église catholique. Ils agissent telle une déconstruction ou « dé-symbolisation » des formes symboliques, autrement dit une amorce de rupture avec « l'animal symbolique » (Cassirer, 1972).

Les interventions d'élus politiques d'envergure nationale ont toutefois rendu visible, à partir de 2010, une manifestation jusque-là connue des seuls amateurs de ce type de musique en s'attachant à démontrer son caractère supposé déviant.

#### *Les vaines tentatives des « entrepreneurs de morale »*

Si peu à peu dans la presse locale<sup>12</sup> le traitement journalistique du festival se fait davantage sur le mode du compte rendu d'une manifestation culturelle (« Le Hellfest s'affirme comme un phénomène culturel et populaire très fréquentable<sup>13</sup> »), l'objectif affirmé par certains élus politiques est d'annuler tout financement public ou privé de la manifestation (notamment ceux de la région des Pays de la Loire, du département de Loire-Atlantique et des principaux sponsors). Dans une lettre, datée du 17 mars 2010, adressée à l'un des principaux sponsors du Festival, la Fondation Kronenbourg, l'ex-ministre du Logement de 2007 à 2009 et présidente du Parti chrétien-démocrate Christine Boutin s'est exprimée de manière pour le moins normative sur le mode des « entrepreneurs de morale » (Becker, 1985), visant à assurer « une croisade pour la réforme des mœurs » :





Figures 3 & 4 : Le détournement des signes religieux au Helfest (photographies de l'auteur, 2011).

« Alors qu'il est de plus en plus avéré que ce type de manifestation peut influencer négativement des jeunes en fragilités psychologiques au point de les amener à poser des actes graves et violents, est-il pertinent d'associer l'image de votre groupe à un festival qui promet et véhicule la culture de mort? N'est-ce pas en totale contradiction avec la mission de la Fondation Kronenbourg qui est de soutenir des manifestations qui "gènèrent un mieux vivre ensemble"? »

L'affiche de l'édition de 2010 cristallise pour Christine Boutin une iconographie inacceptable, « Un homme au physique satanique avec des crocs sanguinolents » susceptible de « choquer les enfants obligés de subir cette publicité d'une violence morbide rare ». Dans la même perspective, l'ancien président du Conseil Général de Vendée et dirigeant du parti le Mouvement pour la France, Philippe de Villiers, s'est exprimé ainsi, le 11 mars 2010, lors d'un meeting de soutien au candidat UMP aux élections régionales, précédant le Festival : « Nos valeurs ne sont pas celles qui poussent le Conseil Régional actuel (PS) à financer un festival sataniste ! » Les arguments défendus par ces dirigeants politiques sont dans des proportions variables, chaque année à l'approche du mois de juin, appuyés et relayés par des associations chrétiennes dont l'objectif supérieur est « d'amener les autres à se conduire bien » (Becker, *op. cit.*). L'association « Catholiques en campagne », créée en 2007 et assumant l'idée de « christianiser la société<sup>14</sup> », a par exemple organisé une pétition sur son site internet, recueillant selon les organisateurs 32 000 signatures. Un courrier attestant du « succès » de la pétition « en à peine un mois » a été adressé en juin 2010, à la mairie du Clisson, à la Préfecture de la Loire-Atlantique puis au Procureur

de la République du TGI de Nantes. Fort de ce constat, l'association a demandé l'interdiction du Hellfest :

« Nous croyons que les autorités doivent s'opposer à une conception débridée de la liberté d'expression qui, sous le prétexte de musique et d'art, n'est qu'une incitation à la violence et à la haine, donc attentatoire à l'ordre public et aux bonnes mœurs. Des prises de décisions consistantes s'imposent pour ce type de manifestations. [...] Des messages délivrés par certains groupes répréhensibles nous font craindre des passages à l'acte tout au long de l'année sur l'ensemble du territoire. » (Extrait du courrier adressé aux instances précitées, juin 2010)

L'association France Jeunesse Civitas<sup>15</sup>, « un satellite de l'institut Civitas » destiné aux jeunes, s'est quant à elle offusquée en 2010 et 2011 des thèmes valorisés dans le Hellfest. Alain Escada, secrétaire général de l'Institut Civitas s'est ainsi exprimé en juin 2011 sur le site internet de l'association, quelques jours avant le festival :

« Comme son nom l'indique, il ne s'agit pas simplement d'y faire la promotion du "rock metal" mais aussi de laisser libre cours à la propagation du satanisme qui s'accompagne de la haine du christianisme. Parmi les groupes musicaux qui s'y produisent, certains sont connus pour leurs appels au meurtre des chrétiens et aux destructions d'églises<sup>16</sup>. »

