Emmanuel Négrier
Aurélien Djakouane

LES PUBLICS DES EUROCKEENNES DE BELFORT

-

ENQUETE 2014

-

RAPPORT DEFINITIF

Avec la participation de :

Matthieu Jonard
Pierre Négrier
Damien Potier
Marion Vidal

MONTPELLIER, AVRIL 2015

Territoire de Belfort Le Département
Languedoc Roussillon réseau en scène
LE CEPEL Centre d'Études Politiques de L'Europe Latine
Université Montpellier
LES EUROCKEENNES DE BELFORT

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION 4

1. LES EUROCKEENS EN CHIFFRES 8

A/ Le sexe et l'âge des festivaliers 8
B/ L'origine géographique 9
C/ Le niveau d'étude 10
D/ L'activité 11
E/ Les Professions et Catégories Sociales (PCS) 12
F/ Le positionnement politique 14

2. LE RAPPORT AUX EUROCKEENNES 18

A/ Renouvellement, fidélité et assiduité 18
B/ Motivations et accompagnement 19
C/ La musique et les autres au cœur de l'expérience « Eurockéennes » 21
D/ Perception du festival et attractivité des affiches 26
E/ L'environnement du festival : cadre, sponsors et valeurs 31
F/ L'hébergement : l'importance du camping 36

3. LES FESTIVALIERS, LEURS PRATIQUES CULTURELLES, LEURS GOUTS 42

A/ Les pratiques des sorties culturelles, de lecture et pratiques en amateur 42
B/ Les pratiques de financement participatif 43
C/ Le festivalier en réseaux : les pratiques numériques 44
D/ L'évolution des goûts musicaux 46
E/ De nouveaux profils de goût musical ? 48

4. LES RETOMBEES ECONOMIQUES DES EUROCKEENNES 60

A/ Les retombées directes 60
B/ Les retombées indirectes 61

CONCLUSION 63

REFERENCES CITEES 67

INTRODUCTION

Cette nouvelle enquête sur les publics des Eurockéennes de Belfort s'inscrit dans ce qu'on peut désormais appeler une tradition, même si elle est inédite en France et sans doute en Europe s'agissant d'un grand festival de rock. La récurrence d'études, ainsi que leur orientation sociologique, a certes un équivalent avec Avignon et les travaux de Jean-Louis Fabiani et de son équipe, mais pour le théâtre. En effet, on chercherait en vain un festival de musiques amplifiées s'ouvrant à la recherche avec la même régularité et le même souci d'une analyse à distance des protagonistes et de leurs intérêts immédiats[1].
C'est pour nous la deuxième expérience de travail sur les Eurockéennes. La première, menée en 2010, avait donné lieu à la publication en 2012 d'un ouvrage, chez l'Harmattan : « Un territoire de rock. Le(s) public(s) des Eurockéennes de Belfort », dans la collection Logiques Sociales. Cette recherche faisait parfois référence à deux études précédemment réalisées par l'institut SCP Communication, dont certaines données étaient intéressantes à comparer dans le temps. Nous y ferons référence en tant que de besoin. Cette recherche se situe dans une perspective plus large d'analyse de l'objet festival au sein des politiques culturelles et, plus généralement, comme phénomène anthropologique inscrit dans notre modernité. Nous y avons consacré plusieurs ouvrages depuis 2006[2].

Comme en 2010, notre dispositif d'enquête a reposé en 2014 sur deux instruments principaux. Le premier est le questionnaire, distribué à l'occasion des entrées des festivaliers sur le site. Le second est l'entretien semi-directif auprès d'un nombre significatif de festivaliers, sur site.

L'excellent accueil fait à la démarche de questionnaire écrit, en 2010, et la qualité des réponses obtenues à cette occasion nous ont convaincu de l'intérêt de recourir à la même méthode, en faisant évoluer un certain nombre de questionnements, mais en conservant l'essentiel, aux fins de comparaison. Nous avons recueilli et traité 955 questionnaires, dont nous avons pu confronter la structure à certains indicateurs témoins fournis par le festival : le type de billets vendus, la part des campeurs sur la totalité de l'audience, les origines géographiques des festivaliers. Sur ces points, en dehors d'une légère sur-représentation des campeurs, notre échantillon est – tout comme l'était celui de 2010 - idéalement composé pour accréditer nos analyses et les comparer avec les enquêtes antérieures.

Comme on le verra dans la première partie du rapport, nous avons à nouveau interrogé les grandes caractéristiques sociologiques des festivaliers, c'est à dire leur identité générationnelle, professionnelle et scolaire. La comparaison dans le temps de ces données est riche d'enseignements sur les permanences et évolutions qui affectent le public du festival. À ces données nous avons, cette année, ajouté une interrogation sur le positionnement politique, qui avait été étudié dans l'enquête de 2004. Là aussi, l'évolution est intéressante à examiner. Toujours sur la base du questionnaire, nous avons ensuite interrogé le rapport des festivaliers aux Eurockéennes : quel est leur degré de fidélité et d'assiduité ? Comment se rendent-ils à l'événement et y résident-ils ? Comment perçoivent-ils et qualifient-ils le festival ? En troisième lieu, nous avons questionné leurs profils de pratiques culturelles, numériques et leurs goûts musicaux. Ici, nous avons posé des questions nouvelles, comme celle des pratiques de financement participatif, de la pratique musicale en amateur ou de la pratique de la photographie pendant le festival. Enfin, cette partie s'intéresse aussi aux dépenses des festivaliers, et propose une estimation des retombées économiques du festival.

[1] Nous adressons nos remerciements au Conseil Général du Territoire de Belfort, qui a manifesté son intérêt pour une telle démarche et la soutient financièrement, aux côtés de Territoire de Musiques, l'association organisatrice des Eurockéennes de Belfort. Dans le domaine des musiques actuelles, il nous faut tout de même mentionner 6 commandes d'études de public de la part des Vieilles Charrues à l'institut de sondage GECE. Ces études ne sont pas publiquement disponibles.
[2] E.Négrier, M.T.Jourda, Les nouveaux territoires des festivals, Paris : Michel de Maule, Paris 2007 ; E.Négrier, A. Djakouane, M.T.Jourda, Les publics des festivals, (dir.) Paris : Michel de Maule 2010 ; E.Négrier, A. Djakouane, J.D.Collin, Un territoire de rock. Le(s) public(s) des Eurockéennes de Belfort, Paris : L'Harmattan, coll. Logiques Sociales, 2012 ; E.Négrier, L.Bonet, M.Guérin (dir.), Festivals de musique(s), un monde en mutation, Paris : Éditions Michel de Maule 2013 ; E.Négrier, Les musiques du monde et leur(s) public(s). Marseille : Le Mot et le Reste, 2014

La seconde méthode utilisée a donc été la réalisation d'entretiens auprès des festivaliers. Menés à bien par notre équipe de 4 personnes, parallèlement à la distribution des questionnaires, elle nous a permis de recueillir 83 témoignages, construits autour d'une soixantaine de questions portant sur les sujets suivants :
- identité de la personne, motivations, venue aux Eurockéennes, relations aux autres festivaliers
- rapport à la musique (dont la musique en ligne) et à la culture en général
- pratiques numériques et nomades
- expérience festivalière (dont celle du camping) et perception des Eurockéennes
- évaluation globale et valeurs attachées à l'événement

Même si nous n'avions pas, au contraire de l'échantillon quantitatif, d'objectif de représentativité, nous visions une diversité suffisante pour pouvoir établir nos constats sur une base des plus complètes. C'est ce que nous avons obtenu, puisque ces 83 personnes comptent : 52% de femmes / 45% de nouveaux venus / 52% de campeurs / 37% d'étudiants / 20% de classes populaires ; 44% de classes moyennes ; 36% de classes supérieures / 23% de belfortains / 7% d'étrangers / 63% d'habitants hors région. Certaines données (classes moyennes, campeurs, nouveaux venus) sont un peu supérieures à la moyenne, mais assurent cependant une bonne variété de cas, à même de valider nos constats quantitatifs et d'apporter des analyses plus fines de certaines observations.

Comparaison des échantillons qualitatif et quantitatif

Variable	Entretiens	Questionnaires
Moyenne d'âge	29 ans	29 ans
Part des femmes	52%	51%
Part des classes populaires	20%	32%
Part des campeurs	52%	38%
Part des élèves, étudiants	37%	35%
Part nouveaux venus	55%	34%
Part des belfortains	23%	18%

En dehors de la première qui dresse la sociographie des publics des Eurockéennes édition 2014 uniquement à partir de données chiffrées, le reste de notre propos articule résultats quantitatifs et qualitatifs afin d'éclairer tous les aspects d'une même question. En abordant des questions liées à la motivation, à l'organisation de la venue ou à la perception du festival, la seconde partie aborde les multiples facettes du rapport que les festivaliers entretiennent avec les Eurockéennes de Belfort, et ce qui fait la spécificité de l'expérience esthétique et sociale qu'on y vit. La troisième partie explore davantage les pratiques des festivaliers, qu'il s'agisse de leurs sorties culturelles en général, de leurs usages des outils numériques ou de leurs goûts musicaux. Enfin, la dernière partie propose une évaluation des retombées économiques du festival.

1. LES EUROCKÉENS EN CHIFFRES

1. LES EUROCKÉENS EN CHIFFRES

Dans cette partie, nous présentons les résultats concernant les données sociologiques de base des festivaliers. Ce sont le sexe et l'âge, le niveau de diplôme, la catégorie sociale d'appartenance et la provenance géographique. Nous y ajoutons, à des fins qualitatives et comparatives, l'orientation politique, qui n'est pas à proprement parler une donnée sociologique de base. Pour chacune de ces variables, nous disposons désormais d'enquêtes sur le moyen terme. Aux résultats de notre enquête 2010 s'ajoutent en effet ceux que nous pouvons tirer - certes avec prudence car les méthodes employées n'étaient pas les mêmes – des enquêtes menées par SCP communication en 2004 et, sur certains points, avec des rappels de données collectées en 2000.

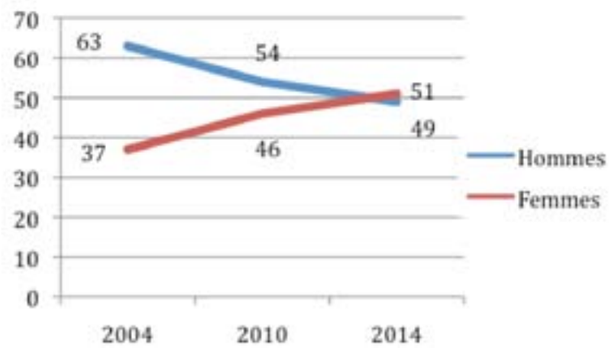
Ainsi que nous le verrons, cette mise en perspective concerne aussi le public « qui vient », celui qui est nouvellement arrivé en 2014 et qui annonce peut-être les recompositions à venir dans les audiences. Nous allons donc comparer, sur chaque point, les résultats qui concernent les publics déjà venus aux Eurockéennes et ceux pour lesquels c'est une première.

A/ Le sexe et l'âge des festivaliers

En 2010, nous avions noté une tendance à la féminisation des festivaliers. Si la majorité des spectateurs restait masculine (à 54%), les nouveaux spectateurs inversaient la tendance, avec 54% de femmes dans le public qui venait cette année-là pour la première fois. Nous hésitions à attribuer ce renversement à des effets de programmation – le festival comptait alors dans son affiche des artistes comme BB Brunes, Émilie Simon ou Charlotte Gainsbourg – ou à une tendance plus générale que nous ne pouvions apprécier dans la durée, même si les chiffres de l'enquête 2004 indiquaient que les hommes représentaient 63% du public.

Désormais, il est clair que nous sommes en présence d'un public qui se féminise. 51,2% des eurockéens de 2014 sont… des eurockéennes. Cela fait du public du festival un ensemble presque totalement représentatif de la part des femmes dans la population française (environ 52%). On peut affirmer sans trop de crainte que le chiffre de 2010 s'inscrivait dans une tendance plus générale qui est loin de n'affecter que les Eurockéennes. Si certains événements restent, dans les musiques amplifiées, à l'écart de la féminisation (le Hellfest avec ses 80% d'hommes, par exemple), il s'agit désormais plus d'exceptions que d'une règle.

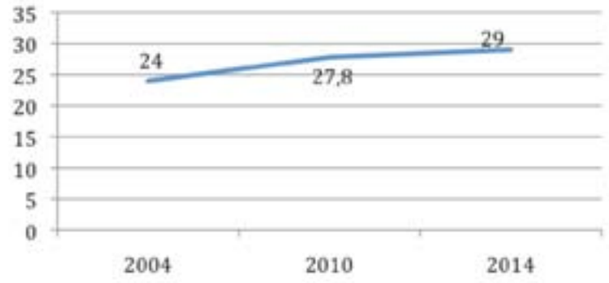
Evolution du rapport Hommes/Femmes (2004-2014)



Si l'on voulait considérer que les nouveaux spectateurs constituent la pointe avancée de ce qui deviendra ensuite la structure du public de demain, alors on doit constater une féminisation croissante qui prolonge parfaitement la courbe ci-dessus : dans le nouveau public, on dénombre 55,5% de femmes. L'âge moyen des festivaliers continue de progresser, en passant de 24 à 27,8 puis 29 ans en dix ans.

Cette progression pourrait être liée à deux causes. La première tiendrait à un certain décrochage des jeunes, qui délaisseraient ce type de festival au profit d'autres rapports à la culture ou d'autres événements.
Les Eurockéennes attireraient ainsi des publics de plus en plus âgés. La seconde cause, à l'inverse, tiendrait au fait que, parallèlement à une attractivité maintenue auprès d'une population jeune, les spectateurs fidèles d'années précédentes resteraient membre du public d'aujourd'hui et, les années avançant, ferait croître la moyenne d'âge de l'audience globale. Décrochage des jeunes ou fidélisation des moins jeunes ?

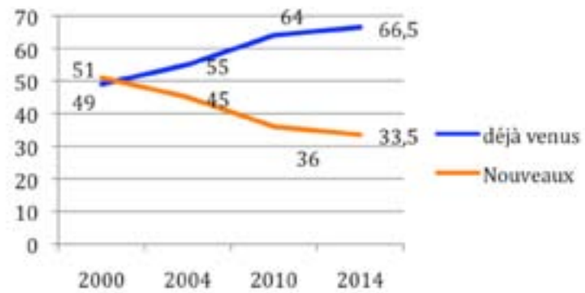
Evolution de l'âge moyen des festivaliers (2004-2014)



C'est clairement la seconde explication qui prévaut. En effet, en 2010, l'âge moyen était de 27,8 ans, tandis que l'âge médian était, lui, proche de 24 ans. Cet écart nous disait déjà qu'un nombre de festivaliers beaucoup plus âgé s que la moyenne pesait sur celle-ci.
La médiane, en l'occurrence, exprime un comportement « central » qui n'est pas influencé par les chiffres exceptionnellement élevés ou bas, comme l'est la moyenne. En 2014, on peut faire le même constat : à la moyenne de 29 ans correspond un âge médian de 26 ans. C'est donc que la fidélité de certains spectateurs âgés influe sur cette moyenne. On peut penser à ces deux citoyennes du Territoire de Belfort, âgées respectivement de 78 ans et de 83 ans, qui en sont à leur troisième participation… Certes l'âge médian augmente aussi, ce qui confirme le vieillissement du public en général, que nous avons constaté dans tous les domaines musicaux.

Pour les musiques actuelles, comme en attestent de nombreuses études (Donnat 2009 ; Glévarec 2012 ; Négrier, Djakouane et Collin 2012), ce vieillissement est lié au fait qu'avec l'âge, la plupart des amateurs demeurent attachés aux esthétiques qu'ils ont goûtées durant leur adolescence ou comme jeunes adultes. La fidélisation du public, nous y reviendrons, est d'ailleurs croissante, avec 66,5% de spectateurs déjà venus, contre 64% en 2010, 55% en 2004 et 49% en 2000, ainsi que le rappelle l'enquête réalisée en 2004 par SCP communication.

Evolution du renouvellement (2004-2014)



Cependant, il faut constater que la hausse globale de la moyenne d'âge ne fait pas obstacle à ce que le nouveau public reste plus jeune que celui qui est déjà venu. Les spectateurs qui viennent en 2014 pour la première fois ont un âge médian de 25 ans, contre 30 ans pour les autres. Le public des Eurockéennes continue d'attirer un jeune public, tout en progressant en âge, pourrait-on dire de façon paradoxale.

B/ L'origine géographique

Lors de l'édition 2010, un sentiment diffus au sein de l'équipe était que, cette année, le festival avait pâti d'un déficit de public belfortain. Les chiffres que nous présentons ci-dessous montrent que ce sentiment correspondait seulement en toute petite partie à la réalité, dans la mesure où la légère érosion de ce public local (de 20% à 18,5%) allait de pair avec un assez clair maintien d'un vaste public régional et inter-régional proche, ce que l'on nomme communément le Grand Est, mais avec des différences de rayonnement. Dans l'étude 2004 de SCP, elle se limitait à la Franche-Comté, l'Alsace et la Lorraine, tandis que pour d'autres, on pouvait y inclure aussi la Champagne et la Bourgogne. La comparaison n'est pas très aisée entre ces différents modes de calcul. Cependant, l'évolution dont ces chiffres témoignent manifeste une claire tendance à la régionalisation du public sur la longue durée. Celle-ci nous semble le « prix à payer » de la forte croissance du nombre de festivals, déjà sensible en 2010, mais que l'intensification de la crise n'a pas véritablement enrayé.

L'origine géographique des publics des Eurockéennes (2004-2014)

Origine géographique	% 2004	% 2010	% 2014		CNRS/FF 2008
Territoire de Belfort	20,0	18,5	18,6	Commune, département	54,3
Franche Comté	} 39	19,1	25,8	Région	15,5
Autre Grand Est*		18,4	27,8	Autres régions France	} 26,5
Autres régions françaises	35	36,7	23,5		
Étranger	6	7,3	4,3	Étranger	3,7
Total	100	100	100	Total	100

* Nous limitons ici le Grand Est à l'Alsace et à la Lorraine, et non à la Bourgogne ou à la Champagne.

Le public local, belfortain, est stable. En revanche, le public régional et des autres régions du Grand Est est en croissance forte. C'est le public des autres régions françaises qui baisse de façon symétrique, alors que le public étranger diminue presque de moitié[3]. Comment interpréter ces chiffres ? D'une part, nous avons la possibilité de les resituer dans un cadre plus large, en comparant ces chiffres avec l'origine géographique des publics de la cinquantaine de festivals de musique que nous avons analysée il y a six ans. On voit bien que les Eurockéennes, même avec une tendance croissante à la régionalisation, attire deux fois plus de publics extérieurs au territoire et à la région (Autre Grand Est, Autres régions, Etrangers) : 55,6% contre 30,2%. D'autre part, la consolidation d'une offre festivalière jouant sur les mêmes grands registres, en France et en Europe, fait que la tendance à une attractivité de type régional et inter-régional nous semble devoir peser durablement sur la composition du public, quelque soit la réalité d'une standardisation des offres artistiques elles-mêmes.

C/ Le niveau d'étude

Le niveau d'étude des festivaliers (2010-2014)

Niveau d'étude	% 2010	% 2014
École primaire	0,7	0,7
BEPC	4,6	3,4
CAP/BEP	4,4	5,1
Bac pro	5,5	4,9
Bac général	15,9	16,1
Bac +2	20,7	17,3
Bac +3/+4	23,1	24,2
Bac +5 et plus	25,1	28,3
Total	100	100

Plus que le niveau de revenu ou l'appartenance à telle ou telle catégorie sociale – et surtout pour des spectateurs qui n'ont pas encore connu une insertion dans la vie professionnelle – le niveau de diplôme est généralement considéré comme la variable la plus influente pour qualifier le rapport à la culture, en général, et au spectacle en particulier. Dès lors, nos constats de 2010, selon lesquels le niveau des festivaliers – plus jeunes et, on le verra, plus souvent d'origine populaire que bien des festivals – était de façon surprenante très élevé (69% de diplômés du supérieur), méritaient d'être comparés dans le temps. Il pouvait en effet s'agir d'une année exceptionnelle, marquée en 2010 par un recul de l'affluence, et un déficit apparent en population locale, dont nous avons pourtant vu qu'il était limité.

