

Le projet des Trans repose sur la revendication de la liberté de choix de sa vie culturelle. Et la curiosité est actée comme une des conditions d'atteinte de cette liberté parce qu'il n'y a pas de choix sans une grande diversité de propositions. Alors la programmation est pensée dans une dynamique de recherche et pour les publics comme un espace de découvertes. Elle se veut éclectique, internationale et en devenir.

Depuis 1979, et le concert de soutien qui marque l'origine du festival, les Rencontres Trans Musicales de Rennes (ou Trans Musicales) ont évolué dans leur périmètre de programmation, leur format, dans les configurations proposées aux publics. Elles sont encore et toujours une destination artistique et musicale, un territoire se voulant ouvert à tou-te-s et un moment propice aux débats et à la réflexion.

Donc, les Trans ont comme principal sujet d'attention ce duo artistes-publics, inséparable en spectacle vivant. C'est le nœud relationnel qui fonde les actions.

Au fil du temps, le projet culturel s'est dessiné comme la mise en résonance du projet artistique vers les publics. Il s'est formalisé avec l'autonomie des personnes comme finalité et a intégré l'éducation artistique et culturelle puis les droits culturels comme principales trames de travail. Il s'est intensifié et diversifié. Et maintenant les Trans proposent de nombreux accompagnements aux publics pendant et autour de l'expérience du concert : conférences, présentations de la programmation, visites guidées, ouverture de balances, initiation à la technique, ateliers de pratiques, expositions, etc. Toutes ces actions sont autant de pans du projet des Trans que de manières d'approfondir et étendre l'expérience des publics.

Au milieu des années 1990 ont démarré les enquêtes sur les publics du festival. A partir des années 2010, grâce à la rencontre avec le Laboratoire Culture et Communication de l'Université d'Avignon, ces enquêtes ont bénéficié de l'expertise scientifique et du regard de la sociologie, plus généralement des sciences humaines et sociales. Et de nouveaux outils de collecte des avis des publics ont été mis en place, au-delà du questionnaire.

Cette synthèse sur l'enquête des publics des Rencontres Trans Musicales de Rennes 2018 présente les grands axes de cette recherche qui s'est déroulée lors de la 40^{ème} édition du festival. Ce travail permet de mettre au jour les principales caractéristiques des publics des Trans Musicales en 2018 et au regard aussi de plus de neuf ans d'enquêtes menées par le Laboratoire. La collecte et l'analyse ont été nourries par 2 298 questionnaires remplis dans le cadre de l'enquête en ligne envoyée après le festival. Les chiffres et le travail de terrain mené pendant le festival par des chercheur·euse·s en sciences humaines et sociales permettent d'avoir une photographie des publics des Trans Musicales, allant des grandes tendances à des données qui relèvent de l'intime. Chaque année, les recherches sur les publics se font au prisme d'une thématique précise. En 2018, il s'agissait de l'autonomie des personnes au cœur de l'éducation artistique et culturelle.

Sur les publics

Les enquêtes menées depuis bientôt dix ans montrent une certaine stabilité des publics des Trans Musicales avec un taux de renouvellement et un taux de fidélisation conjointement forts. Près de 28% des festivalier·ère·s découvraient en 2018 le festival (29,5% en 2017) et plus de 38% des festivalier·ère·s avaient, en 2018, participé à plus de cinq éditions. Aussi, nous remarquons depuis 2015, une stabilisation dans la part d'hommes et de femmes qui composent les publics du festival. Le taux de primo-festivalier·ère·s élevé est corrélé aussi à un grand nombre de personnes de moins de 25 ans (20% du public). Cela signifie que la découverte du festival se fait majoritairement pendant la jeunesse. En lien aussi avec la jeunesse, nous notons une part importante d'étudiant·e·s parmi les publics des Trans Musicales : plus de 16%. Bien qu'en baisse par rapport aux années 2000, ce chiffre se stabilise depuis 2015.