En point d'orgue de la médiatisation du festival liée à sa stigmatisation, les échanges et les débats politiques se sont poursuivis à l'Assemblée Nationale lors de la séance du 30 mars 2010 où Frédéric Mitterrand, Ministre de la Culture, interpellé par le député PS Patrick Roy<sup>17</sup>, a conclu que le Festival Hellfest constituait une « expression artistique » légitime. En réponse à Philippe de Villiers, Frédéric Mitterrand a répondu avec ironie :

## Représentations et usages de la musique metal

« Des affiches illustrant la mythologie associée à cette musique susciteraient un certain émoi, et le bruit court selon lequel le doux pays du Puy du Fou deviendrait le gouffre à Lucifer. Allons, il faut raison garder! »

Il a ensuite rappelé qu'« il n'appartient pas à un ministre de prendre position sur le bien-fondé de cette programmation ». Finalement, la non-application des normes et valeurs défendues par les « entrepreneurs de morale » précités illustre l'échec de leurs tentatives de faire interdire le festival. Produit d'initiatives politiques et associatives (Guibert, Sklower, 2012), le processus de déviance supposée de la musique metal est un échec<sup>18</sup>.

Les ressources sur lesquelles s'appuient les organisateurs du festival Hellfest, en particulier le capital social de son fondateur d'une part et la quasi-absence de comportements juridiquement déviants lors de la manifestation, contribuent à pérenniser cette dernière et à la rendre, localement, politiquement acceptable.

### **Le festival Hellfest : un genre musical socialement acceptable ?**

*Jouer la carte du réseau local et de la « paix sociale »*

Les arguments relatifs à la « proximité » et « l'ancrage local » des organisateurs du festival – ces derniers constituant une « bande de copains passionnés » comme ils aiment à le rappeler dans de multiples interviews –, sont mis à profits pour légitimer la manifestation. Benjamin Barbaud,

âgé de 33 ans et Clissonnais d'origine, est titulaire d'un BTS « Boissons, vins et spiritueux ». Il organise, depuis le début des années 2000, des festivals de musiques punk, hardcore et metal : le Furyfest de 2002 à 2005 avec 400 spectateurs la première édition (organisé successivement, pour des raisons économiques, à Clisson, Rezé et au Mans), puis le Hellfest depuis 2006 avec l'argent obtenu grâce à ses allocations de chômage. « Je suis sorti d'un BTS, j'ai commencé à bosser grâce à ce diplôme mais tout en continuant à organiser ce qui s'appelait à l'époque le Furyfest, et puis un beau jour après l'édition 2002 du festival, l'événement avait généré assez de bénéfices pour me salarier... les choses ont commencé comme ça, vraiment par hasard, jamais je n'aurais imaginé pouvoir vivre de cette passion<sup>19</sup>. » Mobiliser le « capital d'autochtonie » (Retière, 2003) et réactiver des relations locales sont cependant nécessaires selon Benjamin Barbaud pour maintenir l'organisation du Hellfest à Clisson :

« Je suis de Clisson, j'y habite depuis 23 ans en fait. L'avantage c'est qu'à la sortie du Furyfest en 2005, avec le marasme financier causé par nos patrons, on s'est retrouvé sans rien, et j'ai pu trouver à Clisson des gens que je connaissais : les élus sont soit mes anciens profs, soit des amis de mes parents, soit mes éducateurs sportifs, etc.<sup>20</sup> »

Organisé par des passionnés de musique « extrêmes », les réseaux et les relations des responsables d'Hellfest Productions ne permettent toutefois pas de mobiliser des leviers économiques auprès des élus de la région et du département, c'est-à-dire au-delà du champ politique local de Clisson. Personnellement concerné par l'établissement de partenariat avec les pouvoirs publics,

Benjamin Barbaud déplore, comme précisé plus haut, le traitement inégal réservé au Hellfest à l'inverse d'autres manifestations comme « Les Eurockéennes », souhaitées voire directement sollicitées par des collectivités. Les organisateurs du festival Hellfest sont en quelque sorte soumis à une « autonomie contrainte » à l'égard du champ politique à l'échelon régional :

« À la Région ou au Département tu as souvent des élus ou des gens embauchés qui connaissent. Donc là on n'a pas du tout ce problème d'appartenance à un pseudo milieu sataniste, sectaire ou je ne sais quoi. Mais par contre c'est quand même de la distribution de cacahouètes, pour dire "regardez, on vous donne quand même un peu de sous". Mais quand on voit ce qui est distribué à certains autres festivals, certes "grand public", mais pas toujours aussi gros que nous... "Oui mais Monsieur Barbaud, ce festival a été créé à la demande de la Région". Les Eurockéennes ont été créées à la demande du Territoire de Belfort, Rock en Seine a été créé à la demande de la Région Ile de France, et ils leur donnent le chéquier. Moi on m'a dit "Monsieur Barbaud vous êtes là c'est bien, ça fait vivre l'économie locale, vos festivaliers sont gentils, bon on vous donne un petit truc". J'ai 1 % de subventions et les Eurockéennes c'est 40 %<sup>21</sup> ! »