[3] Rappelons ici qu'il est possible que la fraction de publics étrangers soit légèrement sous-représentée dans notre échantillon, en raison du barrage de la langue que ceux des publics non francophones peuvent ressentir. Mais le biais était le même en 2010…

À première vue, une certaine élitisation scolaire du public se poursuit, avec désormais une majorité absolue du public (52,5%) dont le niveau de diplôme est supérieur ou égal à bac +3. Nous avons ici la confirmation que 2010 n'était pas une année exceptionnelle à cet égard, et qu'elle exprimait une réalité qui, grosso modo, se stabilise. Une seconde appréciation permet cependant de relativiser un peu cette impression. En effet, la massification des études supérieures a continué de faire son effet sur les trajectoires scolaires des jeunes générations, avec un retard que Angèle Christin et Olivier Donnat viennent de commenter dans leur comparaison des pratiques culturelles entre France et USA (Christin & Donnat 2014). En conséquence, si le niveau élevé de diplôme des festivaliers s'est maintenu, le caractère socialement discriminant de ce niveau a tendance à baisser.

La stabilité de niveau pourrait donc être considérée mutatis mutandis comme compatible avec une certaine ouverture sociale du festival. Cela permettrait de comprendre, notamment, pourquoi avec un tel chiffre, nous dénombrons dans le public un chiffre croissant de personnes à la profession et catégorie sociale populaires, comme on le verra à la suite. Cela permettrait également de résoudre un paradoxe : alors que plus des deux tiers des festivaliers sont diplômés du supérieur, une grande majorité de ceux-ci considère le festival comme « populaire » (cf. supra).

Au-delà de ces constats, on notera que le renouvellement du public a une influence assez limitée sur la réalité observée. Certes, les nouveaux spectateurs – notamment parce qu'ils sont plus jeunes en moyenne – ont un niveau de diplôme moindre que celui des anciens. Mais l'écart est limité : 49% de Bac+3 et plus chez les nouveaux, contre 55% chez les autres.

D/ L'activité

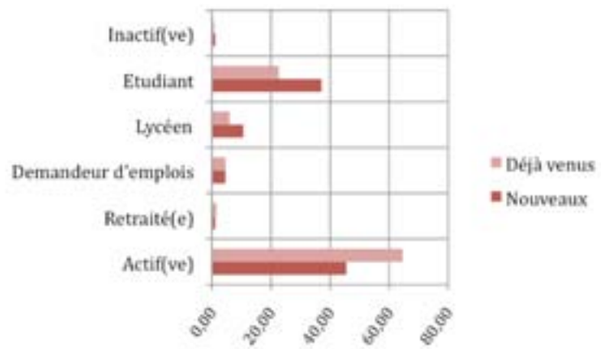
Ici encore, nous pouvons constater que les chiffres 2010 s'inscrivaient dans une tendance. Les publics scolaires (lycéens et collégiens) des années 2000 se sont logiquement transformés en publics étudiants ou de jeunes actifs. Le maintien de la pratique du festival au travers du changement de statut social transforme bien entendu la composition du public, ses ressources, ses attentes. Un commentaire bref doit être fait concernant la comparaison entre l'étude SCP 2004 et les nôtres ensuite. Le taux d'inactifs pouvait paraître élevé en 2004. Mais en réalité, il semble que cela cumule les réels inactifs et les demandeurs d'emplois, avec lesquels ils ne doivent pas être confondus.

L'activité des festivaliers

	% 2004	% 2010	% 2014
Actif(ve)	44	57	58,2
Retraité(e)	-	1,1	1,3
Demandeur(e) d'emploi	-	3,3	4,5
Lycéen(ne) et collégien(ne)	27	9,5	7,5
Étudiant(e)	22	28,4	27,6
Inactif(ve)	7	0,7	0,8
Total	100	100	100

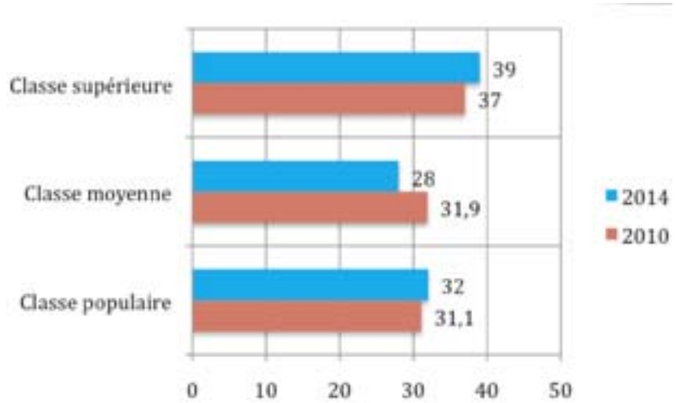
La prise en compte du renouvellement des publics confirme une tendance déjà relevée à propos des âges. Les nouveaux spectateurs sont plus souvent des étudiants et des scolaires, et moins souvent des actifs, même si ces derniers restent majoritaires.

Renouvellement du public et l'activité des festivaliers



E/ Les Professions et Catégories Sociales (PCS)

C'est la stabilité qui domine sur ce plan, notamment pour ce qui concerne les classes populaires. Mais il y a tout de même quelques constats intéressants à analyser. Entre 2010 et 2014, les catégories populaires sont pratiquement en même proportion – autour de 32%, ce qui correspond sensiblement à la même part qu'avaient constatée les enquêteurs de 2004. C'est donc entre les classes moyennes et supérieures que s'effectue une petite évolution, depuis les premières vers les secondes.



Mais d'autres évolutions sont intéressantes à préciser, en détaillant un peu les professions et catégories sociales.
Tout d'abord, on constate le tassement de certaines d'entre elles, comme les agriculteurs, les techniciens, les professeurs des écoles, dont la présence dans la société est sans doute elle-même en déclin dans les catégories les plus jeunes de la population.

Les professions et catégories sociales (festivalier et ses parents, %)

PCS	2010 Festivalier	2014 Festivalier	Père	Mère
Agriculteurs	2,4	0,2	0,2	0,0
Artisans	4,3	5,5	12,3	5,6
Cadres	33,1	32,2	32,6	18,0
Employés	22,1	21,3	15,3	26,1
Ouvriers	4,5	7,2	15,2	7,8
Policiers	2,1	2,4	3,2	1,4
Professeurs des écoles	3,4	2,1	2,3	8,0
Professions des arts	3,9	5,7	1,1	1,2
Professions administratives	2,5	2,9	3,0	5,4
Professions intermédiaires	11,7	12,3	8,1	20,2
Techniciens	10,0	5,5	5,5	2,2
Autre	0	2,7	1,1	4,2
Total	100	100	100	100

En sens inverse, on repère une meilleure représentation des ouvriers, des artisans, mais aussi des professions des arts et de l'information. Ces catégories appartiennent à des secteurs très différentiés de la population, ce qui tend à montrer que derrière une stabilité par grands blocs, le public se transforme en termes sociaux.

La comparaison en grandes classes sociales montre également une très grande stabilité quand on compare le nouveau public et celui déjà venu. Le renouvellement statistique ne produit pas de réel renouvellement social.

Si l'on tient compte de la profession des parents, on peut ainsi toujours voir que les parents sont plus souvent d'origine populaire que leurs enfants (34% à 35% contre 31% chez les festivaliers) tandis qu'ils sont moins nombreux à provenir des classes supérieures (33,7% contre 40% chez les festivaliers). Si celles-ci sont donc nettement surreprésentées dans la population du festival, il s'agit, assez souvent, de bénéficiaires d'une ascension sociale récente plus que d'« héritiers ».

F/ Le positionnement politique

Voici une question que nous n'avions pas posée en 2010, mais qui avait été intégrée à l'enquête de 2004. Dix ans après, quelles sont les évolutions notables ? Par ailleurs, il faut noter que le refus de répondre à la question est minoritaire, avec 2,8%, comme si les festivaliers n'estimaient pas incongru de parler politique lorsqu'on parle de musique, de festival, d'Eurockéennes. On peut penser que la réponse à cette question serait sans doute assez différente si l'on se risquait à la poser dans des festivals d'autres types de musique ou de disciplines du spectacle vivant.

Le positionnement politique des festivaliers (2014)

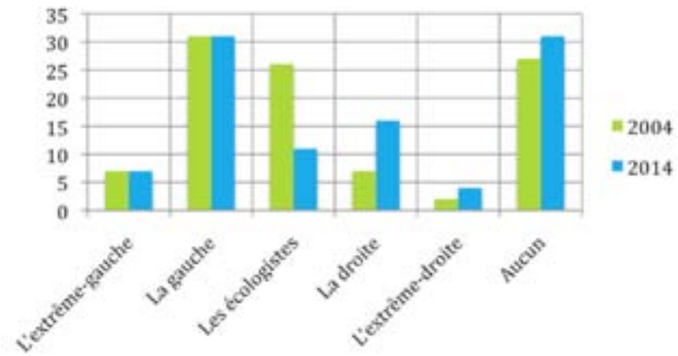
Tendance politique	2014
L'extrême-gauche	6,8%
La gauche	31,0%
Les écologistes	11,5%
La droite	16,4%
L'extrême-droite	4,2%
Aucun	27,3%
Refus de répondre	2,8%
Total	100,0%

En deuxième lieu, on constat qu'une part importante (27,3%) des festivaliers répond en ne s'identifiant pas – pour autant – à l'un ou l'autre des cinq positionnements proposés. C'est, en soi, un indicateur de distance à l'égard de l'offre politique telle qu'elle est instituée, sans être pour autant une indifférence à l'égard de la politique. La comparaison avec 2004 est délicate car 27% des festivaliers d'alors avaient refusé de répondre, sans que l'on sache si ce refus concernait la question elle-même, ou l'idée de se positionner, ce qui est différent. On peut cependant estimer que plus de festivaliers, aujourd'hui qu'hier, sont à la fois politiquement concernés mais en désarroi par rapport à un positionnement selon les droites, les gauches ou l'écologie politique.

Une fois ces considérations faites, le public des Eurockéennes apparaît comme plus nettement à gauche qu'à droite. Près de 38% sans les écologistes, 50% avec eux ; contre 16,4% à droite et 20,5% si l'on cumule droite et extrême-droite.

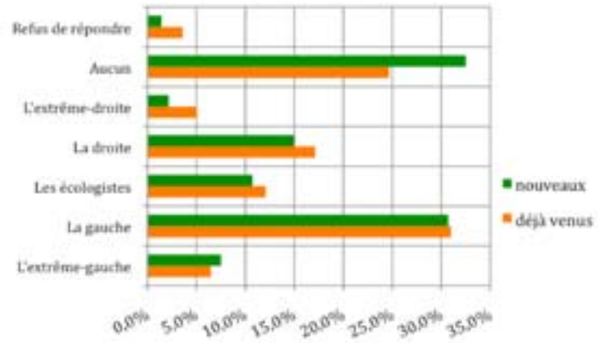
Evolution du positionnement politique des festivaliers (2010-2014)

Quant à l'évolution entre 2004 et 2014, elle nous montre une très grande stabilité des orientations à gauche (extrême ou « recentrée ») mais un effondrement de l'écologie politique, ce qui pèse sur le score total de la gauche (49% contre 64% en 2004). La droite et l'extrême-droite sont en hausse de 13% ensemble, dont 11% de plus pour la droite « recentrée ». Il est évidemment tentant, sur cette question comme sur toutes les autres, de prendre la mesure des changements liés au renouvellement du public.



Ces données sont-elles les mêmes pour les spectateurs fidèles du festival et pour les nouveaux publics (33,5%) ? Pas vraiment. Comme on le voit ci-dessous, ils sont à la fois plus nombreux à ne pas se positionner au sein de la palette proposée, et moins nombreux à refuser de répondre. Pour les autres (soit les deux tiers des festivaliers tout de même), la gauche est nettement dominante : 49% contre… 17,1% pour les droites, dont « seulement » 2,1% pour l'extrême-droite.

Positionnement politique : anciens et nouveaux festivaliers



Enfin, le public des Eurockéennes est plutôt civique. Il participe aux élections de façon plus soutenue que la moyenne des français : 87,2% de participation aux élections présidentielles, 74,8% de participation aux élections municipales ; 62% encore aux élections européennes de 2014. Il faut sans doute prendre ces chiffres avec prudence, car une sur-déclaration n'est pas exclue, s'agissant d'un comportement globalement valorisé dans l'opinion. Mais il convient aussi de tenir compte du fait qu'une partie de ceux qui ont déclaré ne pas avoir voté n'avaient tout simplement pas l'âge requis. On peut donc considérer qu'il s'agit là d'un niveau très élevé de participation, beaucoup plus en tous cas que ce que les taux de refus de se positionner dans l'offre politique officielle n'auraient laissé présager. Cela accrédite donc l'idée d'une défiance à l'égard de l'offre qui est une manière de se définir politiquement, et non de s'exclure du champ ou du débat politique.

2. LE RAPPORT AUX EUROCKÉENNES

2. LE RAPPORT AUX EUROCKÉENNES

A/ Renouvellement, fidélité et assiduité

Le taux de renouvellement du public, nous l'avons dit, est d'un tiers des spectateurs, qui n'étaient jamais venus auparavant aux Eurockéennes. Un tel pourcentage est relativement élevé, pour un festival qui a dépassé 25 ans d'ancienneté. Pour donner un éclairage comparatif, le festival international de Besançon, en musique classique, enregistre 27% de nouveaux spectateurs en 2013[4]. C'est donc cette donnée de renouvellement qui nous sert de base pour examiner les éventuelles spécificités du « nouveau public » du festival. Cependant, en élargissant un peu le spectre, on se rend compte que l'« ancien public » ne l'est pas nécessairement depuis très longtemps. Ainsi, parmi ceux qui n'ont vécu qu'une seule édition avant 2014 (22%), seuls 13% étaient venus en 2013. Les 9% restant sont donc revenus après avoir « séché » une ou plusieurs éditions. Bien sûr, plus l'ancienneté de la participation est importante, plus il y a de chance d'avoir sauté une édition, voire plusieurs.

Avec cette double présentation de la fidélité au festival, on voit donc que 30% des festivaliers ont un capital de plus de 6 éditions. C'est un groupe d'autant plus important que leur participation est souvent très importante, avec 22% d'entre eux qui ont vécu au moins 10 éditions.

Nombre d'éditions vécues

Éditions vécues	Déjà venus		Éditions vécues	Public total
			Première fois	33%
1	22%	36%	1 ou 2 éditions	24%
2	14%			
3	11%	28%	Entre 3 et 6 éditions	23%
4	10%			
5	7%			
6	6%			
7 à 9	8%	30%	Plus de 6 éditions	20%
10 et plus	22%			
Total	100%	100%	Total	100%

La moyenne de participation est de 6 éditions. Mais la médiane, qui n'est pas influencée par les gros chiffres, n'est que de 4. Les festivaliers se répartissent en quatre profils :

- un premier (33%) vient d'arriver dans le dispositif, en 2014 ;
- un quart (24% du total ; 36% des déjà venus) n'a vécu qu'une ou deux éditions ;
- un autre petit quart (23%) se situe entre 3 et 6 éditions, soit la moyenne ;
- un cinquième (20%) constitue le groupe des grands fidèles du festival, avec plus de 6 éditions.

[4] Da Costa T., Fournier M., Goupil M., Jeannier L., Lievremont R. Mougeot M. et Somon J., 2014 Rapport de projet tuteuré. 66ème festival des jeunes chefs d'orchestre de Besançon, 64 p.

Comme on le voit maintenant sur le tableau concernant la première fois, il existe un certain décalage entre première fois et nombre de participation. En règle générale, les festivaliers n'ont pas une pratique totalement régulière du festival. Il y a bien sûr un recoupement entre les chiffres. Beaucoup des festivaliers d'une ou deux éditions antérieures sont ceux qui sont venus en 2012 et en 2013 pour la première fois. Mais ce n'est pas systématique. C'est ce qui explique que l'on trouve, au-delà de l'année moyenne d'ancienneté de 6 ans, un groupe assez important de festivaliers qui ont au moins dix ans d'ancienneté. C'est la raison pour laquelle nous avons, ici aussi, un écart important entre l'année moyenne de la première fois – quand on fait le total des nombres d'années cumulées divisés par le nombre de festivaliers : c'est l'année 2005 – et l'année médiane de la première fois, qui sépare en deux les festivaliers, en examinant la date centrale, soit l'année 2007. Cela peut s'illustrer logiquement par le fait que plus on est ancien festivalier, plus on a de chance de « sécher » une édition. Et le groupe des anciens est donc plus nombreux en proportion (39% de 10 ans et plus) que le groupe des assidus (22% 10 éditions et plus).

L'année de la 1ère fois

Année de la 1ère fois	Déjà venus	Année de la 1ère fois	Public total
		2014	33%
2013	13%	2012 ou 2013	16%
2012	11%		
2011	7%	Entre 2008 et 2011	17%
2010	7%		
2009	6%		
2008	5%		
2005 à 2007	12%	Avant 2008	34%
Avant 2005	39%		
Total	100%	Total	100%

Pour le dire autrement, ce tableau nous montre que si un festivalier sur trois est nouveau en 2014, un sur quatre (26%) y participe, plus ou moins intensivement, depuis au moins dix ans. À l'intérieur de ce groupe des anciens festivaliers, 2% sont les « fondateurs », dont la première participation remonte à… 1989, lorsque le festival s'appelait encore « Festival des Ballons », puisqu'il ne prendra l'appellation « Eurockéennes » qu'en 1990.

B/ Motivations et accompagnement

Comme nous l'avions établi en 2010, on ne vient pas aux Eurockéennes comme on se rendrait à n'importe quel concert. Il y a, entre les deux, toute l'expérience sociale, humaine et multiforme du festival. Dans le tableau suivant, où les données 2010 sont placées entre parenthèses, on peut voir que le niveau de motivation pour le festival en général progresse légèrement : 75,3% des festivaliers, contre 74,5% en 2010, viennent pour le festival en général. C'est bien sûr l'expression d'une certaine manière de vivre une expérience dont la programmation n'est qu'une partie, dans un cadre particulier. C'est aussi l'expression d'une certaine confiance dans cette programmation : on sait pouvoir y trouver ce que l'on cherche, ou même ce qu'on ne cherchait pas forcément, mais qu'on va découvrir. Nous y reviendrons plus loin grâce aux entretiens.

Second enseignement, les festivaliers nouveaux sont, plus que les anciens, sensibles à l'affiche précise. Ils sont plus nombreux à déclarer venir non pour le festival en général mais pour assister au concert de certains groupes en particulier. C'était déjà le cas en 2010. On note cependant que l'attraction par l'affiche progresse chez les nouveaux festivaliers. Plus que jamais cependant, les deux modalités sont liées dans la réalité de l'expérience. L'attrait qu'exerce l'affiche peut être lu comme un réducteur d'incertitude, ou de risque, pour des individus qui ne savent pas, par définition, ce que vivre les Eurockéennes veut dire. Il est donc logique qu'on trouve plus souvent cette modalité chez les nouveaux spectateurs, qui reviendront, la première fois passée, pour le festival en général. C'est en tous cas la trajectoire majoritaire.

Pourquoi et comment vient-on au festival ?

	Déjà venus		Nouveaux	
	2014	2010	2014	2010
Pour le festival en général	79	76	66	72
Pour voir certains groupes	21	24	34	28
Venue seul(e) ou en couple	29,2	27	28,6	22
Venue entre amis	52,9	57	56,1	66
Venue en famille	9,4	-	7,8	-
Venue en groupe	8,5	-	7,5	-
Reste pendant tout le festival	64	63	54	52
Achat de pass' 3 jours	57,3	-	43,9	-
Achat de billet 1 jour	18,4	-	25	-
Invitations	10,3	-	7,7	-

L'autre « réducteur d'incertitude », pour les nouveaux arrivants, c'est le fait de venir accompagné. Une expérience comme celle des Eurockéennes ne se pratique pas seul, ou très peu (4,5%) ; et encore moins quand on vient pour la première fois (3%). Plus de la moitié viennent entre amis, ce qui est une caractéristique distinctive des festivals de musiques actuelles. Pour rester dans la même région, en 2013, c'est la venue en couple et/ou en famille qui domine, à 49% contre 22% seulement pour la venue entre amis au festival international de Besançon (Da Costa et alii, 2014). Mais la comparaison avec 2010 nous montre pourtant que la venue seule ou en couple progresse en 4 ans, qu'il s'agisse des nouveaux publics ou des anciens. Cela est sans doute une conséquence de la progression de la moyenne d'âge des festivaliers.

