



UBIC

Université Bordeaux
Inter-Culture

Livrable

Juin 2017

**Cadrage scientifique des problématiques
soulevées par le projet *Le Placard***



centre national
de la chanson des
variétés et du jazz



accès(s)
culture(s)
électronique(s)

Sommaire

05

Préambule

07

Le contexte d'étude

Rappel de la commande
Présentation du CIS UBIC

09

Transformations des scènes de musiques actuelles et de leur rôle dans les pratiques et l'écoute musicales

Contexte et enjeux d'une expérimentation
Quels changements dans les organisations ?
Renouveler l'accompagnement des pratiques en amateur
Sortir des routines professionnelles
Interroger les partenariats de proximité
Devenir un laboratoire

17

L'écoute au casque : particularités et perspectives du point de vue acoustique

Quelles différences existe-t-il entre une écoute en champ libre et une écoute au casque ?
Recommandations concernant le projet *Le Placard*

23

Retour sur l'événement

Un concert aux attributs inhabituels
Ce qu'écouter veut dire : *Le Placard*, une expérience nouvelle pour le public
Une expérience inédite pour les artistes
Une gestion des lieux et des publics spécifiques
Le rôle de la technique
Une communication en co-construction

31

Conclusion

33

Annexes



Préambule

Le PLACARD est un projet artistique, dont les compositions musicales sont **diffusées en direct par le biais d'internet** (flux audio et/ou vidéo) et écoutées par le public présent **au casque**. Le concept réside dans le fait de relier musiciens et publics dans un environnement dématérialisé et sans limite géographique.

Dans la lignée du projet de «concerts silencieux» (2012), le Florida a souhaité expérimenter le dispositif du Placard avec un premier événement organisé en mai 2015. Cette première expérience a suscité auprès de son équipe un **foisonnement de questionnements** : rapport à la dématérialisation, au silence incomplet, au comportement des publics, des musiciens, au partage de la musique par les regards, etc.

Dans le cadre d'un appel à projet du Conseil Régional d'Aquitaine et du CNV, le projet a été retenu pour la mise en place au printemps 2017 d'une seconde expérience associant d'autres lieux de diffusion : Art'Cade à Sainte-Croix -Volvestre, Ampli, Acces(s), Le Bel ordinaire à Pau (cf. annexe 1, dossier de presse réalisé par les structures).

Parallèlement à la mise en œuvre co-construite de l'événement, l'Université au travers du Centre d'Innovation Sociétale UBIC, à été sollicitée afin que des chercheurs de plusieurs disciplines travaillent au côté des professionnels. Ainsi, il s'agit à la fois de «faire» et de se «regarder faire» par la mise en place d'une observation et d'une analyse du dispositif.



Le contexte d'étude

Rappel de la commande

Le projet soulève différentes problématiques liées à la sociologie des publics, aux usages du numérique, au rapport à l'art et au son, aux expériences musicales et sociales... et suscite une réflexion prospective. Demain, dans 30 ans, quelles formes prendront les musiques actuelles et amplifiées ? Quelles seront les demandes des publics de ces lieux de diffusion ? Quels en seront les impacts sur les métiers et les modes d'organisation de ces structures ?...

Pour nourrir cette réflexion, le Florida souhaite associer au projet une **équipe pluridisciplinaire de chercheurs universitaires** qui viendra compléter une équipe de professionnels : acteurs du spectacle vivant et d'autres filières, musiciens, artistes amateurs et professionnels, réseaux professionnels, auditeurs...

L'accompagnement mis en place a pour objectif principal le **cadrage scientifique des problématiques** soulevées par le dispositif du Placard. Il s'agit d'apporter aux professionnels une grille de lecture pluridisciplinaire, qui permettra dans un premier temps «d'y voir plus clair» dans le foisonnement de questionnements. L'objectif est de produire un **outil clair**, listant les problématiques convoquées et renvoyant sur une première base de références.

Présentation du CIS UBIC

Les Sciences Humaines et Sociales jouent un rôle décisif dans la construction et la compréhension du fonctionnement de nos sociétés contemporaines. Si la recherche fondamentale permet de fonder une démarche au long cours, la recherche-action répond à la fois aux «préoccupations pratiques des

personnes se trouvant en situation problématique» et au «développement des sciences sociales par une collaboration qui les relie selon un schéma éthique mutuellement acceptable» (Robert N. Rapoport).

Aussi la démarche proposée par UBIC dans le cadre de la présente proposition consiste-t-elle en un travail de co-construction entre les professionnels, les chercheurs et les étudiants. Une co-construction au terme de laquelle la mise en œuvre de méthodologies pratiques vise certes à satisfaire la commande, mais aussi à transférer des savoir-faire de sorte que le commanditaire puisse ultérieurement assumer en autonomie ces enjeux.

Une démarche de recherche-action

UBIC (Universités Bordeaux Inter-Culture) est un Centre d'Innovation Sociétale labellisé par l'IdEx Bordeaux, plateforme de collaborations entre l'Université et le monde socio-économique sur le champ «culture, économies créatives et territoires». L'objectif principal est d'accompagner les acteurs de la culture et des industries créatives dans la conception, la mise en œuvre et l'évaluation de leurs projets, en mettant à disposition des professionnels les savoirs et savoir-faire universitaires.

Dans un monde en pleine mutation sociale, face à une nouvelle organisation territoriale de la République, les usages, les mobilités et la diversité des pratiques culturelles brouillent les représentations traditionnelles de nos rapports à l'art et à la culture et imposent aux acteurs de profondément remettre en question leurs pratiques et cadres d'action.



Au cœur des mutations des politiques et des projets culturels, dans une démarche d'innovation sociale, UBIC déploie 3 principaux modes d'action et de collaboration :

Partager : en tant que plateforme, UBIC assure une mutualisation des données universitaires et professionnelles relevant de son champ de compétence ;

Accompagner : une offre d'accompagnement sur mesure, au cas par cas, est proposée aux acteurs socio-économiques afin de répondre à leurs besoins et leurs attentes ;

Former : dans une logique de formation-action qui s'appuie sur des projets concrets mis en œuvre, UBIC propose des modules d'acquisition de compétences adaptés aux acteurs.

Pour plus d'information : ubic.u-bordeaux.fr

Equipe universitaire mobilisée

Dans le cadre de ce partenariat et la mise en œuvre de la recherche-action, UBIC a mobilisé l'équipe universitaire suivante :

Deux enseignants-chercheurs en Sciences Humaines et Sociales :

- **Hélène Marie-Montagnac**, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication. Spécialisée sur **les usages du numérique**, elle interroge l'impact du dispositif numérique du Placard sur les sociabilités (modification de l'écoute, des rapports entre les auditeurs avec les artistes...).

- **Françoise Liot**, Maître de Conférences en Sociologie, rattachée au laboratoire de sociologie Centre Emile Durkheim de l'université de Bordeaux. Spécialisée en **Sociologie de l'art et de la culture**, elle interroge plus particulièrement comment ce type de projet vient « déplacer » les pratiques et les organisations des lieux culturels de diffusion artistique.

Un enseignant en Sciences et Techniques :

- **Luc Forest**, Enseignant aux Départements Mesures Physiques, Science et génie des matériaux, de l'IUT de Bordeaux et en formation d'audioprothésiste de l'Université de Bordeaux.

Acousticien et musicien, il interroge la question des sensations sonores et de leurs différences entre une écoute en salle et une écoute au casque, ainsi que sur la question de la qualité et de la protection auditive.

Une étudiante :

- **Cécilia Correia**, Etudiante en Licence professionnelle CoMédiA (Conception de projets & Médiation Artistique et culturelle) de l'IUT Bordeaux Montaigne.

Méthodologie (cf.annexe 2)

Ont été mis en place :

- Des entretiens individuels, semi-directifs, avec les responsables des structures partenaires : Florent Beneteau, Co-directeur du Florida ; Olivier Peters, Directeur d'Ampli ; David Daubanes, Médiateur culturel d'Art'Cade ; Pauline Chasseriaud, Directrice d'Access.

- La participation aux réunions de préparation et de bilan de l'événement.

- Une observation participante du *Placard* le 25 mars 2017, avec entretien semi-directifs auprès des artistes participants et des publics présents, sur plusieurs lieux (Le Florida, Ampli, Le Bel Ordinaire, la Médiathèque de Lons).

Transformations des scènes de musiques actuelles et de leur rôle dans les pratiques et l'écoute musicales

Contexte et enjeux d'une expérimentation

Ce texte se propose de tirer quelques analyses d'une expérience menée par la scène de musiques actuelles d'Agen le Florida, intitulé *le Placard*. Ce dispositif d'écoute au casque issu de la culture électronique *underground* et inventé par Erik Minkinen en 1998 a fait l'objet d'une première expérimentation par le Florida en 2015. Les effets perçus par la structure sur l'organisation du lieu, les modes d'écoutes, le rapport aux pratiques en amateurs... l'a conduite à poursuivre l'expérience en proposant à trois autres scènes de musiques actuelles de collaborer avec elle pour la mise en œuvre du dispositif. Ainsi le samedi 25 mars 2017 s'est déroulé à Agen au Florida mais aussi à Pau avec Ampli et Accès(s) et à Sainte-Croix-Volvestre avec Art'cade une expérience inédite d'écoute simultanée au casque d'artistes en live programmés successivement dans chacun de ces territoires. Ils ont joué à raison de 30mn par groupe, sans interruption de 10h à 1h du matin.

Un dispositif adapté à chaque environnement

Chaque lieu s'est emparé du dispositif différemment l'adaptant aux contraintes ou aux potentialités de la structure, à son territoire, aux projets en cours, aux partenariats existant ou en construction.

Ainsi, le **Florida** a fait le choix de renouveler l'expérience du *Placard* en installant groupes et public dans le bar et en proposant aux auditeurs de prendre place dans de confortables chaises.

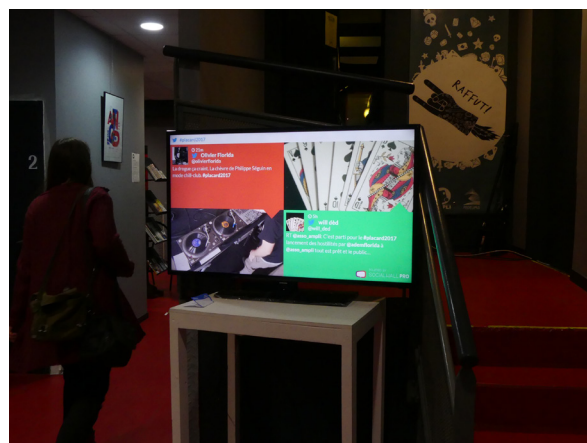
Ampli et Accès(s) à Pau ont préféré faire jouer les artistes dans la salle de concert habituelle alors que les

points d'écoute se situaient d'une part dans le hall de la salle et dans une loge réaménagés à cette occasion et d'autre part dans plusieurs lieux partenaires comme la médiathèque de Lons, le musée des Beaux Arts de Pau, le centre d'art contemporain Le Bel Ordinaire à Billière, ou encore le Musée Jeanne d'Albret à Orthez.

Art'cade qui déploie ses missions sur l'ensemble du département de l'Ariège a privilégié quant à elle un partenariat avec 5 médiathèques du territoire devenues pour cette occasion des points d'écoute de musique en live. Les groupes programmés dans le cadre du *Placard* étaient invités à jouer dans le bus aménagé «en espace culturel mobile». Le public sur place était accueilli notamment sur les terrasses extérieures du lieu, habituellement réservées aux artistes.

Des écrans relayant l'activité des réseaux sociaux

Dans chaque structure, des écrans ont diffusés en continu des tweets et des photos faisant ainsi le lien entre les différents lieux engagés dans le projet. Art'cade et le Florida ont opté pour des casques sans fils qui ont donnés aux spectateurs une grande mobilité alors qu'Ampli et Accès ont préféré des casques filaires qui ont eu pour effet de spatialiser l'écoute dans les lieux conviviaux.



Ecran installé dans l'espace d'accueil d'Ampli - Pau



Le «recrutement» des musiciens

Le choix des groupes a résulté à la fois d'inscriptions spontanées et, le plus souvent, de sollicitations des lieux en direction des groupes amateurs ou semi professionnels accompagnés par la structure. Fidèles sans doute à l'origine du *Placard* et à des modalités d'écoute spécifiques à ces musiques, les musiques électroniques ont dominé largement la programmation mais les musiques du monde, les musiques urbaines et les musiques rock ont été, elles aussi, présentes sur l'événement. Une particularité est à noter à Sainte-Croix-Volvestre où un groupe professionnel de Métal était programmé le même soir dans la salle et a accepté de se prêter, pendant une demi-heure, au jeu du *Placard*.

Les musiques actuelles en questionnement

Cette étude est à restituer dans un **contexte de questionnement des lieux de musiques actuelles sur leur rôle, leur fonctionnement et leur avenir**. Le secteur a déjà opéré un travail important d'état des lieux et de réflexion à partir notamment des concertations nationales et territoriales. Le secteur des musiques actuelles s'est en effet structuré et institutionnalisé récemment. Il a la particularité de développer un modèle économique situé entre le privé et le public, les SMAC peuvent ainsi se définir comme de «petites entreprises de service public» (D. Sagot Duvaux, 2005). Leur cahier des charges les engage à combiner une activité de **diffusion, d'accueil des pratiques en amateurs** et d'**accompagnement artistique**. Leur histoire les a souvent conduits à développer des projets d'action culturelle et à s'inscrire dans les valeurs de l'éducation populaire.

