



HAL
open science

Le Hellfest à Clisson : fabrique d'urbanité en territoire périurbain

Lara Cochet

► **To cite this version:**

Lara Cochet. Le Hellfest à Clisson : fabrique d'urbanité en territoire périurbain. Architecture, aménagement de l'espace. 2016. dumas-01626606

HAL Id: dumas-01626606

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01626606>

Submitted on 15 Dec 2017

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

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



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

Lara Cochet

Le Hellfest à Clisson

- Fabrique d'urbanité en territoire périurbain -

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE DE NANTES
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'AUTEUR

Mémoire de master dirigé par Eric Chauvier,
Séminaire «Du périurbain au péri-métropolitain»
ensa Nantes 2016

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE DE NANTES
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'AUTEUR

Préambule

Ce mémoire porte sur le Hellfest, célèbre festival de musiques extrêmes qui a lieu chaque année à Clisson.

Pourtant la petite ville de Clisson m'était inconnue.

Je n'écoutais pas de musique metal.

Au départ, je voulais étudier une ville nouvelle, où l'urbanité a été créée de toute pièce. Une ville dépourvue de patrimoine et d'histoire. Ce qui m'intéressait, c'était la manière dont les habitants de ce type de ville parviennent, ou non, à se forger une identité. Mais il n'y a pas de ville nouvelle à proximité de Nantes. En fait, il n'existe que neuf villes nouvelles en France. Cinq se situent en région parisienne (Marne la Vallée, Cergy-Pontoise, Saint-Quentin-en-Yvelines, Sénart et Evry) et les quatre autres sont réparties dans le territoire français (Ouest Provence, Villeneuve-d'Ascq, L'Isle-d'Abeau et Val-de-Reuil). Afin d'être libre de me déplacer aisément sur le terrain, je me suis rabattue sur l'étude d'une ville de la périphérie nantaise. Une commune sans qualité a priori. Je voulais alors comprendre par quels moyens (projets architecturaux ou urbains, initiatives individuelles, manifestations culturelles etc.) une commune périurbaine peut-elle se doter de singularités.

J'étais donc à la recherche d'une ville en périphérie de Nantes. Je me baladais sur google map, un peu perdue, jusqu'à ce que je tombe sur Clisson. Une petite ville de charme qui accueille chaque année des milliers de fans de metal. Le sujet m'a tout de suite plu ! Le rapport d'échelle entre cet événement mondialement connu et la petite commune de Loire Atlantique m'a fortement intrigué. C'est donc par sérendipité que j'ai trouvé ce sujet. Rapidement, beaucoup de questions se sont posées à moi. Je me suis demandée comment pouvaient cohabiter metalleux et clissonnais lors du festival. Le Hellfest déclenche-t-il le chaos dans Clisson ? Est-il source de conflits, de peurs et de rancœurs ? J'imaginai étudier un exemple de choc de cultures. J'ai vite été surprise par la réalité des faits. Les rapports entre le Hellfest et la ville sont bien loin d'être hostiles.

Sommaire

Introduction p8

1 - Entre ancrage local et mimétisme p10

>> “du métropolitain dans le périurbain”

Clisson : Une influence Locale p12

1. Une ville périurbaine ?
2. Clisson, siège de la communauté de communes
3. Une ville touristique ?
4. Influence de Nantes
5. Manifestations à Clisson

Le Hellfest : Une influence mondiale p30

1. Un festival né d'un «*enfant du pays*»
2. Influence du Hellfest sur Clisson
3. Ancrage dans la ville et pérennisation

2 - Entre transgression et globalisation p44

>> d'un festival de l'enfer à du tourisme de masse

Le metal, une contre culture ? p46

1. Culture, sous-culture, contre-culture
2. Petite histoire du metal
3. Le metal : sous-culture ou contre culture ?
4. Le metal : une transgression ?
5. Le metal : une thérapie ?

Le Hellfest : Un exutoire maîtrisé p70

1. Plongeon dans un univers
2. Le Hellfest : un carnaval ?
3. Le Hellfest : une industrie culturelle ?
4. Un festival politiquement correcte

3 - Une Indépendance qui crée la dépendance p82
>> une situation économique singulière

Un festival Indépendant qui a créé sa marque... p84

1. Une « *festivalisation* » de la culture
2. Le Hellfest : une indépendance économique quasi totale
3. Le Hellfest : un festival apolitique
4. Le Hellfest : la création d'une marque

... Dont aujourd'hui Clisson dépend..... p94

1. Retombées économiques importantes dues au festival
2. Je t'aime, moi non plus !
3. Le Hellfest : une publicité pour Clisson

Conclusion p103

Bibliographie p108

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE DE NANTES
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'AUTEUR

introduction

Avant la création du festival Hellfest, on ne pouvait pas dire que Clisson n'avait pas d'identité. La ville disposait déjà d'un cadre, d'une histoire, et d'un patrimoine d'exception. Ce mémoire ne porte donc pas sur la construction de l'identité d'une ville sans caractère, que les sociologues actuels appellent « ville sans qualité » ou « ville diffuse ». Il s'agit plutôt d'étudier l'influence d'un festival d'importance mondiale sur une petite commune en périphérie urbaine. En prenant comme sujet d'étude le Hellfest à Clisson, je me suis posée la question suivante : Dans quelle mesure l'événementiel de masse contribue-t-il à fabriquer une économie et une culture métropolitaine sur un territoire qui en est dépourvu ? Comment le Hellfest apporte-t-il de l'urbanité à Clisson ? Nous entendons par le terme « urbanité », le « caractère propre de la ville dont l'espace est organisé pour faciliter au maximum toutes les formes d'interaction »¹.

Par ailleurs, et plus précisément : le développement d'une ville par un événement qui la dépasse est-il un exemple de réussite ?

1. Vocabulaire et notions générales, GéoConfluences, TABARLY Sylviane et DOCEUL Marie-Christine (ENS de Lyon, Dgesco).

Aujourd'hui, croissance est synonyme de réussite. Il ne faut cesser de progresser pour continuer d'exister dans le système global, au sein d'un monde où la compétition fait loi. Le Hellfest suit ce modèle de l'évolution perpétuelle, mais où cela mènera-t-il ? Mon attention s'est portée sur les relations complexes entre la ville et le festival. J'ai identifié des enjeux aux échelles très variées, et souvent perçus comme opposés. L'étude de la spécificité clissonnaise vient contredire ces modes d'opposition types, ces idées reçues. Afin de comprendre ces relations, j'ai ciblé cette étude sur ce qui semble être trois grands paradoxes, qui sont aussi trois réponses à la problématique soulevée.

La première « opposition » concerne le rapport entre le local et le global. Comment une dynamique métropolitaine vient-elle s'inscrire sur un territoire plutôt périurbain ? Je me suis demandée quelles pratiques du tourisme de masse étaient reproduites à l'échelle locale, et s'il y avait des risques que ce mimétisme dénature la culture locale. Quelle est alors la place de cette dernière face à un événement d'importance mondiale ? Y a-t-il un risque de dissolution de l'histoire et

de l'identité locale dans le tourisme global? Enfin le global s'ancre t'il dans le local ou pourrait-il se délocaliser ?

La deuxième « opposition » interroge la relation entre transgression et globalisation. Le Hellfest est un festival de metal², un genre qui enfreint en apparence les codes culturels de la société. Comment le « festival de l'enfer » est-il devenu du tourisme de masse ? Parvient-il à conserver des codes « rebelles » malgré son échelle mondiale ?

La troisième et dernière « opposition » considère les rapports de dépendances éco-culturelles entre Clisson et le Hellfest. La situation de Clisson est singulière. Il existe peu de petites villes françaises qui accueillent un événement de cette ampleur. Clisson est une exception parmi les villes périphériques, elle voit son économie et sa dynamique culturelle stimulées grâce à un festival de musique. Cette situation économique et culturelle singulière est-elle un atout pour une ville ?

Ces éléments d'analyse doivent permettre en définitive de penser la possibilité d'émergence de formes inédites de cultures métropolitaines

qui tendent vers la ville globale. C'est admettre que la culture urbaine ne se limite pas à du bâti et à une concentration de population ; elle peut aussi exister sous des formes événementielles qui, d'une certaine façon, « font ville ».

2. Ce n'est pas une faute d'orthographe, il n'y a pas d'accent sur le « e » de la musique metal !



PE D'ARCHITECTURE DE NANTES
AU DROIT D'AUTEUR



01

Entre ancrage local et mimétisme

>> “du métropolitain dans le périurbain”

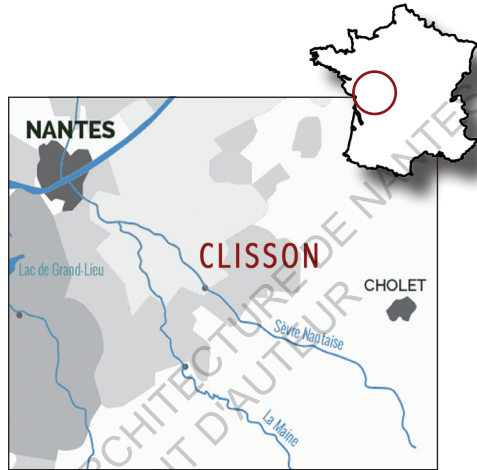
ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE DE NANTES
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'AUTEUR

I. CLISSON : UNE INFLUENCE LOCALE

1. Une ville périurbaine ?

Située en limite sud du département de Loire Atlantique, limitrophe de la Vendée et du Maine et Loire, la ville de Clisson est au carrefour de multiples influences. Cette petite commune d'environ 7000 habitants se trouve à équidistance entre Nantes et Cholet. Nous allons tout d'abord nous interroger sur le « statut » de Clisson ? Est-ce une commune péri-métropolitaine, périurbaine, une ville périphérique, une ville diffuse... ? Le terme de « ville péri-métropolitaine » n'est pas encore clairement défini. C'est le géographe Christophe Guilluy¹ qui introduit ce concept. Selon lui le territoire français est nettement scindé en deux. Il y a, d'une part, les grandes métropoles où cohabitent les classes supérieures qui profitent de la mondialisation, avec les classes sociales les plus désavantagées, et d'autre part, le reste du pays où vivent la majorité des ouvriers et des employés. Guilluy parle de « France périphérique » pour décrire cette deuxième partie du pays, correspondant à tout territoire à l'écart des métropoles.

1. GUILLUY Christophe. La France périphérique. Editions Flammarion. Paris, 2014



Cette dénomination regroupe entre autres, les villes périurbaines et les villes rurales. La France périphérique est, selon Guilluy, la grande perdante de la mondialisation économique et culturelle en cours. La vision binaire du géographe a été sujette aux critiques. Selon les sociologues et géographes Violaine Girard et Jean Rivière² l'analyse de Guilluy manque de nuances et de recherches contextualisées : « Son découpage amalgame des catégories sociales qui, à Fréjus, en Bretagne ou dans l'Oise, sont loin d'être confrontées aux mêmes réalités sociales ». Sans être

2. ROTMAN Charlotte, GIRARD Violaine et RIVIERE Jean : « Certes la mondialisation transforme la géographie des inégalités, mais... », Libération, 16 septembre 2014.

rejetées, les idées de Guilluy peuvent être nuancées. Il s'agirait donc plutôt de « tendances » que d'un zonage géographique strict.