Dans la logique de ce qui précède quant à l'événement, ceux qui ont déjà tout prévu avant de franchir les portes du festival sont minoritaires. 22,4% pour les anciens, 20% pour les nouveaux festivaliers sont dans ce cas. Une majorité croit savoir à peu près les concerts qu'ils vont suivre, tandis que 28% (pour les anciens) et 30% pour les nouveaux ne savent pratiquement pas ce à quoi ils vont assister.

C/ La musique et les autres au cœur de l'expérience « Eurockéennes »

Les entretiens nous permettent de comprendre plus finement ce qui se cache derrière la motivation unanimement partagée : « pour le festival en général ». Cette motivation renvoie à deux éléments fondateurs de l'expérience « Eurockéennes ». Tout d'abord, le rapport à la musique, et notamment le rapport à la programmation dense et diversifiée du festival. Ensuite, la dimension sociale de l'expérience qu'y déroule, et en particulier la facilité de nouer contact avec les autres.

Pourquoi venez-vous ?

Concernant la motivation musicale, on vient d'abord aux Eurockéennes… pour écouter de la musique ! On aurait tort de prendre cette affirmation à la légère. En effet, si l'ambiance bon-enfant, conviviale, chaleureuse est revendiquée par la grande majorité des festivaliers que nous avons interrogés comme une motivation générale qui « colle » à la peau du festival et qui en fait aussi son identité particulière, les Eurockéennes ne sont pas qu'un prétexte à faire la fête.

« Je viens depuis que j'habite dans le coin, c'est-à-dire 1998. Je suis venu pratiquement tous les ans. Au début, plutôt en solo, et après avec des amis que je retrouve sur le site… Je viens pour la programmation, et pour l'ambiance festival tout simplement… Oui, l'affiche, c'est important. Je viens pas seulement pour les amis. L'année dernière par exemple je n'étais pas venu, c'était pas trop mon truc. » (Bruno, 43 ans, Cadre, Montbéliard)

« Ben je suis du Territoire donc j'ai toujours connu ça. Je suis né à Montbéliard. C'est la première année pour nous deux. C'est mon fils qui m'a offert le ticket. J'avais pas spécialement envie mais il m'a dit « tu viens avec moi ». J'ai jamais été curieux. Même si à l'époque il y avait des groupes qui m'intéressaient. Mais je ne voulais pas y aller tout seul, mon épouse ne voulait pas venir et les enfants étaient trop petits. Cette année, c'est la programmation qui nous a décidé. Mon fils voulait voir Stromae et les Pixies. Alors je lui ai dit « Allons-y ! » (Christophe Bataillot, 48 ans, Ouvrier, Rechesy)

« Ben, je viens depuis mon adolescence, j'étais au lycée à Belfort donc. Ça fait 20 ans ! Je ne viens pas tous les ans depuis 20 ans, mais le plus souvent possible… J'aime le festival, j'aime l'ambiance, j'aime le site aussi autour du lac. L'ambiance, c'est énorme. Y a 20 000 personnes et j'ai jamais vu une bagarre ou une agressivité. C'est toujours bon enfant et ça fait du bien ! Je reviens pour ça mais aussi pour les concerts aussi, la programmation. » (Muriel 34 ans, Infirmière, Alsace.)

Note : les nuages de mots présentés tout au long de ce rapport proposent un traitement graphique des entretiens en restituant la fréquence des mots (ou expressions) les plus couramment citées. Plus un mot a une taille importante, plus il est cité souvent.

« Ce qui me motive ? La programmation ! C'est rare d'avoir autant de bons groupes en même temps. Je reviens pour la musique principalement… et puis l'ambiance est bonne ! » (Arthur, 24 ans, Strasbourg)

C'est avant tout la musique qui fédère et rassemble les festivaliers. D'ailleurs, c'est souvent ce qui distingue les nouveaux venus des habitués. Certes, les premiers viennent aussi pour passer un bon moment entre amis, mais c'est la programmation, les artistes et plus généralement la musique qui les ont décidé à venir. Pour les seconds, cette motivation est acquise : on est sûr de « trouver quelque chose de bien » ; la confiance règne : on vient revivre une expérience, comme un rendez-vous, voire un pèlerinage pour certains. C'est alors l'ambiance festive et singulière que l'on vient rechercher, notamment pour les campeurs qui vivent en immersion dans le festival, pendant trois jours « hors du temps ». Nous y reviendrons.

« Ca fait longtemps qu'on connaît les Eurockéennes, de réputation tout simplement, mais cette année c'est la première fois… C'est la programmation qui nous a décidé. Et l'occasion aussi parce qu'on a pas toujours l'occasion de venir… On vient pour Robert Plant, The Black Keys, Foster the People aussi ! » (Dominique, 44 ans, Assistante commerciale, Moselle)

« J'en avais déjà entendu parlé, forcement, c'est super connu et à la base je devais y aller avec deux autres amies, on s'était cotisé pour offrir un place et au dernier moment, les deux nanas ont pas pu venir c'est pour ça que j'ai choppé Teddy pour venir. Et c'est la tête d'affiche qui m'a attiré. En même temps, c'est vrai qu'y a beaucoup d'artistes qu'on avait envie de voir comme Club Cheval, Bordinsky tout ça… J'écoute pas mal d'artistes mais eux je les avais pas vu. Et puis c'est l'occasion et aussi pour découvrir des groupes comme The Temples. Et puis j'avais des potes qui étaient motivés pour ce genre de festival. » (Virginie, 21 ans, employée, Poitiers)

« On en entend pas mal parler… J'avais des amis qui y étaient allés et de la famille aussi alors je me suis dit pourquoi pas. Y a des artistes que je verrais pas souvent donc il fallait que j'en profite. Le festival est intéressant et puis les artistes, cette année ils donnaient bien envie… On voulait surtout voir Skrillex, Patrice, Shakaponk, et puis les Casseurs Flowters aussi hier. C'est des artistes que j'écoutais déjà avant et puis justement, je me suis dit c'est la bonne… Après, on a découvert deux artistes comme Gramatik, Metronomy, c'est des trucs qu'on connaissait pas et ils sont vachement bien. C'est pour ça que c'est bien les festivals, on peut faire connaissance de groupes et puis se diversifier un peu ». (Louis, 18 ans, Lycéen, Besançon).

« Pourquoi je viens ? Pour le pèlerinage ! C'est une bonne ambiance, un beau site, c'est un beau festival ! Je suis originaire de la région donc j'en ai toujours entendu parler. La première fois, c'était en 97 et depuis j'ai dû venir 12 ou 13 fois, souvent je venais avec des amis. Cette année, je suis venu seul sur les 3 jours. J'avais vu la programmation sur le site, et ensuite je me laisse aller. Je suis à l'hôtel, j'ai arrêté le camping mais c'est comme un pèlerinage ! » (Philippe, 36 ans, Ingénieur, Lyon)

« C'est la deuxième fois que je viens. La première fois, c'était en 2010. J'étais venue avec des amis, les mêmes que cette année. Ils me l'ont reproposé et comme j'avais bien aimé l'ambiance la dernière fois. C'est l'occasion de faire la fête et d'être entre amis. Mais on n'est pas vraiment arrêté sur ce qu'on ira voir. Y a des groupes que j'aimerai bien voir par curiosité, genre Stromae ou Gaëtan Roussel mais si je les vois pas c'est pas très grave ! C'est plus pour être entre nous et découvrir. Y'a pas vraiment de groupes dont je suis fan cette année. » (Jeanne, 35 ans, Enseignante, Paris)

« Je viens surtout pour l'ambiance et la musique bien sûr. On a prévu de voir Stromae et puis après on verra. Mais de toute façon, on vient peu importe la programmation. Ca fait plus de 10 ans que je viens. C'est un peu devenu un rendez-vous. » (Julie, 28 ans, Aide-soignante, Belfort)

On voit bien que la motivation des festivaliers est composite. En dépit d'une certaine désinvolture lorsqu'on leur demande les groupes qu'ils ont prévu de voir et qui peut s'expliquer au regard de la densité d'artistes programmés, les festivaliers restent bien motivés par la musique. C'est même pour cela qu'ils choisissent de venir aux Eurockéennes. Parce que la programmation, la proposition artistique du festival leur convient dans son ensemble. D'ailleurs, les festivaliers ne s'y trompent pas. Lorsqu'on les interroge sur les raisons du succès des Eurockéennes : c'est bien encore la programmation qui reste la réponse la plus fréquente.

Ce qui explique le succès des Eurockéennes

fait la réputation des Eurocks, c'est que vu que c'est un espace qui est limité en capacité et puis qui est autofinancé à je ne sais plus combien de pourcents, on verra jamais d'énorme têtes d'affiches, genre U2, parce qu'ils claquent pas des millions dans le cachet d'un seul groupe. Donc ça équilibre la programmation, les têtes d'affiches ici c'est milieu, haut de gamme. Pas de la musique de stade ! » (Maxime, 34 ans, Fonctionnaire, Paris)

« La programmation variée. L'organisation aussi, il y a une grosse capacité d'accueil. C'est l'évènement régional. » (Cléo, 27 ans, Enseignant, Belfort)

« L'organisation, si y a une bonne organisation les gens reviennent. Ben quand on voit le nombre de personnes chaque année, sur internet, je pense que c'est bien organisé et puis c'est vrai que ça passe par le bouche à oreilles » (Gregory, 41 ans, Employé, Bourg en Bresse)

« C'est tout ! le lieu, la musique, les gens, les artistes, la pluie, la boue, tout ! » (Julie, 24 ans, Etudiante, Dijon)

Le fait que le terme « programmation » arrive en tête des expressions citées n'est pas un hasard. Il traduit bien la compréhension que les festivaliers ont du travail de programmation : sélection des groupes, construire une affiche, favoriser les découvertes. En 2014, ce dernier aspect de découverte est apparu de manière nettement moins prononcée qu'en 2010 dans la motivation des festivaliers même si, comme nous le verrons plus loin, cela fait partie des valeurs des Eurockéennes. Cette année, les festivaliers ont surtout mis l'accent sur l'organisation du festival, sur le lieu – nous y reviendrons – et sur les gens, c'est-à-dire la possibilité de parler aux autres, à tout le monde, d'échanger, de partager, avec ses amis mais aussi avec des inconnus. Bref, sur une des composantes essentielles de cette ambiance très particulière que l'on retrouve aux Eurockéennes : son public !

Mais pour de nombreux festivaliers, et a fortiori ceux des environs, s'ajoute à cela le sentiment de participer à un événement important pour la région que les habitués considèrent comme un rendez-vous culturel du territoire.

« Ben, c'est la programmation qui fait le succès ! Les Eurocks c'étaient des pionniers, et depuis c'est devenu comme une tradition. » (Anne, 28 ans, Médecin, Nancy)

« Je pense qu'il y a pas mal de fidèles du coin, c'est le rendez-vous annuel pour la région… En Franche-Comté, à part ici et la Foire aux Vins de Colmar, ça manquait de choix. Je crois que les Eurocks c'est ce qui a ancré l'entité musicale dans la région. » (Bruno, 43 ans, Cadre, Montbéliard)

« C'est un des plus gros festivals français, faut le faire au moins une fois. » (Frédéric, 43 ans, Technicien, Moselle)

Votre perception des autres festivaliers

Enfin, à cette dimension musicale et mythique qui colle aux Eurockéennes, s'ajoute une dimension sociale basée sur la possibilité d'aller spontanément vers les autres. Comme nous le verrons plus loin, c'est une dimension centrale de la vie du camping ; et nous avions déjà relevé cette importance en 2010 en parlant à son sujet de « petite république éphémère ». Mais pour l'ensemble du public, la perception des autres festivaliers témoigne d'un certain mélange de sympathie et de distance. L'idée d'une communauté de valeurs laisse plus circonspect. Beaucoup s'observent et se jaugent sans vraiment échanger : on se regarde mais on ne se parle pas forcément. Même si la plupart s'accordent à souligner le rapport ouvert qu'ils entretiennent les uns vis-à-vis des autres.

« En général on discute, c'est sympa, mais ça va pas plus loin que la discussion autour du festival. C'est aussi une occasion de faire se rencontrer les amis. Hier soir j'ai échangé avec des gens du Jura Suisse sur le retour de Cantat, c'était bien. » Bruno, 43 ans, Cadre, Montbéliard)

« Je sais pas, je trouve qu'y a beaucoup de respect, y'a pas de clash, j'ai pas vu de bagarre tout ça. On discute avec n'importe qui mais après ça s'arrête là. » (Jeanne, 35 ans, Enseignante, Paris)

« Il y a quand même quelque chose qui nous rattache. Après qu'on le veuille ou non, on aime les autres pour être ici. Je pense pas qu'on puisse venir dans un festival comme celui-ci, si on aime pas être au contact des autres personnes. Moi j'adore regarder, je peux m'asseoir là et passer des heures à regarder les gens passer. » (Muriel, 34 ans, Infirmière, Alsace)

« On rencontre toujours des gens, mais justement, ce qui fait la beauté du festival, c'est qu'on rencontre toujours des gens très différents les uns des autres. Donc je ne dirais pas que nous faisons partie d'une communauté. » (Grégoire, 40 ans, Fonctionnaire, Orléans)

« On est tous animé par le même esprit je pense, la même envie de passer un bon moment, détendu. Oui, c'est un peu une communauté. » (Xavier, 25 ans, Etudiant, Toulouse)

« Effectivement on a l'impression d'assister un peu à un rassemblement communautaire où les publics partagent un peu les mêmes valeurs, d'ouverture musicale, d'ouverture à l'autre. » (Madame X, 32 ans, Médecin, Mulhouse)

« Certaines valeurs semblent partagées par tout le monde : le partage, le goût pour la musique, c'est peut être ça qui unit tout le monde, mais les âges sont très différents, et les attitudes aussi, donc je ne parlerais pas de communauté. » (Patrick, 54 ans, Ingénieur, Lyon)

« On imagine qu'avec le camping les gens sont plus ouverts, plus sujets à rencontrer les autres festivaliers. J'imagine que grâce au camping les contacts sont beaucoup plus faciles… Mais il y a beaucoup de profils différents donc on ne peut pas parler de communauté. » (Joséphine, 17 ans, Lycéenne, Paris)

Aussi la notion de communauté divise t-elle : une communauté au camping, certes, sur bien des aspects : entraide, fête, partage, dialogue… mais pas d'une manière générale. Il y a des différences ne serait-ce qu'en matière de goûts musicaux. Si tous partagent l'amour de la musique en général, la plupart s'accordent sur le fait que l'ambiance du festival réside dans cette fusion temporaire de personnes aux goûts différents.

Quelle différence avec un concert en salle ?

En réalité ce qui caractère plus spécifiquement l'expérience « Eurockéennes », c'est son caractère agrégatif, l'amplification des choses vécues, qu'il s'agisse de relations sociales ou d'écoute musicale. Voir plus de concerts, plus d'artistes, plus de gens, le fait d'être en plein-air, de pouvoir se déplacer, de manger, de boire, de rire, de faire la fête... C'est l'ensemble de ces éléments qui définit la spécificité de l'expérience du festivalier et qui n'a rien à voir avec l'expérience en salle. Il y a à la fois un côté transgressif – on s'autorise des choses qu'on ne s'autoriserait pas en salle – et une forme d'appropriation – on navigue comme on veut, on peut même s'arrêter d'écouter la musique pour faire autre chose…

« Quand on va à un concert on va voir un seul artiste, c'est pas le même rapport, c'est plus intime. Là au festival, je vais pas voir un artiste en particulier et puis c'est beaucoup plus festif et on peut boire et fumer » (Jeanne, 35 ans, Enseignante, Paris)

> *« Déjà y'a la fatigue sur le festival et puis la salle de concert on peut inviter tous nos amis, on va pas forcement vers les autres alors que dans un festival on est un peu obligé de se tourner vers les autres. (Teddy, 26 ans, Employé, Poitiers)*

> *« Le festival est motivé différemment, plus par l'expérience et l'envie de passer un moment ensemble. On voit plus de choses, on rencontre plus de monde, l'ambiance est meilleure » (Fanny, 48 ans, Enseignante, Belfort)*

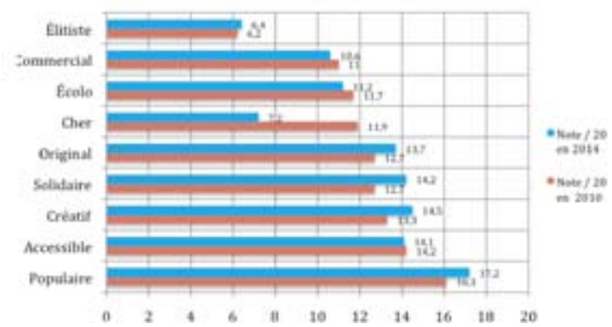
La dimension cumulative, festive, hors du temps est également un trait singulier de cette expérience. C'est au final moins la qualité d'écoute qui est recherchée, que vivre une expérience à la fois esthétique, physique, musicale, sociale et festive. La pluralité des composantes de cette expérience est la principale qualité que lui attribuent les festivaliers. C'est sans doute aussi, chez ce public jeune, un rapport singulier aux sorties culturelles.

En effet, c'est bien la rencontre entre musique et convivialité qui fait des Eurockéennes de Belfort un « fait social total » (au sens de Marcel Mauss ou de Georges Simmel) en ce sens que l'expérience qu'on y vit comporte plusieurs dimensions saillantes : économiques, culturelles, symboliques, sociales… La convivialité, l'ambiance, les tarifs et la vie sur le site du festival sont des composantes essentielles pour les festivaliers. Et parmi ces dimensions l'interaction avec les autres festivaliers est centrale.

> *« Un concert dans un festival, ça n'a rien à voir avec un concert en salle. En salle, tu vas voir un artiste en particulier. Dans un festival, tu vois plusieurs artistes, plusieurs concerts, certains que tu connais d'autres non… C'est très différent. L'ambiance aussi c'est différent. On rencontre plein de monde. Dans une salle de concert, on parle pas aux inconnus. Ici, c'est tout le contraire. Et pis c'est la fête quoi ! Tu picoles sur place, tu manges sur place, tu dors sur place et plus si affinité (rires)… Sans déconner, ça n'a rien à voir. » (Léo, 19 ans, Etudiant, Montbéliard)*

D/ Perception du festival et attractivité des affiches

Comparaison de la perception du festival par critères (2010-2014)



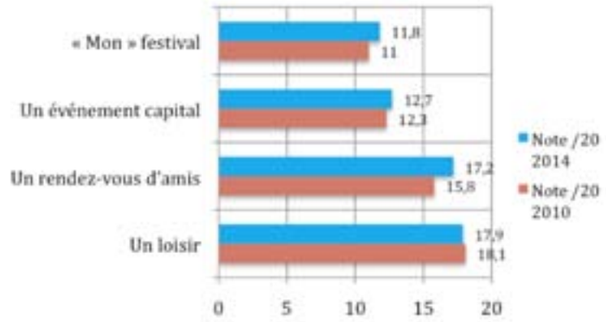
La motivation à participer aux Eurockéennes est, on l'a vu, liée à la manifestation elle-même, mais aussi à la programmation précise qu'elle propose. De ce point de vue, nous disposons de deux indicateurs, chacun lié à l'un de ces facteurs. Le premier se rapporte à la perception des Eurockéennes en tant que festival. Le second concerne les artistes et groupes que les festivaliers estiment déclencheurs de leur participation.

Nous avons choisi de poser, en 2014, exactement la même question qu'en 2010 à propos de la perception des Eurockéennes par les festivaliers. Comme on le voit, la hiérarchie reste à peu près similaire. Peu considéré comme élitiste ou commercial, le festival est encore moins qu'avant perçu comme cher. C'est sans doute l'effet d'une certaine stabilité des prix à l'entrée, que les festivaliers mettent en relation avec la nature de la programmation artistique qui leur est proposée. L'ensemble de cette question pourrait apparaître comme un satisfecit accordé

globalement au festival : plus populaire encore, plus créatif, solidaire, original, le festival apparaît un peu en retrait du point de vue « écolo ». Autrement dit, plus encore qu'auparavant, le festival est perçu dans sa double nature d'ensemble de propositions artistiques – le côté créatif – et de proposition sociale et conviviale. Nous l'avons dit plus haut, la perception comme « populaire » correspond certes à une réalité comparative – par rapport à d'autres festivals appartenant à d'autres esthétiques – mais est un peu surestimée par les publics eux-mêmes vis-à-vis de la composition sociologique réelle du festival. Les festivaliers se veulent plus populaires qu'ils ne le sont. Mais c'est en tous cas cette caractéristique « interclassiste et conviviale » qui fait la valeur de l'expérience pour une grande partie des festivaliers habitués, mais aussi – et cela pourrait paraître surprenant – pour les nouveaux publics, informés qu'ils sont de ce que participer aux Eurockéennes signifie.