D'autant que, rappelle l'avocate de l'association Hellfest Productions Françoise Trouvat suite au jugement de l'affaire l'opposant à l'action menée en justice par la Confédération Nationale des Associations Familiales Catholiques (CNAFC), il « n'est fait état d'aucun incident, d'aucune atteinte grave au droit des personnes<sup>22</sup> ». Les rapports de la brigade de gendarmerie chargée de la sécurité sur le site lors de la manifestation ne font d'ailleurs écho d'aucun débordement. Seules quelques interpellations ont eu lieu en 2010 par

exemple (consommation de stupéfiants et alcool). Les organisateurs du festival doivent chaque année justifier le bon déroulement de la manifestation, comme ce fut le cas en 2008 :

« Et on peut le démontrer par les conclusions de la Préfecture : à chaque fin de festival on se rencontre avec les institutions, et il y a évidemment un débriefing sur tout ce qui s'est passé, et il n'y a rien eu : un gars s'est fait choper avec des ecstasys, il n'était pas du festival mais était là pour faire du business comme partout à n'importe quel grand rassemblement, ensuite il y a eu 3 gars qui se sont fait contrôler positifs à l'alcoolémie au volant, dont 2 qui étaient des vieux Clissonnais qui sortaient d'une cave à vin et qui étaient tellement habitués à jamais voir de flics le week-end, ne se sont pas méfiés et sont fait choper ivre-morts<sup>23</sup>. »

Pour Yoann le Nevé, un des organisateurs et fondateurs du festival, « Les gendarmes sont mêmes contents de venir ici au festival. Certains écoutent du "metal"... Ils préfèrent venir faire la sécurité au Hellfest que dans d'autres festivals, parce qu'ils savent que chez nous, il ne se passe rien<sup>24</sup> ! ». Aussi, Benjamin Barbaud, le directeur du Hellfest, affirme que :

« Il faut accepter d'être catalogué par certains bien pensant et conservateurs; nos partenaires, qu'ils soient publics ou privés, savent faire la différence. Le metal a toujours eu cette image anticonformiste. Le Hellfest, ce n'est pas un festival consensuel. Les attaques ont toujours existé. Ce n'est ni la première, ni la dernière. Je ne vais pas aller faire un festival consensuel avec une vache et une trompette! Hellfest, c'est le seul festival rock de la région. On assume le rôle du Hellfest. On n'a rien à se reprocher<sup>25</sup>. »

## Représentations et usages de la musique metal

### *Des pratiques différenciées pour un même espace physique*

Dans le supermarché local se côtoient des populations dont les manières d'investir l'espace sont différentes tant dans les façons de s'habiller que dans celles de se déplacer – seul ou en groupe –, etc. Cette double modalité d'appréhension de l'espace physique fait cohabiter deux usages différenciés du magasin. Comme le dit Pierre Bourdieu « cet espace est défini par la correspondance, plus ou moins étroite, entre un certain ordre de coexistence (ou de distribution) des agents et un certain ordre de coexistence (ou de distribution) des propriétés » (Bourdieu, 2003). C'est parce que

la proximité spatiale est potentiellement génératrice de tensions et que « le respect de l'éloignement ou, mieux, de l'être-loin » (Bourdieu, 1998) ne s'affirme pas réellement, que la population locale a pu – ou peut encore – voir dans cet arrivage massif de festivaliers, temporellement très situé, une certaine appréhension (mais l'analyse pourrait sans doute s'exprimer en des termes à peu près similaires pour un festival de reggae). Pour autant, des comportements bousculent la vie ordinaire du lieu : « Le rituel, loin d'effrayer, donne le sourire aux employés du Leclerc. Dans les rayons de l'hypermarché [...], un metalleur pousse un hurlement bestial, repris en écho par tous le magasin<sup>26</sup>. »



Figures 5 & 6 : Les usages différenciés d'un même espace marchand (photographies de l'auteur, juin 2010).

Tandis que la clientèle « ordinaire » du supermarché local achète les produits « ordinaires », les festivaliers – en groupe – dans leurs habits d'apparat pour le Festival, achètent de quoi se nourrir et de quoi consommer de l'alcool. La direction du supermarché profite d'ailleurs largement de l'événement pour alimenter massivement les rayonnages en bières de toutes sortes. En trois jours, 16 000 litres de bières et 6 000 baguettes sont vendues dans le Leclerc de Clisson, situé à proximité du site du festival.

Les appréhensions des commerçants se dissipent toutefois d'années en années : « La première fois, c'était impressionnant. Mais ils sont adorables.

Et c'est rigolo. Ils achètent surtout du gel antiseptique pour les mains et des bouchons d'oreille! » indique la pharmacienne de Clisson. Le directeur du Leclerc précise quant à lui les festivaliers constituent « une clientèle bon enfant, propre et de plus en plus organisée<sup>27</sup> ».