Les évolutions actuelles de l'économie du secteur (G. Guibert, D. Sagot Duvaux) - d'un côté la concentration que connaissent les industries musicales et de l'autre la restriction des financements publics - font peser sur les SMAC de nouvelles contraintes. Mais les **transformations des pratiques musicales liées au numérique** interrogent tout autant les structures. Celles-ci introduisent de nouveaux modes de diffusion et aussi de productions musicales. La frontière devient plus floue entre production et réception, entre amateur et

professionnel. On assiste également à un recentrage des pratiques en amateur sur les outils numériques et la pratique à domicile.

L'ensemble de ces changements bousculent les modes de sociabilité liés à la pratique et à l'écoute musicale et ils questionnent les valeurs (de participation, d'égalité, de solidarité, d'émancipation) sur lesquelles les structures se sont construites.

Quelle place peuvent avoir les SMAC dans cette reconfiguration des pratiques ? Comment peuvent-elles accompagner ces transformations ? Comment doivent-elles se transformer pour continuer à occuper une juste place dans ce secteur ?

Les SMAC ont la particularité d'être un prolongement du secteur associatif musical et de reposer sur des acteurs militants qui ont su s'organiser pour créer des lieux adéquates à la diffusion de leur esthétique musicale mais aussi des lieux de formation et d'accompagnement des pratiques. Ainsi, elles se sont construites comme des intermédiaires essentiels pour soutenir l'émergence artistique. Elles agissent comme des relais entre le secteur public et privé, entre les amateurs et les professionnels, entre les jeunes et leurs aînés, entre la culture et le travail social. Ce rôle est d'autant plus important qu'elles investissent tous les territoires et pas seulement les grandes métropoles. Les SMAC, à la fois par leur place d'intermédiaires, la taille des structures, leur implantation géographique et l'endroit qu'elles occupent auprès des acteurs publics, sont à la bonne place aujourd'hui pour **porter des innovations**.

Ainsi, le *Placard* s'est-il affirmé comme une **expérimentation capable de stimuler la réflexion pour bouger les lignes des structures culturelles**.

Il propose une série de déplacements que l'on peut restituer selon deux axes :

- Celui du changement dans l'organisation ;
- Celui des basculements dans les modalités de réception.



Quels changements dans les organisations ?

Les atouts d'un partenariat entre structures

Si chaque structure est habituée aux partenariats de proximité, Le *Placard* met en œuvre une collaboration entre structures de diffusion des musiques actuelles à **distance** ce qui constitue une **modalité de collaboration bien plus originale**. En effet, les structures, bien qu'elles aient des missions identiques et bien souvent des histoires similaires travaillent à l'échelle d'un territoire politico administratif qui est propre à chacune : territoire communal pour Agen, intercommunal pour Pau ou départemental pour Art'Cade. Si ces territoires ne sont pas figés et s'élargissent en fonction des projets des structures (en croisant la route de bien des artistes et des intermédiaires nationaux et internationaux), ils sont toutefois fortement liés à des proximités géographiques et à des bassins de vie.

Très tôt dans la structuration du secteur, les scènes de musiques actuelles ont éprouvé le besoin de créer des solidarités et de constituer des réseaux nationaux (la FERUROK devenue la FEDELIMA notamment) ou régionaux (le RAMA devenu récemment le RIM en Nouvelle Aquitaine). Cette organisation est née avec le développement de la reconnaissance institutionnelle des musiques actuelles et elle a favorisé la représentativité des structures, l'échange d'informations ou encore la formation.

Le *Placard* met en œuvre un autre mode de collaboration qui consiste à **asseoir l'échange et le croisement d'expériences sur l'action concrète et le projet partagé** sans partir d'un territoire politico administratif ou d'une volonté de représentativité mais en s'appuyant sur un **désir commun**. Ce partenariat de réalisation n'est pas seulement «un cadre formel de travail» mais, comme le définit Marie Christine Bordeaux et François Deschamps (2013), «une aventure partagée et une quête permanente de justesse : choix des thèmes de travail, échange permanent sur les enjeux et les modalités d'une création artistique ou d'une réalisation culturelle, définition et redéfinition

régulière de l'intérêt de la démarche pour chacun (...).¹» De ce point de vue, **le partenariat est une méthode et une occasion d'enrichissement mutuel entre les professionnels de chaque structure.**

Le partenariat révèle et confronte les particularités de chacun, qu'il s'agisse de spécificités territoriales : Le Florida est situé en centre ville d'Agen, Ampli et Accè(s) sont situés en périphérie de Pau dans un territoire excentré alors qu'Art'Cade est implanté en milieu rural avec un projet de territoire. L'action permet de confronter les modalités de travail sur un territoire mais aussi le rapport aux pratiques en amateur, les particularités liées aux esthétiques, les modes de communication ou encore de relations aux publics.

Le *Placard* offre une occasion d'échange concret de savoir-faire, de représentations, de problématiques internes et de territoire qui peuvent, dans l'action, se confronter, se partager, se nourrir. De ce point de vue, l'expérimentation est un moyen d'échapper à la normalisation et de renouer avec la culture de la «différence» auxquelles sont attachés les acteurs des musiques actuelles.

De tels projets peuvent permettre de sortir de ce que l'analyse des politiques publiques nomme notamment «la dépendance au sentier» (P. Teillet, 2007)², c'est à dire l'emprise des choix passés et des modes d'action routinisés sur le processus de décision. Ce mouvement est non seulement une valeur des musiques actuelles mais aussi, aujourd'hui, une nécessité face aux difficultés que doit affronter le secteur.

¹ M.-C. Bordeaux et F. Deschamps (2013), *Education artistique, l'éternel retour ?*, Toulouse, Editions de l'attribut. Dans cet ouvrage les auteurs définissent trois niveaux de partenariat : le partenariat de réalisation, le partenariat d'organisation et le partenariat instituant. S'ils appliquent ces définitions au domaine spécifique de l'éducation artistique et culturelle, leur analyse du partenariat est facilement transposable à d'autres champs.

² Cette notion est employée notamment par P. Pierson sous le nom de «Path dépendance» elle sera reprise par Philippe Teillet à propos des musiques actuelles. P. Pierson (2000), «Path dépendance, increasing returns, and the study of politics», *American Political Science Review*, vol 94, n°2, p 251-267. P. Teillet (2007), «Le «secteur» des musiques actuelles. De l'innovation à la normalisation...et retour ?», *Réseaux*, 2007/2 (n°141-142), p.269-296.



Renouveler l'accompagnement des pratiques en amateur

L'expérience du *Placard* est un dispositif ouvert qui s'adresse a priori à l'ensemble des groupes sans considération de niveau de reconnaissance et de professionnalité puisqu'il repose sur une **inscription libre**. Toutefois, dans les faits, il a plus souvent mobilisé les groupes amateurs accompagnés par les structures. La gratuité, l'aspect expérimental et la sollicitation des structures ont orienté le projet vers ce type d'usagers des lieux.

Ainsi le *Placard* est une proposition qui prolonge l'accompagnement habituel offert par les lieux. Cet accompagnement à plusieurs dimensions dans les scènes de musiques actuelles. Celles-ci proposent aux groupes des lieux de répétition mais aussi un soutien artistique, technique et administratif pour développer leur projet. Pour beaucoup de groupes, la scène est un élément essentiel de l'apprentissage même lorsqu'ils ne visent pas la professionnalisation.

Une expérience insolite de diffusion

Le *Placard* est une **expérience insolite**, difficile à situer, elle ne ressemble ni à une expérience de scène habituelle ou même de filage, ni à une expérience en studio, ni à une expérience de radio. Le public est à la fois présent mais l'interaction avec lui, au moment de la prestation, est rendue sinon impossible du moins très indirecte.

Selon les esthétiques, cette expérience n'a pas le même sens. Certains musiciens électroniques semblent plus habitués à jouer sans public et à donner une place centrale au numérique et à l'expérimentation, d'autres, du côté des musiques rock ou urbaines où la prestation scénique est essentielle, s'avèrent bien plus déroutés par cette expérience.

De ce fait, l'expérimentation est une manière de mettre en mouvement les groupes et de leur donner un élément supplémentaire de réflexivité sur leur pratique. Elle conduit à interroger la production musicale, leur rapport à la scène, au public, au spectacle musical et à leur image.

Le *Placard* est aussi une occasion de diffusion pour les groupes et d'**élargissement de leur sphère de diffusion rendu possible par l'outil numérique**. De ce point de vue, le *Placard* agit à la fois à court terme et à long terme. A court terme, le groupe est audible sur un territoire élargi aux frontières extrêmement floues. Il est entendu par le public mobilisé par les structures pour l'événement mais aussi par un public potentiellement illimité dans la mesure où l'écoute peut avoir lieu de n'importe quel endroit à partir d'une simple connexion à internet. Le *Placard* met en scène une **déterritorialisation de l'écoute orchestrée par des structures qui sont au contraire le produit d'un territoire**.

A long terme, le partenariat entre les structures est une mise en réseau qui peut avoir des effets sur les potentialités de diffusion du groupe. On peut faire l'hypothèse, en effet, qu'il peut donner une visibilité aux groupes qui leur permette d'être programmés dans les structures partenaires et au-delà de leur territoire d'origine.

Recréer du collectif

Enfin, l'expérimentation est aussi une manière de travailler la relation aux groupes accompagnés. Une grande partie des groupes ne se sont pas contentés en effet de jouer leur session de 30 mn mais ils sont restés aussi pour assister à l'ensemble de l'événement. Celui-ci a créé un moment convivial de rencontre, d'échange entre les groupes et les personnels des structures mais aussi entre les groupes eux-mêmes. Le *Placard* a participé ainsi à la **création d'un sentiment d'appartenance**. De ce point de vue, il permet de dépasser la simple consommation du lieu (location d'une salle de répétition, accès à une prestation...) et de souder les usagers autour d'un événement, d'un projet, de valeurs (J. Ion, 1997). Il peut être un élément autour duquel se reconstruit un projet associatif et où les logiques individuelles peuvent être dépassées pour recréer du collectif, du commun.

Sortir des routines professionnelles

Toutes les organisations produisent des normes qui génèrent chez les individus des routines. Celles-ci ne sont pas forcément négatives, elles sont la contrepartie des compétences, des savoir-faire, de l'expérience. Elles sont des produits de l'habitude qui conduit à la performance et l'efficacité dans le travail. Toutefois, comme l'a montré la sociologie des organisations, elles mènent aussi à des rigidités, de l'ennui, de la lassitude et souvent à l'oubli du sens et des valeurs qui animent l'action (N. Alter, 2000). Les scènes de musiques actuelles n'échappent pas à ce phénomène. Pourtant, ces musiques se sont constituées dans la marge et leur institutionnalisation représente de ce point de vue un paradoxe : **comment maintenir la marge dans l'institution ?**

Des compétences « déplacées »

Le *Placard* ouvre ainsi une porte pour **maintenir la dimension innovante des structures**. Le projet oblige à une mobilité, à une adaptation, à une **prise de risque**. Il engage des compétences qui ne sont pas celles mobilisées habituellement pour les événements musicaux, il modifie les horaires de travail, les territoires d'intervention... Il transforme les habitudes de travail des techniciens et leur demande de trouver des solutions à des problèmes inhabituels pour les enchaînements, les balances, pour aménager des lieux d'écoute, pour résoudre des problèmes de connexion... Il suppose également d'adapter la communication à un événement dont la nature est mal circonscrite (ni un festival, ni un concert, ni un tremplin). Comment parler d'un événement qui n'a pas d'unité de lieu, ni d'esthétique spécifique, ni encore moins de tête d'affiche, un événement qui opère en *live* mais sans communion du public ?



Tables de mixage

Des espaces repensés

Le *Placard* amène aussi à revisiter le lieu et ses fonctionnalités, les loges deviennent un lieu d'écoute, la salle au contraire est vide de tout public, des espaces sont réaménagés, transformés dans leur apparence comme dans leur fonction. Ainsi, la place de chacun est-elle légèrement modifiée ce qui contribue à interroger ses pratiques, ses habitudes et au final le sens de l'action. Le projet peut **remettre en débat ce qu'on croyait acquis**, susciter de la discussion, éventuellement les controverses qui permettent dans la structure de réactivité les valeurs, de remobiliser les équipes et de ressouder les collectifs de travail.



Interroger les partenariats de proximité

Les scènes de musiques actuelles se sont emparées du projet pour en faire une **occasion de cultiver ou de développer des partenariats de proximité**. Qu'il s'agisse de nouveaux partenariats ou d'un approfondissement de relations déjà engagées, cette expérience du *Placard* intervient sur des modalités différentes par rapport à ce que les structures ont l'habitude de proposer. Les relations de partenariat avec les structures se font le plus souvent sous forme de diffusion en live hors les murs, si a priori cette expérience n'est pas très différente, elle est pourtant une autre manière d'apporter de la musique dans ces lieux et d'interagir avec les problématiques des structures partenaires. De ce point de vue, l'**exemple des médiathèques** est le plus explicite. La plupart des médiathèques proposent aujourd'hui un accès à la musique. Centrées sur le prêt d'objets (livres, CD), leur rôle tend à évoluer avec la dématérialisation liée au numérique. Elles gardent toutefois des missions d'initiation, de découverte pour les lecteurs et les auditeurs. Le *Placard* fournit ainsi une ressource aux médiathèques pour nourrir cette expérience musicale, pour faire découvrir des groupes et des esthétiques à leur public.