Une pratique collective des concerts

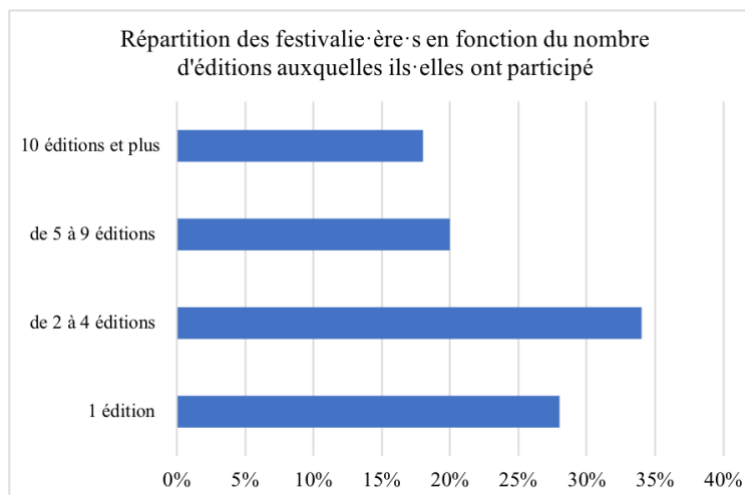
Près de 35% des publics participent à entre 4 et 6 concerts pendant le festival. Bien que l'événement dure 5 jours, la majorité des festivalier·ère·s (65%) ne viennent qu'un seul jour au festival. Ce qui fait que les publics participent à en moyenne un quart des propositions artistiques faites par le festival (entre 5 et 20 concerts par soir). Cette tendance est plus significative chez les personnes de moins de 25 ans, puisqu'ils sont 44,6% à aller voir entre 4 et 6 concerts.

L'enquête relève aussi que 36,4 % des festivalier·ère·s âgé·e·s de 37 à 46 ans participent à l'intégralité des concerts. C'est chez les habitué·e·s du festival qu'on trouve une plus forte présence de la programmation et du fait de voir des concerts parmi les raisons principales de la venue aux Trans Musicales. 42,6% des personnes ayant participé à plus de dix éditions du festival répondent qu'une des raisons principales qui expliquent leur venue est la programmation.

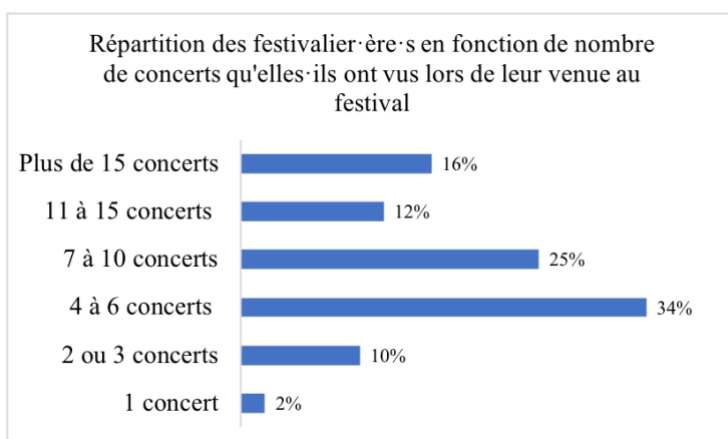
Ce chiffre est à 35% chez l'ensemble des festivalier·ère·s, comme chez les publics âgés de 18 à 25 ans. L'intérêt pour la programmation des Trans Musicales est suscité par la connaissance du festival et la prise de repères à propos de celui. C'est pour cette raison que les primo-festivalier·ère·s vont répondre plus majoritairement (près de 70%) venir pour l'ambiance. Allant dans ce même sens, nous notons que la pratique des Trans Musicales se fait pour la majorité des publics entre ami·e·s. C'est le cas pour 81,4% d'entre eux en 2018. Ce chiffre s'élève à près de 90% pour les 18-25 ans et plus les publics sont habitués, plus il se réduit. La part de festivalier·ère·s habitué·e·s venant seul·e·s est plus importante que chez les primo-festivalier·ère·s. La connaissance du festival permet aussi de se sentir plus à l'aise dans le fait de venir seul·e aux Trans Musicales. A ce propos, la découverte du festival se fait par le biais de sociabilités amicales pour plus de 68% des personnes interrogées (réponse à la question « comment avez-vous connu le festival ? »).

Une application pour accompagner la pratique festivalière

Entre 2017 et 2018, la part des personnes qui a téléchargé l'application a augmenté de près de 13%. En 2018, c'est plus de 52% des festivalier·ère·s qui l'ont installée sur leurs téléphones portables. Par ailleurs, les festivalier·ère·s qui la téléchargent le plus sont les plus de 35 ans, avec près de 40% d'entre elles-eux. Alors que parmi les festivalier·ère·s de 18 à 25 ans, cette part représente seulement 29%. La part des personnes qui découvrent le festival (primo-festivalier·ère·s) est largement représentée parmi les festivalier·ère·s âgé·e·s de 18 à 25 ans. Nous pouvons émettre l'hypothèse qu'il faut plusieurs années aux publics avant de connaître tous les sites, mais aussi tous les outils (comme l'application) mis à leur disposition. Allant dans ce sens, nous