Une ville périurbaine, entretient un lien fort avec un pôle urbain. Selon la définition de l'INSEE, une ville périurbaine voit au moins 40 % de sa population résidente ayant un emploi travailler dans le pôle urbain. Ce qui n'est pas le cas des villes rurales. La vision de Guilluy est donc imprécise puisqu'elle englobe « ville périurbaine » et « ville rurale », or l'influence de la métropole sur ces deux types de villes diffère. On peut alors distinguer les « villes périurbaines », des « villes péri-métropolitaines ». Ces dernières seraient isolées, en termes de mobilité, d'économie et de culture, sur lesquelles aucun pôle urbain n'a d'influence. Selon l'INSEE Clisson est une « commune polarisée des grandes aires urbaines ». Etant à la fois sous l'influence des pôles urbains de Cholet et de Nantes, Clisson est alors une ville périurbaine, mais multi polarisée. On donne cette qualification aux villes dont au moins 40 % de la population résidente ayant un emploi, travaille dans plusieurs aires urbaines. La mobilité pendulaire domicile-travail

est donc intense. C'est le cas de Clisson puisque seulement 28% des actifs travaillent dans leur commune de résidence. 53,4% des actifs travaillent dans leur département de résidence (hors Clisson), et 16,3% dans un autre département. En 2006, 22% des actifs sortant de Clisson travaillaient à Nantes, et 38% dans Nantes Métropole. L'influence de la métropole nantaise est indéniable. Cependant, dans des études menées en 2010, l'INSEE ne considère pas Clisson comme appartenant à l'aire urbaine de Nantes. Depuis 2010, les choses ont sans doute changé. L'influence de la métropole Nantaise s'est probablement intensifiée ?

Regardons d'abord du côté des mobilités. Il faut aujourd'hui environ 45 minutes pour rejoindre Nantes depuis Clisson, en voiture. Il est donc intéressant de prendre le train plutôt que la voiture, compte tenu des conditions de circulation en heures de pointe et des difficultés de stationnement. C'est pourquoi, en 2006, 32% des actifs clissonnais ayant un emploi dans Nantes métropole utilisaient les transports en commun. Avant 2011, dans chacun des deux sens Nantes-Clisson et Clisson-Nantes, une



Vue sur le centre historique de Clisson, de part et d'autre de la Sèvre

vingtaine de TER passaient chaque jour, dont environ dix directs. Depuis 2011, des tram-trains relient Nantes à Clisson, desservant toutes les gares du trajet. Les TER sont désormais directs entre Nantes et Clisson, et le trajet ne dure plus que 17min. Depuis 2015, le nombre d'aller-retour s'est accru, avec une desserte toutes les 30 minutes, tram-trains et TER confondus. Ces évolutions ont permis de rapprocher Clisson de la Métropole Nantaise. La proximité entre villes ne se mesure désormais plus en terme de distance mais de temps de trajet. Le périurbain accueille aussi bon nombre d'activités, résultat d'un certain éloignement urbain. C'est le cas de Clisson³ qui dispose de deux zones industrielles, le Parc d'activité

de Câlin (300 emplois) et le Parc industriel de Tabari (1500 emplois). La commune compte plusieurs petits commerces (boulangeries, boucheries, habillement, cafés...) ainsi qu'un supermarché et un hypermarché. Les services médicaux et touristiques sont également bien développés. Les formes d'habitat diversifiées sont également une caractéristique du périurbain : collectifs populaires, lotissements pavillonnaires, espaces résidentiels des populations aisées... A Clisson, le noyau urbain historique s'est implanté de part et d'autre de la Sèvre. Il s'agit d'un habitat assez dense, à partir duquel l'expansion s'est faite linéairement le long des axes principaux. Avant 1960, des extensions de type faubourgs se développent au sud est de Clisson. La limite que formait autrefois la gare a été

3. Plan local d'urbanisme, rapport de présentation, CITADIA, 2013

dépassée après les années 1960. La partie sud-est du centre ville, continue de se développer à partir de 1960, avec un habitat moins dense, de type pavillonnaire. A partir de 2000, plutôt que de se densifier, Clisson continue de s'étendre, jusqu'à peu à peu rejoindre sa voisine, la ville de Gorges. Les deux communes forment désormais une seule et même agglomération au sens géographique. La grande majorité des logements construits récemment sont des logements individuels à distance du centre urbain.

Cependant, nous en verrons la cause un peu plus tard, mais l'architecture clissonnaise est fortement inspirée de celle de l'Italie, donnant un charme particulier au centre historique. Au fil des constructions nouvelles, la ville a tenu à conserver cette particularité sur l'ensemble de la ville, obligeant ainsi tout nouveau bâtiment à respecter ce style italianisant. Afin d'avoir un ensemble architectural coordonné, aujourd'hui encore, les constructions doivent respecter un certain nombre de règles inscrites dans le PLU. Concernant les zones UB (urbanisation récente à dominante pavillonnaire) on peut y lire : « *Les façades (et pignons) existantes ou nouvelles qui ne seraient*

pas réalisées en matériaux destinés à rester apparents doivent recevoir un parement en bois, brique, pierre, brique de parement... ou un enduit taloché ou gratté de couleur claire. » Et concernant les toitures : « *Elles doivent être réalisées en tuiles semi rondes, tige de botte, de teinte rouge orangée en usage dans la région* ». Ainsi la teinte orangée continuera de dominer les toits clissonnais. On critique bien souvent les villes périurbaines de délaisser l'esthétique et la cohérence de l'ensemble de leur bâti. On ne peut blâmer Clisson sur ce point. Bien que la composition des lotissements pavillonnaires ne sorte pas tellement du schéma classique, ils s'inscrivent cependant dans une continuité architecturale. De plus la ville a fait un réel effort de rénovation et d'embellissement de son bâti dans le quartier historique. La ville de Clisson contredit le modèle de Guilluy des villes périphériques, qui ne sont pas toujours les « *grandes perdantes de la mondialisation* ». On ne peut établir de découpage de la France en zones strictes. Ce n'est pas uniquement la proximité géographique avec la métropole qui distingue une ville dynamique d'une ville délaissée. Il y a des singularités et il faut les analyser.

2. Clisson : siège de la communauté de Commune

Si on l'observe vis à vis de Nantes, Clisson est dans l'ombre de la métropole. Mais au sein de la communauté de communes de la Vallée de Clisson, elle est en position de force. Clisson est le siège de ce regroupement de douze communes. Clisson est l'exception du vignoble. C'est elle qui porte la communauté de commune. Elle dispose d'un cadre et d'un patrimoine qu'on ne retrouve pas dans les autres communes du vignoble.

« Sur la communauté de communes, c'est Clisson qui a le plus d'habitants, c'est Clisson qui domine, qui rassemble, qui fait qu'on a une richesse patrimoniale ». Jean-Marie B, adjoint au Maire

« Je pense qu'il n'y a pas photo, par rapport aux autres communes, on a quand même la chance d'offrir autre chose que des lotissements, que les centres villes standards ».

Christophe P, adjoint au Maire

Beaucoup de visiteurs sont surpris lorsqu'ils arrivent la première fois, dans la ville, ne s'attendant pas à un patrimoine aussi important. Une sensation que j'ai personnellement



Vue de La garenne Lemot depuis le château



Ancien couvent des Bénédictines, aujourd'hui la Garenne Valentin



Halle de Clisson

ressentie lors de ma première venue, cette envie de sortir son appareil photo pour emprisonner la beauté des paysages.

« Quand j'ai commencé à travailler ici, je sortais, j'avais l'impression d'être en vacances. Et ça me le fait encore 19 ans après. » Yannick Chanson, de l'association jeunesse Animaje

Clisson est le berceau de divers styles architecturaux qui se sont développés au cours de son histoire.⁴ La ville de Clisson se structure au XIIe siècle autour de son château construit sur un éperon rocheux. Au XIV^e siècle, la citadelle est le lieu de vie d'Olivier de Clisson, puis au XV^e siècle celui de François II duc de Bretagne. Au XVIII^e siècle des catastrophes se succèdent : les grands froids gèlent la vigne, d'importantes crues ruinent les bas quartiers de la ville. Puis en 1793, ont lieu l'insurrection des vendéens. Ils massacrent les habitants et brûlent les maisons. La ville est complètement détruite, les habitants survivants fuient. Clisson demeure déserte pendant

4. DAUBISSE Jean-Claude, BOUILLANT Jean-Pierre, RIVALLIN Aymar, *Fenêtres sur le Pays du Vignoble Nantais*, Paysage, patrimoine et art de vivre, Syndicat Mixte du Scot et du Pays du Vignoble nantais, 2011

deux ans. Au XIX^e Siècle, Pierre et François Cacault, deux frères nantais pensionnaires au palais Mancini, sont contraints de quitter l'Italie. Dans le contexte des guerres antirépublicaines, les deux français représentent la république. Ils sont alors chassés d'Italie. Ils rentrent alors en France, à Nantes.

Lors d'une visite à Clisson, ils sont subjugués par le charme de la vallée et décident de s'installer dans la ville.⁵ Le relief vallonné leur rappelle l'Italie. Ils entreprennent alors de reconstruire Clisson sur le modèle des cités toscanes. Tuiles canal, briques minces, baies en arc en plein cintre ornent les habitations qui se construisent, mais aussi les usines, les tanneries et les moulins bordant la Sèvre. Ils font appel au sculpteur François Frédéric Lemot. Il est, lui aussi, sensible à la beauté et au potentiel de la ville. Il achète le parc de la Garenne, ancien territoire de chasse des seigneurs, et le château qu'il souhaite protéger des pilliers de pierre. Il crée, dans le parc

5. ALLEMAND-COSNEAU Claude, COUAPEL Jean Jacques, DUFFLOS Anne, DUFURNIER Benoît, FRITSH Julia, PÉROUSE DE MONTCLOS Jean-Marie. *Clisson ou le retour d'Italie*, L'inventaire, Imprimerie nationale, 1990, 301p

de la Garenne, un paysage qui s'inspire des grands jardins pittoresques du 18e siècle. Lemot aidera également Jacques Charles Valentin à restaurer l'ancien couvent des Bénédictines de la Trinité, en faisant appel à l'architecte Mathurin Crucy. La restauration se fait là aussi dans un style italianisant et un jardin aménagé se développe de part et d'autre de la Moine. On comprend désormais pourquoi Clisson a des airs d'Italie. Et comme peut le dire Dominica M. lors de ses visites guidés « *Si vous prenez une photo, vous pourrez dire : J'étais en Toscane !* ». La ville est donc dotée d'un cadre exceptionnel et dépaysant. Elle dispose aussi de nombreux points d'intérêt, datant d'époques diverses, comme le château, l'église Notre Dame, la chapelle des Templiers, l'église de la Trinité...