Le *Placard* peut aussi **faire écho à d'autres problématiques des lieux partenaires**, il est en lien, par exemple, avec la dimension expérimentale des centres d'art contemporain et l'interdisciplinarité qui se développe dans ce secteur (Le Bel ordinaire, Billière) mais il peut, plus simplement, amener à diversifier les propositions d'un lieu et à transformer son image (Musée Jeanne d'Albret, Orthez).

Par sa nature très « adaptable », le *Placard* peut investir différents contextes et être approprié par une diversité de partenaires.

Un champ plus large à investir : santé, social...

Cette expérience pourrait être poursuivie et davantage mise en relation avec l'action culturelle proposée par les SMAC. Elle semble particulièrement adaptée à des actions en prison ou à l'hôpital et peuvent être accompagnées d'un **dispositif de médiation ajusté à ces lieux**. Le dispositif a une très grande flexibilité qui

peut conduire à proposer une écoute au casque très individualisée; pour des détenus en cellules, par exemple, ou des patients alités, mais aussi pour des personnels pendant leur temps de travail sur certains postes. Il peut également favoriser des expériences collectives. A l'hôpital, par exemple, des lieux d'écoute pourraient être imaginés dans des zones d'attente où se retrouveraient visiteurs valides, patients et personnels soignants pour créer des espaces de convivialité. Dans ce cadre, un lien pourrait être établi avec le Pôle de compétences Culture et santé en Nouvelle Aquitaine qui, en tant que structure intermédiaire, pourrait s'avérer un relais pertinent pour amener le projet dans ce secteur.

Dans tous les cas, la musique au casque ouvre un nouvel espace d'échange entre les scènes de musiques actuelles et une grande diversité de partenaires. Le *Placard* conduit les structures à renforcer leur rôle de lieu ressource pour le territoire.



Point d'écoute au sein de la Médiathèque de Lons - Pau

Devenir un laboratoire

Le *Placard* est une expérimentation qui a pour principal intérêt de ne pas agir sur un seul aspect des scènes de musiques actuelles mais sur un ensemble de points, non pas par une modification radicale mais par un **déplacement des frontières et une articulation des missions**. Ainsi, elle amène à revisiter les partenariats entre structures et avec des partenaires de proximité. Elle propose de nouvelles pistes pour travailler les pratiques amateurs. Elle interroge les fonctions et les pratiques des lieux. Surtout, elle permet de décloisonner certaines missions et d'envisager un lien plus fort entre diffusion et action culturelle, diffusion et pratique amateur. Par les déplacements qu'elle opère, elle donne la possibilité aux structures d'un nouveau positionnement comme laboratoire pour penser «ce qu'écouter de la musique signifie».

La particularité du *Placard* est une déstabilisation des organisations mais aussi des modalités d'écoute qui conduit à interroger les pratiques de la scène, de la situation de concert, des modalités d'écoute en fonction des styles musicaux... **Que veut dire aujourd'hui écouter de la musique ?**

Peu de lieux culturels interrogent aujourd'hui cet aspect. Dans le domaine de la musique (qu'elle soit classique ou actuelle) les lieux ont mis l'accent principalement sur la diffusion et/ou sur la pratique musicale. Alors que l'éducation du regard est investie depuis bien plus longtemps, **la sensibilisation à l'écoute reste très marginale**. L'enjeu semble pourtant immense à plusieurs égards : l'écoute musicale passe aujourd'hui beaucoup par Youtube notamment pour les plus jeunes, elle est ainsi accompagnée de clip vidéo qui conduisent à «regarder de la musique», l'aspect évènementiel renforce lui aussi la musique spectacle qui mobilise tout autant le corps, la vue, l'ouïe... Au delà du secteur culturel, **l'écoute est un enjeu de société**. Les enseignants, on le sait, déplorent souvent la difficulté des élèves à écouter, d'une manière plus générale, **l'écoute interroge le rapport à l'autre, à la relation**. Elle construit un regard sur le public qui n'est plus focalisé sur le nombre de spectateurs dans la salle mais sur l'expérience musicale, sa diversité et sa richesse. Elle replace le rapport à la musique dans la singularité de la réception. Cette approche, plus attentive à l'individu et à l'altérité, fait écho aux préoccupations actuelles du secteur à la question des droits culturels.

En devenant un laboratoire de l'écoute, les scènes de musiques actuelles prennent une nouvelle place dans ce champ et repositionnent leur action sur le questionnement du sens et l'innovation des dispositifs pour interroger, en acte, les modalités de réception. De ce point de vue, elles ouvrent une nouvelle manière de considérer leur mission de service public culturel.



Réunion bilan de l'ensemble des équipes professionnelles et universitaires - 13 avril 2017

Références bibliographiques

N. Alter (2000), *L'innovation ordinaire*, Paris, PUF, coll. «Quadrige».

G. Guibert, D. Sagot Duvaux (2013), *Musiques actuelles : ça part en live. Mutations économiques d'une filière culturelle*, Paris, IRMA/DEPS.

J. Ion (1997), *La fin des militants ?*, Ivry-sur-Seine, Les éditions de l'atelier.

D. Sagot Duvaux (2005), «Quel modèle économique pour les scènes de musiques actuelles ?», Volume 1, 4 : 2 / 2005.

P. Teillet (2007), «Le «secteur» des musiques actuelles. De l'innovation à la normalisation...et retour ?», *Réseaux*, 2007/2 (n°141-142), p.269-296.

L'écoute au casque : particularités et perspectives du point de vue acoustique

Quelles différences existe-t-il entre une écoute en champ libre et une écoute au casque ?

La perception de l'environnement

Dans une écoute en champ libre, par exemple en salle lors d'un concert live traditionnel, l'acoustique du lieu interfère sur la réception sonore. Plusieurs éléments vont impacter l'écoute des spectateurs :

- La *réverbération* : une salle d'écoute peut être trop sèche (trop d'absorption par les parois, conduisant à des sons qui ne fusionnent pas) ou trop réverbérante (pas assez d'absorption par les parois, conduisant à des sons qui se mélangent trop) ;
- L'*inhomogénéité* : dans une salle de concert, toutes les places ne se valent pas car le champ acoustique n'est pas identique en tout point ;
- Le *filtrage* : comme les matériaux composant les parois d'une salle n'absorbent pas toutes les fréquences de la même manière, la salle d'écoute opère un filtrage du son émis par les sources (haut-parleurs ou musiciens) ;
- Les *bruits de l'environnement* : bruits de portes, de pas, voix, rires...

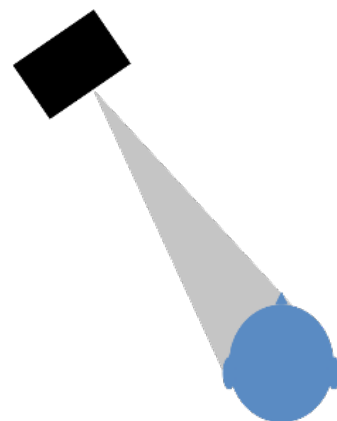
Ainsi, l'expérience sonore est assez aléatoire en fonction de tout ce qui peut se produire dans l'environnement, en fonction de son propre positionnement et de ses déplacements dans la salle...

Différemment, avec l'écoute au casque, l'acoustique du lieu n'influe plus sur la réception sonore. C'est ce qui crée cette **impression de « bulle » chez les auditeurs**, et la **sensation d'une prise plus directe avec le son** qui ne sera « polluée » par aucun élément extérieur. L'auditeur est seul « maître » de sa réception, règle le volume à sa guise, enlève le casque et le remets lorsqu'il le décide. L'écoute au casque permet une écoute plus maîtrisée et reproductible.

La perception spatiale

Le Graal de la **reproduction sonore d'un concert**, au casque ou avec des haut-parleurs, est de donner l'illusion à l'auditeur qu'il EST au concert s'il ferme les yeux. Cette illusion nécessite de pouvoir recréer des sources virtuelles tout autour de lui : un son de guitare provenant de la droite, un son de batterie provenant de la gauche... Ainsi, l'enjeu est que l'auditeur ne perçoive non pas une homogénéisation sonore mais bien une spatialisation du son telle qu'elle est vécue en concert live, avec cette sensation de mouvement. Créer une telle illusion est extrêmement complexe et mobilise depuis longtemps l'énergie des acousticiens : des débuts de la stéréophonie dans les années 1930 en passant par les débuts de la diffusion en Dolby dans les années 1970. Reproduire l'illusion que des sons nous arrivent de plusieurs directions est particulièrement difficile pour une écoute au casque classique car nous avons l'impression que le son est créé entre nos deux oreilles (les sources virtuelles sont dans notre tête) et il est très difficile d'externaliser ces sources. Les **sons binauraux** tentent, avec succès, de s'affranchir de cette limitation.

L'exemple sans doute le plus réussi permettant de se faire une idée de cette technologie est le « Virtual Barber Shop »³.



³ https://www.sciencesetavenir.fr/high-tech/l-incroyable-experience-du-son-3d_19172



Pour comprendre le principe de cette technique, il faut avant tout prendre conscience des indices qui nous permettent, yeux fermés, de localiser d'où provient un son.

Différence Interaurale de Temps (ITD pour <i>Interaural Time Difference</i>)	Différence Interaurale d'Intensité (ILD pour <i>Interaural Level Difference</i>)
Efficace en Basses Fréquences	Efficace en Hautes Fréquences
Suivant la position de la source, les sons qui nous parviennent aux oreilles arrivent avec un décalage temporel. Pour les basses fréquences, ce décalage est inférieur à la période temporelle du signal et est un bon indice de localisation. En revanche, pour les hautes fréquences, ce décalage est supérieur à la période temporelle du signal et il y a ambiguïté : le cerveau ne peut conclure.	Suivant la position de la source, les sons qui nous parviennent aux oreilles arrivent avec une différence d'intensité. A basse fréquence, la tête semble un petit obstacle et la différence d'intensité est faible tandis qu'à haute fréquence, les ondes se réfléchissent sur l'obstacle que représente la tête et les différences de niveau peuvent atteindre 20 dB.

Ainsi, suivant la fréquence du son incident, notre cerveau utilise des indices différents pour deviner d'où provient ce son : ITD pour les basses fréquences et ILD pour les hautes fréquences. On constate que les capacités de localisation sont les moins bonnes autour de 1500 Hz, région fréquentielle dans laquelle ni les indices temporels ni les indices d'intensité ne sont suffisamment porteurs d'information. **Concernant un son musical riche à la fois en basses et hautes fréquences, la localisation est très bonne.**

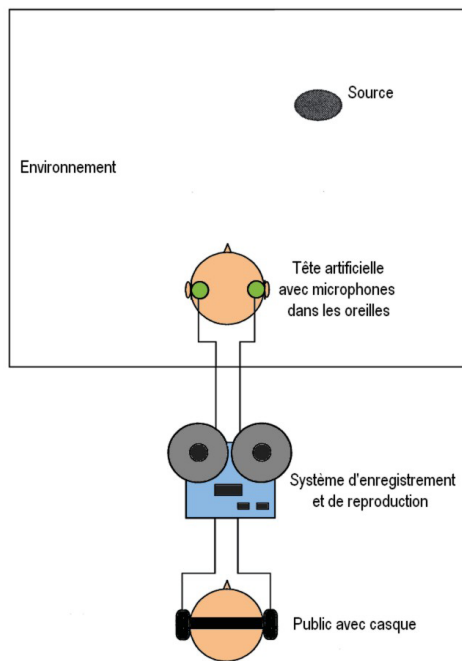
Il faut avoir conscience que la forme de notre corps intervient différemment suivant la fréquence des sons qui nous arrivent, créant ainsi un filtrage fréquentiel entre les signaux arrivant dans les oreilles droite et gauche. Prenons un exemple en imaginant un son musical (donc contenant de nombreuses fréquences) émis par un instrument. Les sons qui vont arriver aux deux oreilles ne seront pas identiques : suivant la forme de notre visage, certaines fréquences seront plus atténuées que d'autres pour l'onde qui aura à contourner notre tête. Plus la fréquence est élevée et plus les petits détails de notre morphologie influent. On parle alors de **ISD** (pour *Interaural Spectral Difference*).

Depuis 1930 se sont succédées différentes expériences pour tenter de conserver toutes ces informations. L'idée consistait, lors de la prise de son, à capter les sons en insérant des microphones dans les oreilles d'un mannequin. On parle alors de prise de son binaurale et les signaux obtenus sont qualifiés de binauraux.





Reproduisant alors au casque ces sons, l'auditeur est donc sensé retrouver les indices lui permettant de spatialiser la scène initiale. Le Graal a-t-il été atteint ? Non pas tout à fait, malgré une nette amélioration, pour la raison suivante : nous avons tous une morphologie différente et nous sommes habitués à la nôtre ! Les sons captés avec le visage du mannequin ne nous permettent pas exactement de retrouver la perception sonore produite avec notre propre visage. Pour que l'illusion eût été parfaite, il aurait fallu que l'enregistrement soit réalisé avec les micros dans nos *propres* oreilles...