L'autre question portait sur la manière de décrire les Eurockéennes en tant qu'événement. Nous avions également proposé une grille à quatre propositions, du rapport le plus éloigné au plus proche à l'égard du festival : « Un loisir », un « rendez-vous d'amis », un « événement capital » ou « mon festival ».
Sans surprise, les festivaliers qui s'identifient le plus par « mon festival » sont aussi plus souvent des belfortains, des anciens participants, des personnes d'origines sociales diverses.

Comparaison de la définition vécue du festival (2010-2014)



En toute logique par rapport à ce que nous avons vu, l'identification la plus étroite au festival progresse, à la mesure de la fidélisation observée. Mais celle qui progresse le plus est celle du rendez-vous d'amis, tandis que la vision du festival comme un « simple » loisir diminue légèrement. En tout état de cause, on remarquera que ces changements sont très marginaux par rapport à une hiérarchie qui reste solidement établie.

Dans la foulée, nous avons interrogé l'originalité de ce festival. Sachant qu'une part importante des publics pratique une pluralité d'événements, quelle peut bien être la caractéristique qui distingue les Eurockéennes des autres ? Sur les 499 réponses formulées, voici le classement des occurrences principales (tableau suivant).

Dans ce total, les qualités originales prêtées à l'atmosphère représentent près des trois quarts des réponses. Cela ne veut pas dire pour autant que les aspects artistiques sont secondaires. Peut-être sont-ils plus délicats à exprimer, ou sont-ils perçus comme moins identificatoires du festival que ce qui se rapporte à l'ambiance, au lieu, à sa convivialité singulière ? Mais l'offre artistique demeure une clef de la motivation festivalière.

Termes utilisés pour qualifier l'originalité des Eurockéennes

L'originalité des Eurockéennes, c'est …	Nombre de réponses
Le Lieu	164
L'Ambiance	69
La Proximité	63
La Programmation, les artistes	62
La Diversité	38
La Météo	23
Le côté « Tout public »	15
La Réputation	12
La Découverte de groupes	6
L'Organisation	6
Le Camping gratuit	5
Les Services	5
L'Accessibilité	5
Les Activités	4
Les Bénévoles	3
La dimension européenne	3
La Mauvaise organisation	3
Le Prix raisonnable	3
La Taille	3
L'Alcool	2
Le côté Commercial	1
Le côté Créatif	1
Le côté Ecolo	1
Loin	1
Moins d'originalité ces dernières années	1
Total	499

Les nouveaux publics, un peu plus que les anciens, sont aussi attirés à Malsaucy par une programmation. Nous avons demandé quels étaient les trois artistes et/ou groupes pour lesquels les publics s'étaient déplacés. En voici le classement, sur la base de 1494 réponses, puisque nous demandions jusqu'à trois noms.

Si l'on retrouve dans ce classement, en tête avec plus de 100 citations, les groupes qui ont dominé les affiches de l'été 2014 (Shaka Ponk, Stromae, les Black Keys…), on peut être surpris du poids finalement modeste qu'ils pèsent dans l'ensemble des citations. Stromae, par exemple, est en tête des citations. Il semble porter à lui tout seul les affiches des festivals. Mais on voit qu'il ne représente, seul, que 12% des citations (181 sur 1494). Il est donc très loin d'être présent dans la majorité des trios de préférences.

Pour atteindre cette majorité, il faut additionner les 7 premiers groupes cités. De plus, les autres artistes et groupes cités représentent des esthétiques, parfois peu fournies, mais musicalement très diversifiées.
La palette présentée par les festivaliers est plutôt un démenti à l'égard du discours de la domination excessive des principales têtes d'affiche, ou de celui d'une contrainte à programmer « mainstream ». Le festival, c'est vrai pour les Eurockéennes comme pour d'autres événements, se conjugue au pluriel.

Artistes ou groupes qui motivent la venue en 2014

Artiste / groupe	Citations
Stromae	181
Shaka Ponk	159
The Black Keys	141
Skrillex	133
Franz Ferdinand	110
Pixies	80
Fauve	77
Robert Plant and the sensational Space Shifters	75
The Parov Stelar Band	58
Détroit	50
Foster The People	49
M.I.A	41
Metronomy	38
Casseurs Flowters	30
Patrice	30
Volbeat	27
Ghost	23
Gaëtan Roussel	19
Schoolboy Q	19
Brodinski	15
Biffy Clyro	13
Uncle Acid and the Deadbeats	12
Gramatik	11
Salut c'est cool	11
Catfish	10
25 autres groupes à 8 citations et moins	82
Total	1494

Plus précisément encore, les « grandes » têtes d'affiche que nous avons citées tendent plus à attirer les nouveaux publics que les anciens. Dans le tableau ci-dessous, on voit bien que les 5 affiches les plus citées – qui sont d'ailleurs dans le même ordre, pour les anciens comme pour les nouveaux - représentent un peu plus de la moitié pour les spectateurs déjà venus, tandis qu'ils représentent les trois quarts des citations pour les nouveaux.

Ceci éclaire un peu mieux le rôle que joue la tête d'affiche aux Eurockéennes. Pour les anciens, c'est la cerise sur le gâteau, car on connaît le gâteau. Pour les nouveaux, c'est l'assurance tout risque. Sans savoir ce que l'on va vivre du festival en tant que tel, on sait qu'au moins ce rendez-vous avec des artistes connus et aimés garantit le succès de l'expérience.

Les têtes d'affiches citées selon la nouveauté du public

Artiste	Déjà venus	Nouveaux
Stromae	16,7%	18,0%
Shaka Ponk	13,0%	16,1%
The Black Keys	10,0%	14,8%
Skrillex	9,4%	15,5%
Franz Ferdinand	8,3%	10,4%
Total	57,4%	74,8%

La tête d'affiche est donc plus ce qui fait venir aux Eurockéennes que ce qui y fait revenir. C'est ce que nous avions déjà constaté en 2010 : on se décide à venir pour la première fois parce qu'une tête d'affiche nous motive plus particulièrement, on revient pour l'ambiance et la découverte musicale.

Cependant, cette diversité a une limite, celle du nombre de concerts que les festivaliers vont fréquenter durant l'événement. Sur ce point, nous enregistrons un certain écart entre nos résultats de 2010 et ceux de 2014. Le nombre moyen de concerts était en 2010 de 13,4 par personne. Il n'est plus que de 11 en 2014. Cette baisse correspond à une chute des participants intensifs, ceux qui dépassent les 20 concerts, qui représentaient près du quart des festivaliers, et ne pèsent plus en 2014 que 13,4%. En revanche, les participants moyens, ceux qui situent leur fréquentation entre 6 et 14 concerts, sont plus nombreux en 2014 : 43% contre 38% en 2010. Qu'on en juge par ce tableau :

Le nombre de concerts suivis (comparaison 2010-2014 par tranches)

Nombre de concerts	% du public 2010	% du public 2014
Aucun	0,5	0,1
1	0,9	1,6
2	1,5	2,1
De 3 à 5	16,6	23,2
De 6 et 9	16,3	17,8
De 10 à 14	21,9	25,2
De 15 à 19	18,1	16,6
De 20 à 24	12,9	8,1
25 et plus	11,3	5,3
Total	100	100

Cette statistique touche des publics qui sont souvent présents sur la durée totale de l'événement. Mais même ceux qui ne participent que deux jours pourraient assister à un nombre de concerts à suivre beaucoup plus élevé que la moyenne. On est donc fondé à considérer que le festival est non seulement divers en termes d'affiches et de propositions musicales, mais aussi diversifié en termes d'activité festivalière, bien au-delà de la pratique des concerts. Ici encore, les nouveaux publics font une entrée plus mesurée dans la communauté festivalière, avec 8,7 concerts suivis en moyenne, contre 11,9 pour ceux qui sont déjà venus.

E/ L'environnement du festival : cadre, sponsors et valeurs

Encore une fois, les entretiens apportent un éclairage complémentaire à la perception, ou plutôt aux perceptions différenciées, que les festivaliers ont des Eurockéennes. Nous retrouvons le fait que les Eurockéennes offrent une expérience cumulative, notamment à travers les représentations que les festivaliers se font du festival et de son caractère exceptionnel.

Ce que représente le festival

L'image est construite sur l'idée de vivre un moment à part, en dehors du temps, de participer à un événement majeur, à un des festivals français les plus importants. Si on le compare souvent à Rock-en-Seine ou aux Vielles Charrues, c'est aussi rapidement pour l'en distinguer, notamment en raison de son ambiance chaleureuse, amicale et festive qu'on ne retrouverait pas ailleurs. Il faut employer le conditionnel ici parce que si beaucoup de festivaliers ont ces événements en tête, peu y sont réellement allés. Pour les plus jeunes, les Eurockéennes coïncident aussi avec une période clé de leur cycle de vie : la fin du bac pour certains, des examens pour d'autres, et pour la plupart, le début des vacances et de l'été. Pour les plus âgés, c'est un événement mythique où des artistes de renom ont joué, où certains ont vécu leur premier festival. Pour les locaux, c'est l'événement de l'année et du territoire dont la renommée rejaillit sur toute la région. Pour les fidèles, c'est un rendez-vous à ne pas rater.

« C'est un des premiers festivals de l'été, à la fin des examens.
Là, tous les jeunes ont fini le bac, tout le monde se lâche. C'est le début de l'été ! »
(Muriel, 34 ans, Infirmière, Alsace)

« C'est un des plus gros festivals français, faut le faire au moins une fois. »
(Frédéric, 43, Technicien, Moselle)

« C'est un festival majeur en France, un lieu où tous les plus grands artistes sont passés. C'est à peu près comparable à Rock en Seine ou aux Vieilles Charrues pour moi. Mais je ne les connais pas bien. » (Fabien, 29 ans, Sans profession, Lyon)

« C'est un coup de projecteur international sur la région, et un moyen de découvrir de nouveaux groupes. Je ne connais pas beaucoup de festivals qui ont cette ampleur et qui restent fidèles à leur identité. » (Christophe, 32 ans, Artisan, Bourgogne)
« C'est important pour le territoire, ça fait vivre les commerces, ça ramène du monde. La programmation ici c'est le top. » (Christophe, 48, Ouvrier, Rechesy)

Ce rendez-vous, qu'environ 18% des festivaliers considèrent comme « leur » festival, s'appuie sur trois axes qui constituent autant de valeurs véhiculées par les Eurockéennes : la fête, la diversité et le partage. C'est trois valeurs librement évoquées par les festivaliers que nous avons rencontrés incarnent, pour ces derniers, une certaine idée de l'esprit « rock ».

Les trois valeurs incarnées par le festival

Si indubitablement la programmation des Eurockéennes donne à voir une certaine idée du rock et tente d'incarner l'esprit rock d'aujourd'hui, elle transmet un certain nombre de valeurs dont le partage donne également un ton particulier à l'ambiance. C'est la diversité qui arrive en premier lieu du point de vue des festivaliers.

Cette diversité – de la programmation musicale d'une part, et de la sociologie du public d'autre part – donne au festival son caractère labile et œcuménique. C'est ensuite, la notion de partage qui est mentionnée, comme pour compléter la première dimension. Les Eurockéennes ne sont pas simplement un lieu où s'agrègent les diversités mais bien un lieu où elles se confrontent et dialoguent. C'est enfin la fête, qui dresse la toile de fond dans laquelle les interactions entre festivaliers se vivent. Il y a donc quelque chose ici qui relève de la catharsis sociale dans la manière de vivre les Eurockéennes : on s'y confronte mais on y purge aussi ses passions dans la fête. Fête, diversité et partage : telles sont peut-être les moyens d'illustrer un certain esprit rock où se mêlent convivialité et découverte mais aussi rapport à la nature (le cadre, la pluie, la boue…), aux excès et aux interdits.

Au delà des valeurs, nous avons également souhaité interroger les festivaliers sur leur perception du cadre et de l'environnement physique des Eurockéennes. Nous avons décliné cette idée en trois questions. La première sur le lieu, l'espace, l'enceinte où se déroule le festival. La deuxième sur le rapport aux sponsors qui donnent une certaine couleur à ce lieu. Et la troisième sur les causes soutenues par le festival.

La perception du cadre

Assurément, il y a dans l'expérience Eurockéennes quelque chose de très physique, et de l'ordre du rapport à la nature et aux éléments. C'est une dimension que nous n'avions pas perçue de manière aussi saillante en 2010. Lors de notre première venue, c'était le soleil écrasant qui nous avait accueillis et qui pesait sur les festivaliers, et singulièrement sur les campeurs. En 2014, nous avons connu la pluie et la boue. Ces deux dimensions sont une composante essentielle de l'identité des Eurockéennes, notamment pour les habitués. Mais si la boue surenchérit le caractère « roots » du festival, c'est plus généralement, le rapport au cadre naturel, au lieu, au lac de Malsaucy dont il est question ici. C'est d'ailleurs un regard unanimement favorable qui est porté sur cet environnement qui contribue à renforcer le régime d'exceptionnalité de ce qui est vécu par les festivaliers. Pour les locaux, c'est la transformation du lieu qui est notable : des bords du lac où l'on vient se promener en famille le dimanche au rassemblement festif et « déjanté » des Eurockéennes. Pour les autres, c'est la dimension « nature » du site qui frappe les esprits.

> *« Moi je trouve ça cool, c'est pour ça que c'est un de mes préférés, le site est au milieu de la verdure. Le camping est bien séparé. C'est agréable d'y aller à pied. C'est vert, arboré, pas tout plat. » (Maxime, 34 ans, Fonctionnaire, Paris)*

> *« Très bien, la nature tout ça, c'est bien. J'y suis déjà venu le reste de l'année. Le fait que ce soit ici il y a moins de nuisance pour les riverains, et puis ça nous coupe du monde. » (Philippe, 36 ans, Ingénieur, Lyon)*

> *« Là, y a la boue mais au soleil ça doit être sympa de se poser dans l'herbe. Le site du camping est sympa, les montagnes autour... Non franchement moi je trouve que c'est beau, y'a le lac, la plage, le lieu est vraiment bien » (Ludovic, 35 ans, Informaticien, Espagne)*

> *« J'adore le lieu, c'est magique, le lac, les arbres, c'est beau. La circulation se fait bien, et même quand ce n'est pas le cas, on patiente, ce n'est pas grave. Et la boue ajoute aussi une touche champêtre ». (Fanny, 48 ans, Enseignante, Belfort)*

La place des sponsors

Dans ce contexte, nous nous sommes interrogés sur la manière dont les festivaliers perçoivent la place des sponsors et comment ils s'insèrent dans ce cadre singulier. La relation des festivaliers est ici largement dépassionnée et le pragmatisme domine : « c'est un mal nécessaire », « il en faut ». Les festivaliers ont intégré le fait que les sponsors participent à la vie du festival, qu'ils le rendent possible et que leur présence permet au festival de rester accessible en termes de prix compte tenu des cachets des artistes.

« Il en faut, avec seulement la billetterie il ne pourrait pas faire venir autant d'artistes. Ils sont pas dérangeants. » (Philippe, 36 ans, Ingénieur, Lyon)

« Ils sont visibles mais c'est pas agressif. » (Naïma, 38 ans, Professeur des écoles, Montbéliard)

« Je ne sais pas, je n'ai pas trop regardé, ça ne m'intéresse pas. » (Henri, 66 ans, Retraité, Metz)

« Je pense que ça permet aussi que le festival il soit pas super super cher. » (Assia, 26 ans, Juriste)

« Ils ont une place importante. Il y a de gros sponsors et c'est bien parce que comme on aime ce festival, on se dit que si ces sponsors n'étaient pas là, on n'aurait pas les mêmes affiches. C'est comme ça pour la plupart des festivals, c'est le cas aussi à Arras ou aux Vieilles Charrues. » (Bruno, 43 ans, Cadre, Montbéliard).

« J'ai pas du tout fait gaffe aux sponsors, à part Blabla car et Hertz. Le truc SFR tout ça, c'est bien de pouvoir recharger son portable ! » (Mathilde, 21, Etudiant, Besançon)

« Il y en a de plus en plus, c'est encore acceptable mais il ne faudrait pas qu'il y en ait plus. » (Fanny, 48 ans, Enseignante, Belfort)

Si pour la plupart, leur présence n'est pas dérangeante et si beaucoup n'y prêtent pas attention, certains s'inquiètent de la place qu'ils prennent d'années en années ou qu'ils pourraient prendre à l'avenir. Même s'ils ne se sentent pas agressés, tout en sentant nettement leur présence (SFR et Heineken sont bien repérés), ils souhaitent que les exigences marketing ne rompent pas le charme de l'ambiance du festival qui défend des valeurs très différentes des valeurs marchandes. Ils s'interrogent sur les limites de la confrontation entre un certain esprit libertaire porté par les Eurockéennes et le pragmatisme économique même s'il est d'ailleurs parfaitement intégré, notamment chez les jeunes générations.

Le festival doit-il soutenir des causes ?

En réalité, les festivaliers sont attachés à une certaine authenticité de leur festival et ne souhaitent pas qu'il soit instrumentalisé ou récupéré. C'est aussi ce qu'on constate à propos de l'implication des Eurockéennes dans la défense de causes. Ici, les avis positifs font jeu égal avec les avis négatifs. Les premiers sont d'accord pour dire que si le festival s'implique, cela doit rester dans le domaine artistique ou en lien avec la jeunesse. La question des intermittents est apparue de manière récurrente, tout comme la question de la prévention ou de la sensibilisation des jeunes, notamment à la consommation d'alcool. Pour les seconds, la défense de causes n'entre pas dans le rôle de ce festival. Beaucoup revendiquent l'esprit festif et une certaine défiance à l'égard de ce qu'ils voient comme une tentative de récupération ou d'instrumentalisation politique de la musique ou de la jeunesse. Peut-être faut-il voir ici la manifestation d'un attachement singulier des festivaliers à ce que beaucoup considèrent comme leur festival, et auquel ils s'identifient sans doute en partie.

« Oui, c'est important qu'ils fassent de la prévention. Mais je ne crois pas qu'ils doivent défendre une cause. » (Anne 28 ans, Nancy)

« Pour un festival, à part l'écologie, il y a pas grand-chose à défendre. Il faut que ça reste un festival, après ça devient trop politique. » (Thomas, 32 ans, Montbéliard)

« La cause du bon son ! Non, je pense que défendre l'écologie, l'entraide, la solidarité avec les actions, c'est très bien. Mais plus, ce serait se vendre. » (Philippe, 36 ans, Lyon)

« Est-ce que c'est son rôle ? Son rôle c'est d'organiser les concerts. Peut-être qu'une association, type Croix-Rouge, pourrait encadrer cette opération, qui soit visible. Mais c'est pas au festival de porter ce truc là. (Maxime, 34 ans, Fonctionnaire, Paris)

« Oui, la musique et la culture, les intermittents par exemple. Mais bon, ce n'est pas non plus primordial pour moi. » (Fabien, 29 ans, Sans emploi, Lyon)

« Non, pour moi ce n'est pas le rôle des Eurocks. » (Camille, 19 ans, Pontarlier)

« Oui, en tant qu'acteur majeur de la culture, le festival doit se positionner. Pas forcément trancher, mais au moins proposer le débat, et intervenir dans les champs qui le concernent. » (Claude, 36 ans, Enseignant, Mulhouse)

« Oui, j'imagine que c'est normal pour un festival de cette ampleur de se positionner sur des sujets comme la culture, surtout en ce moment avec le débat sur les intermittents. » (Joséphine, 17 ans, Paris)

F/ L'hébergement : l'importance du camping

Les durées de séjour et le type d'achat de billet sont stables depuis 2010, et traduisent toujours un écart entre les nouveaux publics, qui achètent plus de billets pour un jour seulement – toujours cette assurance à l'égard du « risque » de l'inconnu – et restent un peu moins que la moyenne durant tout le festival.

Quant aux types d'hébergement, on constate la même répartition qu'en 2010. Le camping continue de représenter plus d'un tiers, devant la résidence principale, à plus d'un quart du total, suivi par l'hébergement par les amis ou la famille. Comme en 2010, l'hébergement sous les différentes formes d'hôtellerie est résiduel. Il concerne moins d'un festivalier sur vingt.