*Une surreprésentation de professions et catégories sociales « supérieures » et de diplômés de l'enseignement supérieur*

La musique metal renvoie à « une multitude de genres et de sous-genres musicaux dont les racines plongent à la fin des années 1960<sup>28</sup> » (Guibert, Hein, 2006). Style musical quadragénaire, le



*Figures 7 & 8 : Le centre-ville de Clisson aux couleurs du metal (photographies de l'auteur, juin 2013) Si les rues piétonnes de Clisson sont, pendant le festival, largement investies par les festivaliers, vêtus à la mode metal (couleur noire dominante), une part importante des magasins voient leurs vitrines modifiées au couleur de la musique metal, profitant d'une importante clientèle de passage.*

## Représentations et usages de la musique metal

metal n'a pas (encore?) été soumis au phénomène des cycles de vie des productions culturelles par l'intermédiaire de recodages symboliques notamment. La musique metal, bien que techniquement « pointue » et élitiste (au sens techniciste du terme) reste attaché à la culture populaire, à l'inverse du jazz par exemple qui constitue pleinement un domaine de la culture légitime. Or, l'hétérogénéité sociale du public du festival Hellfest confirmée par les résultats du questionnaire renforce l'idée selon laquelle la musique metal est finalement assez peu représentative d'un goût exclusivement populaire. Pour Benjamin Barbaud, « on est reconnu maintenant, avec tout ce qu'on a du essayer, tout les préjugés liés à l'esthétique musicale n'a pas été facile maintenant il y a énormément de gens de façon locale, que ce soit les habitants ou les élus de la commune de Clisson, la région, la préfecture, les services de gendarmerie, ils sont tous quasiment maintenant pro-Hellfest, ce qui veut dire qu'on a réussi à se mettre dans la poche tout l'environnement autour du festival, ce qui est déjà super bien. Ces gens là ne sont plus du tout apeurés par cette manifestation, ni par le public qui y participe, ni par les groupes, ce qui est déjà un gros pas de fait<sup>29</sup> ».

Les tendances principales issues des réponses du questionnaire de 2011 auprès d'environ 8 700 festivaliers permettent d'établir des interprétations sur les propriétés sociales des festivaliers, à partir des variables classiquement mobilisées pour ce type d'enquête. Ainsi, à plus de 4/5 (81 %), les festivaliers sont des hommes, ce qui atteste que ce genre musical est très sexué. Le « plus haut niveau de diplôme obtenu » – à mettre toute-

fois en regard avec l'âge moyen des festivaliers, plus de 26 ans (voir plus loin) – témoigne d'une population largement diplômée. Près de 70 % des enquêtés possèdent, au moins, un bac général ou sont diplômés du supérieur (BTS/IUT, licence, master, ingénieur, etc.). Les festivaliers titulaires d'un bac professionnel, d'un CAP/BEP ou « sans diplôme » ne représentent, en cumulé, que 25,3 % de la population interrogée contre 46 % à l'échelle de la population française<sup>30</sup>. Le Hellfest, comme les concerts de rock, est fréquenté par une population dont le capital culturel de ses individus est, statistiquement, plutôt élevé. Cette analyse est concomitante des résultats de l'enquête menée par le Ministère de la Culture en 2008. Concernant la fréquentation des spectacles chorégraphiques et musicaux – et si l'on exclut la variable de l'âge –, les concerts de rock font partie des spectacles fréquentés par une forte proportion de diplômés du supérieur, davantage que les concerts de variété et de music-hall, autant que les concerts de jazz, mais moins que les concerts de musique classique (Lacroix, 2011).

L'occupation la plus récurrente est celle d'étudiant (plus de 20 %) devant ouvrier (9,8 %) puis ingénieur ou cadre technique d'entreprise (9,5 %). Ces données contredisent dès lors, à l'égard des « fans de metal », les discours stéréotypés plaçant plutôt pour « l'oisiveté », la « marginalité », l'échec scolaire et/ou les difficultés d'insertion professionnelle. Les demandeurs d'emploi ne constituent que 6 % de l'échantillon (contre 10 % à l'échelle de la population active française), soit un pourcentage faible au regard d'une population relativement « jeune », l'âge moyen des répondants étant de