Devant cette impossibilité, l'idée germa de constituer une banque de données de réponses de tête, dénommées **HRTF** (pour **Head-Related Transfer Functions**). Ces HRTF sont obtenues en envoyant dans une chambre anéchoïque (chambre recouverte d'absorbant permettant d'éviter toute réflexion sur les parois) en envoyant sur un cobaye équipé de microphones dans les oreilles des sons provenant de toutes les directions. Il suffit alors, au moment de la restitution dans le casque, de substituer la HRTF du mannequin d'enregistrement par celle de la personne qui écoute. Comme il est difficilement envisageable que chaque personne aille dans un laboratoire acoustique effectuer la mesure de sa HRTF, il est envisagé de scanner le visage afin de retrouver dans la banque de HRTF la plus ressemblante. A ce jour, la banque de HRTF est déjà riche de plusieurs milliers de HRTF.



En extrapolant ce dispositif, on peut imaginer que celui qui souhaite bénéficier d'une production sonore lui permettant une écoute la plus immersive possible parce qu'elle tiendra compte de sa propre réception liée à la morphologie de son visage, pourra faire scanner son visage et l'envoyer à ce programme qui identifiera parmi sa banque, la HRTF la plus ressemblante, à partir de laquelle sera produite une bande sonore personnalisée. Mieux encore, la personne pourrait se rendre dans la chambre anéchoïque pour être intégrée à la banque HRTF et bénéficier de bandes sonores totalement individualisées.

La perception du niveau sonore

L'augmentation des problèmes d'audition chez les jeunes est alarmante. De 1998 à 2014, le nombre de jeunes et d'adolescents déclarant des troubles auditifs est passé de 280 000 à 440 000. En 2014, le Secrétariat d'Etat à la Santé estime que 50 000 jeunes et adolescents présentent des altérations graves ou sévères du système auditif⁴. Aussi est-il important d'être conscient des risques particuliers liés à une écoute au casque.

Les dosages journaliers maximaux recommandés sont:

Durée d'écoute (en min)	Niveau sonore limite avant danger (en dB(A))
120	99
60	102
30	105
15	108

⁴ HAEUSLER, DE LAVAL & MILLOT - Étude quantitative sur le handicap auditif à partir de l'enquête «Handicap-Santé» - Etudes et Recherches n°131 de la DREES (2014)



Or, pour appliquer ces recommandations, il nous manque une donnée essentielle : **la connaissance du niveau sonore auquel nous écoutons la musique.** On peut en effet regretter que les casques ne soient pas équipés de microphones permettant de mesurer le niveau sonore. Devant ce manque d'information, il est instructif de se reporter à une étude de la BBC (effectuée en 1979 mais qui reste tout à fait d'actualité)⁵ : confrontée à des écoutes au casque de longue durée, la BBC a comparé, pour différents types de musique, une écoute au casque et une écoute dans une salle avec haut-parleur :

Sources	Niveau	Niveau sonores des extraits musicaux (en dB(A))					
		A	B	C	D	E	Moyenne
Casque	Normal	91	90.8	87.8	89.4	91.9	90.2
	Fort	100	98.5	95.4	97.1	98.9	98.1
Haut-parleur	Normal	81	84.9	83.4	85.2	82.7	83.5
	Fort	90	91.7	89.8	91.5	89.4	90.5

(sur un échantillon de 18 personnes)
avec

A	heavy rock
B	pop
C	classique
D	classique
E	latin american

Les résultats obtenus ont démontré un phénomène surprenant : **pour une sensation équivalente, l'écoute au casque nécessite un niveau sonore plus fort de 8 dB par rapport à la situation d'écoute dans une salle avec haut-parleur.**

Il n'y a pas consensus sur les raisons scientifiques de cette différence surprenante. Une explication possible résiderait dans la moindre réverbération au niveau d'une écoute au casque (la réverbération captée lors de la prise de son existe mais pas celle lors de la restitution). En effet, des expériences ont montré que, à niveau sonore équivalent, des impulsions répétées semblaient moins fortes qu'un son continu à la même fréquence.

Quoi qu'il en soit, retenons qu'une écoute forte au casque, quel que soit le style de musique, avoisine les 99 dB et qu'il ne faut pas dépasser 120 min.

⁵ MATHERS & LANSLOWNE - Hearing risk to wearers of circumaural headphones : an investigation - BBC Research Department Report (1979).



Applications envisageables au projet du *Placard*

Se rapprocher des dispositifs de restitution 3D au casque

La thématique de la restitution 3D au casque à l'aide des sons binauraux apparaît comme une piste intéressante à explorer. Cela positionnerait les structures de musiques actuelles en veille par rapport à cette actualité de recherche et rajouterait au concept actuel du *Placard* une autre dimension susceptible d'aiguiser la curiosité du public. Un rapprochement avec la structure BILI⁶ (projet collaboratif sur l'écoute binaurale créé en 2013 et regroupant de nombreux organismes) pourrait permettre d'avancer sur ce sujet, en devenant par exemple un terrain d'expérimentation et de bénéficier ponctuellement de technologies de pointe en matière d'écoute au casque.

Travailler la qualité auditive

Malgré les dispositifs de sensibilisation des risques auditifs mis en place au sein des réseaux de musiques actuelles, la sensibilisation du public reste toujours d'actualité. Le *Placard* et son principe d'écoute au casque nécessitent une attention encore différente des conditions d'écoute de concerts en salle. Ainsi, à travers ce projet, les structures porteuses pourraient communiquer leurs connaissances des problématiques liées à l'écoute au casque et rappeler au public les recommandations permettant d'allier plaisir auditif et conservation de l'audition.

⁶ <http://www.bili-project.org/>



Point d'écoute à Access - Pau

Références bibliographiques

BORWICK - Loudspeaker and Headphone Handbook (3ème éd.) – Focal Press (2001).

RUMSEY - Spatial Audio – Focal Press (2001).

PERIAUX, OHL & THEVENOT - Le son multicanal – Dunod (2015).

Les nouvelles dimensions du son – Les Dossiers de La Recherche – avril/mai 2014.

Retour sur l'événement

Un concert aux attributs inhabituels

L'événement proposé présente différentes particularités⁷ qui le distinguent d'un concert «traditionnel» autant que d'une simple écoute individuelle de musique, au casque.

En quoi ce nouveau dispositif change-t-il l'expérience vécue par le public ? Les artistes appréhendent-ils ce rapport au public et au dispositif comme distinct de leurs expériences habituelles ? En quoi le vécu de cet événement, simultanément diffusé depuis Art'Cade, Le Florida et Ampli dans les différents lieux impliqués⁸ modifie-t-il leur fonctionnement coutumier ?

L'analyse des travaux contemporains et des données recueillies sur le terrain⁹, tant lors de l'événement lui-même que de sa préparation nous permettent d'apporter quelques éléments de réponses à ces interrogations.

Ce qu'écouter veut dire : le *Placard*, une expérience nouvelle pour le public

La question de la transformation de l'écoute musicale, esquissée en première partie et approfondie sur le plan technique avec la seconde, demande également à être analysée sur les plans du **rapport psychosociologique** comme **sensoriel** mais aussi dans sa **portée sociologique**.

En effet, si l'écoute de musique au casque est désormais bien ancrée dans les pratiques quotidiennes, elle relève habituellement de la sphère individuelle (voire à deux quand les écouteurs sont partagés) mais ne s'inscrivent guère, ainsi que le *Placard* le propose dans une écoute partagée par un groupe, qui plus est géographiquement disséminé sur un large territoire. Se pose donc ici la question de la réception par le public de ce dispositif, tant en termes de compréhension que de vécu sur le plan sensoriel.

Un dispositif déconcertant et intéressant

Les entretiens menés avec quelques participants au sein du public du *Placard* ont souligné combien il était nécessaire de les accompagner afin de bien saisir l'ensemble du dispositif proposé. Ainsi, des participants rencontrés à Pau n'ont-ils compris qu'en cours de soirée qu'ils auraient pu écouter les morceaux depuis leur propre domicile. En effet, le *Placard*, tel que proposé le 25 mars 2017 diffère sensiblement du projet initial inauguré en 1998 par Erik Minkkinen, en proposant des **sessions de 30mn sans interruption de 10h à 1h du matin** diffusées non depuis 1 mais 3 lieux distincts et pouvant être écoutés depuis 15 lieux physiques différents, ainsi que la possibilité d'écouter avec n'importe quel appareil connecté depuis le serveur gracieusement mis à disposition par Locus Sonus pour l'occasion.

⁷ Voir l'explication du concept, dans le communiqué de presse en annexe 1, et proposé sur le site du Bel Ordinaire : https://belordinaire.agglo-pau.fr/medias/filer_public/55/6a/556a0271-1ff0-49b5-9e9e-f16396b81fc9/com_de_presse_placard2017_bearn.pdf

⁸ Soit 6 médiathèques, 2 musées et 4 autres lieux : voir l'annexe 1 pour plus de détails.

⁹ Voir les modalités d'observation et le guide d'entretien en annexe 2.



De ce fonctionnement découle pour le public plusieurs conséquences. Etalé sur 15h, ce «festival de concerts au casque» s'inscrit dans une **temporalité différente d'un concert traditionnel**, se rapprochant d'un festival inscrit sur plusieurs jours. Une telle proposition invite non pas à suivre intégralement le concert mais plutôt ponctuellement, à la carte à la faveur des morceaux qui plaisent plus ou moins ou de la disponibilité entre deux discussions pour ceux qui viennent à plusieurs. Cette liberté individuelle semble particulièrement appréciée et favoriserait les possibilités de découvertes tant par la diversité de l'offre musicale contemporaines que par le format de 30mn mais aussi par l'autonomie que procure le casque qui peut être posé si le morceau proposé ne plaît pas.

Des sociabilités renouvelées

La conception traditionnelle du concert comme idéal d'écoute musicale collective se trouve bousculée par la **présence du casque comme objet de médiation au concert**. En effet, ce «cas particulier de parasite à mi-chemin entre moi et autrui (...) participe du **processus d'individuation sonore de l'auditeur-baladeur** en intervenant sur les modalités de constitution de son enveloppe sonore» (Thibaud, 1994). Mais ce même casque, ce tiers qui s'interpose entre l'individu et son milieu, potentiel obstacle à la communication avec les personnes présentes ici et maintenant, constitue dans le même temps le moyen de **rejoindre ceux qui partagent «une dimension temporelle commune»** (Schütz, 2006) par l'écoute des morceaux joués.

Le casque joue donc un rôle ambivalent dans la communication interpersonnelle en autorisant une expérience individuelle et commune tout en laissant la liberté à chacun d'être en dedans/en dehors du concert selon le désir de chacun : ainsi, il instaure «un équilibre précaire, une oscillation constante entre la présence et l'absence, l'intime et le social» (Thibaud, 1994).



Espace principal d'écoute au Florida - Agen



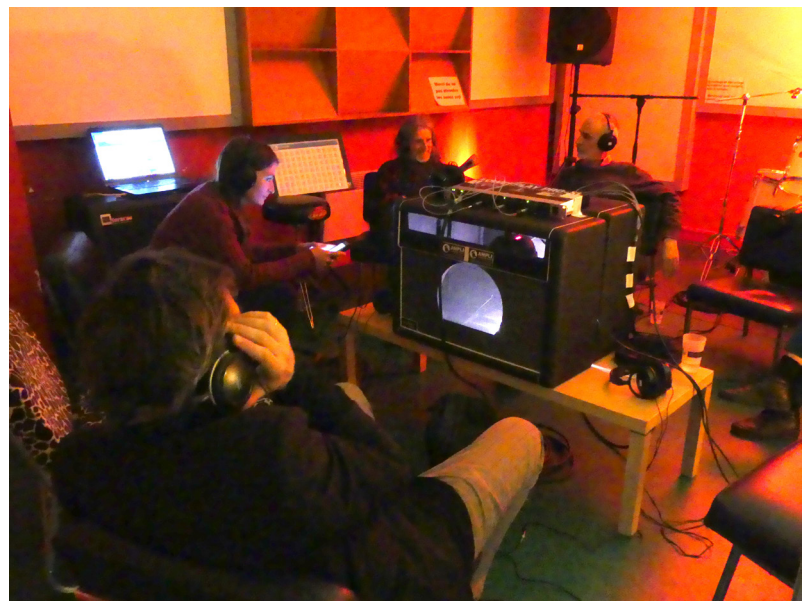
Par ailleurs, l'observation participante a permis de relever des différences de comportements selon que le public utilisait des **casques filaires** ou **sans fil** : le casque filaire inscrit l'écoute dans un espace circonscrit, contrairement au casque sans fil qui laisse toute latitude de déambulation¹⁰ voire de combinaison d'activités¹¹. Les échanges entre participants s'en trouvent sensiblement modifiés. Ainsi, s'asseoir en rond autour du dispositif filaire induit l'acceptation d'une proximité physique en même temps que le partage d'une communauté d'espace sonore, celle-ci étant alors formalisée par un « bonjour » esquissé de la tête lors de l'arrivée de nouveaux venu(e)s dans le cercle¹². Des formes de sociabilité qu'on ne retrouve pas chez les porteurs de casques sans fil. Ceux-ci, observés à Agen, sont davantage restés entre groupes venus ensemble.