La ville de Clisson a donc une histoire particulière, que je me suis faite raconter plusieurs fois. L'adjoint au maire Jean-Marie B., me narre sans que je le lui demande une partie de l'histoire de sa ville :

« *C'est issu des deux frères Cacault qui revenaient d'Italie. Et après que Frédéric Lemot, il est venu, et c'est lui*

qui a inspiré, qui s'est dit, "bah tiens, puisqu'ils étaient tous en Italie", hein pour des raisons autres. Et puis c'est quand ils ont reconstruit la ville qu'ils se sont dits qu'ils allaient faire ça sous le style Italianisant. C'est pour ça qu'à Clisson on est médiéval et Italianisant. Donc Clisson c'est d'abord toute cette richesse architecturale, et puis le passé médiéval et passé historique, avec les troupes de Vendée qui sont venues mettre le feu, tout ces trucs là ».

A l'office de tourisme également, Anne P. me relate une partie de l'histoire Clissonnaise :

« *C'est à dire que, en fait, à Clisson, il y avait les guerres de Vendée, mais à la même époque, en Italie ce sont les guerres contre les républicains, donc des émeutes antirépublicaines qui ont lieu, et on chasse, parce que justement on a peur de la République donc les seuls républicains ce sont les français. Donc on chasse les artistes d'Italie, du palais Mancini à l'époque. Mais ces artistes, eux ils n'avaient pas envie de quitter l'Italie. Et puis en fait, là-bas c'était le passage obligé, de toute façon c'était une loi depuis Louis XIV. Et on va les obliger à rentrer en France. Donc Cacault habitait Nantes*

et c'est là qu'il a entendu parler de Clisson qui était une ville martyre. Et c'est là qu'il s'est dit « je vais aller voir »... Et c'est là qu'il est tombé sous le charme. Il n'est pas venu comme ça, c'est qu'en fait, c'est parce qu'on les a chassés d'Italie. »

Le mythe fondateur de la ville semble être connu par beaucoup de clissonnais. La ville peut alors être considérée comme ayant un capital fort et visible, puisque son histoire se raconte d'une génération à l'autre. Mais la ville ne souhaite pas vivre dans le passé et sur son site internet on peut lire : « Riche d'un passé aussi bien festif que tragique, Clisson est aujourd'hui une ville dynamique, accueillante et ouverte sur l'Europe. » Il y a pour les clissonnais comme une fierté de vivre à Clisson. Un sentiment que j'ai pu percevoir au fil des entretiens. « Les habitants de Clisson ne se sentent ni vendéens, ni bretons, ils se sentent clissonnais ! » m'affirme Dominica M., une guide de l'office de tourisme. Elle habite à Gorges, à 2km, et se dit pourtant clissonnaise. Entre son histoire, son patrimoine, son cadre ou ses manifestations, Clisson dispose de forts marqueurs identitaires. Ce sont eux qui développent un sentiment

d'appartenance des habitants à leur ville et qui les empêchent de ressentir ce sentiment de déprise identitaire qui caractérise le péri-métropolitain, selon Guilluy.

3. Une ville Touristique ?

Clisson est-elle une ville touristique? D'ailleurs, qu'est ce qu'une ville touristique ? A partir de quelle affluence considère-t-on une ville comme telle ? La France est le pays le plus visité au monde. Ceci est du à la multiplicité de ses paysages, à la variété de son patrimoine. Bien que Paris domine la scène touristique, avec 30 millions de touristes par an, les autres départements français ont eux aussi leurs points d'intérêt. Ensemble, ils comptent plus de 50 millions de visiteurs.

En 2015, l'office de Clisson a recensé plus de 30 000 visites, mais ce chiffre ne révèle pas la fréquentation réelle. En effet, selon la moyenne française, seulement 8 à 10% des gens viennent dans les offices. Comparé à sa taille, Clisson a une offre de services touristiques assez large. La ville compte un camping, un village de vacances (Henri IV), trois Hôtels, et vingt-cinq restaurants. Yannick Chanson de l'association Animaje remarque qu' « *Il y a plein de restos, et ils tournent tous, parce qu'il y a un aspect attractif fort. Tu ne les remplis pas avec 7000 habitants !* ». Lorsque je demande à ce dernier s'il voit souvent des touristes à Clisson il me répond « *Tout le temps*

! Il n'y a pas une journée où tu n'en vois pas ! ». L'influence de ce tourisme est surtout régionale, la majorité des visiteurs viennent de la Région des Pays de la Loire.

Un tourisme Globalisé

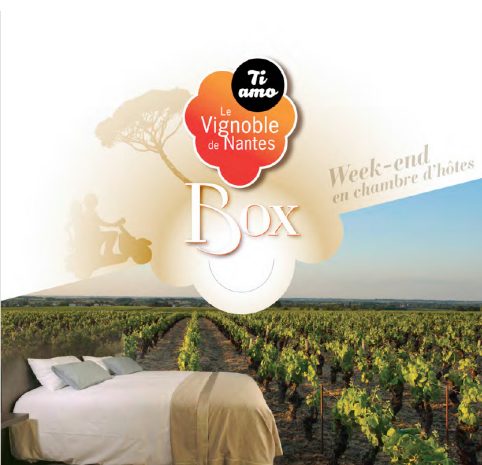
Aujourd'hui, avec la mondialisation, les codes du tourisme se sont globalisés. L'activité touristique s'exerce désormais plus ou moins de la même façon partout dans le monde, les pratiques ont été lissées. C'est pourquoi j'utilise le terme de « *Tourisme Globalisé* » dans une posture critique ⁶. Clisson emprunte à ce modèle global. La ville désire en fait plus ce modèle qu'elle ne l'incarne, puisque l'attractivité touristique pour la ville est principalement locale. Nous allons cependant voir les efforts faits par Clisson pour s'inscrire dans cette dynamique de tourisme globalisé. L'office de tourisme de Clisson est un EPIC, c'est à dire un établissement public industriel et commercial. Il fonctionne comme une entreprise, son effectif varie de 10 à 20 salariés à l'année. Comme le dit innocemment Anne P. « *Il y a peu de gens à l'accueil,*

⁶. PAQUOT Thierry, *Le Voyage contre le Tourisme*. Paris : Eteropia, rhizome, 2014

c'est en administratif qu'il y a du monde». Le tourisme est entré dans un système entrepreneurial, où le contact humain ne semble plus être la priorité. Il ne s'agit pas seulement d'informer et d'échanger sur un territoire de manière directe et spontanée. C'est pourquoi il y a un rapport de 1 à 10 entre les employés qui s'occupent de la relation clientèle directe, et ceux qui gèrent l'administratif, qui regroupe le service communication, le service commercialisation... ce vocabulaire est bien celui de l'entreprise. A plusieurs reprises, lors de l'entretien à l'office, je remarque cet emploi de mots propres à l'univers des affaires. Patricia R. m'explique que les écoles sont en effet « démarchées par [leur] service de commercialisation ». La visite que l'on peut faire de Clisson est organisée, planifiée, de façon similaire à n'importe quelle ville touristique. Prenons l'exemple des Smartbox®, ces coffrets cadeaux ont pris une importance considérable sur le marché du tourisme. Leur offre est large, proposant à la fois des repas gastronomiques, des nuits dans des lieux insolites, des week-ends « bien être », des activités à sensation extrême... toujours sur le même modèle de séjours organisés, « prêt à visiter». Clisson, depuis 2013,

a aussi développé ses propres Boxs : « Vignoble de Nantes en château et demeures de charme » ou « séjour en chambres d'hôtes - Le Vignoble de Nantes ». Tout est alors prêt sur un plateau, il n'y a plus qu'à se servir!

L'office de tourisme de la Vallée de Clisson, suit également la tendance 2.0. La communication se fait donc en grande partie sur internet et les différents réseaux. C'est donc sur son Smartphone ou sa tablette que l'on peut organiser sa virée à Clisson. Anne P. vante leur « beau site internet », alimenté par des « collègues qui passent leurs journées dessus ». En effet celui-ci semble être régulièrement mis à jour, traduit en anglais et espagnol. Le Vignoble nantais a son propre logo représentant une grappe de raisin stylisée, sur laquelle il est écrit « *ti amo* », faisant référence aux influences italiennes de Clisson. L'attention portée à la communication est indéniable. L'office de tourisme suit les logiques du « marketing urbain ». Cette approche aussi appelée « city branding » consiste à appliquer les techniques du marketing à la promotion et la valorisation des villes. Nous verrons cette pratique plus en détail lorsque nous aborderons la communication



Box proposée par l'office de tourisme



Vous n'avez pas fini de l'aimer !
www.levignobledenantes-tourisme.com

visuelle du Hellfest. En tout cas, il s'agit d'un phénomène dans l'air du temps. Aujourd'hui, villes, associations, marques, groupes de musique etc. se soucient de leur identité visuelle. Les guides des visites, imprimés sur du papier épais et glacé, sont aussi réalisés avec attention. Patricia R. me décrit les animations proposées tout en feuilletant le manuel, « *activités guidage* », « *forfaits journée* », « *visite à la carte* ». Il s'agit là d'expressions types du « tourisme globalisé », que l'on pourrait retrouver sur les guides de n'importe quelles villes touristiques. L'office est en ce moment, sur un projet de partenariat avec CroisiEurope, une entreprise française spécialisée dans les croisières fluviales et maritimes côtières. Son chiffre d'affaire à neuf chiffres, dépasse largement celui de l'office de Clisson. Anne P. me décrit l'objet de ce partenariat. CroisiEurope a lancé un « *nouveau produit sur la Loire* » sur le même modèle que ses croisières sur la Seine, la Gironde et la Garonne, le Rhône et la Saône. Il s'agit cette fois de proposer des croisières entre St Nazaire et Angers, à bord du Loire Princess, un bateau pouvant accueillir une centaine de passagers. Clisson est une étape de cette croisière, à laquelle « *on s'inscrit à la mi-journée*

». Un car vient récupérer les passagers directement au bateau. L'itinéraire commence par un « *discours dans le car* », suivi d'une « *petite visite dans la ville* », d'un passage à Pallet, puis se termine à la Chapelle-Heulin pour une « *dégustation dans une cave* ». Tout est donc organisé, planifié. Le touriste a juste à se laisser guider. Il verra ce qu'il est écrit sur le papier, ni plus ni moins, et sera de retour à bord du Loire Princess à l'heure indiquée. Dans son ouvrage *Le voyage contre le tourisme*, Thierry Paquot compare le voyageur et le touriste. Le périple du touriste est défini selon des horaires précis. Le voyageur quant à lui le vit au jour le jour et ne se ferme pas aux opportunités qui peuvent s'offrir à lui. Le touriste est pressé, il veut voir le plus possible et le plus vite possible. Tout doit lui être "servi sur un plateau", il ne doit avoir qu'à consommer. Et ce, surtout lorsqu'il s'agit de tourisme organisé