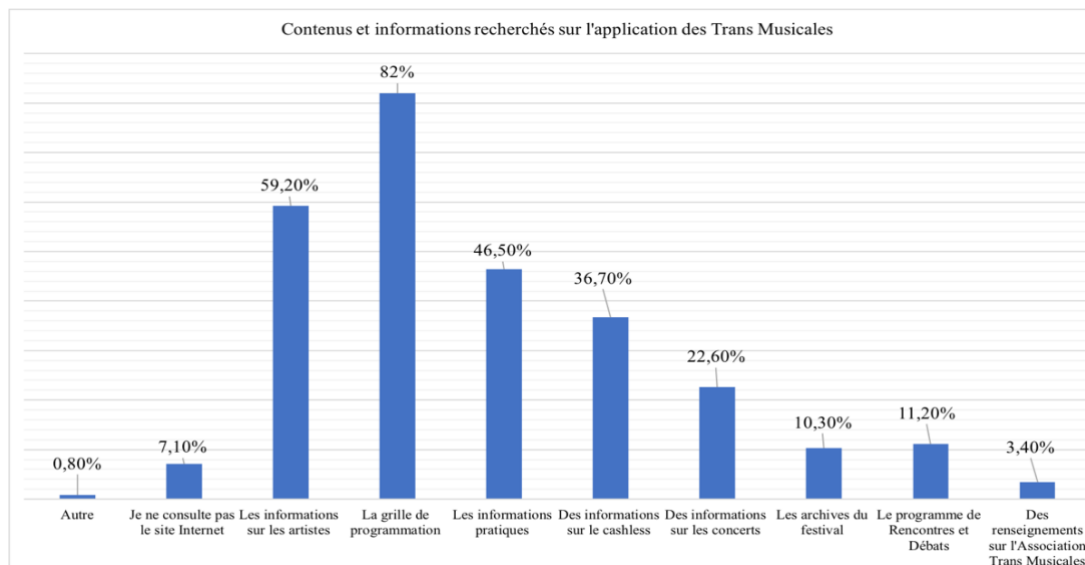
Il faut lire que 28% des festivalier·ère·s ont découvert le festival en 2018.



Il faut lire que 25% des festivalier·ère·s ont vu entre 7 à 10 concerts lors de leur venue au festival

notons aussi que les primo-festivalier·ère·s se renseignent plus tardivement sur le festival que les autres et donc bénéficient de moins d'informations à leur arrivée sur les sites du festival.

Près de 54 % d'entre elles-eux se renseignent sur le festival quelques jours avant ou à l'arrivée sur les sites, au début de l'événement (ce chiffre s'élève seulement à 39% chez les autres festivalier·ère·s). L'application ou le site Internet sont utilisés à 82% pour consulter la grille de programmation et à 59,2% pour avoir des informations sur les artistes, tandis que l'usage déclaré pour les informations pratiques représente 46,5% des réponses. Cette utilisation est sensiblement la même que celle constatée en 2017.

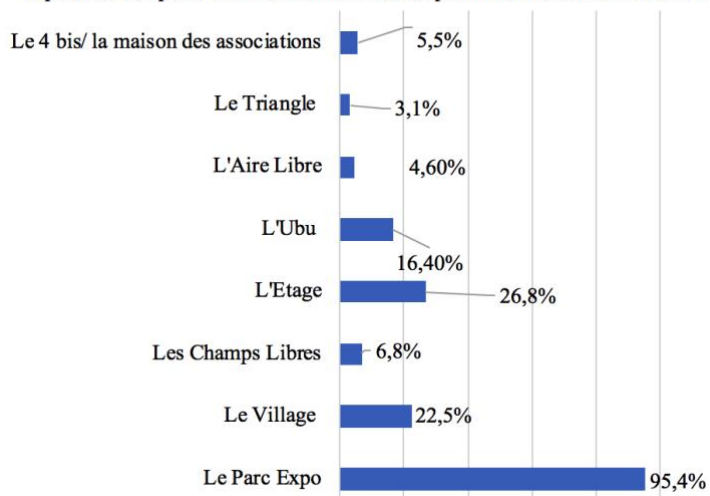


Il faut lire que 36,7% des festivalier·ère·s répondant ont principalement utilisé l'application ou le site internet pour chercher des informations sur le cashless