On voit donc ici que la question des sociabilités, primordiale dans l'écoute musicale au sein de festivals et concerts ainsi que l'a montré Aurélien Djakouane (2015) en étudiant les Eurockéennes de Belfort, se pose de façon sensiblement différente selon le type de casque utilisé : il pourrait être intéressant à ce titre de proposer dans une prochaine session du *Placard*, la possibilité d'écouter avec des casques filaires ou sans fil, ce qui entrerait en résonance avec les appréciations contradictoires des organisateurs, certains considérant que le fil favorise une écoute attentive quand d'autres ne le pensent pas.

Cette question du rapport physique entre les participants et de son rôle dans les sociabilités est d'ailleurs mis en avant par le concepteur du *Placard* : « Je tiens fortement à ce qu'il existe un lien physique entre les gens qui écoutent plutôt qu'une sorte de radio diffusée sur le web. Plus il est difficile d'écouter le son (le rapport d'écoute, au casque mais partagée dans son temps de diffusion, est aussi particulier), plus on y est attentif. Et si, en plus, on nous envoie un commentaire, un avis, une suggestion via le chat, cela devient une vraie présence » Erik Minkkinen (DAP Locus Sonus).



Espace d'écoute dans l'environnement d'Art'CADE, Sainte-Croix-Volvestre



Salle de répétition réaménagée à Ampli - Pau

.10 Ainsi, à Agen, les fumeurs continuaient à écouter les groupes depuis la rue, tandis qu'à Sainte-Croix-Volvestre, les « écouteurs » jouissaient du site sous le soleil...

.11 Toujours à Agen, un salarié a eu le plaisir de pouvoir jouir du concert tout en continuant à travailler à son bureau grâce au casque sans fil. .

.12 Observé à Pau.



Un bousculement des sens

Le casque permet une écoute plus attentive, favorise la concentration, l'introspection, et l'approche de la musique expérimentale. Mais son usage dont on a vu le rôle sur les sociabilités implique d'autres conséquences dans le rapport sensoriel des participants à l'événement. En effet, plusieurs d'entre eux ont souligné que le Placard ne pouvait être qualifié de «concert» au sens traditionnel car l'on ne peut y ressentir physiquement les vibrations propres aux basses. De même si les casques filaires favorisent une proximité physique, les casques sans-fils en dispensent. Les jeux de lumières apparaissent également comme un paramètre caractéristiques des concerts et faisant défaut au *Placard*. Ainsi, lors d'un entretien, le lien a été fait entre cette absence et la quasi-absence de danseurs.

Mais ce qui semble le plus désarçonner le public, c'est l'absence d'image, de lien visuel aux artistes jouant le morceau écouté. On constate ainsi une recrudescence de public présent sur les sessions en live depuis chaque lieu de diffusion, vraisemblablement ajustée grâce aux programmes disponibles en amont. Ce constat souligne d'une part l'importance accordée par le public à la relation directe aux artistes, et d'autre part, le rôle joué par le programme dans la fréquentation des lieux. Outre ces moments, une hausse de fréquentation est à noter en fin de journée et soirée sans doute liée aux pratiques habituelles de venue au concert avec différentes pratiques : davantage musique d'ambiance (accoude au comptoir) que concert. De même, cette ambiance change à la tombée de la nuit, plus proche des représentations habituelles du concert, favorisant les interactions entre personnes présentes et même quelques pas de danse à la faveur de la semi-pénombre.

Entretiens menés sur le site d'Agen et Pau

Plusieurs entretiens menés lors des observations participantes effectuées à Agen et à Pau ont permis de recueillir des données plus qualitatives mais aussi de répondre aux regards interrogatifs des participants au *Placard* sur ces observatrices prenant des notes.

Type de publics : il diffère selon les lieux de diffusion et d'écoute. A Agen, ce sont surtout des habitués, étudiants et la trentaine ainsi que des familles attirées par le concert gratuit où les enfants peuvent vaquer sans déranger grâce aux casques ; certains sont musiciens et tous curieux et intéressés par la découverte musicale.

A Pau, le public semble très coutumiers de réseau.

Raisons de leur venue : la plupart connaissent déjà la structure de diffusion, beaucoup connaissent un/des groupes qui jouent. Ils sont déjà venus l'an passé (Florida), ont vu des affiches ou reçu un tract sur le marché. Ils ont aussi été informé par les réseaux sociaux (Facebook Florida), mais beaucoup soulignent le manque de communication concernant l'événement.

Intérêt pour le *Placard* : Une fois compris le dispositif, ils l'apprécient beaucoup même si ils sont surpris de prime abord notamment par l'absence de visuel. Ils trouvent finalement géniale la liberté d'écoute que procure le casque, de même que la diversité qu'autorise un programme découpé en séquences de 30mn. Forts de cette compréhension, ils adhèrent au projet et sont prêts à revenir l'an prochain et à en assurer la promotion en y amenant leurs connaissances.

Une expérience inédite pour les artistes

La naissance de la culture numérique dans les années 80 et la corne d'abondance technologique qu'offre désormais le numérique, ouvrent la voie à une réelle démocratisation culturelle. Ainsi, dans le domaine musical, le «nouvel amateur»¹³ bénéficie aujourd'hui de la possibilité tant de s'équiper (de façon plus ou moins sophistiquée), que de s'autonomiser dans la production de ses compositions¹⁴ et enfin de diffuser plus largement ses morceaux. Ainsi, l'opposition traditionnelle entre musiciens professionnels et amateurs semble-t-elle progressivement devenir obsolète, grâce à des plateformes telles que Myspace, qui contribuent à modifier les hiérarchies et les réputations en desserrant le goulet d'étranglement de la mise en visibilité (Beuscart, 2009). Le *Placard*, proposé le 25 mars 2017 entre dans cette dynamique, sous une forme quelque peu distincte du projet

¹³ Selon Patrice Flichy (2010), cet amateur rivalise aujourd'hui avec les experts et professionnels, fort de son expérience acquise notamment via l'intelligence collective et la connaissance partagée propres à internet.

¹⁴ Philippe Le Guern souligne ainsi dans son article « Irréversible ? Musique et technologies en régime numérique » in Réseaux n°172, 2012 que grâce à la technique, le musicien se libère des contraintes liées à la division des tâches et des différentes intermédiations avec l'usage des machines qui favorisent la polyvalence individuelle et autorisent une forme de pouvoir inédit pour l'artiste amateur.



originel¹⁵ en accueillant les artistes sur trois sites distincts et une multidiffusion sur d'autres sites partenaires ainsi que depuis la plateforme internet leplacard.org.

L'une des particularités du *Placard*, en regard d'un festival ou d'un concert traditionnel, est qu'il ne peut, dans sa version initiale, se prévaloir d'une ligne artistique, antinomique avec le principe même du *Placard* : la grille de programme est ouverte à qui veut s'en saisir. Pour autant, il faut souligner ici que les différents groupes ayant joué dans la nuit du 25 au 26 mars 2017 étaient des groupes connus des organisateurs et que sur 15h, la grille de programme a été très vite remplie pour ce premier opus en collaboration sur plusieurs sites. Une programmation qui se distingue des *Placards* habituels en ne proposant pas exclusivement de la musique expérimentale ou électronique mais également de la pop, du jazz, du rock...

Tout comme auprès du public, le travail de médiation effectué en amont par les organisateurs puis le jour J est indispensable car cette expérience peut être déstabilisante de différentes façons :

- Pour ceux qui ne sont pas habitués à avoir de public présentiel, pratiquant habituellement une musique électronique diffusée sur le web, et qui se retrouvent face à un public en présentiel.
- Comme pour ceux qui sont habitués à jouer devant une foule physiquement présente et trouvent amusant de jouer devant 2 personnes tout en étant écouté par beaucoup plus sur les autres lieux de diffusion comme via le serveur du *Placard* sur internet.

Les artistes ont également souligné combien ce dispositif requiert de **concentration et de rigueur** en regard des expériences de concert traditionnel.

Par ailleurs, si l'on a observé peu de communication directe avec le public, mais davantage entre artistes ou avec les organisateurs et autres connaissances, les artistes ont visiblement apprécié les applaudissements du public présent sur place en fin de prestation.

Enfin, le bilan semble globalement très positif du point de vue des artistes qui ont déclaré avoir pris intérêt et plaisir à se prêter au jeu. Ainsi, beaucoup d'entre eux ne se sont pas contentés de venir jouer leur morceau inscrit dans le programme mais ont participé avant/après celui-ci.

Les organisateurs peuvent également se réjouir de la participation d'Erik Minkkinen «venu» en personne (depuis Périer en Auge : il était le seul à n'être pas physiquement présent sur l'un des trois sites) suppléer une défection de quasi dernière minute, ou encore la création radiophonique «la chèvre de Mr Seguin» ou enfin la prestation gracieusement proposée par Psykup à l'occasion du concert joué à Ampli. Le *Placard* s'est donc inscrit sous le sceau du plaisir et de la convivialité. Ainsi, les organisateurs n'ont fait face à aucune demande de rémunération même pour groupes pro : **la brièveté de la prestation et l'enjeu promotionnel d'une diffusion auprès public plus large et diversifié** semblent constituer un argument suffisant pour les groupes inscrits.



Bus d'Art'cade consacré aux musiciens du Placard

.15 Voir le communiqué de presse en annexe 1.



Une gestion des lieux et des publics spécifiques

Les enjeux liés à la mise en place du *Placard* pour les structures portant l'organisation de l'événement ont été évoqués en première partie. Il s'agit maintenant de relever les éléments qui, lors de l'événement même ont pu constituer des points d'interrogation ou d'amélioration en vue de prochaines éditions de l'événement.

L'accueil du public¹⁶ a joué un rôle essentiel : en effet, outre le public venu spécifiquement pour le *Placard*, les lieux tels que musées et médiathèques présentaient l'intérêt de permettre à de simples badauds, venus pour d'autres motifs, de bénéficier de l'offre musicale du *Placard*. Cet accueil différencié du public demandait alors une **médiation bien ajustée** dans chacun des lieux d'écoute, d'autant que le dispositif n'est pas aisé à comprendre.

L'organisation du prêt de casque demande visiblement à être mieux réfléchi en amont : à Agen, après une procédure de demande de carte d'identité contre le casque, les formalités se sont allégées dans un second temps ; tandis qu'ArtCade à Ste Croix Volvestre a vu ses casques disparaître un temps, des participants étant rentrés déjeuner chez eux avec le casque, afin de continuer à profiter de l'offre musicale à domicile, avant de les ramener dans l'après-midi. Ainsi, si tout s'est globalement bien déroulé pour ce premier opus où la fréquentation permettait une gestion au coup par coup, une augmentation de la fréquentation pourrait poser problème sur ce plan.

Par ailleurs, concernant l'accueil du public, il faut souligner que **l'agencement du lieu** joue également un rôle dans les modalités d'écoute : ainsi les transats faisant face à une forme de scène proposés à Agen permettaient à ceux qui voulaient se plonger dans l'écoute de se mettre en retrait ou d'observer les artistes quand ils étaient sur place, tandis que le bar favorisait les échanges conjugués à l'écoute, une oreille sous l'écouteur, l'autre disponible pour la discussion. Si les formats proposés étaient distincts sur chacun des lieux de diffusion, pour tous **confort et convivialité** ont permis au

public de pleinement jouir de l'offre musicale, en lien avec l'analyse précédemment évoquée concernant l'écoute au casque : entre intimité, repli sur soi, et sociabilités. Dans cette optique, l'accueil agrémenté de café/viennoiserie semble avoir particulièrement été apprécié...

Le bilan post-événement a fait émerger une forte attente chez les différents organisateurs d'une **multiplication et d'une diversification des lieux d'écoute** : hôpitaux, écoles, prisons, bibliothèques universitaires etc.

Le *Placard* représente en effet l'occasion de travailler le territoire différemment, de tisser de nouvelles synergies et re-questionner les politiques de territoire. L'enjeu est ici double : outre une extension et une diversification des publics susceptibles d'être touchés, la circulation du public propres à ces lieux autres que des lieux de diffusions musicales (médiathèques, musées) leur a offert l'occasion de sensiblement changer leur image.

Globalement, les retours des différentes personnes impliquées dans les lieux d'écoute et de diffusion indiquent que le *Placard* a été vécu comme une expérience assez déstabilisante et par là porteuse d'un nouveau souffle.

Le rôle de la technique

Nous avons précédemment évoqué comment la révolution numérique affecte d'une part le système de diffusion et d'accès aux œuvres ainsi que, par conséquence, les conditions d'écoute de la musique pour le public mais également comment elle affecte les conditions de production des œuvres musicales, reconfigurant la notion même d'œuvre. Ainsi, l'une des questions que le *Placard* pose aux artistes est la suivante : **tout est-il écoutable au casque ?** Nous avons vu dans la partie précédente les limites du casque en termes de perception auditive. Il serait intéressant de savoir si le public a été sensible à la qualité de l'écoute selon les différents types de musique proposé.

Par ailleurs, la question technique se pose ici sur différents plans. Nous avons déjà abordé celle du rapport au casque en terme sensoriel comme de sociabilité, tandis qu'une précédente partie a souligné combien la qualité de celui-ci importe, tant en terme de sauvegarde de l'ouïe que de qualité d'expérience musicale.