Evolution des touristes

Depuis quelques années, de plus en plus de touristes viennent visiter Clisson. Selon les employées de l'office, l'augmentation des touristes est un phénomène dû en partie à une évolution culturelle, à la crise, et aux

événements liés au terrorisme. « Avant, on était en vacances de telle date à telle date, mais les gens ils partent tout le temps maintenant ! » semble désapprouver Anne P. Désormais, les gens partent moins loin mais de plus en plus souvent. La peur d'aller à l'étranger, associée au manque de moyens, engendrerait un retour au tourisme local. Aujourd'hui, le tourisme n'est plus réservé à une élite. Il s'ouvre à la masse qui n'a pas toujours accès à la culture. Patricia R. semble un peu gênée de faire ce constat. « *C'est un personnel hein... mais je pense qu'il y a un retour des gens de manière populaire, au tourisme urbain, ce qui dit forcément un discours plus... plus simple, plus adapté à ce genre de personnes...* » De plus en plus de gens partent en vacances. Mais le patrimoine ne les intéresse pas, ils veulent seulement « *voir du beau* », ou boire du vin ! On remarque que le tourisme s'apparente désormais plus à du loisir qu'à une recherche de connaissances. « *Voir du beau* » procure un plaisir. Le tourisme devient un exutoire par rapport à une vie ordinaire anxiogène où le beau n'a pas souvent sa place. Anne P. me fait remarquer : « *Vous, vous êtes intéressée par le patrimoine, mais y en a que ça n'intéresse pas du*

tout le patrimoine ». Il y a de fait, une différence entre trouver beau quelque chose et s'y intéresser. De façon générale, pour s'intéresser à quelque chose, il faut avoir un minimum de connaissances au préalable sur le sujet. On apprécie faire ce que l'on connaît, ce sur quoi on est à l'aise. Lorsque l'on n'a jamais eu de connaissances sur l'histoire et le patrimoine, comment peut-on s'y intéresser ? Anne P. semble s'indigner de la baisse de niveau des français concernant l'histoire. « *Les français ne connaissent plus l'histoire de France, et encore moins les dates !* » « *Nous on rigole [...] chaque fois aux visites, quand on leur demande 'qui est François II ?' 'Bah... on connaît François Hollande !' 'François II ? Il est pape ?!', oh on rigole* ». La connaissance pointue de l'histoire semble être d'un autre temps. Les personnes âgées seraient les plus "érudits" à ce sujet. Selon Anne P. les programmes scolaires sont de moins en moins précis au sujet de l'histoire. Mais faut-il reporter la faute sur l'éducation nationale ? Ce phénomène ne s'inscrit-il pas plutôt dans une évolution générale de la société ? Il faut remonter au début du 20e siècle. En Europe, dans une démarche sociale, des intellectuels souhaitent rendre la culture accessible

à tous. Celle-ci doit donc être adaptée afin d'être assimilée par toutes les classes sociales. Par conséquent, le niveau culturel est abaissé, on parle de « culture de masse ». En parallèle, le développement des médias permet de diffuser massivement la connaissance. La démocratisation de la culture, s'est alors peu à peu transformée en une consommation de la culture répondant à des logiques économiques. Selon l'historien Alain Corbin, « *le temps libre est rattrapé par le temps commercial, qui l'intègre dans une économie avant tout soucieuse de rationalité et de productivité* ». La culture doit être facilement consommable et s'apparenter davantage à du loisir. Selon le philosophe Théodore Adorno : « *La marée d'informations précises et d'amusements domestiqués rend les hommes plus ingénieux en même temps qu'elle les abêtit* ».


Le touriste évolue avec sa société. Aujourd'hui, tout doit toujours aller plus vite. Sans cesse habitué à zapper lorsqu'une chose ne nous intéresse pas, nous ne savons plus prendre le temps de nous arrêter, d'observer. L'information défile sans cesse devant nos yeux et dans nos oreilles. Nous ne savons plus nous ennuyer. Tout

doit aller vite. Il en est de même pour le touriste qui veut voir le plus vite possible, le maximum de choses. Rejetant une approche scolaire du tourisme, tel un cours magistral, il désire avant tout passer un bon moment. L'activité touristique doit rester un loisir. A Clisson comme ailleurs, le visiteur préfère écouter quelques anecdotes qu'il retiendra facilement, prendre des photos, plutôt que d'écouter des détails historiques dont il ne se souviendra pas. Le touriste serait-il lui aussi une victime de la culture de masse, ne s'intéressant qu'à ce qui lui est facilement assimilable ? Et puis de toute façon, s'il ne se souvient plus d'un détail, il pourra retrouver l'information sur son Smartphone ! Patricia R., guide à Clisson, nuance, le touriste désintéressé n'est pas une généralité. Elle dit s'adapter au groupe qu'elle guide, parfois les visiteurs sont très demandeurs d'informations et sont friands de connaissances, parfois moins... A Clisson, l'échange se fait d'humain à humain, du guide au touriste. Les visites guidées ne se font pas encore avec un casque et une tablette interactive. On peut alors discuter, poser des questions, échanger... Ce qui est ici la preuve d'un ancrage local, à taille humaine.

4. Influence de Nantes ?

Nantes est une ville qui a misé sur la culture et l'événementiel pour se développer⁷. Depuis l'élection de Jean Marc Ayrault en 1989, la culture va constituer une des principales dynamiques de la politique urbaine nantaise. Tout commence avec la naissance de la compagnie Royal de luxe en 1990, spécialisée dans les arts de la rue. Elle met en scène des géants fantastiques qui évoluent dans la ville. Dans un même temps, Jean Blaise, maire de Saint-Herblain, met en place avec la mairie de Nantes le festival des Allumées. Il rassemble à Nantes pendant six années, de 1990 à 1995, des artistes provenant de six grands ports étrangers, durant six jours. En 1995, c'est cette fois le maire de Rezé, René Martin, qui initie l'événement des Folles Journées de Nantes. Au départ, le festival ne durait qu'un week-end, aujourd'hui il a lieu cinq jours et s'est étendue à onze autres villes de la région des Pays de la Loire. En 2000, c'est la création du Lieu Unique. L'ancienne biscuiterie LU est reconvertie en un lieu culturel mêlant en un même endroit des lieux d'exposition, un restaurant, un bar, une librairie, une crèche et depuis peu un hammam. En 2007, sous l'initiative de Jean Blaise est créée la biennale d'art contemporain Estuaire. Une quarantaine d'artistes implantent le long de la Loire, entre Nantes et Saint Nazaire, sculptures et autres installations.





La même année commence le projet des machines de l'Île. Sont alors créés la Galerie des Machines, et son Éléphant haut de douze mètres. Aujourd'hui, la ville souhaite de plus en plus pérenniser ses événements culturels. L'exemple des Machines de l'Île illustre cette volonté. Selon Jean-René Moric et Philippe Violier « Le principe est de développer dans un ancien quartier portuaire de l'île de Nantes en cours de rénovation une sorte de « parc à thème » ouvert sur la ville et fortement attaché à l'imaginaire de Royal de Luxe. Il en est de même à propos de la Biennale Estuaire, dont les œuvres sont finalement conservées et continuellement exposées. Les anneaux de Buren, par exemple, de l'édition de 2007, sont toujours en place, le long de la Loire. L'événement Estuaire, s'est peu à peu transformé en un itinéraire touristique permanent, qui s'enrichit de nouvelles œuvres d'année en année. La stratégie nantaise de développement est d'une part d'associer la culture au tourisme, et d'autre part, de transformer l'événement, en un levier permanent de développement.

7. MORICE Jean-René, VIOLIER Philippe. De l'événementiel culturel à la destination touristique : les cas de Lille et Nantes. Bulletin de l'Association de géographes français, 86e année, 2009.

5. Manifestations à Clisson

Le dynamisme culturel a toujours été une caractéristique de Clisson. Au départ citadelle médiévale, puis reconstruite dans un style italianisant, elle a été le berceau de cultures éclectiques. C'est dans le village d'à côté, à Cugand, que Serge Danot, tournait les épisodes du « Manège enchanté ». C'est dans la boîte du Louksor de Clisson que Philippe Katerine a chanté : « Louxor, j'adore ». Encore aujourd'hui, de nombreuses manifestations ont lieu dans la ville. L'année est ponctuée de divers festivals : les Italiennes, les médiévales, Montmartre à Clisson, le Nouvel an du muscadet... et le Hellfest.

Cette culture de l'événementiel est-elle née de l'influence nantaise ou s'inscrit-elle dans la continuité de la dynamique culturelle propre à l'histoire de Clisson ? En tout cas, si la ville de Nantes n'a pas initié la dynamique culturelle clissonnaise, elle participe néanmoins à sa connaissance. La ville de Nantes fait en effet de plus en plus la promotion de Clisson.

« Le tourisme est de plus en plus important à Clisson, je sais que cette année, on a eu une augmentation de 30% de fréquentation. Et ça c'est

en partie due à la ville de Nantes qui commence un petit peu à s'ouvrir aux villes extérieures ». **Christophe P.**

Les manifestations clissonnaises apparaissent sur le site de Nantes. A propos du nouvel an du muscadet, par exemple, on peut y lire : « Le 1er dimanche de décembre, depuis 27 ans, les viticulteurs de la vallée font découvrir sous les halles leur récolte ainsi que les millésimes précédents, primés ou sélectionnés spécialement. Ambiance garantie. » Le concept de l'événement est d'acheter un verre à 4€ pour ensuite déguster du vin à volonté ! En 2015, ils ont vendus environ 2 000 verres, et 44% des personnes présentes venaient de Nantes métropole. La communication menée par Nantes est donc efficace, et son influence quant au développement du tourisme clissonnais n'est pas négligeable. La ville de Nantes communique en effet de plus en plus sur la Ville de Clisson. Et l'on peut voir dans la métropole, des panneaux informant sur les manifestations clissonnaises. Sur le site internet du guide du routard, lorsque l'on choisit « l'agenda culturel, fêtes et festivals » de la ville de Nantes. Dans « Les tops événements du moment », la première proposition est

le Hellfest à Clisson. On peut y lire : « *Le seul événement d'envergure dédié aux musiques métal extrêmes et assimilées en France. Pendant 3 jours, plus de 50 groupes du monde entier et un public chevelu et ébouriffé déferlent sur Clisson, aux confins de l'Anjou et du Poitou.* » Le Voyage à Nantes n'y est qu'en deuxième position.

Comment expliquer la récente exposition de la petite ville périurbaine dans la métropole nantaise ? Cet attrait pour les manifestations clissonnaises ne serait-il pas lié à un festival en particulier ? En participant à la promotion de Clisson, la ville de Nantes n'attend-t-elle pas quelque chose en retour ?