Une fréquentation hétéroclite des lieux

Conformément aux données de billetterie, l'enquête de 2018 indique que le Parc Expo est le lieu le plus fréquenté. Cependant, la part des publics des Trans Musicales fréquentant le Parc Expo est sur-représentée. L'enquête est envoyée aux personnes ayant acheté des billets pour un des sites du festival. Le Liberté et l'Ubu sont des lieux ne nécessitant pas de billets, il est possible que la part représentée ici soit en deçà du réel. Beaucoup de lieux connaissent une stabilité de fréquentation entre l'édition 2017 et 2018, comme Les Champs Libres, le Village, l'Étage et l'Ubu. Certains lieux ont cependant connu une hausse de fréquentation entre les deux éditions, c'est le cas du Triangle et du 4Bis. Au sein de chaque lieu, les publics sont sensiblement différents. Seuls l'Ubu et le Liberté paraissent présenter une certaine homogénéité des âges en 2018, alors que le Triangle est le lieu présentant le plus grand écart, avec une forte présence des plus de 46 ans. Vraisemblablement, cela vient du fait que la salle du Triangle a une programmation axée sur la danse à l'année et une sociologie des publics qui doit être différente de celle des Trans Musicales.

Répartition des publics en fonction de leurs fréquentations des lieux du festival



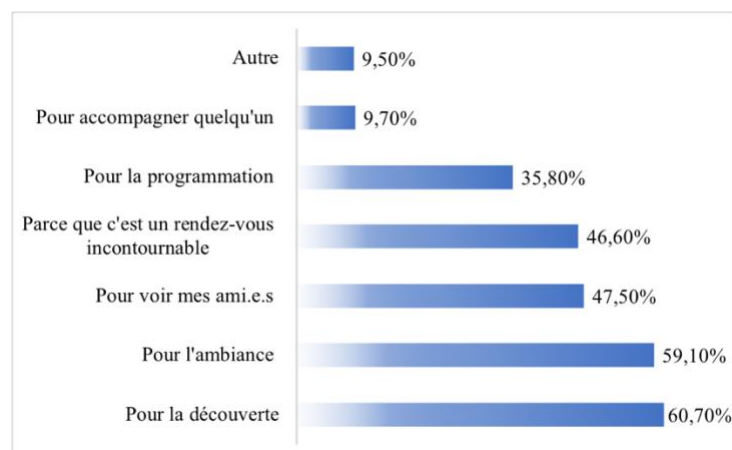
Il faut lire que 26,8% des publics ayant répondu à l'enquête ont fréquenté l'Étage durant le festival.

Habiter Rennes

Un autre facteur vient bouleverser l'équilibre de fréquentation, il s'agit du lieu d'habitation. Le Triangle est majoritairement fréquenté par des Rennais en 2018, avec 79,2% d'habitant·e·s rennais·e·s parmi les personnes fréquentant le Triangle pendant les Trans Musicales. De manière générale, cette tendance se retrouve sur les lieux les moins identifiés (par rapport au Parc Expo par exemple) du festival : les Champs Libres ou l'Aire Libre par exemple. Les festivalier·ère·s vivant à Rennes ont plus connaissance de l'existence de ces lieux, même s'ils occupent moins de place dans la communication du festival (puisque'il y a moins de propositions artistiques qu'au Parc Expo par exemple). Aussi, les festivalier·ère·s qui ne viennent pas de Rennes choisissent plus facilement de ne pas faire plusieurs lieux du festival (le voyage étant déjà de venir à Rennes). Le lieu d'habitation des festivalier·ère·s joue également sur les activités annexes et notamment sur la fréquentation des Bars en Trans, festival qui se déroule le même week-end que les Trans Musicales. Parmi les 24,2 % de publics des Trans Musicales qui ont également participé à Bars en Trans en 2018 (contre 22,7 en 2017), plus de 50 % sont Rennais·e·s. Cela vient aussi de l'envie de déambuler au sein de sa ville lorsqu'arrive le premier week-end de décembre et de prendre part aux différentes propositions.

Une expérience sociale esthétique mouvante et partagée

Répartition des festivaliers en fonction des raisons de leurs venues.



Il faut lire que près de 59% des festivalier·ère·s viennent pour l'ambiance aux Trans Musicales

Pour conclure

« Je dirais que c'est un festival le festival on peut se perdre dans la musique. C'est-à-dire qu'on arrive et puis on se laisse guider par des choses (...) c'est vraiment un festival déstabilisant. (...) C'est un peu le festival, le gros festival français de la curiosité aussi. C'est pour les gens qui sont curieux, de toute façon ils le deviennent puisqu'ils viennent ici et ils ne connaissent pas les groupes et ils ne savent pas ce que c'est donc du coup c'est le festival de la curiosité et de la part... de la plongée dans la musique... »

Entretien tiré de la revue Lumen N°4 Janvier 2019

Le temps, l'attention, la connaissance des lieux, leurs fréquentations, ainsi que l'utilisation des outils mis à