¹⁶ Estimé à environ 300 personnes sur l'ensemble des lieux d'écoute et de diffusion.



Ainsi, l'une des difficultés rencontrées à la médiathèque de Lons, à Access ou au Florida, est la réception tardive des casques qui n'a pas permis de s'assurer pleinement de leur qualité.

Toujours concernant le casque, nous avons évoqué combien la présence de fil (à la patte) pouvait modifier l'expérience et les sociabilités.

Une proposition serait de combiner l'offre de casque avec/sans fil pour élargir la palette des choix.

Sur le plan de la diffusion des prestations, grâce à l'expertise et l'expérience du Florida en matière de *Placard*, les interrogations concernant la mise en œuvre technique sur chacun des lieux de diffusion étaient apaisées dès février et hormis quelques blancs lors des transitions d'un artiste à l'autre, peu de bugs ont été déplorés. Finalement malgré quelques craintes liées à toute première expérience, l'ajustement en amont entre les organisateurs semble avoir là aussi porté ses fruits. Il faut à ce sujet souligner que les artistes ayant déjà connu la diffusion de leur musique par internet ont salué la qualité des moyens mis en œuvre.

Reste néanmoins une question à laquelle il serait intéressant d'apporter des éléments de réponse : celle d'une évaluation précise de la fréquentation de l'événement par les connections à distance via le serveur de streaming. Pour l'heure, les organisateurs disposent seulement du nombre d'ordinateurs connectés en continu (entre 20 et 30) et d'un pic observé de 42 ordinateurs.

Une communication en co-construction

Initier un projet en commun à trois structures accoutumées à travailler indépendamment ne relève pas, comme nous l'avons vu en première partie, de l'évidence. Pour autant, à la lumière de l'événement ici créé et partagé, le pari semble relevé et les objectifs fixés atteints. Dans ce processus, la communication a joué un rôle sur différents plans.

En amont de l'événement, les indispensables échanges entre structures permettant de co-construire le projet, s'ils se sont déroulés au mieux et permis la réussite du projet, n'avaient pas pleinement éclairci ce que serait le *Placard* pour ceux qui le découvraient : ainsi beaucoup n'ont pleinement cerné le concept, qu'une fois celui-ci vécu, comme souvent dans les actions innovantes. De même, les lieux d'écoute comme les médiathèques, rattachées tardivement au projet auraient aimé être informées plus tôt afin d'inscrire le *Placard* dans une démarche plus large, et en la coordonnant avec d'autres événements culturels (par exemple en valorisant les artistes présents dans les collections disponibles ou en organisant une exposition sur la musique expérimentale et/ou électronique ou encore sur le *Placard* lui-même...).

Toujours en amont du *Placard*, on relève dans le compte-rendu du bilan l'unanimité des équipes à souligner la nécessité de mieux gérer la communication en amont et mieux la coordonner entre les différentes structures porteuses pour en améliorer la portée comme la compréhension auprès d'un plus large public. Reposant sur les supports habituels (campagne d'affichage et distribution de flyers, communiqués de presse au sein de la presse locale, nationale et spécialisée, réseaux sociaux...), la campagne de communication s'est heurtée à différentes difficultés :

- Difficulté de ceux qui participaient pour la première fois à cette expérience à expliquer l'événement (la compréhension passant par son expérimentation).
- Difficulté, complémentaire, à communiquer sur la simultanéité des lieux engagés. Ceci impliquait que la campagne de communication ne s'inscrive pas dans le cadre habituel d'une communication exclusivement attachée au lieu qui en assure la promotion mais mette bien en avant le partenariat ici mis en place ;



- Enfin, difficulté à dégager du temps pour organiser une réelle concertation entre les structures concernant la communication, chacune étant prise par son propre calendrier d'événements.

Pour autant, cette dissémination du *Placard* sur un vaste territoire correspond parfaitement au projet initial et constitue une force qu'il serait intéressant de parvenir à mettre en avant : «La première expérience se déroulait entre Paris et Tokyo, chaque ville avait une salle où on pouvait voir ce qui se passait chez l'autre. L'idée de réunir les villes, les lieux différents par la musique, est toujours là.» Erik Minkkinen (DAP, Locus Sonus).

Sur ce plan, plusieurs propositions émergent du bilan : concevoir davantage de supports pour mieux expliciter le dispositif en amont comme sur place et surmonter la difficulté globale de compréhension du public comme des artistes concernant les multiples lieux de diffusion et d'écoute. Sur le plan du visuel, affiner les informations et mettre en avant l'adresse du serveur permettant d'accéder au streaming ainsi que les différents lieux d'écoute avec une base d'affiche commune, déclinée localement.

Durant le *Placard*, bien plus que Facebook, c'est Twitter qui a permis d'assurer le lien entre les différents lieux de diffusion et points d'écoute. Empreint d'humour et rendant compte de la convivialité partagée au sein de chaque lieu, il a été remarqué par le public aussi bien que par les artistes et les organisateurs. A Ampli, ArtCade et Agen un grand écran permettait au public de suivre en direct le **fil twitter dédié : #placard2017**. Photos, vidéos, commentaires ont ainsi assuré tant le lien entre les différents organisateurs et spectateurs que d'assurer la promotion de l'événement. Ainsi, le fil twitter a retransmis une anecdote intéressante qui souligne combien le dispositif du *Placard* a pleinement joué son rôle de connexion entre différents lieux : les grands-parents d'un des artistes (qui jouait à Sainte-Croix-Volvestre) vivant à Pau, se sont rendus à AMPLI pour entendre leur petit fils jouer !

Enfin pour **assurer une promotion de l'événement le jour J comme a posteriori**, les quelques courtes **séquences vidéos** (pour l'heure exclusivement disponibles sur twitter) pourraient être, dans une prochaine édition, allongées et mises à disposition

tant sur le vif de l'événement (on note une attente du public à cet égard : le manque de relation visuelle avec les artistes a précédemment été souligné) que sur les chaînes YouTube des différents partenaires. La tentative de gestion du flux vidéo en même temps que celui d'audio et de streaming par le Florida ayant échoué, celui-ci propose qu'il soit à l'avenir pris en charge par une autre structure.

Références bibliographiques

Beuscart, Jean-Samuel. « Sociabilité en ligne, notoriété virtuelle et carrière artistique ». *Réseaux*, no 152, 2009, p. 13968.

Djakouane Aurélien. « Ce que les sociabilités font à l'écoute musicale », *Culture & Musées*, n°25, 2015, p.23-43.

Flichy, Patrice. *Le Sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique: Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*. Le Seuil, 2014.

Hennion, Antoine et Ribac François. « Le silence sur la musique. », *Mouvements*, vol. 4, n°29, 2003, p.114-121.

Thibaud Jean-Paul, « Les mobilisations de l'auditeur-baladeur : une sociabilité publicative », *Réseaux*, n°65, 1994, p.71-83.

Conclusion

La demande formulée à l'égard d'UBIC consistait en la construction d'un outil listant les problématiques convoquées par la mise en place de ce projet innovant pour les structures de musiques actuelles comme pour les partenaires ayant rejoint *Le Placard* 2017. Par la participation aux différentes réunions préparatoires et de bilan, par l'observation de l'événement, les entretiens menés auprès des responsables des structures, des artistes et des publics, les trois chercheurs associés ont pu éclairer, chacun depuis leur discipline (sociologie, information et communication, acoustique) et leurs analyses, les enjeux du dispositif du *Placard*. **Enjeux qui se situent tant sur le plan institutionnel** (comment ce type de projet vient déplacer les pratiques et les organisations des lieux culturels de diffusion artistique) **que dans le rapport à l'écoute musicale, aux artistes et aux publics.**

Globalement, l'observation et l'analyse permettent de constater que les objectifs assignés à l'événement sont atteints : casser les codes de fonctionnement des structures comme ceux des artistes et du public, se remettre en question pour permettre aux SMAC de répondre davantage aux besoins du secteur musical.

Parce que *Le Placard* constitue une **expérience déstabilisante**, il permet de **faire bouger les lignes** tant pour les organisateurs que pour les artistes et le public, et offre encore l'occasion d'initier un **nouveau type de relation entre ces différents acteurs.**

La réussite de cette première expérience commune crée un élan partagé : le désir exprimé à l'unanimité de voir l'expérience reconduite l'année prochaine (voire devenir un événement annuel régulier) ainsi que de l'élargir selon différentes modalités à discuter :

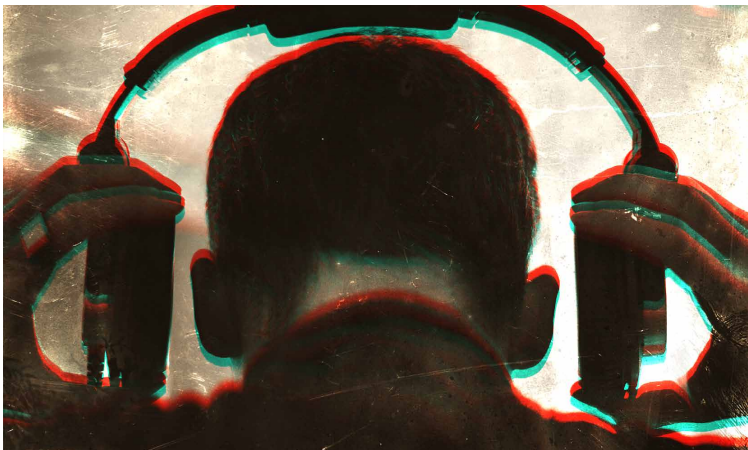
- Allongement de sa durée à 24h dans un premier temps et éventuellement davantage;
- Multiplication des partenariats : médiathèques, écoles, prisons, hôpitaux...;
- Inscription dans le calendrier annuel avec possibilité soit d'intégrer à la semaine du son (janvier/février) ou de privilégier les beaux jours (mai-juin);
- Positionnement comme terrain de recherche permettant une approche pluridisciplinaire.

Autant de possibilités augurant de nouveaux échanges entre les structures partenaires et permettant de poursuivre cette dynamique innovante et collective.

Annexes

Annexe 1 : Communiqué de presse du *Placard* 2017

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



SAMEDI 25 MARS 2017

LE PLACARD

FESTIVAL DE CONCERT AU CASQUE

AGEN (47), PAU (64), SAINTE-CROIX-VOLVESTRE (09)
ET PARTOUT DANS LE MONDE, DE 10H À 1H DU MATIN

CONTACTS :

- Bailly David / 05 53 47 59 54 / david@le-florida.org
- Query Helene / 05 61 04 69 27 / com@art-cade.com
- Laborde Loïc / 05 59 32 93 49 / communication@ampli.asso.fr



Appel à projet « Développement Numérique et nouveaux usages 2015 » par la Région, le CNV et la DRAC.



LE PLACARD

FESTIVAL DE CONCERT AU CASQUE



Le Placard - Mai 2015 au Florida

LE CONCEPT

FESTIVAL COLLECTIF & PARTICIPATIF DE CONCERTS AU CASQUE DEPUIS 1998...

« Le Placard a été créé en 1998 à l'initiative d'un collectif d'organisateur de concert de musique bar-rée sur Paris. Tout commença, dans une chambre de bonne vide, à Belleville avec des concerts clandestins organisés au casque pour rester discrets. Par la suite, les concerts ont lieu dans l'appartement du musicien Erik Minkinen (Sister Iodine, Discom...) diffusés en streaming. D'autres Placards s'ouvrent dans plusieurs grandes villes. Un site internet dédié permet alors de diffuser les concerts mais aussi à ceux qui veulent organiser un placard ou jouer de mettre en place le festival, avec des sets de 20 à 60 minutes, sur des périodes pouvant aller jusqu'à 3 mois. »

Le Placard joue sur l'intimité d'une bulle, d'une écoute isolée et sur la déformation du temps, plongeant l'auditeur dans un état de concentration semblable à celui du musicien...

C'est un festival qui fonctionne sur un mode original et participatif où le programme est totalement ouvert : chaque organisateur réserve un créneau horaire de la durée qui lui convient sur le site du Placard¹ (qui centralise le calendrier global) et aménage un ou des espaces de manière totalement libre où les artistes sont invités à jouer. Une multitude d'endroits émetteurs et récepteurs dans le monde entier ; lieux physiques distants (galeries, magasins de disques, appartements, voitures, cabines téléphoniques, péniches...) sont donc liés aux autres par un flux audio, parfois vidéo et sera à tour de rôle émetteur ou récepteur. Chaque live est diffusé en direct sur le net. De Montréal à Berlin en passant par Tokyo, ce sont principalement des artistes de musiques expérimentales qui se sont emparés du dispositif...

1 : <http://leplacard.org/>



Le Placard - Mai 2015 au Florida

LE PLACARD - SAMEDI 25 MARS 2017

// FESTIVAL DE CONCERTS AU CASQUE DE 10h À 1h du matin.

EN SIMULTANÉ À AGEN (47), PAU (64) ET SAINTE-CROIX-VOLVESTRE (09)

LE FLORIDA (Agen) / AMPLI, ACCÈS(S) et Le BEL ORDINAIRE (Pau) / ART-CADE (Sainte-Croix-Volvestre)

Interpellé par le concept du Placard, le Florida à Agen (47) s'y essaie une première fois en mai 2015. Bousculé dans ses habitudes, l'équipe du Florida a souhaité aller plus loin dans cette expérience au regard du concept original : partager le dispositif avec d'autres structures, d'autres publics et élargir la programmation à d'autres esthétiques musicales. Une expérimentation dans l'expérimentation !