ECOLE NATIONALE SUPÉRIEURE D'ARCHITECTURE DE NANTES
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'AUTEUR

II . LE HELLFEST : UNE INFLUENCE MONDIALE

1 . Un festival né d'un « enfant du pays »

Depuis 2006, la ville de Clisson accueille chaque année un événement hors du commun : le Hellfest. Festival de « musiques extrêmes », il propose des concerts de metal et hard rock. L'affiche compte aujourd'hui plus d'une centaine de groupes, certains mondialement connus, d'autres plus undergrounds. Le Hellfest est un « petit jeune » parmi les festivals français, comparé aux Francofolies créées en 1985 ou au Solidays en 1999. Depuis sa création il a connu une croissance exponentielle, devenant aujourd'hui le troisième festival de France en termes d'entrées.

Si le Hellfest est venu s'installer à Clisson, c'est parce qu'il est le fruit d'un clissonnais. A travers les entretiens que j'ai pu réaliser, il se dégage une sorte de mythe à propos de la création du festival. Les termes d' « *enfant du pays* », « *d' enfant de Clisson* » sont récurrents, comme s'il semblait important de ne pas oublier que les racines du festival sont locales. Créé par Benjamin Barbaud, qui était peut être le seul à écouter du metal au sein de sa ville, le Hellfest connaît aujourd'hui un succès mondial. L'histoire du

Hellfest s'apparente à un « mythe de la réussite », une histoire fondatrice que l'on se raconte et qui donne du sens à l'événement.

En 2000, à Clisson, plusieurs groupes de jeunes, entre 16 et 20 ans, se regroupent afin de monter un festival. Ils ont le soutien de l'association *Animaje* (animation jeunesse), et créent alors le *Fest'hystérie* qui a lieu dans le complexe sportif de Clisson. Il durera 5 ans, et accueillera jusqu'à 2000 personnes. Trois scènes sont proposées. L'une d'elles, est tenue par Benjamin Barbaud, et ne diffuse que du métal. A 19 ans, ce dernier a envie d'aller plus loin. Il monte un autre festival en parallèle : le *Furyfest*, avec seulement de la musique Hardcore. Il parvient à réunir 400 personnes en un soir. L'année suivante, Benjamin Barbaud réserve de nouveau le complexe sportif de Clisson pour son festival. Mais à la dernière minute, la salle est indisponible. Une assemblée générale de football doit s'y tenir. Le festival déménage alors à Rezé, dans la salle de la Trocardière. Cette édition de 2003 attire 7 000 spectateurs. Le concert est un grand succès. Benjamin

est débordé. Les capacités d'accueil de la salle sont largement dépassées. Rezé ne veut plus du festival, qui déménage alors au Mans. En 2004, désormais au Mans, le festival prend de l'ampleur. Il attire 21 000 spectateurs. Malgré le succès, l'association est en déficit. Elle décide alors, pour l'édition de 2005, de léguer les droits du festival à des promoteurs, afin de se limiter à l'organisation. Cette fois le festival fait 30 000 entrées sur trois jours. Mais les promoteurs partent avec les recettes, c'est la fin du Furyfest.

Mais l'aventure ne s'arrête pas là ! L'année suivante, Benjamin Barbaud et Yoann Le Nevé (qu'il a rencontré au Mans) se lancent dans un nouveau projet. Ils montent l'association Hellfest Production. Benjamin tient à retourner dans sa ville natale pour développer ce nouveau festival. Ils présentent leur projet auprès des élus de Clisson. Benjamin a le soutien de son ancien entraîneur de football et adjoint au Maire, Jean-Marie B. Il est le seul à défendre le Hellfest auprès des élus. L'association Animaje, avec laquelle il avait réalisé ses tous premiers concerts, s'engage aussi pour le festival. Malgré les craintes, les oppositions, le Hellfest a lieu. Vingt-deux mille personnes

assistent sur trois jours à la première édition. Malgré un déficit de 200 000 euros, le défi est relevé et la ville de Clisson accepte de réitérer le festival. L'année suivante, la météo s'oppose au bon déroulement du festival. Dès le premier jour, de fortes pluies s'abattent sur le site, qui se transforme en une mare de boue. Des artistes sont contraints d'annuler leur concert suite à des problèmes techniques. Cette année-là, le Hellfest est attiré du « pire festival en termes d'organisation ». En 2008, le festival monte en puissance, le nombre d'entrées s'élève à 45 000. Les relations avec les collectivités locales s'améliorent, les premiers partenariats sont signés. Si localement tout va de mieux en mieux pour le Hellfest, ce dernier commence à faire du bruit au niveau des politiques. En 2010, Christine Boutin, présidente du Parti chrétien-démocrate, s'attaque à cette manifestation « sataniste qui véhicule la mort ». Patrick Roy, le député socialiste, fan de métal, lui répond par un plaidoyer qui marquera les esprits "métalleux". Après la mort de ce dernier en mai 2011, un hommage lui est rendu lors de la clôture du festival sous la forme d'un feu d'artifice au son d'AC/DC. Ces polémiques n'empêchent pas le festival de grandir,



Feu d'artifice tiré pour les 10 ans du festival.

au contraire même, elles en font sa publicité ! En 2010, le Hellfest accueille plus de 20 000 personnes par jour ! En 2012, il déménage à la suite de la construction d'un lycée sur la parcelle qui lui était jusqu'alors réservée. Désormais au cœur du vignoble clissonnais, le nouveau site bénéficie d'une plus grande superficie, ce qui lui permet d'accueillir encore davantage de monde. Cette année là, il y a 25 000 à 35 000 spectateurs par jour. Le nombre de scènes passe de quatre à six : avec deux scènes principales, et d'autres destinées à « tous les courants des musiques de l'extrême ». Si l'édition de 2013 stagne en termes de visiteurs, l'année 2014 voit le nombre de spectateurs considérablement augmenter, avec un total de 150 000 entrées sur les trois jours. L'année suivante, pour ses dix ans, le Hellfest ne souhaite plus accroître davantage son taux de fréquentation. Le nombre de places est même revu à la baisse, limité à 135 000. « *On s'est rendu compte qu'il y avait un peu trop de monde l'an dernier et que pas mal de festivaliers se sont sentis à l'étroit* » explique Benjamin Barbaud dans une interview à Ouest-France. Mais concernant le spectacle, le Hellfest ne lésine pas ! La programmation est

exceptionnelle, réunissant tous les grands groupes de musiques extrêmes ; un feu d'artifice de quinze minutes est tiré au cœur du vignoble nantais. Les festivaliers en ont alors plein les yeux et les oreilles. Le Hellfest fête sa décennie comme il se doit ! Cette histoire est donc celle d'un enfant de Clisson qui a réalisé son rêve, celui de faire vivre sa musique au sein de sa propre ville. Le festival est devenu une véritable institution mondialement reconnue. Malgré l'envergure qu'a pris son festival, Benjamin Barbaud semble être encore sincèrement attaché à sa ville. Mais inévitablement, l'histoire locale pourtant très présente aux prémices du festival, tend à se globaliser ; c'est ce jeu d'échelle que je souhaiterais interroger. Ne porte-t-il pas des contradictions ? Le Hellfest, un festival aujourd'hui mondialement reconnu, est encore attaché au local de par l'histoire de son « mythe fondateur », et le tourisme local a besoin du global pour exister.

2. Influence du Hellfest sur Clisson

Le metal, au début des années 2000, ne faisait pas vraiment partie de la culture clissonnaise. Cette musique était loin d'être connue des habitants.

« A cette époque là, on ne savait pas trop ce qu'était le metal. Alors que maintenant tous les clissonnais cernent bien ce qu'est le metal, du plus jeune au plus ancien. »

Christophe P.

Il n'a donc pas été facile de convaincre les élus et les habitants. Personne ne croyait en ce festival. Beaucoup avaient peur. C'était aussi l'époque de la Techno, de la drogue, des raves party... Les gens faisaient l'amalgame. Christophe P., adjoint à la mairie, affirme pourtant que le metal et la techno sont « deux musiques différentes qui amènent deux styles de festivaliers différents. » Malgré tous les aprioris, les amalgames et les controverses, le festival a bel et bien eu lieu. Et finalement la première édition s'est plutôt bien passée. Pour une grande majorité de clissonnais, la crainte a peu à peu laissé place à l'engouement. Au fil des années, ce festival reçu avec appréhension, est devenu une part de l'identité de la ville. Clisson a toujours plus ou moins, été dynamique culturellement. Mais

lorsque Benjamin Barbaud décida de mettre en place son festival, en 2006, il n'y avait quasiment plus de manifestations dans la ville. L'arrivée du Hellfest a donné une réelle impulsion à l'animation culturelle clissonnaise. Selon Alex Rebecq, chargé de communication pour Hellfest Production, le festival participe grandement à la renommée de Clisson. Il reconnaît cependant que la ville se développerait très bien sans le festival. Sans le Hellfest le rayonnement de Clisson serait régional, tandis que grâce à lui, il est mondial.

« Si Clisson est connue jusqu'au Japon, ce n'est pas à cause du château. » Alex Rebecq.

Le Hellfest fait donc parler de la petite ville de Loire Atlantique partout dans le monde. En effet, à l'étranger, si Clisson est connu, c'est plus grâce à son festival qu'à son patrimoine. Et comme le dit Jean-Marie B., adjoint au maire, « Allez dans n'importe quel pays étranger. Si vous dites « Clisson », ils vont vous dire « c'est le Hellfest, ça donne une notoriété à la ville ». Rappelons que Clisson, ne comptant que 7000 habitants, est, selon la définition de l'INSEE, une petite ville. Il est très rare

qu'une commune de cette taille soit mondialement connue. Le Hellfest offre à Clisson une reconnaissance qu'elle n'aurait jamais pu espérer.

Nécessairement, l'arrivée de 150 000 personnes en trois jours dans une petite ville, cela engendre un pic économique. Le festival est donc devenu un événement incontournable pour Clisson et ses alentours, qui profitent amplement du Hellfest. Ben Barbaud évaluait les retombées économiques du festival, pour la région, à plus de 11 millions d'euros.

« *L'économie de la ville tourne autour du festival. Il faut penser au Leclerc qui vend en trois jours la consommation d'alcool de l'ensemble de la communauté de communes en un an!* ». **Corentin Charbonnier, docteur en anthropologie.**

En effet le Leclerc lors du Hellfest sort de ses logiques commerciales habituelles. Pendant le festival, les clissonnais ne vont pas ou très peu faire leurs courses au supermarché. Mais, comme le raconte Alex Rebecq, le Leclerc est « *pris d'assaut dès le jeudi* » par les festivaliers. Ces derniers achètent principalement de la bière

et... de la bière. Les rayons du Leclerc sont alors agencés différemment pendant la période du festival. Le magasin joue également le jeu du folklore en s'habillant au couleur du Hellfest. Les stratégies marketing sont poussées à l'extrême pour satisfaire une clientèle hors du commun qui arrive massivement. Le Leclerc pratique ce que l'on pourrait appeler un « marketing hyperactif ».