Les types d'hébergement

Hébergement	2010 %	2014 %
Au camping du festival	37,8	38,1
Dans votre résidence principale	27,3	28,2
Dans votre famille ou chez des amis	24,5	24
A l'hôtel, en gîte	6,4	4,2
Autres	4	5,5
Total	100	100

Le camping reste donc plus que jamais le centre de gravité de l'expérience des Eurockéennes. Plus généralement, les festivaliers prolongent dans leur hébergement une dimension fondamentalement sociale de la pratique de l'événement. C'est la raison pour laquelle les hébergements qui renvoient le plus à l'individu isolé – comme une chambre d'hôtel – sont si minoritaires.

Nous avons interrogé cette centralité du camping, qui renvoie à un double choix économique et convivial, en demandant aux festivaliers leur évaluation personnelle. Globalement, on peut dire qu'elle est satisfaisante, puisque la note moyenne qu'ils lui accordent est de 7/10. Les nouveaux spectateurs sont un peu plus sévères que les anciens (6,8/10), mais avec peu d'écart, finalement.

Ce qui motive pour aller au camping

Au final, le camping est une composante essentielle des Eurockéennes de Belfort. Il y a fort à parier que sans camping l'ambiance du festival serait différente, y compris dans l'enceinte principale. Le camping est le lieu où l'expérience du festival se vit de façon plus intense, le rapport aux autres y est exacerbé et les contraintes sociales abolies. C'est d'ailleurs ce qu'expriment clairement bon nombre de festivaliers.

> *« Le festival continue sur le camping, même si on est crevé, même s'il y a du bruit. C'est fun, il y a de la vie non-stop. Malgré les substances, on sent qu'il n'y a pas une mauvaise mentalité. » (Nicolas, 30 ans, Ingénieur, Lyon)*

> *« Il y a plus d'échanges avec les autres festivaliers. Une vraie entraide, une vraie dimension collective, c'est drôle à voir. Et puis le retour depuis le lieu du festival sur la voie ferrée vaut le détour. » (Xavier, 25 ans, Etudiant, Toulouse)*

> *« J'ai l'impression que tout le monde se parle, s'aide, tout le monde est dans la même galère, plus ou moins dans le même état. On ne dort pas beaucoup et pas bien par contre. C'est génial, on rencontre plein de monde, on s'amuse beaucoup. » (Julie, 24 ans, Étudiante, Dijon)*

Pourtant, le fait de venir au camping notamment la première fois résultat bien souvent d'un concours de circonstances. Beaucoup de primo festivaliers n'avaient pas le choix et n'auraient pas pu faire le festival sur les trois jours s'ils avaient dû payer leur hébergement.

> *« Ben, on avait pas spécialement le choix de pouvoir rentrer et tout… Et puis l'ambiance au camping ! Je trouve ça vraiment sympa de rencontrer des gens là–bas. » (Arthur, 23 ans, Etudiant, Paris)*

> *« Déjà les billets pour les Eurockéennes, ça fait déjà un budget ! Plus l'hébergement… On s'est dit tant pis on va au camping. Pis finalement, on est pas déçu ! » (Paul, 20 ans, Etudiant, Troyes)*

> *« On a quand même un budget, plus c'est cher, moins on consomme, moins on en profite aussi. Faut bien se dire que la vie est dure de plus en plus pour tout le monde. » (Mathilde, 21 ans, Etudiante, Besançon)*

> *« C'est le moyen le plus pratique et le moins cher de se loger et puis l'ambiance est vraiment bonne. » (Etienne, 19 ans, Vendeur, Suisse)*

Il y a donc naturellement une dimension économique et pratique au fait de venir au camping. Mais pas uniquement. C'est ce que l'on comprend en écoutant les habitués du camping qui sont nombreux. Pour ces derniers, la vie du camping fait entièrement partie du festival et de l'expérience sociale qu'on y vit. Ensuite, parce qu'il y règne une ambiance particulière à laquelle on s'attache et qui exacerbe la relation aux autres. En 2010, nous avions qualifié le camping de « petite république éphémère », sans avoir le recul nécessaire pour savoir s'il s'agissait de l'anatomie d'un instant ou d'un trait distinctif plus durable. Cet esprit « public » s'est vérifié en 2014 où les campeurs avaient d'ailleurs pour tâche d'élire leur maire. Il règne donc au camping une ambiance particulière qui irradie l'ensemble de la manifestation.

Ce qui se passe de singulier au camping

Au camping, l'ambiance « festive », « frivole », « roots » et « bon enfant » dénote un certain esprit communautaire qui transforme le rapport aux autres. La possibilité de parler à tout le monde, d'échanger avec son voisin, de faire des rencontres, de faire la fête et de s'amuser : voilà ce qui caractérise l'ambiance du camping. La consommation d'alcool et de drogues y occupe une place importante. Les barrières symboliques s'amenuisent même si certains restent un peu « privilégiés dans leurs huttes » et les tabous disparaissent : on se promène nu, on partage les « bruits » de ses voisins. Les contacts entre festivaliers se multiplient et la solidarité s'organise derrière le cri fédérateur de l'« apéro !!! ».

« L'ambiance after. Enfin même before et after ! Y a toujours tout le monde qui crie « apero » dans tous les coins. » (Joséphine, 17 ans, Lycéenne, Paris)

« C'est plus encore plus fort que dans le festival, on fait plus de rencontres, les gens sont là. Pendant le festival, les gens vont au concert alors qu'au camping c'est plus tranquille, on a pas spécialement d'impératifs. On rencontre plus facilement les gens Et la nuit… On entend tout plein de choses, les tentes c'est moins épais… La nuit, c'est un vrai baisodrome ! » (Guillaume, 21 ans, Etudiant, Troyes)

« Il y a de l'animation tout le temps, beaucoup de rencontres, c'est très drôle. C'est le prolongement du festival, on n'y dort pas beaucoup, et pas bien, mais on s'y amuse au moins autant et on rencontre beaucoup de gens… C'est l'effervescence, tout le monde parle, tout le monde sourit, on s'y amuse beaucoup. » (Julie, 24 ans, Etudiante, Dijon)

On est d'ailleurs tenté de penser que c'est, en réalité, la seule chose qui semble vraiment s'organiser. Le reste se fait plutôt « à l'arrache » : installation, choix des places, courses… C'est donc au camping, de façon privilégiée, que le festival fait société.

Dans le questionnaire, nous avons ensuite demandé aux festivaliers quels étaient les points forts et faibles du camping. On constate plusieurs choses. Tout d'abord, il y a à peu près autant d'expression en points forts qu'en points faibles, ce qui témoigne d'une satisfaction critique du camping. Ensuite, certains arguments considérés comme des points forts par certains sont, pour d'autres, des points faibles. Il en est ainsi de l'accès, mais aussi du calme, opposé au bruit. Enfin, on remarque que les qualités qui sont accordées au camping se concentrent principalement sur une thématique relationnelle (convivialité, cadre, buvette, activités, accueil…) tandis que les points faibles sont concentrés sur une thématique de service où les toilettes sont, sans surprise, un sujet dominant.

Les points forts et faibles du camping

Points forts	Nombre	Points faibles	Nombre
Convivialité	150	Toilettes	91
Cadre	63	Accès, trajets	53
Services	33	Douches	48
Buvette	23	Hygiène	37
Activités	19	Boue	24
Gratuité	18	Bruit	24
Accès	16	Taille	22
Sécurisé	12	Poubelles	13
Accueil	5	Manque d'ombre	11
Calme	4	Pluie	11
Pratique	4	Eau	9
Divers autres	10	Divers autres	27
Total	357		370

C'est ce que confirment les entretiens. Certes, les festivaliers s'affranchissent rapidement des contraintes liées à l'hygiène. Elle n'a d'ailleurs que peu de place au camping. Toutefois, il semblerait qu'en 2014, les festivaliers aient atteint leurs limites en la matière. Leur tolérance générale a été mise à rude épreuve cette année, notamment en raison de la pluie.

« La boue ! C'est vraiment embêtant, tout le monde piétine vraiment… » (Jules, 19 ans, Etudiant, Troyes)

« Les toilettes… c'est un peu catastrophique » (Fabien, 29 ans, Sans emploi, Lyon)

« Les toilettes et les douches. Là, c'est le bordel, et c'est beaucoup moins joyeux… (Claude, 36 ans, Enseignante, Mulhouse)

« L'état des toilettes après deux jours est quand même assez inquiétant, et les douches… bon, l'hygiène en général, on n'est pas là pour ça, mais ça pourrait quand même être un tout petit peu mieux. » (Stéphanie, 29 ans, Comédienne, Paris)

« J'imagine que tout le monde le dit mais les toilettes et les douches, mais c'est vraiment pas le plus pratique. » (Christophe, 32 ans, Artisan, Bourgogne)

La place et la propreté des douches, le nettoyage des toilettes ont posé problème. Les festivaliers sont d'ailleurs assez prudents lorsqu'ils expriment leur avis. Il faudrait « peut-être… » changer ceci ou cela… Même si tous tolèrent globalement ce « manque d'hygiène ». Peut-être aussi y a-t-il eu un problème d'affluence en 2014. Le manque de place sous le chapiteau a aussi souvent été déploré…

Ce qu'il faudrait changer au camping

3. LES FESTIVALIERS, LEURS PRATIQUES CULTURELLES ET NUMÉRIQUES, LEURS GOÛTS

3. LES FESTIVALIERS, LEURS PRATIQUES CULTURELLES ET NUMÉRIQUES, LEURS GOÛTS

Les pratiques culturelles des festivaliers sont un sujet d'interrogation à plusieurs titres. Le premier est de savoir dans quelle mesure il s'agit d'un public qui a l'habitude de se rendre au spectacle, de fréquenter les œuvres d'art visuel ou patrimonial ou encore la littérature ou le cinéma. Cette information sera l'occasion d'une comparaison actualisée avec les publics des musiques du monde, enquêtés en 2012 en Provence-Alpes-Côte d'Azur (PACA). Nous avons ensuite interrogé les publics sur leurs pratiques musicales en amateur, afin d'avoir une perception de leur implication dans le domaine musical en particulier. Enfin, nous avons souhaité savoir si une telle implication, de telles pratiques étaient accompagnées d'un engagement dans le soutien à des projets musicaux, ou culturels plus généralement, par la voie des différents types de financement participatif.

A/ Les pratiques des sorties culturelles, de lecture et pratiques en amateur

Le niveau des pratiques culturelles était déjà inférieur, aux Eurockéennes, à ce qu'il était dans d'autres enquêtes, comme celle que nous avions menée en 2008 auprès des publics de 49 festivals. Cela reste totalement vrai. En actualisant notre comparaison avec les publics des musiques du monde, on obtient un même décalage. Celui-ci est moins prononcé en matière de cinéma et de concerts. Il est spectaculaire en ce qui concerne les pratiques muséales, chorégraphiques et théâtrales. Ces décalages sont logiques dans la mesure où de telles pratiques sont assez fortement corrélées à la sociographie des publics. Or on sait que ceux des musiques du monde que nous avons étudiées en 2012 sont de niveaux de diplôme plus élevés et de profession et catégorie sociale moins populaires que celui des Eurockéennes.

Les pratiques culturelles des festivaliers

	Aucune fois			Une fois			Plus d'une fois		
	Eurocks 2014	Eurocks 2010	PACA 2012	Eurocks 2014	Eurocks 2010	PACA 2012	Eurocks 2014	Eurocks 2010	PACA 2012
Cinémas	7	6	6,4	17	7,2	9,6	76	86,8	84
Musées, expos	27	23,6	10,9	30	21,4	16,1	43	55	73,1
Concerts	13	9,8	8,9	27	19,3	21	60	70,9	70,1
Théâtre	58	50	27,7	23	20,6	20,3	19	29,4	52
Danse	73	68,8	43,3	18	18,4	22,9	9	12,7	33,8

Les pratiques de lecture des spectateurs

Au cours des 12 derniers mois	DEPS 2008	PACA 2012	Eurocks 2010	Eurocks 2014
Aucun livre	30	11	18	19
Entre 1 et 4	27	10	24	39
Entre 5 et 9	12	11	11	13
10 livres et +	31	69	48	29

*Comparaison Eurockéennes 2014 / Eurockéennes 2010 / Musiques du Monde PACA 2012, et enquête DEPS 2008

Ce qui est cependant plus remarquable, c'est la comparaison dans le temps. La baisse d'intensité des pratiques est générale, même si, ici encore, elle est moins prononcée pour le cinéma. On peut, par exemple, en déduire que la participation aux Eurockéennes constitue, pour 13% des spectateurs, l'unique occasion annuelle d'assister à un concert. On peut aussi en conclure que la participation au festival s'inscrit, pour 60% des spectateurs, dans une pratique sinon régulière, du moins non exceptionnelle des concerts. On peut enfin en conclure que le profil des Eurockéennes, en dépit de sa tendance au vieillissement, est encore moins sensible qu'avant aux pratiques les plus classiques : musées, mais surtout théâtre et danse, de même que lecture de livres. À ce sujet, on assiste à une forte baisse des lecteurs assidus (de 48% à 29% de lecteurs de 10 livres et plus), mais à une hausse des lecteurs exceptionnels ou occasionnels (entre 1 et 4 livres).

Les pratiques musicales en amateurs, que nous n'avions pas interrogées en 2010, se situent à 40% du public ; un peu moins (38%) chez les nouveaux publics que chez les anciens (41%). C'est beaucoup plus que les 24% dont l'enquête du DEPS du Ministère de la Culture parlait en 2008, et encore celle-ci parlait-elle de pratiques d'un art du spectacle en amateur au sens plus général, alors que nous n'avons ici interrogé « que » sur la musique en amateur. D'autres constats portant sur les goûts, ou résultant de nos enquêtes qualitatives montreront cela. Mais avec ce chiffre, il est clair que le public des Eurockéennes est, pour une part significative, investi dans le partage musical en tant qu'amateur, avec ce que cela comporte de connaissance et d'exigence. On est loin de l'image que l'on donne parfois du public de ces « grand'messes » rock, relativiste, fêtard et sans égard pour la programmation.

B/ Les pratiques de financement participatif

Poursuivons sur cette question de l'implication, avec celle qui apparaîtra à certains comme l'indicateur majeur : l'investissement financier. Depuis quelques années sont montés en puissance les différents systèmes privés de financement participatif, ou crowdfunding. Il ne s'agissait pas pour nous de savoir s'ils étaient adaptés à la réalité des festivals, sans doute des organismes trop importants pour susciter de tels nouveaux comportements, sauf exception. Il s'agissait de savoir dans quelle mesure les festivaliers avaient, dans leur rapport à la culture et à la musique en particulier, participé à ce type de procédé, ou de cause. 18% d'entre eux, soit près d'un festivalier sur 5, a participé à une telle opération dans l'année. Ce chiffre nous semble assez considérable, s'agissant d'une pratique en pleine émergence. Plus remarquables encore sont les résultats des croisements que l'on peut faire entre les différentes catégories de public. Le financement participatif est ainsi un peu plus fréquent chez les spectateurs déjà venus, masculins, de catégories sociales supérieures. Mais les écarts sont surtout assez faibles : 20% des hommes contre 15% des femmes ; 25% des spectateurs des classes supérieures contre 16% de ceux des classes moyennes ou populaires. Au fond, l'écart à la moyenne générale n'est pas si important, quelque soit la variable utilisée. Même l'âge, qui conditionne en partie la disposition de ressources autonomes et une possibilité d'engagement économique sur de tels projets, n'a pas de valeur discriminante. Ceux qui y ont souscrit sont plus âgés d'à peine 6 mois que les autres en moyenne.

Ainsi, le financement participatif n'est pas cantonné dans un style très particulier de public. C'est dire que son potentiel de développement n'a pas à s'affranchir de barrières liées à l'âge, au sexe ou à la catégorie sociale. Il est déjà présent dans plusieurs secteurs très distincts du public des Eurockéennes.

Participation à des projets de financement participatif

Variable	%
Anciens	18,4
Nouveaux	16
Hommes	20
Femmes	15
Classes supérieures	25
Classes moyennes	16
Classes populaires	16
Moyenne	18

Enfin, les domaines où ce financement s'est concrétisé sont loin de ne concerner que la musique, voire même la culture. La première occupe certes la première place, mais ne représente que le tiers de l'ensemble des engagements. Les projets touchant à l'environnement et au social, ainsi que les autres projets qui sortent du domaine culturel représentent près de la moitié du total (48,5%).

Domaines d'action du financement participatif

Domaine	%
Musique	32,2
Environnement	18,7
Social	21,6
Autre domaine culturel	19,3
Autre	8,2
Total	32,2

C/ Le festivalier en réseaux : les pratiques numériques

La présence des réseaux sociaux et, d'une façon plus générale, celle des outils numériques ne sont plus à démontrer. Nous avions déjà noté leur importance à l'occasion de l'enquête 2010. Nous allons ici prendre la mesure des évolutions éventuelles dans les modes d'usage de ces outils, en nous intéressant aux différents aspects de la consultation internet ou de l'affiliation aux réseaux sociaux.

Le site des Eurockéennes

Consultation du site des Eurockéennes pour…

Motif	Moyenne	Déjà venus	Nouveaux	Moyenne 2010
Découvrir la programmation	50,1%	55,1%	42,8%	54,1
Acheter un billet	22,1%	22,1%	22,3%	32,6
Organiser votre séjour	12,2%	9,4%	16,3%	
Mieux connaître le festival et son histoire	8,3%	6,1%	11,6%	
Connaître le programme Eurocks Solidaires	7,3%	7,3%	7,0%	
Total	100%	100%	100%	

Le tableau ci-dessus indique le poids respectif des différents usages du site, sur une base de 100%. Comme en 2010, la consultation du site est généralisée, avec 88% d'usage, soit 90% pour les anciens et 85% pour les nouveaux spectateurs. En 2014, nous n'avons pas posé les questions exactement de la même façon, ce qui rend la comparaison incomplète. Cependant, on peut voir que cette consultation s'est à la fois banalisée et stabilisée autour d'une fonction plutôt utilitariste de l'outil. 86,7% des usages étaient à cette fin en 2010. Ils représentent encore 84,4% en 2014 : découvrir la programmation, acheter un billet, organiser son séjour. En conséquence, les dimensions les plus « qualitatives » de la consultation (en 2014 : « Mieux connaître le festival et son histoire », « connaître le programme Eurocks Solidaires » ; en 2010 : « Connaître les avis des autres dans les forums et débats ; « contribuer à ces forums et débats ») sont minoritaires : 15,6% en 2014 ; 13,3% en 2010. Les questions qualitatives n'étant pas du même ordre, la comparaison est délicate. Cependant, on remarque que l'investissement dans la connaissance du festival est plus le fait des nouveaux spectateurs que des anciens, ce qui semble logique : 18,6% des consultations des nouveaux, contre 13,4% de celles des anciens se consacrent à ces aspects.

Pour avoir une idée de ce que ces usages représentent en nombre de festivaliers
– plusieurs réponses étant possibles – voici maintenant les différents usages en pourcentage d'utilisateurs.

Consultation du site des Eurockéennes pour…

Motif	% des festivaliers
Découvrir la programmation	95
Acheter un billet	42
Organiser votre séjour	23
Mieux connaître le festival et son histoire	16
Connaître le programme Eurocks Solidaires	14

Les réseaux sociaux

Sans surprise, Facebook occupe une position dominante sur les réseaux sociaux, tandis que les autres se situent à peu près à égalité autour d'un quart d'utilisateurs, en partie les mêmes que ceux qui sont déjà affiliés à Facebook. La structure de cette domination ne subit que peu de variations avec le renouvellement du public. Les nouveaux festivaliers de 2014, plus jeunes, sont à peine moins nombreux à être affiliés à Facebook et Twitter, et un peu plus à Instagram, mais ces nuances sont marginales.

L'affiliation aux réseaux sociaux

Réseau	% du total	% des répondants**
Facebook	54,1%	93,3
Twitter	14,8%	25,6
Google+	14,9%	25,7
Instagram	13,9%	24
Autres*	2,3%	3,8
Total	100%	

*Linkedin, MySpace, Snapchat, Tumblr. ** Réponses multiples. % supérieur à 100

Se dessine donc une partition des usages, entre Facebook comme passage obligé, et une palette plus ou moins extensive et orientée d'autres réseaux : Twitter pour un suivi au plus près de l'actualité ; Instagram pour le partage d'images ; Google+ dans la continuité d'apprentissage du moteur de recherche, et selon une logique d'intégration de tous les usages, de l'intime au réseautage professionnel. On devine que les profils sociaux correspondants ne sont pas insensibles à ces distinctions. En effet, si Facebook est encore plus présent chez les utilisateurs populaires, la classe supérieure se caractérise par un usage plus important de Google+, tandis que la classe moyenne est plus présente que les autres dans l'utilisation d'Instagram. L'âge est également un élément à prendre en considération. Les lycéens, par exemple, sont plus présents sur Instagram et moins sur Twitter ou Google+. Au-delà de ces nuances sociologiques, on voit se confirmer une logique de communication à la fois partagée et diversifiée.