Pour les équipes, le public et les artistes, cette approche expérimentale se retrouve à plusieurs niveaux : une forme de festival se déroulant dans des lieux géographiquement éloignés et pourtant étroitement connectés les uns aux autres, l'écoute au casque, une habitude plutôt individualiste qui prend ici une dimension collective. Une forme qui permet également d'aborder un live différemment pour l'artiste comme pour l'auditeur : ici pas de face à face, l'écoute ne dépend plus de la position de l'un par rapport à l'autre, public et musiciens sont placés au même plan...

Quatre autres lieux de diffusion se joignent donc au Florida : Art'CADE à Sainte-Croix-Volvestre (09), Ampli, Accès(s) et Le Bel ordinaire à Pau (64). Ce laboratoire ne saurait être au complet sans la complicité de chercheurs de l'Université Bordeaux Montaigne / UBIC (Université Bordeaux Inter-Culture) pour observer cette expérience.

Pour le principe : chacune des structures accueillant physiquement musiciens et public diffuseront et retransmettront tour à tour, se passant la main plusieurs fois au fil de la journée et de la soirée. Pas moins de 30 artistes/groupe - professionnels et amateurs - se produiront sur les 15 heures non-stop du festival par tranche de 30 minutes, sans balance et sans filet...

En Ariège, sept médiathèques du département mettront à disposition des points d'écoute (Fabas, Mas-sat, La Bastide de Sérou, Aulus et Seix) et se joindront à la bulle du Placard. À Sainte-Croix-Volvestre, devant Art'CADE, ce sera du bus de l'association Autres Directions - métamorphosé pour l'occasion - que les groupes émettront. Autre particularité, à 21h, Art'CADE accueille un concert avec Psykup et Fabulous Sheep, performance que chacun pourra suivre en direct.

Le festival débutera à 10h du matin autour d'un petit déjeuner à partager... au casque !

À suivre en ligne ou à vivre dans un des nombreux lieux de ce Placard :
<http://www.le-florida.org/placard/>

PROGRAMME :

Horaire	Lieu d'émission	Artiste	Style
10h	Le Florida	À venir	Petit déjeuner au casque
10h30	Le Florida	Individu	Collage Radiophonique
11h	Ampli	Beat Still Noise Us	Ambient Electro
11h30	Ampli	Les Bonhom'	Rock'n'Roll
12h	Art'CADE	L'Ermite	Rap
12h30	Art'CADE	Boneless	Punk
13h	Art'CADE	Hélios QuinQuis Trio	Balkan Jazz
13h30	Ampli	Matthew Tyas	Abstract Expérimentale
14h	Le Florida	Loïc	Électro
14h30	Le Florida	Sadaka	Reggae
15h	Ampli	Men and Machine	Hip-hop
15h30	Art'CADE	L'intru	Slam
16h	Le Florida	Bolli B	Électro Chill
16h30	Ampli	RG Rough	Expérience électro acoustique
17h	Art'CADE	Slim Paul	Blues
17h30	Art'CADE	Les Kag	Chanson longue
18h	Art'CADE	Winnipeg	Folk
18h30	Le Florida	Mune	Drone
19h	Le Florida	Martin Mestres	Électronica
19h30	Le Florida	One-up Collectif	Électro 8-bits
20h	Ampli	Merry Crisis	Impro Chill-out & ambient
20h30	Ampli	Hebeho	Électro expérimentale lo-tech
21h	Ampli	No Lullaby	Synth Pop
21h30	Art'CADE	Fabulous Sheep	Rock
22h	Le Florida	Nicolas Vigneron	Électronica
22h30	Ampli	Planétoid	Électro
23h	Art'cade	Psykup	Métal
23h30	Le Florida	Hinterheim	Noise
00h	Ampli	Moth Solo	Synthpop / Postpunk
00h30	Art'cade	Zoé sur le pavé	Chanson



Le Placard - Atsara - mai 2015 au Florida

POUR ALLER PLUS LOIN UNE FORME QUI INTERROGE...

Cette première expérience du PLACARD organisé en mai 2015 au Florida a généré beaucoup plus de questionnement qu'elle n'y a apportée de réponse : le rapport à l'art aujourd'hui, la production artistique et les nouveaux canaux de diffusion, de réception, le rapport scène/salle est également mis en question, tout comme le statut du musicien... amateur/professionnel, tout comme le BESOIN de trouver de nouveaux lieux de diffusion, d'expression pour faire connaître les productions sonores, artistiques et visuelles d'aujourd'hui, il en va également de la rémunération, des taxes afférentes (SACEM, CNV, ..), la question des distances se posent également aussi bien pour les musiciens, les auditeurs, les organisateurs, etc.

Le projet suscite une réflexion prospective : demain, dans 30 ans, quelles formes prendront les musiques actuelles et amplifiées ? Quelles seront les usages des publics vis-à-vis de ces lieux de diffusion ? Quels en seront les impacts sur les métiers et les modes d'organisation de ces structures ? Comment les artistes appréhendent-ils et appréhenderont-ils les espaces de création, de diffusion, de relation avec les publics ?

Pour nourrir cette réflexion, le Florida associe au projet une équipe pluridisciplinaire de chercheurs de l'**Université Bordeaux Montaigne, UBIC** (Université Bordeaux Inter-Culture)

L'équipe d'UBIC propose une démarche d'« observation participante » de l'élaboration du projet à sa mise en œuvre. Dans le cadre de cette prestation, il s'agit pour les chercheurs de mobiliser un savoir déjà existant et non pas de produire de nouvelles recherches.

À l'issue du festival, l'équipe de chercheurs produira un écrit qui organisera les questionnements et portera une analyse globale de ce qui est mis en jeu.

Pour produire ce cadrage scientifique, 2 à 3 universitaires sont mobilisés :

- Françoise Liot, Maître de Conférences en Sociologie, interrogera plus particulièrement comment ce type de projet vient « déplacer » les pratiques et les organisations des lieux culturels de diffusion artistique.
- Hélène Marie-Montagnac, Maître de Conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, travaillera l'impact du dispositif numérique sur les usages (changement de l'écoute musicale, communication à l'égard des artistes...).
- Luc Forest, enseignant en Mesures Physiques, acousticien et musicien, pourra travailler sur la question des sensations sonores et de leurs différences entre une écoute en salle et une écoute au casque, ainsi que sur la question de la qualité et de la protection auditive.



Le Placard - mai 2015 au Florida

LES STRUCTURES

LE FLORIDA - Agen (47)

Équipement dédié aux musiques amplifiées et aux pratiques numériques, LE FLORIDA, Scène de Musiques Actuelles située en centre ville d'Agen est géré depuis 1993 par l'ADEM - Association pour le Développement de l'Expression Musicale. Le Projet de la structure, fondé sur les valeurs d'éducation populaire, de lien social, de développement durable, d'Économie Sociale et Solidaire et d'intérêt général, s'articule autour de 5 pôles : la création, la diffusion artistique, le développement des pratiques amateurs, l'action culturelle (milieu scolaire, carcéral, social, etc.), et le numérique.

Contact : David BAILLY (chargé de communication) - david@le-florida.org - 05 53 47 59 54.

ART'CADE - Sainte-Croix-Volvestre (09)

Art'Cade est la scène départementale des musiques actuelles. Elle oeuvre pour la promotion des musiques actuelles sur le territoire ariégeois à travers la diffusion, la programmation de concerts, le soutien à la création, l'accompagnement d'artistes en résidence et la mise en place d'actions culturelles dédiées aux musiques actuelles.

Contact : Helene Query (chargée de communication) - com@art-cade.com - 05 61 04 69 27.

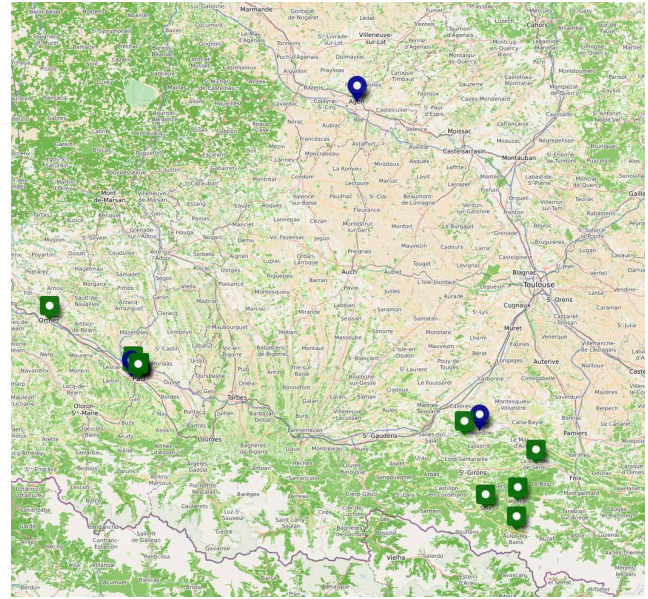
AMPLI - Pau (64)

Le projet artistique et culturel d'Ampli vise à faciliter l'accès aux musiques actuelles par la mise en place de dispositifs d'accompagnements, d'incitation à l'initiative, de médiation, de sensibilisation et de propositions visant à éveiller et satisfaire la curiosité. Ce projet se décline autour de l'aide à la création, la diffusion de spectacles, tout en assurant la médiation et la sensibilisation des publics, l'accompagnement de projets, le travail en réseau, l'action culturelle, et en proposant une politique tarifaire permettant une accessibilité pour le plus grand nombre. L'action vers les publics est un axe fort du projet artistique et culturel d'Ampli. Elle privilégie la notion de "parcours", et cherche à toucher tous les publics. Une logique de concertation et de co-construction avec les partenaires (institutionnels, enseignants, éducateurs...) prévaut à la démarche. Les actions proposées relèvent de la sensibilisation, la production, la santé, l'accompagnement des pratiques et l'accès au spectacle.

Contact : Loïc Laborde (chargée de communication) - communication@ampli.asso.fr



CARTE DES LIEUX DE DIFFUSION & D'ÉCOUTE



■ Lieux de diffusion & d'écoute ■ Points d'écoute



En ligne : http://umap.openstreetmap.fr/fr/map/placard_128817#8/43.731/1.873

ACCÈS(S) - Pau (64)

L'association Accès(s) (Cultures Électroniques) est un projet unique en Nouvelle Aquitaine, qui promeut depuis 2000 la création artistique électronique et numérique dans le champ des arts plastiques, de la vidéo, du cinéma, de la musique et du spectacle vivant. Au travers de ce courant artistique, accès(s) interroge les effets de la généralisation des technologies sur nos cultures et nos sociétés. Privilégiant une approche artistique, culturelle et anthropologique, accès(s) propose en partage les enjeux du monde de demain. À l'occasion du Placard, accès(s) propose une programmation orientée musiques électroniques et expérimentales : 3 solos et un duo venus du Béarn, de Midi-Pyrénées et de Gironde. Des univers musicaux affirmés où certains construisent leurs propres instruments.

Contact : communication@acces-s.org

BEL ORDINAIRE - Pau (64)

En 2009, recherchant une véritable complémentarité avec l'École supérieure d'art des Pyrénées, la Communauté d'Agglomération Pau Béarn Pyrénées (CAPBP) a décidé de développer un outil de diffusion et d'accueil en résidence dédié à l'art contemporain. La CAPBP affirmait ainsi son intérêt pour la jeune création, les nouvelles formes et les émergences artistiques dans le domaine de l'art contemporain. Les objectifs de cet équipement sont les suivants :

- Soutenir et promouvoir la création contemporaine en favorisant la présence artistique sur le territoire de l'agglomération,
- Promouvoir et diffuser l'art contemporain avec la mise en place d'une programmation d'expositions mêlant exigence artistique et accessibilité.
- Mettre en place des outils de médiation facilitant l'accès à l'art contemporain auprès de tous les publics. Pour les atteindre, le projet de réhabilitation des anciens abattoirs a doté la CAPBP d'un espace unique en Aquitaine avec des espaces d'exposition, un pôle pédagogique, des ateliers pour les artistes, un hébergement pour les artistes en résidence. Ce nouveau lieu, au cœur de la vitalité et de l'actualité artistiques, est pensé pour assurer une fonction d'espace d'art contemporain à dimension européenne.

Contacts : le Bel Ordinaire, espace d'art contemporain - belordinaire.agglo-pau.fr - 05 59 72 25 85.

LES LIEUX RELAYANT ÉGALEMENT LE FESTIVAL DU PLACARD :

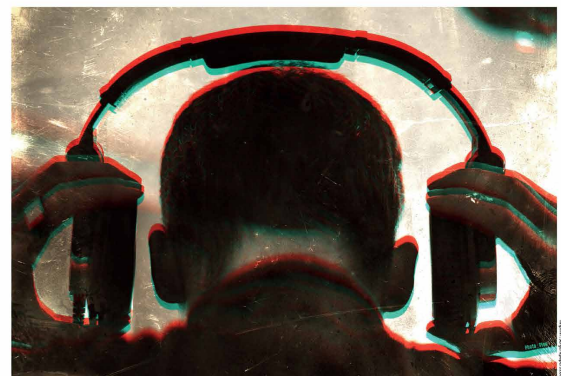
- Ariège :
- Médiathèque de Fabas de 9h30 à 12h30.
 - Médiathèque de Massat de 9h à 13h.
 - Médiathèque La Bastide de Sérou de 10h à 12h et de 14h à 17h.
 - Médiathèque d'Aulus de 15h à 18h.
 - Médiathèque de Seix de 9h à 12h et de 15h à 18h.