En 2018, la découverte musicale et l'ambiance sont les raisons de la venue aux Trans Musicales les plus défendues. Elles sont des promesses de ce contrat qui lie les publics et le festival. La recherche d'expériences sociales et esthétiques aux Trans Musicales est multiple et tend à rester dans une continuité dans la mesure où parmi les expériences recherchées, les festivalier·ère·s expriment les mêmes raisons d'une édition à une autre. En 2018, les raisons de la venue des festivalier·ère·s sont de 60,7% pour la découverte, de 59,1% pour l'ambiance, de 47,5% pour voir leurs ami·e·s, de 46,6% pour le rendez-vous incontournable et de 35,8% pour la programmation.

disposition par le festival témoignent d'une certaine autonomie des festivalier·ère·s et d'une capacité à se construire leurs propres parcours de spectateur·trice·s des Trans Musicales. Que l'on se place du côté des Trans Musicales ou du côté des publics, il est avant tout question d'une mise à l'épreuve de l'autonomie, de prises de risques renouvelées qui ne déstabilisent les festivalier·ère·s que pour mieux les ancrer dans leur expérience. Prendre le risque d'être déçu musicalement, alors que l'on vient pour la programmation, c'est aussi prendre le risque de se remettre en question. C'est finalement laisser une place à la découverte. La découverte fortuite nourrit l'autonomie des festivalier·ère·s, qui acceptent volontiers de reconsidérer leurs connaissances dans un festival qui se renouvelle continuellement.



LES
TRANS
NOUVEAU DEPUIS 1979

AGENCE NATIONALE DE LA RECHERCHE
ANR



Étude menée en partenariat avec le laboratoire Culture et Communication d'Avignon Université et l'Association Trans Musicales. Équipe Culture et Communication d'Avignon Université - direction scientifique : Damien MALINAS, Raphaël ROTH, Stéphanie POURQUIER-JACQUIN, Émilie PAMART, Camille ROYON, Quentin AMALOU, Alexandre DELORME
Enquêteur·trice·s : Les enquêteur·trice·s du Laboratoire Culture et Communication et les étudiant·e·s du Master 2 Culture et Communication (2017/2018) Rédactrice : Camille ROYON

MÉTHODOLOGIE

Cette étude sur les publics du festival des Trans Musicales a été réalisée en décembre 2018 lors de la 40ème édition. 2 298 personnes ont répondu au questionnaire en ligne. Les données ont été récoltées puis codées à l'aide du logiciel Sphinx. Les résultats ont été traités par les étudiant·e·s de première année du Master Culture et Communication parcours Arts et Techniques des Publics et le Laboratoire Culture et Communication

OUVRAGES DE RÉFÉRENCE

ETHIS Emmanuel [dir.], La petite fabrique du spectateur : être et de-venir festivalier à Cannes et Avignon, Éditions Universitaires d'Avignon, 2011.
ETHIS Emmanuel, Pour une po(i)étique du questionnaire en sociologie de la culture, Éditions L'Harmattan, Collection Logiques sociales, 2004.
MALINAS Damien, Portrait des festivaliers d'Avignon : Transmettre une fois ? Pour toujours ?, Saint Martin d'Hères, PUG, 2008.
FABIANI Jean-Louis, Le Goût de l'Enquête. Pour Jean-Claude Passeron. L'Harmattan, Paris, 2001.
PASSERON Jean-Claude, GRIGNON Claude, Le Savant et le populaire. Misérabilisme et populisme en sociologie et en littérature In: L'Homme, 1990, tome 30 n°11
VEYNE Paul, Les Grecs ont-ils cru à leurs mythes ? Éditions du Seuil, Paris, 1992.
Étudiant·e·s du Master 2 Culture et Communication, Lumen n°4, janvier 2019.

ARTICLES

ROTH Raphaël, ETHIS Emmanuel, MALINAS Damien, Sociologie des publics de la culture. Publicationnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics. Mis en ligne le 19 janvier 2017. Accès : <http://publicationnaire.huma-num.fr/notice/sociologie-des-publics-de-la-culture/>.
ROTH Raphaël, MALINAS Damien, Festival - Festivalier. Publicationnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics. Mis en ligne le 19 janvier 2017. Accès : <http://publicationnaire.huma-num.fr/notice/festival-festivalier/>.
ROTH Raphaël, LEVERATTO Jean-Marc, POURQUIER-JACQUIN Stéphanie, « Voir et se voir : le rôle des écrans dans les festivals de musique amplifiée », in Démocratisation culturelle et numérique, Culture & Musée n°24, Editions Acte Sud, Arles, 2015. Accéder à l'article en ligne : <https://journals.openedition.org/culturemusees/593>