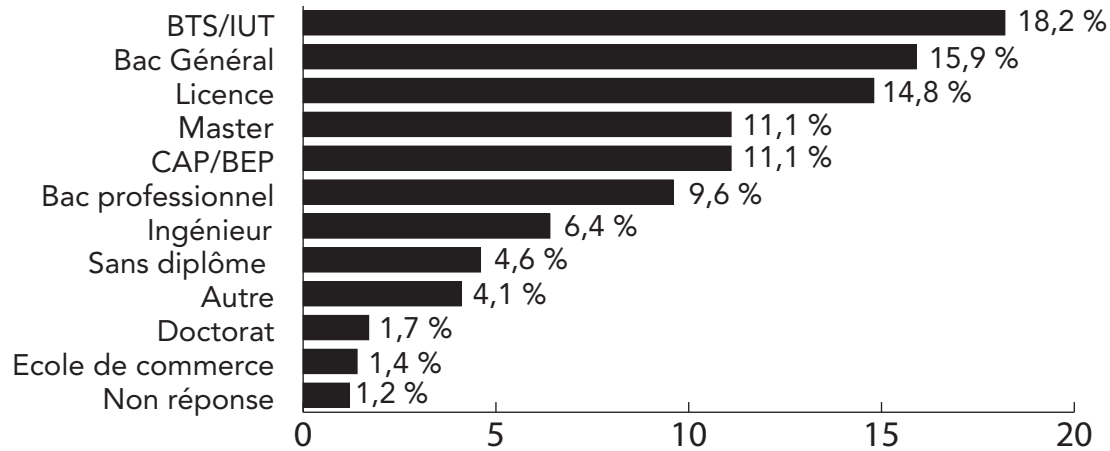


Figure 9 : Distribution des festivaliers selon le plus haut diplôme (ou équivalent) obtenu (Source : questionnaire, 2011).

26 ans alors que celle de la population française est de 39,6 ans en 2010 selon l'INSEE. La proportion de demandeurs d'emploi serait nettement plus élevée si était prise en compte la distribution de la population française selon la pyramide des âges identifiée au festival Hellfest. Au sens du BIT, le taux de chômage en France métropolitaine passe, en 2013, de 22,8% de la population active pour les 15-24 ans à 9,2% de la population active pour les 25-49 ans<sup>31</sup>. Le coût du pass (journée : 60 €; les 3 jours : 160 € en 2011) et le fait que l'enquête soit en ligne – malgré la « démocratisation » de l'accès à internet – contribue sans doute à minorer le nombre de demandeurs d'emploi et d'individus issus de classes populaires.

En cumulé, les festivaliers de plus de 31 ans représentent pourtant près de 33% des répondants au questionnaire (contre 63% environ au sein de la population française). Aussi, si « sortir reste une caractéristique de la jeunesse comme le montrent toutes les études réalisées dans ce domaine » (D'Angelo, 1997), le Hellfest se caractérise, bien qu'en deçà des moyennes statistiques relatives à la population française, par une proportion importante de festivaliers trentenaires (24,6%) et quarantenaires et plus (8,2%). Le coût du « pass » ajouté aux frais engagés pour l'hébergement et le déplacement constituent une raison qui fait obstacle à l'intensification de la fréquentation du festival chez les plus « jeunes », disposant statistiquement de ressources économiques limitées (lycéens, étudiants). Ainsi, le



Élèves (collégiens & lycéens)	5,3 %
Étudiants	20,6 %
Population active (« en emploi »)	60,4 %
Demandeurs d'emploi	6,3 %
Retraités	0,2 %
Autres	7,3 %

Figure 10 : Occupation principale des festivaliers (Source : questionnaire, 2011).

camping du festival est plébiscité par deux tiers des festivaliers âgés de moins de 20 ans, contre moins de 29 % des festivaliers âgés de plus de 41 ans. Les hébergements marchands, type hôtel et gîtes, sont quant à eux préférés par 19 % des festivaliers âgés de plus de 41 ans contre 4,6 % des festivaliers âgés de moins de 20 ans.

Enfin, même si l'on retrouve ce constat tendanciellement pour l'ensemble de la population française, la profession des pères renseigne sur le fait que les festivaliers interrogés sont globalement plus diplômés et/ou occupent des professions plus élevées dans l'espace social que leurs pères (où l'occurrence « ouvriers » est, de loin, la plus citée avec près de 16 %). Ceci illustre l'idée de mobilité sociale et scolaire selon laquelle une part importante des festivaliers est en situation, quoique relative, d'ascension sociale.

#### *La territorialisation des normes sociales « acceptables »*

L'origine géographique des festivaliers fait par ailleurs apparaître des disparités à l'égard de fréquence à s'habiller « à la mode metal dans la vie de tous les jours ». Les répondants issus des départements de la région parisienne (77, 75, 78, 94, 91) du Nord-Pas-de-Calais (59, 62) et la Manche (50) sont ceux qui déclarent le plus souvent s'habiller régulièrement « à la mode metal » (entre 34 % et 43 %). L'existence de festivals économiquement pérennes de musiques metal en Belgique est bien antérieure à la France (une décennie environ) et explique sans doute en partie les taux élevés repérés dans les départements du nord de la France. Le « Graspop Metal Meeting » est ainsi organisé depuis 1996, le « Durbuy Rock Festival » depuis 1997, le « Metal Female Voices Fest » (spécialisé dans les groupes avec chanteuses)