- Pau et agglomération Pau Béarn Pyrénées :
- Musée des Beaux-Arts de Pau de 10h à 12h et de 14h à 18h.
 - Médiathèque de Lons de 10h à 12h et de 13h30 à 18h.
 - Bel Ordinaire à Billère de 15h à 19h.

FESTIVAL DE CONCERTS AU CASQUE
LE FLORIDA | AMPLI | ACCÈS(S) | ART'CADE
AGEN (47) | PAU (64) | S^TE-CROIX-VOLVESTRE (09)

SAM 25 MARS 2017
de 10H à 01H

PLACARD HEADPHONE FESTIVAL



GRATUIT VENEZ AVEC VOTRE CASQUE !
(Des casques seront disponibles dans chaque lieu en nombre limité.)

DÉCOUVREZ TOUS LES LIEUX D'ÉCOUTE, LA PROGRAMMATION ET SUIVEZ LE FESTIVAL EN DIRECT SUR [HTTP://WWW.LE-FLORIDA.ORG/PLACARD](http://WWW.LE-FLORIDA.ORG/PLACARD)





Annexe 2 : Méthodologie de recueil de données

Outre les ressources documentaires (professionnelles, médiatiques et scientifiques), notre analyse repose sur un recueil de données effectué en plusieurs étapes, suivant tout le processus de mise en place du projet à compter du printemps 2016 jusqu'à l'événement lui-même le 25 mars 2017, et son bilan entre organisations participantes, le 13 avril 2017.

Plusieurs modes de recueil de données ont été mis en œuvre :

- Observation participante lors des différentes réunions entre les organisations impliquées,
- Entretiens téléphoniques avec certains de leurs responsables en amont de l'événement,
- Observation participante et entretiens qualitatifs lors de l'événement lui-même.

Entretiens avec les responsables des lieux concernés (janvier-février 2017)

Entretiens téléphoniques menés auprès de Pauline Chasseriaud, Olivier Peters, David Daubanes, Florent Beneteau.

Identité de la personne, place dans la structure

Particularité de la structure : créé quand ? Dans quel contexte urbain/rural ? Pour quelles missions ? Quels salariés ? Quelle jauge de salle ? Quel travail avec le territoire ? Quel rapport aux pratiques professionnelles et amateur ? Quelle inscription dans des réseaux ? Quelle est la situation actuelle de la structure ? Ses acquis, ses forces, ses particularités ... ses difficultés, ses manques, ses questionnements ?

Le Placard :

- Comment définiriez-vous les principes du placard ?
- Que reprenez-vous en priorité de cette action ?
- Qu'est-ce qui vous intéresse le plus dans cette action ? Que peut-elle apporter à votre structure selon vous ?

Thématiques sous-jacentes :

- Amateur/professionnel
- Avenir des structures de diffusion
- Développement des publics / nouveaux publics
- Nouveaux modes de promotion des artistes émergents
- Nouvelles pratiques induites ou non par les nouvelles technologies
- Partenariat entre structures, co-construction de projet
- Actions sur le territoire, actions intersectorielles

Observation participante

Sur le plan méthodologique, nous nous sommes appuyés pour construire la grille d'observation et le guide d'entretiens, sur les travaux de Pecqueux et Roueff (2015) qui proposent d'interroger les différentes formes de la coprésence lorsqu'il s'agit d'écoute musicale en articulant dans une même observation :

1. Les pré-agencements situationnels (ordonnancement matériel, spatial et temporel des places et rôles),
2. Les saillances auditives : périodes d'écoute ou d'activités tierces
3. La dynamique des ajustements interactionnels au sein du public comme avec les artistes et les organisateurs.



L'observation et les entretiens auprès du public et des artistes, ont été conduits par deux personnes sur chaque lieu et se sont déroulées simultanément à :

- **Pau** : Ampli, Aces) (et médiathèque de Lons par Laetitia Devel et Françoise Liot
- **Agen** : Le Florida par Hélène Marie-Montagnac et Cécilia Correia

Grille d'observation

Pré-agencements situationnels :

1. Emplacements du dispositif : mise en scène de l'espace : schéma (ordonnement matériel/spatial) et occupation de l'espace par
 - Le public (en groupe, à 2, solo ?)
 - Les artistes
 - Le pôle technique
2. Mode de communication : comment le placard est-il présenté ? confidentiel ? événement grand public ? Accueil festivalier ? adressé aux initiés ou à un large public ?
3. Mode d'accueil et de mobilisation lors de l'événement :
 - Accueil spécifique ?
 - Modalités de distribution des casques ?
 - Gestion des flux pour la prise casque ?
 - Interpellation des gens qui passent pour présenter événement ?
 - Gestion logistique (modalités de prêt) ?
 - Cadrage dans le temps (informel, temps précis pour dépôt/prise casque ?)
4. Problèmes éventuels (technique, gestion des flux...)

Les saillances auditives :

1. Comportement d'écoute
 - Solitaire, à deux, groupe
 - Temps d'échange
 - Ecoute silencieuse
 - Sociabilité : regards, interactions,
 - Corps en mouvement, danse, immobilité occupation espace
 - L'écoute dure combien de temps
2. Public nombreux /variation dans le temps ?
3. Type de public (homme /femme, jeune/vieux ...)
4. Modes d'appropriation : différence entre casque avec/sans fil



Les ajustements interactionnels

1. Artistes :
 - Nombre professionnels présents ?
 - Attitude des professionnels du lieu (très impliqués, très distants, mobilisés uniquement sur ça ou pris sur plein d'autres choses)
 - Interaction avec le public ? entre morceaux ? prise casque ?
 - Interaction avec les organisateurs ?
2. Ambiance :
 - Festival ? bar ?
 - Echanges entre public/ artistes/professionnels présents dans la salle
 - Moments où l'attention collective est captée ?
 - Dynamique de groupe en dépit des casques ?

Entretien avec les personnes présentes

1. Typologie Public : initié ou pas / première expérience placard ?
2. Pourquoi viennent-ils :
 - Ils connaissent un ou plusieurs groupes qui jouent,
 - Ils sont déjà venus l'année dernière (Agen),
 - Qui leur en a parlé,
3. Qu'est-ce qu'ils en pensent ?
4. Qu'est-ce qu'ils ont bien compris du dispositif ?
5. Comment ils perçoivent le dispo par rapport aux concerts habituels ?
6. Par rapport à l'écoute chez soi ?
7. Quel rapport à la musique ? qu'est-ce qu'ils écoutent habituellement ? écoute à la maison ? viennent en concert régulièrement ? Habitué des lieux ou pas ? Musiciens ou pas ?
8. Qu'est-ce qu'ils pensent de la programmation ?
9. Est-ce que le type de musique écoutée est important pour eux ?

Observation des artistes

1. Préparation
2. Attitude
3. Gestion temps d'attente
4. Participation globale au placard (en tant qu'artiste mais aussi en tant que public...)
5. Interaction avec le public

Entretiens avec les artistes

1. Pourquoi ils participent ?
2. Comment ont été informés / contactés au sujet du placard ?
3. Est-ce qu'ils connaissaient avant ?
4. Est-ce qu'ils comprennent le dispositif global ?
5. Attentes envers dispositif
6. Impression (différent d'un concert habituel...)
7. Qu'est-ce qu'il pense de la programmation ?



Annexe 3 : Revue de presse

hebdo

Vendredi 24 mars 2017 // 25

Agen // Le Florida

Le placard

Le placard... Ou un concert participatif qui s'écoute au casque n'importe où dans l'Hexagone. Ici la magie du net opère pour une scène participative... à laquelle le Florida se greffe depuis 2015. Quatre autres lieux de diffusion se joignent à lui : Art'Cade à Sainte-Croix-Volvestre (09), Ampli, Accès(s) et Le Bel ordinaire à Pau (64) et des chercheurs de l'Université Bordeaux Montaigne / UBIC pour observer cette expérience. Pour le principe : chacune des structures accueillant physiquement musiciens et public diffusera et re-



transmettra tour à tour, se passant la main plusieurs fois au cours de la journée et de la soirée. Pas moins de 30 artistes/groupes - professionnels et amateurs - se produiront sur les 15 heures non-stop du festival par tranche de 30 minutes, sans filet... 

Samedi 25 mars 2017 de 10h à 1h du matin non stop !

samedi au Florida

Petit Bleu 23103117

« Le Placard » où écouter de la musique seul mais à plusieurs

l'essentie

« Le Placard », festival de concert au casque, existe depuis 1998. Le Florida le propose depuis 2015. Comment écouter de la musique « seul mais à plusieurs ». Les sociologues viendront analyser le concept.

Le punk de « Boneless » se jouera à Sainte-Croix-Volvestre ; le hip-hop de « Men and machine » animera l'Ampli du côté de Pau ; sur la scène du Florida, l'électro de Loïc et l'électronica de Nicolas Vigneron verseront sur la toile des musiques agenaises. Le point commun à tous ces groupes, à toutes ces salles et à toute cette organisation : « Le Placard ».

Un titre générique pour un festival pas comme les autres lancé pour la première fois en 1998 et relayé sur Agen et le Florida depuis 2015. « Le Placard » ? C'est un festival de concert « au casque ».

Trois chercheurs en sociologie

C'est un festival qui fonctionne sur un mode original et participatif. Chaque organisateur, dans les trois lieux, à Agen, à Pau et en Ariège à Sainte-Croix-Volvestre, réserve un créneau horaire de la durée qui lui convient sur le site du « Placard », chaque « live » étant retransmis sur le net », explique David Bailly. Chaque intervention des musi-



Un concert « au casque » : pas moins de 30 artistes ou groupes (professionnels et amateurs) se produiront sur les 15 heures non-stop du festival, par tranches de 30 minutes.../Photo PB reproduction

ciens dure une demi-heure et le festival qui débute à 10 heures du matin se prolongera jusqu'à 1 heure le lendemain.

« Évidemment, c'est un concept, écouter de la musique seul mais à plusieurs, qui bouscule les habitudes, qui explose totalement ce que l'on peut connaître dans une écoute plus traditionnelle de concert avec le groupe sur la scène en face du public. Si au départ les pratiques musicales étaient essentiellement orientées vers les musiques électroniques pour des adeptes de MAO (musique assistée par ordinateur), aujourd'hui la programmation est élargie et ouverte à toutes les esthétiques musicales, du punk au slam ; du

hip-hop au hard-rock. » Pour le principe donc, chacune des structures de musiques amplifiées accueillera physiquement musiciens et publics et diffusera, tour à tour en passant la main toutes les demi-heures, plusieurs des 30 artistes ou groupes, amateurs ou professionnels, programmés par le festival.

15 heures non-stop

Un festival qui durera 15 heures, que l'on peut suivre en entier ou consommer plus ponctuellement.

Le Florida disposera de casques pour celles et ceux qui en seront démunis. L'accès est gratuit. Et, comme il mélange les genres, le festival mélange aussi les pu-

blics, « on trouve des gamins et des têtes blanches ». Le concept est tellement innovant et inscrit dans une autre réalité de la musique « live » que les promoteurs, au Florida, vont tenter d'en décrypter les messages essentiels : « Nous avons fait appel à des chercheurs en sociologie de l'université de Bordeaux, histoire de mettre les bons mots sur le fonctionnement de ce festival peu ordinaire ». ●

J.-L. A.

> « Le Placard », festival de concerts au casque, au Florida, samedi 25 mars, à partir de 10 heures. Entrée gratuite : au programme, « Beat still noise up », « Les Boneless », Boneless, Men and machine, Mune, Martijn Mestres, etc. En direct d'Agen, de Pau ou de La Croix-Volvestre.

UBIC

Université Bordeaux
Inter-Culture

ubic@-bordeaux-montaigne.fr
ubic.u-bordeaux.fr
Tél. 05 57 12 62 59

Université Bordeaux Montaigne
Domaine universitaire
Bât. J Porte J005
33607 Pessac Cedex

Contacts

Alexandre Péraud
Responsable scientifique UBIC
Maître de conférences Université Bordeaux Montaigne

Laetitia Devel
Chargée de mission Université Bordeaux Montaigne

Equipe projet

Hélène Marie-Montagnac, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication

Françoise Liot, Maître de Conférences en Sociologie, rattachée au laboratoire de sociologie Centre Emile Durkeim de l'université de Bordeaux

Luc Forest, Chercheur et Enseignant au Département Mesures Physiques, Sciences et génie des matériaux, de l'IUT de Bordeaux

Cécilia Correia, étudiante en Licence professionnelle CoMédiA (Conception de projets & Médiation Artistique et culturelle) de l'IUT Bordeaux Montaigne

Graphisme

Marion Cordier, étudiante en Master Stratégie et politique de communication de l'Université Bordeaux Montaigne

UBIC

Université Bordeaux
Inter-Culture