L'utilisation des réseaux sociaux autour du festival est le fait de 57% des publics, sans aucune variation liée au fait d'être ou non nouveau aux Eurockéennes.

La fréquentation des réseaux sociaux pour…

Usage	2010	2014	% du public
Pour consulter les avis des autres	37	46	31
Pour partager vos goûts et expériences	44	20	14
Pour donner votre propre avis	12	14	10
Pour partager vos photos, vos vidéos	7*	20	14

* En 2010, 7% de réponse « autres », dont la photo et la vidéo

D'autre part, les autres ressources utilisées autour du festival concernent 28% des festivaliers, pour des usages en majorité tournés vers les sites de médias, plutôt que des sites d'artistes. Cela traduit sans doute, ici à une

échelle plus limitée, un intérêt pour les idées, critiques, à propos de la programmation, plutôt qu'une adhésion directement ciblée sur les artistes eux-mêmes.

L'usage des réseaux sociaux apparaît donc plus que jamais comme le prolongement de l'expérience du festival, dans l'échange d'opinion, de goûts, d'images. La consultation des avis des autres est plus forte du côté des nouveaux arrivants, ce qui accrédite l'idée d'un « parrainage virtuel » entre ces derniers et les fidèles du festival. À cet égard, on ne constate pas d'écart particulier lié à l'appartenance à telle ou telle catégorie sociale.

La pratique de l'image pendant le festival

Type de pratique	% *
Aucune pratique déclarée	36
Prendre des photos	55
Publier ces images sur les réseaux sociaux	30
Partager ces images avec vos amis pendant le festival	26
Faire une vidéo	26

* plusieurs réponses possible. Total supérieur à 100%

D'autre part, les autres ressources utilisées autour du festival concernent 28% des festivaliers, pour des usages en majorité tournés vers les sites de médias, plutôt que des sites d'artistes. Cela traduit sans doute, ici à une échelle plus limitée, un intérêt pour les idées, critiques, à propos de la programmation, plutôt qu'une adhésion directement ciblée sur les artistes eux-mêmes.

L'usage des réseaux sociaux apparaît donc plus que jamais comme le prolongement de l'expérience du festival, dans l'échange d'opinion, de goûts, d'images. La consultation des avis des autres est plus forte du côté des nouveaux arrivants, ce qui accrédite l'idée d'un « parrainage virtuel » entre ces derniers et les fidèles du festival. À cet égard, on ne constate pas d'écart particulier lié à l'appartenance à telle ou telle catégorie sociale.

D/ L'évolution des goûts musicaux

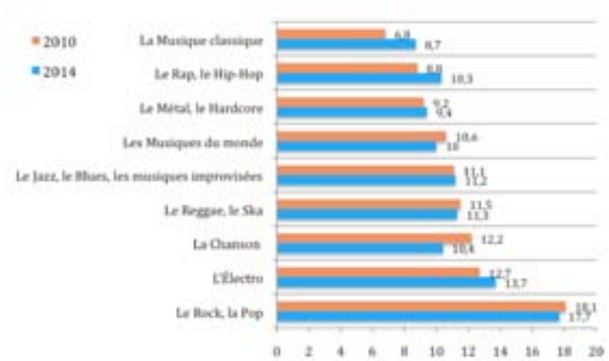
En 2010, nous avions constaté que les goûts étaient liés, de façon intéressante, à la diversité des publics. Sans chercher à assigner tel ou tel goût à telle ou telle appartenance sociale, de niveau scolaire ou de sexe, il était clair que les goûts qui s'exprimaient, avec d'ailleurs beaucoup de nuances – tant dans les questionnaires écrits que dans les entretiens qualitatifs – nous disaient quelque chose d'important quant à l'identité de notre interlocuteur.

Dans ce paragraphe, nous allons d'abord mesurer les évolutions dans la hiérarchie globale des goûts musicaux, puisque nous avons interrogé les festivaliers à partir de la même grille d'esthétiques.

Les goûts des festivaliers se transforment, même si c'est de façon lente et parfois dans des sens apparemment contradictoires.

- Les goûts en essor sont l'électro, le rap et hip-hop, et … la musique classique, même si celle-ci demeure dernière du classement. Elle n'est plus si éloignée du Métal, qui séduit toujours ses fans, mais est aussi rejeté par une majorité des autres.
- L'appréciation est stable pour le rock et la pop - l'identité de base du festival – mais aussi pour les musiques du monde, le reggae et le ska, et le métal.
- La seule baisse conséquente concerne la chanson, qui perd près de deux points de moyenne, ce qui est considérable selon notre méthode.

Evolution des goûts musicaux des festivaliers – 2010-2014 (note /20)



On remarquera que le regain assez net de la musique classique s'opère de façon assez équivalente dans les différentes classes sociales. Certes l'appréciation moyenne est, ici encore, supérieure pour les festivaliers appartenant aux classes supérieures. Mais les écarts ne sont pas très prononcés.
De même, ceux qui apprécient le Métal sont plus souvent d'origine populaire, mais l'écart avec les classes supérieures n'est pas non plus très caractérisé. Il semble que l'on doive donc plus que jamais conjuguer l'éclectisme au pluriel des conditions sociales, d'âge et de niveau scolaire des festivaliers.

Cela n'est pas contradictoire avec le maintien d'une spécificité de la palette de goûts des publics des Eurockéennes, cette fois comparés à ceux des publics de musiques du monde. C'est leur hiérarchie claire entre, d'une part, un amour du rock qui ne faiblit pas et qui est, seul, très haut, et d'autre part, le reste des musiques qui est bien moins prisé. En musiques du monde, on trouve à un très haut niveau d'appréciation plusieurs genres musicaux. Aux Eurockéennes, on est plutôt en présence de goûts « moyens », qui sont le résultat d'une grande diversité gustative.

Selon notre méthode, une note moyenne pour un style musical a deux origines possibles : un petit nombre de vrais fans ; un grand nombre d'amateurs modérés (cf. plus loin notre analyse de la polarisation des goûts).
Dans ce contexte, la place de l'Électro témoigne à la fois d'une identité traditionnelle du festival – on pense aux programmations précoces de groupes emblématiques comme Portishead ou Chemical Brothers dès 1989 – et d'un ancrage dans les tendances musicales contemporaines. Elle peut aussi être tout simplement le reflet de la programmation 2014 dans ce domaine.

Une même explication ambivalente (tendance de fond ou effet ponctuel de programmation) peut être donnée à la baisse de la note obtenue par la chanson. Mais ces évolutions ne modifient pas une structure opposant un genre rock & pop hégémonique à l'ensemble des autres.
Ne peut-on pas, dès lors, opposer un éclectisme de *la tolérance* (les Eurockéennes) à un éclectisme de *la préférence* (les musiques du monde) ? Il y a là une piste à creuser, en tous cas. On peut l'illustrer en examinant la polarisation des goûts musicaux.

Modulations de goût des festivaliers

	Pas du tout	Peu	Assez	Beaucoup	Total
Classique	20%	42%	26%	13%	100%
Jazz	11%	32%	36%	21%	100%
Rock	1%	4%	24%	71%	100%
Rap	17%	35%	27%	22%	100%
Métal	26%	30%	21%	23%	100%
Reggae	12%	30%	36%	22%	100%
Electro	8%	18%	34%	40%	100%
Monde	16%	35%	31%	18%	100%
Chanson	15%	34%	32%	19%	100%
Total	14%	29%	30%	28%	100%

Pour prendre la mesure de ce phénomène de polarisation, nous avons souhaité analyser tous les genres musicaux proposés. 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 »). Comme on le voit sur le tableau général, dans la plupart des cas, nous avons affaire à des goûts « centrés », ce qui témoigne de cet éclectisme de tolérance que nous venons d'évoquer. En gros, cette majorité de positions centrales indiquent des individus qui n'aiment pas vraiment telle ou telle musique, mais un peu seulement, ou une partie de ce registre et pas un autre. D'où un « assez » qui laisse la place à la nuance.

Evolution 2010-2014 de la position centrée/polarisée des goûts

	2010		2014	
	Centrée	Polarisée	Centrée	Polarisée
Classique	68%	32%	68%	32%
Jazz	68%	32%	68%	32%
Monde	67%	33%	66%	34%
Chanson	67%	33%	66%	34%
Reggae	63%	37%	66%	34%
Rap	60%	40%	61%	39%
Electro	56%	44%	52%	48%
Métal	52%	48%	51%	49%
Rock	23%	77%	28%	72%

La structure d'appréciation est remarquablement stable. Globalement, on voit que les goûts restent centrés en majorité (58%). Le rock est, sans surprise, beaucoup plus polarisé que les autres, en raison du grand nombre de réponses « j'aime beaucoup ». L'électro suit logiquement la même tendance, mais à un niveau inférieur : peu de rejet, mais plus d'appréciations modérées et moins de fans que le rock. Les deux autres genres les moins centrés participent d'une autre tendance : le métal et le rap opposent, plus que les autres, détracteurs radicaux et amateurs résolus. Cela donne l'image de segments de publics spécifiques. À l'inverse, le goût croissant pour la musique classique s'oriente bien plus vers les expressions modérées (« un peu », « assez »), à l'instar du jazz. C'est un constat que nous avions déjà fait en 2010. Sans doute cela témoigne-t-il d'un certain vieillissement du public, voire de sa féminisation ? Pour le savoir, on peut examiner les profils de goûts, et leur orientation sociologique.

L'éclectisme de tolérance, que souligne cette faible polarisation des goûts, n'est pas plus contradictoire avec le fait (persistant) qu'on n'aime pas « impunément » telle ou telle musique ; et que donc le goût musical nous dit quelque chose sur l'identité sociologique des individus. En 2010, nous avions dégagés différents profils de goûts.
Sont-ils les mêmes en 2014 ?

E/ De nouveaux profils de goût musical ?

Les profils que nous avions identifiés en 2010 s'établissaient ainsi :
- « Classique-Electro-Monde » (22%)
- « Métal » (19%)
- « Rock-Chanson-Reggae » (17%)
- « Rap-Métal » (16%)
- « Classique-Jazz-Rock » (14%)
- « Reggae-Electro-Rap » (10%)
- « Rock-Métal » (2%)

En 2014, notre méthode de classement identifie également 7 profils.
A/ « Electro-Rock » » (23%)
B/ « Classique-Jazz-Rock » (14%)
C/ « Rap-Electro » (11%)
D/ « Tous sauf le rap » (17%)
E/ « Reggae-Rap-Electro-Monde » (13%)
F/ « Métal » (13%)
G/ « Eclectiques » (9%)

Cinq recoupent à peu près les anciens :
- un goût plus prononcé pour l'électro et le rock, qui exprime une tendance centrale du public des Eurockéennes (23%) ;
- une préférence marquée pour le jazz et le classique (14%) ;
- un profil qui relie Reggae, rap, Électro et musiques du monde (13%) ;
- un goût résolu pour le métal (13%) ;
- une combinaison orientée vers le rap et l'électro (11%).

Deux profils n'apparaissent plus.
Le premier associait le rock au reggae et à la chanson, et le second le rock et le métal. En revanche, deux nouveaux profils se dégagent, tous deux marqués par l'éclectisme, dont la montée se trouve donc confirmée, y compris parmi les classes populaires. Notamment, le profil G dont la composition socioprofessionnelle retranscrit la moyenne de l'échantillon (28% de classes populaires et 41% de classes supérieures). Quant au profil D, il manifeste un éclectisme qui embrasse presque tous les genres, sauf le rap.

Malgré l'amélioration de l'appréciation moyenne du classique, celui-ci ne caractérise qu'un profil en particulier, le même qu'en 2010, les « Classic-Jazz-Rock » dont l'importance n'a pas varié. Il recueille également des appréciations favorables dans deux autres profils qui se caractérisent par leur dimension éclectique. Le goût pour la musique classique a t-il toujours ce pouvoir de distinction qu'on lui a longtemps prêté ? C'est ce que nous verrons plus loin.

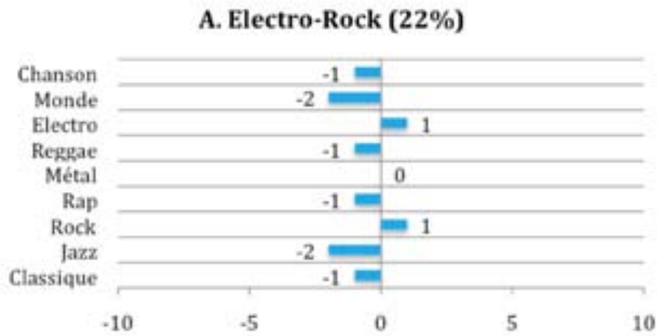
Le goût pour le métal suit une évolution inverse. En 4 ans, ce groupe passe de 19% à 13%.
Cette évolution questionne. Les Eurockéennes restent-elles un rendez-vous incontournable des « métaleux » ? Face à la montée de festivals dont la programmation est plus affirmée sur ce créneau, du Hellfest en Pays de la Loire au Sonisphere en Suisse[5], on peut se poser la question. Même minoritaire, ce profil n'en demeure pas moins une composante non négligeable du public des Eurockéennes.

Si ces profils ont un intérêt, c'est bien sûr pour apprécier la diversité des goûts qui s'expriment et évoluent. Mais c'est surtout pour prendre en compte le lien qui existe entre ces goûts et l'identité des festivaliers. Nous allons donc passer en revue les 7 profils en mettant en évidence leur spécificité sur les points suivants :
- les variables sociologiques de base (âge, sexe, niveau scolaire, PCS, origine géographique)
- les orientations politiques
- le degré d'ancienneté ou de nouveauté de la participation

Les graphiques qui représentent nos profils expriment, en positif ou en négatif, l'écart par rapport au profil moyen tel que nous l'avons présenté plus haut. Ainsi, le premier profil « électro-rock » est encore plus fan de rock que la moyenne, autant amateur de métal, mais moins amateur de musiques du monde ou de jazz, entre autres.

Nous caractérisons ces profils par rapport à certaines variables. En gras (le plus souvent) sont les chiffres qui sont, pour chaque profil, supérieurs à la moyenne. En italique au contraire, nous pointons ceux qui sont inférieurs à la moyenne générale de l'échantillon. Celle-ci est mentionnée entre parenthèses.

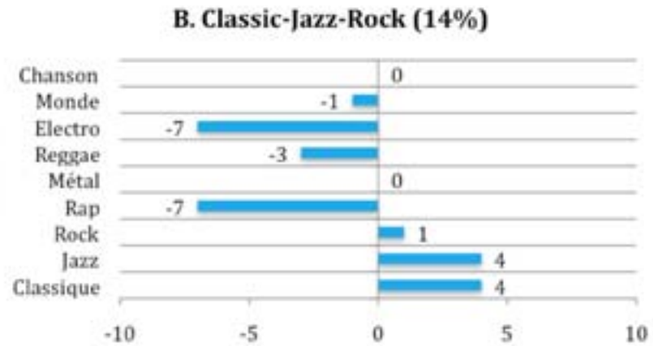
[5] Mais aussi, en France, le Motocultor festival en Bretagne, le Xtrem Fest à Albi, le Sylak Open Air dans l'Ain, Les Métallurgicales dans le Nord ; de même qu'en Europe aux portes de Belfort, où l'on peut citer entre autres le Greenfield festival en Suisse, le Summer Breeze à Dinkelsbühl, le Rock'n'Heim à Hockenheim ou encore le Graspop Métal Meeting et le Power Prog & Metal festival en Belgique.



Caractéristiques :
(entre parenthèses : moyenne générale ; en gras : > à la moyenne ; en italique : < à la moyenne)

- **55%** de femmes (51%)
- **31%** de classes populaires (27%)
- **34%** d'électeurs de gauche (31%)
- **60%** d'actifs et 35% d'étudiants (56% et 30%)
- **77%** de diplômés du supérieur (75%)
- *13%* de belfortain (16%)
- **23%** ont entre 30 et 39 ans (19%) et 28 ans d'âge moyen (29)
- **30%** viennent en couple (25%)
- **24%** sont venus pour la première fois entre 2000 et 2004 (18%)
- **37%** ont fait plus de 6 éditions (32%)
- **69%** sont déjà venus (66%)

Ce profil, qui dans l'expression de ses goûts est assez proche de la moyenne – les écarts, en positif ou négatif, restent limités – est donc plus populaire, plus fidèle mais venant plus souvent de l'extérieur de la région. Plus féminin que la moyenne, il est aussi un peu plus à gauche. C'est donc un groupe assez central du public des Eurockéennes.

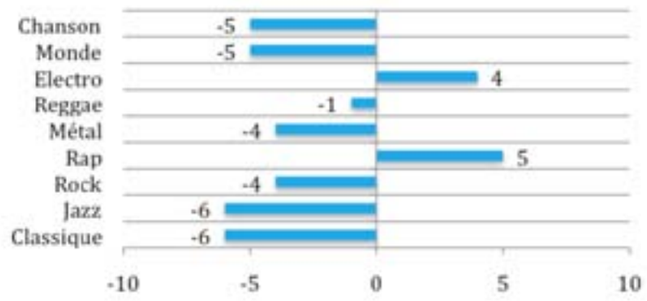


Caractéristiques :

- **53%** de femmes (51%)
- **45%** de classes supérieures (40%)
- **40%** de gauche (31%) et **23%** de droite (18%) !
- **60%** d'actifs et **35%** d'étudiants (56% et 30%)
- **80%** d'études sup (c'est le profil où il y en a le plus)
- **21%** ont plus de 40 ans (13%) et l'âge moyen est de **30 ans** (29)
- **41%** viennent voir des groupes en particulier (27%)
- **67%** sont venus pour la première entre 2006 et 2013, **37%** depuis 2011
- **42%** ont fait une ou deux éditions du festival
- **40%** n'étaient jamais venus (34%)

C'est un profil qui marque une distance à l'égard des musiques amplifiées populaires. On voit bien, contrairement au profil précédent, que les écarts à l'égard de la moyenne sont bien plus intenses, en positif comme en négatif. Avec 45% de classes supérieures associées au goût pour le classique, on voit combien cette orientation conserve un certain pouvoir de distinction, et exprime une identité spécifique en termes d'âge, d'activité, mais aussi de sexe. C'est aussi un profil où la conscience politique est plus affirmée, et plus « centrale » : gauche, droite. Plus diplômé et âgé que la moyenne, c'est pourtant un public assez nouveau aux Eurockéennes, et marqué par une participation plus intermittente et sélective. Avec le suivant, ce profil est représentatif des goûts des nouveaux venus.

C. Rap-Electro 11%

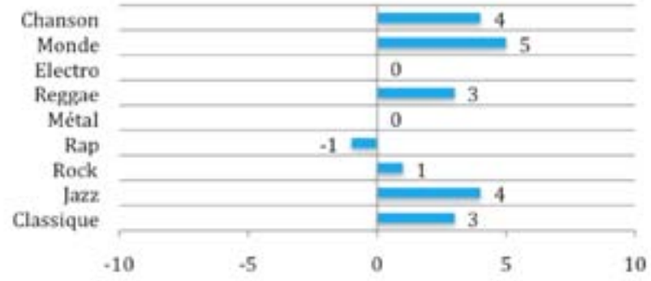


Caractéristiques :

- *49%* de femmes (51%)
- **28%** ont moins de 20 ans (15%) et l'âge moyen est de **23 ans** (29)
- Mais tout de même *5 éditions* du festival déjà vécues en moyenne (6)
- **33%** de classes pop et autant de classes moyennes.
- **50%** n'a aucune affinité politique particulière (25%) ; même si **21%** se sentent plus proche de la droite (18%).
- **53%** de lycéen ou d'étudiant (37%)
- **33%** de bacheliers (18%) et *60%* d'études sup (75%)
- **47%** vont au camping (37%)
- **58%** viennent entre amis (55%) et peu en couple : *18%* (25%)
- **31%** viennent pour certains groupes plus que pour le festival (27%)
- **43%** n'étaient jamais venus (34%)

Voici un profil très exclusif, où les écarts à la moyenne sont également bien marqués, mais en sens inverse du précédent. On peut y voir une des limites pratiques à l'idée d'éclectisme absolu des goûts musicaux. C'est à la fois le profil le plus jeune, et avec le E : « Reggae-Rap-Electro-Monde », le plus populaire et celui qui va le plus au camping. C'est le profil où les classes supérieures sont les moins représentées, ainsi que les femmes. D'une certaine manière, c'est, après le B : « Classic-Jazz-Rock », l'autre face du nouveau public des Eurockéennes.