L'activité économique clissonnaise s'intensifie sur la courte période du festival. Les producteurs de la région développent des « produits de l'enfer » spécialement pour l'occasion. Depuis 2007, chaque année une cuvée de muscadet à l'effigie du festival est sélectionnée en partenariat avec les organisateurs. L'association du Kingdom Of Muscadet regroupe plusieurs vigneron qui vendent leur vin sur des stands dans l'enceinte du festival. Depuis 2012, une petite fabrique artisanale de confitures Muroise et Compagnie a également développé un produit particulier : la Helljam. Sur le site internet de la petite fabrique, on peut lire : « *C'est une confiture à la fois locale et «metal» : Cassis de Clisson et Rhum machiavélique !* ». Chaque année la

Helljam est présente dès le début du mois de juin chez de nombreux commerçants de Clisson et des environs.



Les retombées économiques dues au tourisme sont aussi considérables. Les festivaliers viennent des quatre coins du monde pour ces trois jours. Un spectateur sur trois vient de l'étranger. Au total, plus d'une soixantaine de nationalités se croisent lors du Hellfest. Les Anglais, Espagnols et Allemands sont les plus nombreux, mais on trouve aussi des Israéliens, des Russes, des Sud-Américains... La plupart arrivent à Clisson avant que le festival ne commence. Ils en profitent alors pour visiter la région. Ils font connaître le

Hellfest à travers le monde, et Clisson par la même occasion ! La ville profite de ce festival pour faire découvrir son patrimoine. Les visites du château sont par exemple gratuites lors de l'événement. Cette arrivée massive de spectateurs fait aussi le bonheur des hôtels. En effet, toutes les chambres du vignoble sont complètes dès le mois de septembre, et même jusqu'à Cholet ! Dans une étude menée en 2011 par Christophe Guibert⁸, sur l'origine géographique des festivaliers il fait ressortir le caractère cosmopolite du festival. En effet, Seul un quart des gens qui ont répondu au questionnaire sont originaires des Pays de la Loire, et 14 % environ viennent de Bretagne et d'Île-de-France. Sur ce point, le Hellfest ne peut d'être considéré comme un « événementiel de masse globalisé ».

8. GUIBERT Christophe. Hellfest : des festivaliers bien inoffensifs. Place publique : dossier La ville de toutes les musiques, mai-juin 2012, n° 33.

3. Ancrage dans la ville et pérennisation

Le Hellfest pourrait-il déménager, s'éloigner de Clisson ? A cette question, la réponse d'Alex Rebecq, chargé de communication pour Hellfest production, est d'abord matérielle. L'association a fait des dépenses très importantes pour l'aménagement du site. Elle ne se verrait pas tout reprendre à zéro. Les organisateurs sont également sensibles au caractère exceptionnel du lieu. Leur situation au milieu du vignoble nantais, est selon un atout non négligeable.

« La plupart des festivals c'est un terrain vague, ou un parking, avec des frites à droite, des T-shirt à gauche et une scène devant. Là, tu as l'opportunité quand même d'avoir un lieu avec un certain charme. »

Alex Rebecq, Hellfest Production

« Le festival peut il déménager ? NON. Le Hellfest s'est créé à Clisson car Ben est un enfant de Clisson. De plus le Hellfest a investi dans du «durable» sur la commune, ce qui l'a directement ancré au local ».

Corentin Charbonnier, docteur en sociologie

Clisson offre un cadre exceptionnel aux festivaliers, mais est-ce le seul élément qui ancre le festival au local ? N'est-ce

pas aussi le nom même de « Clisson » qui participe à identifier le Hellfest ? Tel un logo ? Si on change de nom de ville, les festivaliers reconnaîtront-ils le festival?

Sur le site du festival, l'association a réalisé un nombre très important de travaux, comme l'enterrement des câbles électriques, la réalisation de routes pavées pour permettre un meilleur accès aux festivaliers, la plantation d'une pelouse... Des installations artistiques restent également toute l'année en place. A l'entrée du festival on peut lire « Clisson Rock City » sur des lettres géantes en fer forgé, et juste à côté, au milieu d'un rond point, trône une guitare électrique géante. Cette dernière haute de plus de 10 mètres a été réalisée par l'artiste Jean François Buisson. Ce cadeau bien particulier a été offert en 2014 par Hellfest production à la mairie. « On voit énormément de gens qui s'arrêtent et se font prendre en photo à la guitare, au rock city. On se fait photographier normalement devant la tour Eiffel » remarque Jean-Marie B. Lorsque je demande aux deux adjoints au maire comment ce cadeau a été reçu par la ville, Jean-Marie B. me répond sans hésiter « Bien ! ».



CHITECTURE DE NANTES
ROIT D'AUTEUR



Christophe P. aborde le côté pratique « Il n'y a pas eu de remarque. Il y en a deux trois qui ont posé des questions sur la sécurité, si elle tombait ? Mais si elle tombe, elle ne tombe pas sur la route. » Ils semblent ne pas voir ce cadeau comme empoisonné, pourtant toutes ces installations sont loin d'être innocentes. Elles sont pour Benjamin Barbaud et son équipe, un moyen de s'approprier le territoire clissonnais. Et comme le fait remarquer Julien, un festivalier et habitant de Clisson : « Maintenant, tu entres à Clisson, tu entres sur le territoire du Hellfest. Pour le coup, ils se sont vraiment assis sur ce territoire ». Jean-Marie B. me raconte même que Ben Barbaud l'a déjà appelé pour lui demander pourquoi sa guitare n'était-elle pas allumée. « Pourquoi c'est pas allumé, ça coûte pas cher, c'est des LED j'ai mis 5000€ dedans » s'exclame-t-il reprenant les propos de Benjamin.

En 2012, suite aux travaux de construction du lycée du Vignoble Nantais, le Hellfest s'est trouvé dans l'obligation de déménager du Val de Moine. A cette époque, Ben Barbaud déclarait à Presse Océan : « Il suffit de

(photo à gauche) Rond point à la guitare. Oeuvre réalisée par le sculpteur Jean-François Buisson

se déplacer de quelques centaines de mètres sur le site. Mais cela implique des aménagements, des achats de terrains, des travaux de viabilisation... C'est aux élus de prendre en main le dossier s'ils veulent vraiment conserver le Hellfest. » L'association Hellfest production faisait alors catégoriquement chanter la mairie. Les organisateurs critiquaient la position ambiguë de Clisson. « On nous tient un double langage : d'un côté, la municipalité dit vouloir garder le Hellfest, de l'autre elle ne fait rien pour nous aider. Cela se joue sur des détails : pas une ligne sur le festival dans le programme culturel de la Ville, une facture de 8 000 € pour la location des salles du Val de Moine... On veut que le maire fasse un geste ou alors il devra porter seul le chapeau de notre départ. » Les relations avec la mairie n'ont alors pas toujours été des plus cordiales. Le Hellfest a bel et bien manqué de mettre les voiles. Les organisateurs ont beaucoup hésité entre déménager et rester à Clisson, ce départ pouvant être une opportunité de s'agrandir, d'évoluer. Finalement le Hellfest resta sur Clisson et ne déménagea que d'une centaine de mètres, traversant la route pour s'installer sur l'ancien camping du festival.

« Les relations avec la commune sont excellentes » affirme Corentin Charbonnier. Ceci est peut être en partie du au fait que la genèse du festival vient d'un clissonnais et non pas d'une personne extérieure venue de nulle part. On pourrait donc s'approprié plus aisément un festival créé par l'un des siens ? Jean-Marie B., l'ancien entraîneur de football de Benjamin, se présente comme celui qui a permis la naissance du Hellfest. Il a joué un rôle d'interface, entre le jeune motivé, un « garçon tenace », et les élus. Il semblerait donc que le jeune Ben, était connu et apprécié par beaucoup de clissonnais.

« Oui, parce que moi et Benjamin Barbaud, on habitait à côté dans le même quartier, je l'ai connu, il avait 14-15 ans, et quand il passait devant la maison, il avait toujours son sac à dos et son parka de l'armée, et il partait voir des concerts aux quatre coins de l'Europe. Et c'est vrai qu'à cet âge là, à 14 ans, on disait : « qu'est ce qu'il va devenir ? C'est un gamin qui a toujours été respectueux, gentil, qui gagne à être connu je pense. »

Christophe P.

Le Hellfest est aujourd'hui accepté dans la plupart des esprits clissonnais. Christophe P. témoigne de la sympathie des habitants pour les festivaliers du Hellfest. « Les Clissonnais maintenant, ils sont ravis de les voir dans Clisson, ce sont des gens extraordinaires ! ». Beaucoup hébergent même des festivaliers chez eux pendant le festival. Une plateforme sur internet a été créée pour mettre en relation les riverains et les spectateurs.

« Il y a une ferveur, y compris les plus anciens. La quasi-totalité n'en a plus peur. En France, quelle ville est plus rock que Clisson ? »

Ben Barbaud, ©Tweeter

De plus « tout un protocole est déjà mis en place » avec les bénévoles souligne Alex Rebecq. Les habitants se sentent investis. Deux entités se partagent la gestion du bénévolat : Hellfest production et l'association d'animation jeunesse de Clisson Animaje. 1400 bénévoles sont bénévoles avec Animaje. Le taux de participation est impressionnant. Lorsqu'ont lieu les inscriptions, la file d'attente se prolonge sur une bonne partie de la rue. Beaucoup de gens veulent participer, du plus jeune aux

plus âgé, et l'association jeunesse en refuse chaque année! Certaines personnes s'arrêtent de travailler pendant la période du Hellfest. Lors des préparatifs, il y a comme une effervescence. Beaucoup de gens se sentent investis dans l'événement.

« Deux mois avant, tout le monde en parle dans la ville. Les Clissonnais se sont appropriés le projet. »

Alex Rebecq

D'ailleurs, les anciens de Clisson qui entendaient beaucoup parler du Festival sans jamais pouvoir y assister, ont eu l'occasion de visiter le site.

« On a proposé au gens de plus de 70 ans, habitant à Clisson, de visiter le site. Parce que c'est des personnes qui n'y vont pas ! Donc on avait lancé cette idée là, au repas des anciens, l'année dernière. Et on avait envoyé un courrier à chaque personne de plus de 70 ans, en se disant : « on va avoir un retour de 40-50 personnes ». Et sur les 450 courriers, on a eu 360 retours positifs ! ». Ils ont été obligés de refuser beaucoup de monde, car les organisateurs du Hellfest ne pouvaient pas accueillir plus de 100 personnes.