Catégories d'âge	Population du Hellfest	Population française (INSEE, 2011)
Moins de 20 ans	13,6%	24,5%
De 20 à 30 ans	<b>53,6%</b>	12,4%
De 31 à 40 ans	24,6%	12,7%
Plus de 41 ans	8,2%	<b>50%</b>

Figure 11 : L'âge : une population hétérogène (Source : questionnaire, 2011).

depuis 2003. Les départements où la proportion de la population est fortement rurale (Vendée, Mayenne en particulier) sont ceux où les festivaliers avouent le plus souvent ne jamais s'habiller « à la mode metal » (respectivement 28 % et 25 % pour les deux départements précités). La proximité géographique du lieu de résidence avec Clisson n'impacte pas le fait de s'habiller ou non « à la mode metal ». Si on peut supposer que les festivaliers provenant de régions éloignées du festival sont de « vrais fans » et que la proportion de « curieux » ou de simples amateurs occasionnels de la musique metal sont plus nombreux en Loire-Atlantique et dans les départements limitrophes, les taux de réponses aux questions sur les modes d'habillement ne varient pas significativement.

La capacité des festivaliers à passer outre les jugements de goûts perçus comme vulgaire est donc semble-t-il territorialisée. Il est socialement plus acceptable de s'habiller en noir avec des appareils de l'univers du metal dans les grandes villes ou les zones fortement urbanisées, que dans les territoires ruraux. Les codes vestimentaires, ou « signes »,

sont par ailleurs plus exclusifs dans les grandes villes comme Paris, à l'inverse de la province ou des zones rurales où les mélanges de styles vestimentaires sont moins stigmatisants : « en province, on ne porte plus des systèmes de signes, ni même des ensembles de signes, mais seulement des signes isolés, on peut s'attendre à ce que cette désagrégation du code facilite le mélange de signes qui, normalement, appartiennent à des systèmes différents. » (Delaporte, *op. cit.*).

## Conclusion

Au final, après les premières années où le Festival Hellfest a du faire, en quelque sorte, ses preuves, que ce soit en termes de sécurité autour du site pendant le festival en termes d'acceptation des usages sociaux de la musique par les festivaliers ou en termes de retombées économiques et touristiques (Guibert, 2012b), cette manifestation entre peu à peu dans l'offre culturelle ordinaire de la région des Pays de la Loire. Les presses locales et natio-

## Représentations et usages de la musique metal

nales insistent, depuis les récentes éditions, sur les impacts économiques et touristiques du festival – « une locomotive économique » qui « rapporte gros<sup>32</sup> » –, devenus peu à peu des arguments puissants du développement local. La diffusion sociale

du metal dans les franges des classes sociales supérieures et l'échec des tentatives des « entrepreneurs de morale » de faire avorter le festival contribuent à asseoir progressivement la légitimité culturelle des musiques metal en France.

---

## Bibliographie

- BECKER Howard (1985), *Outsiders. Études de sociologie de la déviance*, Paris, Métailié.
- BOURDIEU Pierre (1984), *Questions de sociologie*, Paris, Seuil.
- (1991), « Le champ littéraire », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 89, p. 3-46.
- CASSIRER Ernst (1972), *La Philosophie des formes symboliques*, (1923-1929), 3 tomes, Paris, Éditions de Minuit.
- D'ANGELO Mario (1997), *Socio-économie de la musique en France. Diagnostic d'un système vulnérable*, Paris, La Découverte.
- DELAPORTE Yves (1982), « Teddies, Rockers, Punks et Cie : quelques codes vestimentaires urbains », *L'Homme*, tome 22, n° 4, p. 49-62.
- GUIBERT Christophe (2012), « Hellfest, des festivaliers bien inoffensifs », *Place publique*, Nantes/Saint-Nazaire, n° 33, p. 67-71.
- (2012), « Festival Hellfest de Clisson. Les retombées économiques de la musique metal plus fortes que sa stigmatisation », *Espaces, Tourisme et Loisirs*, n° 309, p. 13-18.
- GUIBERT GÉRÔME & HEIN Fabien (2006), « Les scènes metal. Sciences sociales et pratiques culturelles radicales », *Volume! La revue des musiques populaires*, n° 5-2, « Les scènes metal. Sciences sociales et pratiques culturelles radicales », p. 5-18.
- GUIBERT GÉRÔME (2008), « Les festivals de musiques actuelles en Pays de la Loire. Entre logiques d'implantations locales et reconfigurations nationales », *Le Pôle*, Enquête Flash 1, p. 1-12.
- GUIBERT GÉRÔME & SKLOWER Jedediah (2012), « Hellfest : the thing that should not be? Local perceptions and catholic discourses on metal culture in France », *Popular Music History*, 6.2, Sheffield, Equinox Publishing, p. 100-115.
- INSEE (2012), « Les sorties de l'enseignement secondaire par classe en 2009 ».
- LACROIX Chantal (2011), *Statistiques de la culture. Chiffres clés. Édition 2011*, Paris, La Documentation Française.
- MASCHIO Laura (2011), « Journée d'étude sur le rock et le metal », *Volume! La revue des musiques populaires*, n° 8-2, [15-12-2011].
- MAUGER Gérard & POLIAK Claude (1983), « Les loubards », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 50, Qu'est-ce que classer?, p. 49-68.
- MIGNON Patrick (1988), « La production sociale du rock », *Cahiers Jeunesses et Sociétés*, n° 10, p. 3-32.
- PETERSON Richard A. (1992), « La fabrication de l'authenticité » [La country music], *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 93, p. 3-20.
- PIETTE Albert (2007), « Fondements épistémologiques de la photographie », *Ethnologie française*, n° 37, p. 23-28.
- RETÈRE Jean-Noël (2003), « Autour de l'autochtonie. Réflexions sur la notion de capital social populaire », *Politix*, vol. 16, 63, p. 121-143.
- SECA Jean-Marie (1991), « Représentations sociales de la pratique rock en milieu lycéen », *Revue française de pédagogie*, vol. 94, p. 25-35.