D. Tous sauf le rap (17%)

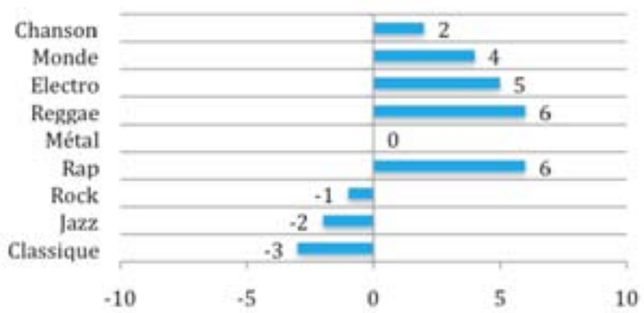


Caractéristiques :

- **55%** de femmes (51%)
- **22%** ont plus de 40 ans (13%) et la moyenne d'âge est de **31 ans** (29)
- **53%** de classes supérieures (40%)
- **21%** d'écologistes (12%)
- **24%** engagés dans un financement participatif
- **81%** ont fait des études supérieures (75%)
- **66%** habitent hors de la région FC (58%)
- **75%** viennent pour le festival en général (73%),
- **7%** viennent depuis 1989 (3%)
- **34%** ont participé à plus de 6 éditions (32%)

C'est le premier profil plutôt éclectique, avec une dépréciation du rap qui reste modérée, un peu comme celle touchant le Métal. L'appréciation de l'électro est conforme à la moyenne, c'est-à-dire plutôt bonne.
C'est un public singulier : il est à la fois l'un des plus féminins, le plus âgé, le plus favorisé en termes de classe sociale, de diplôme, et l'un des plus fidèles à l'événement. Que 7% d'entre eux soient des festivaliers de la toute première édition en indique l'ancienneté. Le nombre d'éditions suivies, également supérieur à la moyenne, en dit la fidélité. C'est d'abord la vérification d'une grille de lecture sociologique désormais classique, celle de Peterson, qui évoque l'éclectisme de la classe supérieure. Mais c'est aussi une certaine idée de la culture des Eurockéennes, en tous cas de ses piliers : ouverture, disponibilité à la découverte, large spectre de goûts. Pour certains, c'est sans doute le témoignage d'une « carrière » de festivaliers, par ailleurs souvent extérieurs à la région.

E. Reggae-Rap-Electro-Monde (11%)



Caractéristiques :

- **56%** de femmes (51%)
- **63%** ont entre 20 et 29 ans (53%) et la moyenne d'âge est de **25 ans** (29).
- C'est le profil qui vient depuis le moins longtemps (**2008** contre 2005 en moyenne) : **43%** n'ont fait qu'une ou deux éditions antérieures (35%)
- **42%** sont venus pour la première fois entre 2011 et 2013 (29%)
- **33%** appartiennent à la classe populaire (27%) sans dépasser les classes supérieures (37%) contrairement au Profil C « Rap-Electro ».
- **39%** sont lycéens ou étudiants (37%) mais les actifs restent majoritaires (57%)
- Ils sont très proches de la moyenne en matière de positionnement politique et de diplôme.
- **28%** se sont engagés dans un financement participatif (18%)
- C'est le profil où les belfortains (**21%** contre 16% en moyenne) sont les plus nombreux (avec le F)
- **45%** vont au camping (37%), très révélateur des pratiques des jeunes festivaliers
- **67%** y viennent entre amis (55%)
- **80%** viennent pour le festival en général (73%). C'est le profil qui marque la tendance la plus forte sur ce point avec le G.

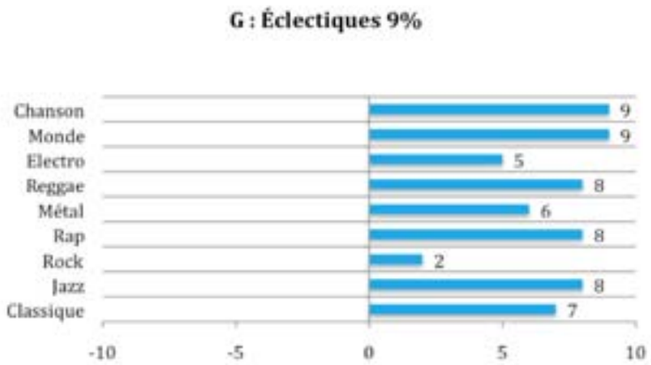
Deuxième profil éclectique, la diversité des goûts qu'il affiche est cependant différente de celle du précédent. Le rap, fortement apprécié, prend la place qu'occupaient le classique et le jazz dans le profil D. C'est donc un profil certes diversifié, mais dans le registre des musiques populaires. On peut aussi le voir comme un déclinaison plus ouverte du profil C : une préférence avant tout pour le rap et l'électro mais étendue au reggae, aux musiques du monde et, dans une moindre mesure, à la chanson. C'est un public très jeune et plus féminin que la moyenne, et on notera avec intérêt que, presque aussi jeune que le profil C, il affiche pourtant des goûts différents. L'âge n'est donc pas, cela se vérifie, une variable déterminante à elle seule des préférences musicales. Au sein d'une même génération peuvent coexister différents rapports à la musique. De la même façon, contre ceux qui pensent que le rap était plutôt un genre « masculin », ce profil apporte un démenti très clair. Le sexe, pas plus que l'âge, ne délivre une réponse unilatérale quant aux goûts musicaux. Cet éclectisme « tempéré » est enfin la démonstration que les classes populaires (contrairement à une certaine interprétation des travaux de Peterson) ne sont pas condamnées à l'univorisme, ou la passion pour des registres en nombre limité, alors que les classes supérieures auraient, elles, une palette de goût forcément très étendue.

F. Métal (13%)

Caractéristiques :

- *46%* de femmes (51%)
- C'est un profil dans la moyenne d'âge (29 ans) qui a découvert le festival plutôt récemment puisque **44%** de ces festivaliers n'ont assisté qu'à une ou deux éditions antérieures du festival (35%) et **35%** sont venus pour la première fois entre 2011 et 2013 (29%).
- **24%** sont nouveaux (34%) Ce sont donc des festivaliers récemment fidélisés.
- **31%** de classes populaires (27%) et autant de classes moyennes. Les classes supérieures y restent en tête (35%), tout en étant moins présente qu'en moyenne (40%).
- Politiquement, la gauche est à la peine : **20%** de festivaliers à droite (18%) et surtout 34% qui refusent de se positionner (25%). Enfin, les sympathisants d'extrême droite **(6%)** sont ici deux fois plus nombreux qu'en moyenne (3%).
- C'est le groupe qui compte le plus d'actifs : **64%** contre 56%) et le moins d'étudiant : 19% contre 30%.
- Les belfortains y sont bien représentés (**21%** contre 16%) tout comme le reste de la Franche-Comté (**32%** contre 26%).
- 31% de ces festivaliers viennent en couple (25%)
- 32% viennent pour voir des groupes précis (27%) plutôt que pour le festival en général.

Le profil précédent montrait qu'il pouvait exister un certain éclectisme populaire. Celui-ci, avec la même identité sociologique, montre l'inverse : une palette resserrée autour du métal avec le rock, comme pour tous les profils, qui reste bien apprécié (avec 18/20), et même plus que le métal (12/20). Ce qui caractérise surtout ce profil, c'est le rejet assez massif de tout ce qui n'est pas rock ou métal. Aucun autre genre musical n'atteint la moyenne. C'est enfin le groupe qui compte le moins de nouveaux venus tout en comptant beaucoup de premières fois récentes. Le goût quasi-exclusif pour le métal est aussi significativement masculin, comme on l'avait déjà constaté en 2010. Cela incite à penser que les femmes sont davantage présentes dans les profils éclectiques que dans ceux qui se concentrent autour de goûts spécialisés (rap, métal, électro). Si le goût du métal est, par rapport à l'enquête 2010, en déclin en tant que goût exclusif ou presque, il est présent de façon diffuse dans les profils plus éclectiques, et notamment le dernier d'entre eux.



Caractéristiques :

- **28%** ont entre 30 et 39 ans (19%). L'âge moyen est de *28 ans* (29).
- **39%** ont fait plus de 6 éditions du festival (32%). Ce sont donc des fidèles.
- **33%** viennent depuis les années 1990 (20%) : une fidélité ancienne.
- **83%** viennent pour le festival en général (73%)
- 7**%** sont retraités (1%) : c'est le profil qui les concentre presque tous.
- **17%** sont d'extrême gauche (8%).
- En termes de PCS et de diplôme, le profil est dans la moyenne
- 29% engagés dans un projet de financement participatif.
- **51%** de pratiquants de musique amateur (43%)
- **49%** vont au camping (37%)
- **58%** viennent plutôt entre amis (55%) ; surtout : **7%** viennent seul (3%)

Ce profil éclectique pourrait très bien être un biais d'enquête, et ne révéler en fait que les spectateurs lassés du questionnaire, et ayant répondu qu'ils aimaient tout. Mais le sérieux avec lequel les questionnaires ont été remplis invalide cette thèse. On peut aussi imaginer les festivaliers qui, faisant leur choix à l'intérieur de ces genres, indiquent se retrouver dans tous les genres, mais sans doute pas pour tout ce que contient chacun d'entre eux. Portishead mais pas toute l'électro ; Olivia Ruiz mais pas toute la chanson, etc. C'est, en tous cas, le seul profil vraiment éclectique. La chanson et les musiques du monde sont plus prisées ici. Aucun genre ne descend en dessous de 18/20, excepté le classique (16/20) et le métal (15/20). Il donne l'image d'une compétence musicale supérieure à la moyenne, puisée dans la pratique instrumentale, l'ancienneté de participation ou l'engagement politique et civique.

Nous aboutissons ainsi à une assez grande diversité de profils, que chacune des variables, prise isolément, ne permet pas d'expliquer. Il y a indéniablement une influence de ces variables, mais elles peuvent orienter les goûts de plusieurs façons. Pour s'en convaincre, regardons en conclusion vers quels profils nous conduisent les principales variables utilisées, sous la forme de questions simples :

Des variables aux profils de goûts

Question : vers quel(s) profils s'orientent…	Réponse
Les femmes ?	B : Jazz & Classique ; A : Électro-Rock ; D : Tout sauf le rap
Les très diplômés ?	D : Tout sauf le rap ; B : Jazz & Classique
Les classes supérieures ?	D : Tout sauf le rap
Les classes populaires ?	C : Rap-Électro ; E : Reggae, Rap, Electro, Monde
Les campeurs ?	C : Rap-Électro ; G : Éclectiques
Les jeunes ?	C : Rap-Électro ; E : Reggae, Rap, Electro, Monde
Les anciens ?	D : Tout sauf le rap ; B : Jazz & Classique
Les Étudiants ?	C : Rap-Électro
Les musiciens amateurs ?	G : Éclectiques ; B : Jazz & Classique
Les gens de gauche ?	G : Éclectique ; B : Jazz & Classique
Les gens de droite ?	F : Métal ; C : Rap-Électro
Les politiquement rétifs ?	C : Rap-Électro ; F : Métal
Les belfortains	E : Reggae, Rap, Electro, Monde ; F : Métal
Les nouveaux festivaliers 2014	C : Rap-Électro ; B : Jazz & Classique
Les plus anciens fidèles	D : Tout sauf le rap ; G : Éclectiques

On voit se dessiner quelques regroupements logiques, mais à chaque fois quelques surprises :

- Le classique et le jazz attirent plus les femmes, les diplômés, les musiciens amateurs. Mais il était moins évident qu'ils attirent les gens de gauche ou les nouveaux spectateurs 2014.
- Le rap et l'électro attirent les jeunes, les classes populaires, les étudiants, mais aussi les nouveaux festivaliers et les gens de droite.
- Le Métal attire davantage les hommes, mais aussi les belfortains et les gens de droite.
- Les éclectiques véritables se retrouvent plus chez les musiciens amateurs, les plus fidèles, mais aussi chez les gens de gauche, etc.

Au fond, cette mise en relation de variables sociologiques et de goûts musicaux doit nous convaincre de deux phénomènes également vrais, alors qu'ils opposent souvent deux écoles de pensée :

a) les orientations gustatives expriment une identité sociologique. On n'aime pas telle musique par simple choix individuel ; illustration : les très diplômés valorisent le jazz et le classique ;

b) les orientations gustatives renvoient à une pluralité d'appartenances sociales, d'identité et de types de participation au festival ; illustration : les « tout sauf le rap » sont à la fois plus féminins, jeunes, plus fidèles, de classes sociales supérieures.

En conclusion, on peut penser que l'influence des déterminants sociaux (diplôme, catégorie professionnelle, âge) est remise en jeu par des trajectoires vécues (niveau de participation, pratique amateur, sociabilité de camping, etc.). Toutes choses égales par ailleurs, l'expérience festivalière – et notamment celle qui s'effectue dans le temps long et/ou dans le cadre du camping – favorise une orientation plus nette vers les profils les plus éclectiques. Ce jeu qu'apporte la pratique à l'égard des identités initiales est plus particulièrement vérifiable par la méthode qualitative.

4. LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DES EUROCKÉENNES

4. LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DES EUROCKÉENNES

La démonstration des retombées économiques d'un festival est souvent attendue par ses promoteurs. La pression sur les chiffres est particulièrement forte, dans un contexte de crise des finances publiques. En chercheur, une extrême prudence est de bon aloi à ce sujet, tant les méthodologies les plus diverses sont proposées, chacune avec ses avantages et inconvénients (Négrier & Vidal 2009). Fin 2013, une étude menée conjointement par les ministères de la Culture et des Finances (Kancel, Itty, Weill et Durieux 2013), a rappelé ces difficultés. Elle a cependant rappelé combien la culture représentait, en ces temps de croissance maussade, un levier important en termes d'économie et d'emploi. Nous évoquons ici des chiffres qui sont fondés sur plusieurs sources déclaratives (notamment celle des festivaliers), que nous projetons comme estimation valable pour l'ensemble des festivaliers. Notre échantillon étant représentatif des différentes catégories de publics, cette estimation est fiable. Nous allons successivement présenter les retombées directes, les retombées indirectes, et le total de ces deux sources. Nous n'analysons pas les retombées induites, celles qui résulteraient d'un calcul estimatif de ce que les retombées de premier cycle de dépense engendreraient en second cycle[6].

A/ Les retombées directes

Du côté des retombées directes, nous considérons les dépenses que le festival accomplit sur son territoire. En l'occurrence, le territoire de référence est celui de l'aire urbaine Belfort-Montbéliard, ce qui s'explique par la continuité urbaine de l'espace considéré, en partie sur le Territoire de Belfort et sur le département du Doubs, mais aussi parce que cette aire urbaine, disposant d'une identité institutionnelle, contribue au soutien du festival, même si c'est de façon moins importante en 2014 qu'au cours des années passées. Nous avons cependant mentionné le Grand Est comme autre territoire de référence, dont nous avons pu retracer l'évolution ente 2010 et 2014.

Retombées économiques directes du festival (2010-2014)

	2010	2014
Grand Est	2,58 M€	2,9 M€
Part des dépenses totales	51,2%	42,4%
Aire Urbaine	1,38 M€	1,79 M€
Part des dépenses totales	27,6%	26,0%

Les retombées directes sont croissantes en volume sur les deux espaces de référence. Mais elles suivent une évolution distincte en pourcentage, selon que l'on considère le Grand Est, où on observe une baisse, et l'Aire Urbaine, où l'on observe une relative stabilité. Ces évolutions s'opèrent dans un contexte de croissance soutenue du budget, passant d'environ 5 millions d'euros en 2010 à près de 7 en 2014.

[6] Exemple de premier cycle : les dépenses du festival en salaire pour rémunérer Monsieur X. Exemple de second cycle : les dépenses de Monsieur X. sur le territoire, qui engendrent des revenus pour Monsieur Y., qui lui-même effectue des dépenses, etc.

Ventilation des retombées territoriales par type de dépense

Type	% des retombées
Artistique	6,5
Technique	34,7
Communication	12,1
Pôle commercial	40,7
Accueil	6
Taxes	0
Total	100

La ventilation des dépenses effectuées sur l'aire urbaine, en pourcentage et avec une présentation plus détaillée qu'en 2010, est quelque peu différente. En effet, nous avions comptabilisé plus de 80% de frais techniques, mais en y intégrant ce qui est, ici, distingué : les dépenses proprement techniques, dont la moitié environ sont effectuées sur le territoire ; les dépenses du pôle commercial ; celles de l'accueil (soit 81,3%). La part des frais artistiques est bien sûr limitée dans ces retombées, dans la mesure où un très petit nombre d'artistes, et une proportion encore plus faible des rémunérations artistiques s'effectue au profit d'acteurs établis sur l'aire urbaine.

B/ Les retombées indirectes

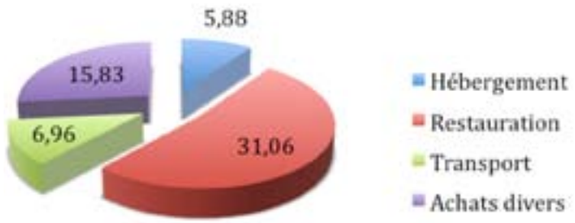
Quant à la population de référence, nous avons écarté la population locale de l'analyse des retombées, puisque celle-ci affecte au festival des sommes qui sont déjà présentes, par définition, sur le territoire. Mais qu'est-ce que la population locale ? Dans le cas de Belfort, nous avons considéré le département en son entier comme relevant du local, ce qui est cohérent à la fois du point de vue de la taille relativement petite du Territoire de Belfort, et du point de vue du principal financeur public du festival : le Conseil Général. Nous ôtons donc de notre calcul 18,6% des spectateurs.

Ensuite, nous avons considéré les dépenses de billetterie comme des ressources qui contribuent à la valorisation d'une entreprise locale. Nous les avons donc comptées comme retombées, ce qui n'est pas toujours le cas des analyses de retombées.

En dépit de ces précautions et interprétations, nous ne pouvons livrer ici une information comptable des retombées. Trop d'incertitude pèse sur des données sujettes à débat et à imprécision liée à leur caractère déclaratif. Mais cependant, nous pouvons les considérer comme des estimations relativement fiables.

Nous comptabilisons une audience totale de 102 000 spectateurs, dont la moyenne de séjour est de 2,36 jours. En conséquence, nous parvenons à 43 220 spectateurs différents. Il convient ensuite de défalquer les 18,6% de spectateurs locaux, ce qui nous conduit à traiter de 35 181 personnes.

Le panier moyen des dépenses concernées est, par personne et par jour, de 59,73 €.
Il était de 57,70€ en 2010. Voici la ventilation de ces dépenses :



Ces 59,73 euros doivent désormais être multipliés par la durée moyenne du séjour aux Eurockéennes.
En conséquence, le panier global moyen est de près de 141 € par festivalier, soit un montant de 4 959 212 € de dépenses générées par les 35 181 festivaliers non locaux en dehors de leur achat de billet, que nous ajoutons enfin pour obtenir un total de 7 636 457 € de retombées indirectes.
Les retombées économiques et territoriales – au sens de l'aire urbaine – des Eurockéennes correspondent donc à la totalisation suivante :

Retombées économiques territoriales 2014

	2010	2014	
Retombées directes	1 380 000 €	1 790 000 €	+29,7%
Retombées indirectes	5 903 796 €	7 636 457 €	+29,3%
Retombées totales	7 283 796 €	9 426 457 €	+ 29,4%
Retombée pour 1€ de subvention	8,1 €	12 €	+ 48,1%

La croissance des retombées économiques, de 30% en valeur absolue et de 48% en euro de subvention, est évidente[7]. Sans doute son impact est-il particulièrement important entre deux éditions dont la première fut caractéristique d'une moindre affluence alors que celle de 2014 fut un important succès populaire.
D'une manière générale, s'il faut se garder de considérer que la retombée économique d'un tel festival pourrait servir d'indicateur fiable de légitimité artistique ou culturelle, il est évident que de tels résultats confirment deux acceptions de l'impact territorial de la culture.