« Donc le mardi, on a emmené, avant le Hellfest, cent anciens de Clisson, visiter le site à l'intérieur. Alors ça grouillait de tous les côtés. Les gens du Hellfest ont pris le temps, deux jours avant le festival, presque deux heures pour leur faire tout visiter ! [...] Ils étaient enchantés, ils sont repartis chacun avec leur gobelet du Hellfest. Ils ont fait des photos. L'année prochaine on remet, ça ! » Christophe.P

Lorsqu'Alex Rebecq me raconte la façon dont il est entré dans l'association, il semble pour lui être un honneur de travailler pour le Hellfest. Originaire de Bordeaux il dit « avoir tout claqué » pour être stagiaire chez Hellfest production. Lorsque J-M.B, raconte les débuts du Hellfest, une certaine fierté émane de ses propos, celle d'avoir permis à Ben de lancer son festival. C'est de fait, lui que Benjamin est allé voir en 2005 pour demander la permission de réaliser son concert, à la Mairie. « Donc voilà comment a démarré le Hellfest. Un jour, il y a Ben qui est venu me voir, et puis j'aurais très bien pu lui dire : « non, tu vas ailleurs ». Mais je connaissais Benjamin depuis toujours, ça aurait été un autre, je n'aurais pas dit oui. »



Le Hellfest a pris aujourd'hui une ampleur qui dépasse largement celle de Clisson. Au regard des sommes d'argent brassées par le festival, du nombre de spectateurs, de leurs nationalités ou de la taille du site l'échelle du festival est belle et bien globale. Comment expliquer que le festival se soit installé à Clisson et pas ailleurs ? Certes, il est le fruit d'un « *enfant de Clisson* », mais si Benjamin Barbaud était né dans une autre ville, le festival se serait-il aussi bien développé ? Clisson n'était pas un lieu privilégié pour la musique metal pourtant le festival connaît aujourd'hui un succès mondial. L'ancrage dans la petite ville de Clisson est réel. Les habitants sont désormais très attachés au Hellfest, et les organisateurs ont fait de grandes dépenses pour le site qu'ils ne souhaitent donc pas quitter. L'ancrage local se fait également par le story telling⁹. La naissance du Hellfest se raconte comme un « mythe de la réussite », celui d'un clissonnais qui a réalisé son rêve d'enfant. Cette histoire locale est-elle nécessaire pour que le festival atteigne un niveau global ? L'intervention du local ne serait alors pas en contradiction avec la globalisation de l'événement. S'agirait-il plutôt d'une innovation ?

9. SALMON Christian. *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, Paris, La Découverte, 2007.

Clisson est une commune périurbaine, sous l'influence de la métropole Nantaise et de Cholet. Elle accueille cependant un événement qui ne dépend pas de ces influences. Le Hellfest n'a en effet eu ni besoin de Nantes, ni de Cholet pour devenir ce qu'il est aujourd'hui. Le festival recrée une sorte de « polarité métropolitaine temporaire ». Il emprunte à la culture de la « ville globale »¹⁰. Le Hellfest est générateur de flux de marchandises, de capitaux, d'informations, et d'individus. C'est un exemple unique et remarquable : la fabrication de toute pièce d'une « polarité métropolitaine » par de l'événementiel, sur un territoire périurbain dépourvu a priori d'attractivité. Il s'agit d'un exemple original en termes d'innovation, dans notre société où le tertiaire domine. Cette « polarité métropolitaine » a une forte influence sur les territoires qui l'entourent. Une influence temporaire comme une influence permanente. Le Hellfest a donné à Clisson une renommée mondiale. Une telle expérience est-elle reproductible dans une autre ville périurbaine ? L'événementiel de masse est-il la solution au développement des villes oubliées décrites par Guilly ?

10. Sassen Saskia, *The Global City : New York, London, Tokyo, Princeton*, Princeton University Press, 2001.



INTERNATIONALE S
DOCU
CENTRE DE NANTES

02

Entre transgression et globalisation

>> d'un festival de l'enfer à du tourisme de masse

ECOLE NATIONALE SUPÉRIEURE D'ARCHITECTURE DE NANTES
DOCUMENT SOURCE AUTEUR

I. LE METAL. UNE CONTRE CULTURE ?

La musique metal, très peu médiatisée, est généralement peu écoutée du grand public. Si elle est connue, c'est souvent de façon péjorative. Soumis à beaucoup de clichés, le genre a mauvaise réputation. Et pourtant le metal est la cause d'un rassemblement de plus de 150 000 personnes. Des milliers d'adeptes se retrouvent donc pour écouter ensemble la musique qu'ils aiment lors d'un événement annuel : le Hellfest. Ce festival est LE rassemblement français de la musique metal. Comment cet événement global peut-il diffuser une « musique de souche » ? Le metal souvent méconnu du grand public, est-il réellement une « musique de la transgression » ? Les préjugés véhiculés sur le genre sont-ils justifiés ?

1. Culture, sous-culture, contre-culture ?

Le metal est-il une sous-culture, une contre-culture ou appartient-il désormais à la culture populaire ? Nous allons au préalable définir ces trois notions de culture, sous-culture et contre-culture.

La culture en philosophie représente ce qui est opposé à la nature, ce qui

est né de la main de l'homme. Selon le dictionnaire Larousse, la culture est « *l'ensemble des phénomènes matériels et idéologiques qui caractérisent un groupe ethnique ou une nation, une civilisation, par opposition à un autre groupe ou à une autre nation* ». Chaque groupe d'hommes a son propre modèle culturel; une combinaison de comportements, de mentalités, de coutumes, de valeurs... Au sein de ces groupements d'individus, de taille plus ou moins importante, il est rare que le modèle culturel dominant convienne à tous. Emergent alors des mouvements de « sous-cultures », qui ne se retrouvent pas dans les standards sociaux. Ils ont alors le besoin de se forger leur propre modèle culturel. Le concept de sous-culture a été analysé par deux courants sociologiques ; l'école de Chicago, dans les années 1920-1940, et le Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS), dans les années 1970. Le terme sous-culture est la traduction littérale de *subculture* en Anglais. En français, le mot *sous* peut avoir une connotation négative et laisser penser que cette culture est dépréciée. Ce n'est pas le cas en anglais, le préfixe latin *sub* renvoie à

un aspect souterrain. Le mot *sous*, fait donc écho à l'aspect caché de la culture plutôt qu'à sa dévalorisation.

Il y a tout de même, un certain flou autour de la notion de *sous-culture*. Ce concept peut décrire un large éventail de phénomènes culturels. Il est relatif, puisque là où une culture est représentative d'une société, elle peut, ailleurs, être à la marge. Par exemple, la culture du hip-hop, caractéristique de la culture américaine, peut être identifiée comme une sous-culture dans la société occidentale. Nous ne vivons pas dans un monde aux frontières imperméables. Le statut d'une culture, en marge ou dominante, peut ainsi varier dans l'espace et dans le temps.

Qu'en est-il alors de la contre-culture ? C'est le sociologue américain, John Milton Yinger, en 1960, qui énonce la notion de *contre-culture*. Si les sous-cultures évoluent au sein de la culture dominante, tout en s'y distinguant mais sans pour autant affirmer de revendications particulières, les contre-cultures quant à elles, cherchent à renverser l'ordre social et à réorganiser la culture dominante dans lesquelles

elles se trouvent. Les années 1950 vont influencer les premiers mouvements de contre-culture. En 1955 naît une musique davantage libératrice que revendicatrice ; le Rock and Roll. Dans le contexte des trente glorieuses la jeunesse n'a pas beaucoup de prétextes pour se rebeller. Des acteurs comme James Dean ou Marlon Brando jouent les « rebelles sans causes ». Des auteurs et poètes, tels que Aldous Huxley, Jack Kerouac, William Burroughs écrivent contre la société de consommation, contre les institutions. Ils vantent la vie nomade, la drogue, et contestent le puritanisme sexuel.

Dans les années 1960 aux Etats-Unis, se développe le mouvement hippie, le plus célèbre mouvement de contre-culture. Il mène une révolte globale contre le système, rejette la société de consommation et propose de nouveaux modes de vies. Si d'une part, il y a les activistes qui militent pour des changements radicaux du système, d'autre part « les vrais hippies » ne veulent pas entrer dans des débats politiques. Ces derniers souhaitent simplement bâtir une société nouvelle loin des valeurs de leurs parents, où ils vivraient en communauté

autosuffisante, où la non-violence ferait loi, où ils seraient libres de se droguer et d'avoir les pratiques sexuelles qu'ils désirent. Woodstock est un moment fort de la culture hippie. Des jeunes s'y sont rassemblés en très grand nombre pour écouter ensemble la musique qu'ils aiment et s'y droguer en toute liberté. Mais cet événement a été très médiatisé, il est aujourd'hui connu de tous. Au départ festival de la contre-culture, Woodstock fait désormais parti de la culture populaire. De plus, les idées hippies ont eu un impact sur notre culture actuelle. La libération sexuelle, comme la révolte contre la l'obéissance aveugle, sont des valeurs qui ont été défendues par le mouvement.

« Les hippies étaient les derniers américains innocents qui ont cru en un monde de beauté et de paix universelle où tout le monde était libre d'agir à sa façon. Ils étaient rêveurs, pensaient qu'ils avaient découvert l'amour, et que l'amour pouvait guérir tous les maux de la race humaine. Ces personnes se défonçaient, faisaient l'amour et dansaient de façon à ne susciter rien que le plaisir à l'état pur »
Jane et Michael Stern

La mondialisation a engendré une diffusion des biens, des idées, des valeurs. Aujourd'hui, les cultures ne sont plus figées et isolées, mais appartiennent à un système d'interdépendance complexe. Les cultures se diffusent d'une société à l'autre. Si autrefois on distinguait la culture savante de la culture de masse, aujourd'hui cette distinction est de moins en moins marquée. Les techniques modernes offrent une facilité d'accès à tout type de culture. Tout peut être connu aisément. Mais si les médias modernes rendent le savoir plus accessible, ils diffusent aussi des divertissements de masse. Ces derniers font obstacles à la culture savante, diffusant une culture « subvertie et abaissée » selon J.L Harouel¹. Il semble en effet plus facile de se mettre dans son canapé pour regarder un jeu télévisé, que d'ouvrir une grande œuvre littéraire. Pierre Bourdieu, dans les années 1970, voyait en la culture, un moyen d'oppression de la classe dirigeante sur les masses populaires. La culture permettant de se distinguer de la masse, était selon

1. HAROUEL Jean-Louis, Culture et contre-culture, Quadrige : Presses Universitaires de France, 1998

lui, un instrument de domination et de reproduction sociale. Mais selon J.L Harouel, la «culture pour tous» a tiré les sociétés vers le bas en aplatissant les niveaux culturels. La culture est par nature élitaire, puisque nous n'avons pas tous les mêmes capacités de réflexions. La culture ne se consomme pas. Elle s'acquiert et se construit, elle demande effort et volonté. Le mouvement de contre-culture du « tout culturel » a tué la culture. A force de vouloir tout dire, ce mot ne veut plus rien dire.

« La plus perverse des contre-cultures, c'est l'affirmation de l'idée que "tout est culturel". Ainsi, on laisse la culture désarmée face à l'hégémonisme de la contre-culture du divertissement médiatique. » Jean-Louis Harouel, Culture et Contre-culture, 1994.

Suite à ce petit historique des sous-cultures et contre-cultures, nous allons tenter de définir le statut de la musique metal...