## Notes

1. *Ouest France*, « Le Hellfest s'installe dans la cour des grands », 18 juin 2012.
2. *Le Monde*, « La France, terre d'accueil des festivals de heavy metal », pages « Culture », 17 juin 2011. D'autres festival de musiques « metal » sont organisés à Vannes, Paris, Toulouse, Strasbourg notamment mais sans pouvoir rivaliser avec le festival Hellfest (médiatiquement, en nombre de groupes de musique et en termes de fréquentation).
3. Le poste de recettes alloué aux subventions publiques était de 61 600 € en 2010 pour un budget de 3,2 millions d'euros. Les retombées socioéconomiques du Hellfest sont pourtant réelles : près de 240 contrats de travail à durée déterminée ont été signés en 2010. Chaque année, plus de 1 000 bénévoles s'impliquent pendant la manifestation. (Source : « Dossier Club des supporters », 2010).
4. Titulaire d'un master de géographie et ayant suivi une formation supplémentaire dans l'événementiel, Jeff Mallet est toulousain d'origine. Avant d'être recruté au sein d'Hellfest Productions, il a travaillé une dizaine d'années pour des magazines et des webzines.
5. Extrait d'entretien mené en avril 2011. Ce propos est similaire à celui de Maël Nagot, un des membres de l'organisation du Motocultor Festival (Morbihan, créé en 2008), pour qui il est urgent d'arrêter de stigmatiser ce genre de musique. Chaque année, on a des problèmes avec les collectivités locales qui remettent en question l'existence même de notre festival » (extrait d'entretien, avril 2012). Précisons qu'il y a toutefois énormément de festivals remis en cause chaque année avec des subventions publiques supprimées, *a fortiori* en période de réductions des budgets des collectivités locales.
6. *Ouest France*, « 112 000 entrées! Le Hellfest définitivement reconnu », 18 juin 2012.
7. Comme l'a exprimé Jean-Marie Seca lors d'une intervention à une Journée d'étude sur le rock et le metal, mai 2011. Voir Laura Maschio (2011).
8. Yoann le Nevé, originaire de Vannes et âgé de 38 ans, est administrateur et trésorier de l'association Hellfest Productions depuis sa création en 2006. Il a accompagné Benjamin Barbaud dès 2004 à l'époque du Furyfest en qualité de stagiaire.
9. *Ouest France*, « Hellfest à Clisson, un festival qui rapporte gros », 15 juin 2011.
10. Dans une enquête portant sur 281 lycéens, Jean-Marie Seca indique que « 74,7 % des lycéens estiment, en effet, qu'il y a un grand rapport entre la musique qu'on écoute et les vêtements qu'on porte ».
11. D'autres recherches en sciences sociales insistent sur le rapport entretenu entre l'apparence corporelle et le genre musical écouté. Voir (Mauger, Poliak, 1983 : 49-68); (Peterson, 1992 : 3-20).
12. L'intervention de Gérôme Guibert intitulée « Le Hellfest comme sphère publique » à la journée d'étude « Les valeurs du Hellfest » en mars 2012 à la Maison des Sciences de l'Homme de Nantes témoigne des transformations, dans le temps, des traitements journalistiques du festival dans la presse écrite.
13. *Ouest France*, « 80 000 fans de métal en liesse au Hellfest », 20 juin 2011. Si le propos des articles du quotidien *Ouest France* en 2006 et 2007 maintenaient une certaine distance au Hellfest, les publications relatives à l'édition de 2011 plébiscitent dorénavant l'événement : « Est-ce l'habitude de vivre l'ambiance des festivals qui rend le public d'inconditionnels de musique métal aussi soft et discipliné. On a tellement dit sur ces amateurs de musique extrême. Que leur look tiré sur le gothique, leur musique aux paroles provocantes étaient autant d'atout pour les marginaliser, qu'on s'étonne presque de découvrir des fans de musique qui ont envie de vivre leur passion pendant plusieurs jours sans plus de dommages pour les populations. »
14. Les objectifs de l'association « Catholiques en campagne » sont explicites comme en témoigne la présentation du site internet : « Le collectif "Catholiques