D'une part, cet impact, vérifiable, est un bon argument à présenter aux pouvoirs publics qui font face au dilemme de s'impliquer ou non dans un tel projet. Même si les retombées engendrées sont loin de faire de ces événements des entreprises « rentables » au sens classique, elles contribuent fortement à l'image, d'une part, et orientent des ressources sur le Territoire de Belfort qui n'y auraient aucune raison de converger sinon.
D'autre part, et l'écart entre les éditions 2010 et 2014 le montre bien, le niveau de retombée économique ne saurait être considéré comme un critère de soutien culturel ou artistique. Au-delà de leur succès plus ou moins vif sur le plan public, qu'est-ce qui permettrait d'affirmer que l'édition 2010 était moins « soutenable » que celle de 2014 ? (critère de justification culturelle par les retombées) ; ou bien l'inverse, l'édition 2010, moins impactante, aurait montré des qualités artistiques d'une autre envergure… ? Excellent argument économique dans l'interface politique, l'impact territorial est un mauvais critère de choix culturel et artistique.

[7] Ce nouveau calcul des retombées nous a permis de rectifier une inexactitude à propos de notre totalisation sur l'édition 2010. La retombée correspondant à un euro de subvention n'y était pas de 6,93 €, mais de 8,1 €

CONCLUSION

C'est un avantage considérable que d'avoir pu, quatre ans après un premier travail, revenir sur le lieu d'enquête des Eurockéennes. Rares sont en effet les recherches qui peuvent comparer les publics d'une même institution culturelle. En dehors du cas emblématique d'Avignon (Ethis 2001 & 2008), une telle perspective de recherche reste peu fréquente. Il n'est peut-être pas anodin que les festivals soient l'objet de ce type de démarche dans la mesure où leur public est souvent présenté – bien plus que les institutions culturelles programmant des saisons – comme occasionnel. Nos recherches précédentes montrent que ce n'est vrai qu'en partie tant la réalité festivalière est contrastée. En musique, les festivals classiques par exemple, ont une fréquentation beaucoup plus proches des saisons musicales que ceux de musiques actuelles où la dynamique de renouvellement est très marquée. Nous pouvons tirer **cinq leçons générales** de cette comparaison à quatre années d'intervalle.

La première leçon comparative tient justement dans ce double mouvement de **renouvellement** et de **fidélisation** du public. Nos données montrent que les Eurockéennes affichent un taux de renouvellement (34%) qui reste très important pour un festival de plus de 25 ans. Au fil des années cependant, ce renouvellement suit une courbe légèrement descendante. En toute logique, à l'opposé, la fidélisation ou plutôt le nombre de festivaliers déjà venus augmente passant, entre 2010 et 2014, de 64% à 67%. Elle prolonge ainsi une dynamique observable depuis 2000. Cette tendance bat en brèche l'idée selon laquelle une offre festivalière sans cesse accrue viendrait atomiser les publics et favoriser une consommation de plus en plus occasionnelle ou « à la carte » des événements suivant l'attrait de telle ou telle programmation. Les entretiens montrent avec force que si la musique et la programmation expliquent le succès des Eurockéennes, c'est bien la recherche d'une ambiance plus globale et d'une double expérience sociale et esthétique qui motive les festivaliers. C'est aussi une des constantes de la comparaison dans le temps. Bien qu'importante, la dynamique de renouvellement du public ne modifie qu'à la marge la composition sociologique du public. Deux éléments méritent cependant d'être pointés : un certain vieillissement et une féminisation du public. Si le second phénomène est une tendance que l'on observe de manière plus générale à propos des festivals de musiques amplifiées, marquant ainsi une forme de « démocratisation genrée » du rock ; le vieillissement interroge quant à lui la dynamique de renouvellement du public des Eurockéennes. En effet, en dix ans, l'âge moyen des festivaliers n'a cessé de progresser, passant de 24 à 28, puis à 29 ans. Tout en continuant d'attirer une population jeune qui se renouvelle, le festival parvient également à fidéliser une partie importante de son public qui finit par vieillir avec lui. Ce phénomène s'explique par la persistance d'un attachement aux esthétiques musicales découvertes pendant l'adolescence qui participent à leur patrimonialisation. C'est également vrai à propos de l'expérience sociale vécue aux Eurockéennes même si les entretiens nous montrent qu'on vit différemment cette expérience en vieillissant. En outre, et derrière une adhésion revendiquée avec force, la fidélité au festival ne rime pas nécessairement avec assiduité. Le décalage entre l'année de la première fois et le nombre d'éditions vécues (6 en moyenne) témoigne d'une participation intermittente qui croît logiquement à mesure que les festivaliers vieillissent. Plus on vieillit, plus le « rendez-vous » des Eurockéennes est difficile à maintenir, notamment pour des raisons d'organisation domestique. Cette participation intermittente (26% viennent depuis au moins dix ans) s'installe souvent après une période de fréquentation intense liée à la jeunesse et au suivi de l'actualité musicale. Enfin, l'observation des classes sociales montre également une grande stabilité sociologique du public en dépit de quelques variations mineures.
A première vue, le renouvellement statistique ne favorise pas l'élargissement social d'un public déjà très diversifié. En revanche, l'observation des professions des parents montre que les catégories socioprofessionnelles se transforment. Environ 60% des festivaliers de classe supérieure sont issus de familles de classes moyennes ou populaires. L'augmentation relative des classes supérieures dans le public des Eurockéennes témoigne davantage d'une forme d'ascension sociale que d'une présence accrue des « héritiers », ce qui illustre sur la durée la capacité d'élargissement sociologique que produit un « genre » musical (i.e. les musiques amplifiées).

La deuxième leçon comparative vient ici mettre l'accent sur un autre phénomène, apparemment paradoxal mais également concomitant, **l'enracinement** local du festival et son **attractivité** territoriale **élargie.** Entre 2010 et 2014, la part occupée par le public belfortain reste stable autour de 18%. En revanche, un mouvement s'opère en faveur d'un large public régional (Franche Comté et Grand Est) qui passe de 38% à 57%, au détriment du public extrarégional. Cette régionalisation effective du public s'inscrit dans un contexte de concurrence événementielle accrue. Elle est aussi à relativiser, puisque comparativement les Eurockéennes attirent deux fois plus de publics extrarégionaux que la plupart des autres festivals. Au-delà du périmètre national, le renforcement d'une offre festivalière internationale offrant des répertoires musicaux comparables ne peut que renforcer la

composition régionale et interrégionale de leurs publics. Pour ce type de manifestation, l'enracinement territorial du public n'est donc pas antagonique avec son extension. Deux données permettent de l'illustrer autrement. D'abord, sur l'antériorité et la fidélité au festival. Si 29% des festivaliers du Grand-Est ont participé à plus de 6 éditions du festival, contre 42% pour les Belfortains, ils sont en revanche 51% à l'avoir fait pour la première fois avant 2008, contre 49% pour les Belfortains. La distance rend certes plus difficile une pratique assidue du festival, il n'en demeure pas moins que l'engouement qu'il génère résiste à l'épreuve du temps. Ensuite, sur le renouvellement, si l'enracinement local se mesure au faible pourcentage de festivaliers belfortains qui n'étaient jamais venus au festival (12%), son attractivité régionale au niveau du Grand-Est (39%) et extrarégionale (49%) n'est pas amoindrie. Le camping joue, sur ce plan comme sur le précédent, un rôle déterminant.

La troisième leçon illustre les transformations plus fines du public des Eurockéennes à travers la question des **goûts musicaux.** Trois éléments sont à retenir. D'abord, la montée de l'appréciation positive à l'égard de la musique classique. Ensuite, la persistance de certains profils de goûts, la disparition de certains et l'apparition de nouveaux. Et enfin, le caractère contingent de la relation entre profils de goûts et programmation. En quatre années, la hiérarchie globale des esthétiques musicales reste inchangée. Le rock surclasse l'ensemble des autres genres musicaux. L'électro arrive en seconde position tandis que les autres musiques gravitent autour de la moyenne. Aucune n'essuie un rejet franc et massif. Cette tendance se confirme dans le temps puisque même la musique classique - tout en conservant la moins bonne note - passe de 7/20 à 9/20. Ceci témoigne d'une forme stable de bienveillance et de tolérance à l'égard de l'ensemble des musiques. La montée du goût classique ne peut être imputée à l'afflux supérieur en 2014 de retraités, de diplômés du supérieur, d'étudiants et de cadres. Ces mouvements à cet égard sont si faibles qu'il serait abusif de leur imputer un tel pouvoir explicatif. Plus surement, l'élargissement du spectre de l'éclectisme se rapporte à une pluralité de configurations sociales, d'âge ou de niveaux de formation. L'arrivée de nouveaux profils, parallèlement au maintien d'autres déjà présents en 2010, marque aussi l'identité singulière des goûts musicaux du public des Eurockéennes en 2014. Par exemple, la disparition des amateurs de chanson et l'apparition en force de profils éclectiques, ne sont sans doute pas étrangers à la programmation de cette édition.

Pour autant, sur l'ensemble des profils, l'analyse des déterminants sociaux ne cesse de surprendre. Certaines associations sont attendues : l'attrait des classes supérieures et des plus âgés pour la musique classique ou des jeunes et des classes populaires pour le rap et l'électro. Dans les profils les plus éclectiques, où la sociologie voit souvent l'identité sociale la plus favorisée, on trouve par exemple autant de classes moyennes et populaires que dans l'ensemble du public. Ces profils éclectiques sont plus fréquents au camping, comme si l'esprit libertaire et convivial qui y régnait allait de pair avec la tolérance et l'ouverture que revendiquent beaucoup de festivaliers. Une fois de plus, nous aboutissons à une conclusion ambivalente. D'un côté le lien entre préférences musicales et identité sociologique se maintient, mais ce lien s'affaiblit et il n'empêche plus l'influence d'autres facteurs, parmi lesquels la façon de faire « son » festival. Au fond, à Belfort comme ailleurs, et pour les pratiques culturelles comme pour d'autres pratiques sociales, l'influence des déterminants sociaux ne cesse d'être remis en question par le jeu des parcours de vie.

La quatrième leçon touche enfin à la cohabitation de **populations** sociologiquement et gustativement **différenciées** et au régime **d'exceptionnalité** de « l'expérience Eurockéennes » unanimement partagé. Notre enquête n'a pas fait apparaître des représentations ou des sentiments très hétérogènes à propos de l'expérience festivalière mais plutôt une forme de communauté de représentations et de valeurs. Sans doute touche-t-on ici aux limites des enquêtes socio-ethnographiques en terrain festif où l'esprit vindicatif et les passions tristes sont en berne. Toutefois, ce constat ne signifie pas que tous les festivaliers vivent l'événement de la même façon. Au contraire, les modalités de participation sont très distinctes, comme le fait d'aller ou non au camping, de venir sur un ou plusieurs jours, etc. Ces différences de pratiques renvoient aussi à différentes façons de s'impliquer dans la vie collective. Ainsi, le résultat étonnant à propos du crowd-funding (18%) est le signe de l'émergence d'un nouveau rapport à la culture où le public s'implique, en quelque sorte, dans la logique de l'offre… De même, les usages du numériques, bien qu'encore essentiellement consultatifs, montrent une transformation du rapport à l'offre culturelle, au statut des artistes et aux représentations des institutions. Ces éléments soulignent le caractère désormais actif des publics face aux contenus culturels à l'ère du numérique. Derrière ces comportements dont les plus avancés sont bien sûr les moins partagés, les festivaliers s'accordent sur les valeurs qu'ils associent à l' « expérience Eurockéennes » : tolérance, bienveillance critique, curiosité, partage, relation à autrui… La perception globalement positive du site ou la bienveillance critique à l'égard des sponsors sont la marque d'une assez nette compréhension du fonctionnement et de l'économie d'un festival. Son succès

du festival repose ainsi sur une alchimie fragile où la recherche d'une programmation musicale qui mêle air du temps, têtes d'affiche et découvertes s'ajuste à une ambiance particulière dont l'environnement, le camping et le caractère festif en constitue l'arrière-plan. Bref, les festivaliers soulignent l'importance de la double dimension esthétique et sociale que procure « l'expérience Eurockéennes ». L'explication vient ici d'un croisement chaque année inédit entre deux vecteurs: l'offre artistique et les sociabilités. C'est ce dernier point que l'enquête permet d'objectiver. Cela peut paraître une évidence mais comme bon nombre de sorties culturelles, la venue au festival se fait le plus souvent de manière collective. L'expérience qu'on y vit, la manière dont elle se déroule, dont elle se prépare, nécessite l'implication et la participation d'autrui. Cet aspect était déjà apparu de manière saillante lors de notre première enquête de 2010. Elle est revenue en force en 2014 et nous amène à conclure à sa centralité. Faire un festival est une expérience complexe, à plusieurs dimensions, où le rapport aux autres (familiers ou inconnus) joue un rôle essentiel au côté de l'expérience musicale. C'est ce qui explique le souvenir qu'on en garde, l'envie qu'on a d'y revenir et le caractère parenthétique de l'instant qu'on y vit. N'allons pas pour autant conclure que cette expérience esthétique est socialement universelle. L'examen sociologique montre que les populations, leur parcours, leur origine sociale et leur rapport à la musique sont différenciés. Mais il semblerait bien que la dimension humaine compte autant que la dimension musicale parce qu'elle fait de la venue au festival un événement à la fois individuel et collectif, mais aussi parce qu'elle en est une dimension agissante tout au long du festival : choix des concerts, moment de convivialité, rencontres… C'est ce qui nous incite à parler au sujet des Eurockéennes d'une « expérience sociale totale ». Marcel Mauss montrait que certains faits sociaux comportent plusieurs dimensions (économiques, culturelles, symboliques, sociales, etc.) qui entrent en interaction les unes avec les autres et dont l'interaction même constitue l'identité. Le cas des Eurockéennes de Belfort nous montre, quatre ans après une première analyse qui ne disposait pas de base comparative, que la pratique d'un tel festival est une expérience gustative, une relation sociale, une petite république tolérante. Ce « commun » a la fragilité de l'éphémère et la force de la fidélité. Il incarne assez bien ce que Spinoza nommait les « passions joyeuses ».

Enfin, **la cinquième leçon** porte sur les **retombées économiques** qu'engendre un tel festival. À quatre ans d'intervalle, ces retombées augmentent de façon significative. Elles croissent de 30% en valeur absolue, et si on les rapporte au montant des subventions obtenues par le festival, l'augmentation est de près de 50%. Ce résultat correspond à deux logiques. Il appelle cependant une réflexion approfondie, à l'heure où la baisse des subventions engendre un discours ambivalent sur la valeur économique de la culture.
La première des deux logiques qui éclaire l'augmentation des retombées, c'est naturellement le fait que l'année 2014 a été un succès considérable, ce que n'avait pas été 2010. Le volume financier engendré par le différentiel de public est évidemment considérablement plus important. Rapporté à la subvention, c'est encore plus vrai, puisque le niveau d'aide publique ne suit pas mécaniquement le volume global des dépenses. Le « multiplicateur » est donc en apparence nettement plus élevé.
La seconde logique, c'est une tendance à la territorialisation des entreprises festivalières. Elle était déjà fortement affirmée en 2010, mais s'avère être une donnée de plus en plus évidente au fur et à mesure qu'un festival s'enracine sur un territoire. Il y crée des emplois directs ; il y construit des partenariats en industrie, en services, en stratégie de marketing et de communication. Alors que certains festivals continuent d'être pour l'essentiel « hors-sol », investissant un espace quelques jours avant l'événement, et se repliant ailleurs sitôt celui-ci achevé, les Eurockéennes correspondent clairement au modèle de l'enracinement territorial. C'est ce qui explique le niveau élevé de ses retombées directes, à 40% des dépenses totales : un chiffre important lorsqu'on sait que les dépenses artistiques sont très peu locales pour un événement artistique international.
Mais nous avons indiqué l'ambivalence de l'usage de ces retombées dans les discours actuels. La raison d'être d'un événement tel que les Eurockéennes n'est pas la rentabilité économique. En dépit de la hausse des retombées, il est doublement illusoire d'en faire un critère de soutien. D'abord, en termes purement économiques, cette rentabilité est relativement limitée. Le « retour sur investissement » pour la collectivité qui soutient l'événement est en effet restreint à la fiscalité supplémentaire qu'elle retire de l'activité. Ensuite, en termes artistiques et culturels, le fait de constater que l'édition de 2014 est économiquement plus « rentable » que celle de 2010 ne préjuge en rien de la qualité intrinsèque de chacune des deux éditions. Jauger ces événements au gré d'un indicateur aussi réducteur est donc dangereux.

Enfin, on voudrait indiquer ici que la valeur économique des Eurockéennes pour le Territoire de Belfort est sans doute trop diffuse pour n'être appréciée que par une comptabilisation économique. Les calculs de retombées ne prennent généralement pas en compte – ou s'ils le font, cela reste très approximatif – les effets d'image, de valorisation territoriale, de qualification ou requalification d'espaces de vie. Nous avons tenté de montrer, dans cette enquête, combien l'événement lui-même était à la fois inscrit sur une carte interrégionale et internationale du rock, mais aussi enraciné dans la vie des gens du territoire : il y a un âge pour faire les Eurockéennes, on y va

au camping, même quand on habite à deux pas, on y découvre des genres et groupes, on y retrouve des amis, d'ici ou d'ailleurs, on y fête son bac ou son entrée dans la vie active, on y cultive une république éphémère, qui s'inscrit ensuite dans les réseaux sociaux. Certes, tous les citoyens, tous les groupes sociaux ne sont pas également représentés dans ce public, même si la composition sociale est plus diverse à Malsaucy que dans bien d'autres festivals musicaux français. Mais lorsqu'on parle de valeur d'un événement, c'est aussi en référence à de telles dimensions qu'il faudrait raisonner.

Références citées :

Da Costa T., Fournier M., Goupil M., Jeannier L., Lievremont R. Mougeot M. et Somon J., 2014 Rapport de projet tuteuré. 66ème festival des jeunes chefs d'orchestre de Besançon, 64 p.

Donnat Olivier & Christin Angèle, 2014, *Pratiques culturelles en France et aux Etats-Unis. Éléments de comparaison (1981-2008),* Paris : Documentation Française Culture Études n°1, 16 p. http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Etudes-et-statistiques/Publications/Collections-de-synthese/Culture-etudes-2007-2015/Pratiques-culturelles-en-France-et-aux-Etats-Unis.-Elements-de-comparaison-1981-2008-CE-2014-1

Donnat Olivier, 2009, *Les pratiques culturelles des français à l'ère numérique*. Paris : La Documentation Française.

Ethis Emmanuel (dir.), 2002, *Avignon, le public réinventé*. Paris : La Documentation Française.

Ethis Emmanuel et al., 2009, *Avignon, le public participant*. Montpellier : L'Entretemps.

Glévarec Hervé, 2012, *La culture à l'ère de la diversité*. La Tour d'Aigues, Éditions de l'Aube.

Kancel Serge, Itty Jérôme, Weill Morgane & Durieux Bruno, 2013, *L'apport de la culture à l'économie de la France*. Paris : Inspection Générale des Finances et inspection générale des Affaires Culturelles, 390 p. http://www.economie.gouv.fr/files/03-rapport-igf-igac-culture-economie.pdf

Négrier Emmanuel, Bonet Lluis & Guérin Michel (dir.), 2013, *Festivals de musique(s), un monde en mutation*. Paris : Éditions Michel de Maule.

Négrier Emmanuel, Djakouane Aurélien & Collin Jean-Damien, 2012, *Un territoire de rock. Le(s) public(s) des Eurockéennes de Belfort*. Paris : L'Harmattan, coll. « Logiques Sociales ».

Négrier Emmanuel, Djakouane Aurélien & Jourda Marie, 2010, *Les publics des festivals, (dir.)* Paris : Michel de Maule.

Négrier Emmanuel, *Les musiques du monde et leur(s) public(s), 2014*, Marseille : *Le Mot et le Reste*.

Négrier Emmanuel & Vidal Marion, 2009, *« L'impact économique de la culture : réel défi et fausses pistes »*. Revue Economia della Cultura, Edition Il Mulino, n°4, pp. 487-497.

Négrier Emmanuel & Jourda Marie, 2007, *Les nouveaux territoires des festivals*. Paris : Michel de Maule.

Couverture et mise en page 2015 : laCompagnie.eu

Emmanuel Négrier
Aurélien Djakouane

LES PUBLICS DES EUROCKEENNES DE BELFORT

-

ENQUETE 2014

-

RAPPORT DEFINITIF

Avec la participation de :

Matthieu Jonard
Pierre Négrier
Damien Potier
Marion Vidal

MONTPELLIER, AVRIL 2015