- en campagne” a été créé, à l’occasion de l’élection présidentielle de 2007, pour proposer et rappeler l’alternative catholique comme solution aux maux dont souffre notre pays. Il décide aujourd’hui, au regard de l’intérêt de la démarche entreprise et des résultats enregistrés de pérenniser son action de mobilisation des catholiques dans la vie politique. Le collectif regroupe des associations catholiques, des personnalités politiques, des familles et des personnes qui ont en commun l’ardent désir de christianiser la société, en plaçant sous le règne du Christ non seulement les individus mais tout autant les lois et les institutions, afin d’une part de donner aux Français un environnement favorable à leur épanouissement matériel moral et spirituel, et d’autre part de rendre à la France sa grandeur et son rayonnement. » Source : <http://www.catholiques-en-campagne.fr>, [en ligne], (page consultée le 2/12/2011).
15. Constitué de cercles, ce mouvement « s’articule autour de trois piliers fondamentaux que sont la prière, la formation et l’action. » Source : <http://francejeunesecivitas.hautetfort.com>, [en ligne], (page consultée le 2/12/2011).
  16. *Idem.*
  17. S’adressant au ministre de la Culture, le député Patrick Roy indique lors de son intervention en séance publique : « En 2009, le mensuel culturel RockHard a consacré un numéro spécial au Hellfest, que je vous ferai parvenir. Ce que vous pourrez lire dans ce journal tranche avec les propos d’un autre temps, profondément blessants, violents et diffamatoires, tenus par Philippe de Villiers d’abord, au cours d’un meeting dans la belle ville de Nantes devant François Fillon ; par Christine Boutin ensuite, dans un courrier dicté par le diable adressé à une grande marque de bière, sponsor du Hellfest. » Un feu d’artifice a été proposé lors du festival de 2011, en l’honneur de ce « défenseur du metal », décédé quelques semaines plus tôt.
  18. Il n’en est pas de même dans certains pays comme en Irak où, toutes proportions gardées, « des adolescents au look rock et branché sont pris pour cible depuis quelques semaines [à cause] de leur apparence, jugée « diabolique » et « efféminée » par des islamistes » (Source : [France24.fr](http://France24.fr), 21 mars 2012) : « Quatorze ados ont été tués en un mois, dont sept avec des pierres et cinq par balles. [...] Les jeunes visés sont reconnaissables par leurs vêtements noirs, serrés et leurs cheveux longs. [...] La police aurait encouragé des punitions exemplaires contre ces jeunes, accusés de satanisme et de vampirisme » (Source : *20Minutes Suisse*, 12 mars 2012).
  19. Source : <http://www.vs-webzine.com>, [en ligne], (page consultée 5/12/2011).
  20. Interview de Ben Barbaud, <http://www.decibels-storm.com>, mai 2008, [en ligne], (page consultée le 5/12/2011).
  21. *Ibid.*
  22. *Ouest France*, 15 juin 2010.
  23. Interview de Ben Barbaud, <http://www.decibels-storm.com>, mai 2008, [en ligne], (page consultée le 5/12/2011).
  24. Extrait d’entretien, mai 2011.
  25. *Le Télégramme*, « Hellfest. Le festival accusé de véhiculer la mort », 28 mars 2010.
  26. *Aujourd’hui en France*, « Un week-end en enfer », 19 juin 2011.
  27. *Ibid.*
  28. « On compte aujourd’hui plus de soixante-dix genres et sous-genres affiliés à cette vaste famille musicale. Sans compter que cette appartenance ne relève, en outre, jamais exclusivement du seul registre musical. Elle procède également de conditions sociales, esthétiques, géographiques, médiatiques, économiques et culturelles. Ce qui rend toute définition du metal particulièrement complexe, sinon impossible. » (Guibert, Hein, 2006).
  29. Source : [www.destination-rock.com](http://www.destination-rock.com), [en ligne], (page consultée le 10/01/2011).

## Représentations et usages de la musique metal

30. Selon l'INSEE en 2009, les sorties de l'enseignement secondaire s'élèvent à 8 % de la classe d'âge avant la fin du second cycle du secondaire, 21 % au niveau CAP et BEP puis 17 % au niveau bac professionnel et BP (source : INSEE, 2012).
31. Source : INSEE, <http://www.insee.fr/fr/themes/info-rapide.asp?id=14>, consulté le 21 mars 2014.
32. *Ouest France*, « Festival Hellfest : une locomotive économique », 16 juin 2009 ; *Ouest France*, « Hellfest à Clisson, un festival qui rapporte gros », 15 juin 2011.
-