2. Petite Histoire du metal

Afin de pouvoir analyser le statut de la musique metal, nous allons dresser un bref historique de ce mouvement musical, comprendre ses influences, ses valeurs, ses codes etc.²

Si le rock est né dans le contexte florissant des trente Glorieuses, le metal, quant à lui, a vu le jour à l'aube des années 1970, avec la crise économique. Peu à peu, la jeunesse s'éloigne du rêve hippie pour se tourner vers une musique plus rebelle. Dès les années 1960, certains artistes, regrettant le rock des années 1950, vont développer de nouveaux styles musicaux. Il y a d'une part, les pionniers du Hard rock, qui créent des morceaux agressifs, où le chant est hurlé et les guitares saturées. Et d'autre part, le mouvement British Boom Blues, des groupes de blues rock anglais du milieu des 60's. Ces derniers vont peu à peu intensifier leur musique et développer le genre du Hard blues. Le Heavy metal est né de ces deux genres musicaux, Hard Rock et Hard Blues. Il n'a pas de lien de parenté avec la musique punk qui s'est pourtant aussi

développée dans les années 1960. Les deux groupes considérés comme les parents du metal sont Led Zeppelin¹ et Black Sabbath². Ils développèrent un son plus « dur » des rythmes plus rapides, et des textes traitant de sujets tabous.

La musique metal est porteuse de beaucoup de légendes, l'origine de son appellation en est une. Le terme d'heavy metal pourrait avoir été employé pour la première fois par un journaliste pour qualifier la musique de Jimmy Hendrix³ dans les années 1960 : « *It's like heavy metal falling from the sky* ». Ce dernier expérimentait de multiples façons de jouer de la guitare. La désignation « heavy metal » peut aussi venir du terme militaire « Artillerie lourde », faisant référence à la contestation de la guerre au Vietnam qui a accompagné la naissance du genre.

La création du son particulier de la musique metal est aussi une légende. Il serait né d'un accident. Le guitariste du groupe de Black Sabbath se sectionne deux phalanges de la main qui lui servaient à pincer les cordes de sa guitare. Il parvient à rejouer grâce

2. HEIN Fabien. Hard rock heavy metal metal : Histoire, cultures et pratiquants. Irma, Éditions Mélanie Séteun, 2004



à une prothèse en bois. Mais sa main est tout de même affaiblie, il doit donc assouplir la tension de ses cordes de guitare. La tonalité est alors abaissée vers les graves. Malgré lui, il a inventé le son qui caractérise le Heavy metal.

Le groupe Motorhead⁴ est un groupe clé de la culture metal. Créé dès 1977, le groupe au look cow boy, est un « *phénomène dès le départ* », pour reprendre les mots de Corentin Charbonnier. Plein de contradictions, tout comme d'autres groupes punk tels que les Stooges ou MC5, ils affirment être contre le mouvement hippie, tout en prônant la devise « sex, drog & rock'n'roll ». Peu à peu le metal devient un genre autant visuel que musical. Pour leurs concerts, des groupes mettent en place des décors en rapport avec leurs univers. Par exemple, les Black Sabbath se mettent en scène dans une ambiance cimetière, ou désireux de choquer et de faire parler d'eux, jouent sur les codes sataniques, les AC/DC⁵ se déguisent en écoliers rebelles, les Judas Priest⁶ arrivent en moto sur scène.... Beaucoup vont suivre cette tendance. Le public apprécie cette provocation ironique qui fait hurler parents et professeurs.

A la fin des années 70, les groupes de hard rock tels que Scorpions, AC/DC ou Queen, vendent des millions d'albums. Le metal quant à lui, reste une musique d'initiés. Le genre demeure inassimilable par le grand public. En 1980, le métal se divise en deux courants, l'un produit un metal qui se rapproche du hard rock grand public, l'autre se radicalise pour rivaliser avec la violence des punks.

Le premier courant que l'on appelle Hard FM ou Glam metal, s'attache à ce qui fonctionne. Il associe provocations faciles et mélodies grand public. Le mouvement connaît le succès, la musique est plus accessible. Il est possible d'écouter du Glam Metal à la radio, à la télévision. En effet, dès 1981, MTV diffuse au grand public cette musique transgressive et violente, et ce, vingt-quatre heures sur vingt-quatre. La chaîne de télévision américaine participe donc à la diffusion du mouvement metal. Rejetant cette assimilation du Glam Metal à la culture populaire, certains adeptes du heavy metal cherchent à réaffirmer les caractères « endurcis » du heavy metal. Il se développe alors une multitude de sous genres toujours

plus extrêmes les uns que les autres, tels que le trash metal, le black metal ou le death metal.

Au début des années 1990, le metal est donc scindé en deux parties. Il y a d'une part, une scène grand public, et d'autre part une scène underground réunissant de multiples sous-genres. Le terme Heavy metal englobe donc de nombreux sous genres musicaux. Dans les années 2000, il y a une explosion du nombre de styles de metal. Chaque groupe essayant de se différencier crée sa propre appellation. On compte plus de 300 sous genres de metal. Le nom des différents style fait parfois sourire : « Alien black metal », « Symphonique metal », « Opéra metal », « Death 'n' roll », « Death metal mélodique », « Death metal technique », « Death-doom », « Drone metal », « Pirate metal », « Metal celtique », « Metal chrétien »... la liste est longue ! Ces années connaissent le mélange du metal avec d'autres styles musicaux, l'apparition de nouveaux instruments comme la cornemuse ou la harpe. Nous verrons plus tard le rôle fédérateur du Hellfest qui rassemble tous ces styles lors d'un même événement.

3. Le metal : sous-culture ou contre culture ?

Quel est alors le statut de la musique metal ? Comme nous l'avons vu, le terme heavy metal regroupe de nombreux sous genres. Pour bien faire, il faudrait analyser chacun d'entre eux ; leurs codes, leurs représentations, leurs revendications... Mais cette tâche est impossible ! Cependant, si ces différents styles ont tous un modèle culturel qui leur est propre, ils ont tout de même des valeurs communes. Nous allons alors nous interroger sur le statut du metal tout en gardant en tête que cette analyse ne s'intéresse qu'aux caractères communs aux sous genre du Heavy metal. Celle-ci est donc globale et perfectible.

UNE SOUS-CULTURE ?

Professeur de sociologie à l'Université de Singapour, J.P. Williams définit cinq points permettant de définir une sous-culture : le style, la résistance, les espaces et médias, la réaction sociale et l'identité et l'authenticité.³ Nous allons reprendre ces cinq points afin d'analyser si oui ou non, le metal est une sous-culture.

- **Le style**, comme le définit J.P Williams, renvoie aux « *manières dont les sous-cultures affirment leur identité par un processus de bricolage, réappropriant ou modifiant des objets* ». Le style vestimentaire, permet de symboliquement affirmer son identité individuelle, mais aussi son appartenance à sa sous-culture.

Le metal ne se limite pas à la musique, il y a autour de celle-ci tout un univers metal. Les thèmes que l'on retrouve dans les textes, comme la mort, le satanisme, la violence, les conditions de vie de la classe ouvrière, la mythologie, etc. participent à la création de cet univers, mais aussi du style heavy metal. Il existe alors un ensemble de codes et objets permettant de distinguer les adeptes de la culture dominante. Comme le souligne Robert Culat⁴ dans son étude, adopter un *look métal* a deux utilités, l'une « *ad intra* » et l'autre « *ad extra* ». La première concerne le rapport avec les non initiés (*ad extra*). Il faut se démarquer, jusqu'à parfois provoquer ou choquer. La seconde utilité du look (*ad intra*), est la reconnaissance

3. WILLIAMS J. Patrick. *Subcultural Theory: Traditions and Concepts*. Polity, 2011, 214p

4. CULAT Robert. *L'AGE DU METAL. Contrastes et paradoxes d'une culture musicale*. Camion blanc. 2007

et l'intégration au sein des metalleux. Certaines caractéristiques comme les tatouages, la couleur noire, les cheveux longs, le bouc, le pentagramme, la croix inversée... sont communs à plus ou moins tous les styles de metal. Une étude réalisée par Corentin Charbonnier⁵ sur les festivaliers du Hellfest a montré l'importance des codes chez les adeptes du metal. Seulement 3% d'entre eux ne sont par exemple, pas tatoués, 77% ont les cheveux longs, et 91% portent du noir. Ils ressentent en effet le besoin d'avoir des signes qui les rassemblent. Le style metalleux est aussi perceptible dans les comportements. Les adeptes du metal ont en commun un ensemble de gestes symboliques, et ceux-ci sont même dénommés. Le headbanging est un hochement de tête sur le rythme de la musique. Il est à la fois pratiqué par les musiciens et par les spectateurs. Le pogo est une « danse » qui consiste à se projeter les uns contre les autres sans volonté de blesser l'autre. Les pogos ont surtout lieu au centre et devant la scène appelé « pit » ou « fosse ». Le stage diving consiste à sauter dans les spectateurs pour se faire

5. CHARBONNIER Corentin. La communauté metal : le Hellfest comme lieu de pèlerinage (Thèse) Anthropologie. Tours : Université François Rabelais.

porter par leurs nombreux bras tendus. Le signe du diable, poing fermé avec index et auriculaire tendu, est le signe qui jusque là demeurait particulier aux metalleux. Au départ signe de reconnaissance de la communauté metal, il est aujourd'hui utilisé par des groupes de variété pour adolescents. Ce geste désormais galvaudé, est devenu un clin d'œil. On remarque que ce vocabulaire particulier au metal, participe lui aussi à distinguer les adeptes, qui le connaissent et l'utilisent, des autres.

Aujourd'hui les codes visuels du metal, au départ visant à choquer, sont repris par la culture populaire. Selon Alex Rebecq cela se justifie par un « certain esthétisme » du look metal. « *Avant toute cette esthétique était réservée au metal, mais maintenant les gens capturent. Et ça les metalleux ils n'aiment pas !* ». Ils sont de plus en plus acceptés et adoptés de tous. Le metal fait de moins en moins peur, et ses codes se sont démocratisés. En 2015, H&M et Diesel ont sorti des vestes et pantalons à patches aux effigies de groupes fictifs évoquant fortement l'univers metal. Tout comme l'a été la sous-culture hippie, la culture metal serait peu à peu réappropriée par la culture populaire ? Mais comme



Groupe Asphyx en train de faire du headbanging



Un mosh-pit à Washington en 1991



H&M créé des patchs imitant des groupes de métal

le fait remarquer Alex Rebecq si tout le monde adopte les mêmes codes vestimentaires, convaincus ou non par l'univers metal, il sera impossible de savoir qui est qui !

- La **résistance** s'affirme par des pratiques distinguant les sous-cultures de la culture dominante. Il peut s'agir de symboles ou gestes qui servent à se prononcer à l'égard du pouvoir dominant.

Le heavy metal n'encourage que très rarement, à l'exception de certains artistes et sous-genres exceptionnels, le passage à l'action. La lutte pour la liberté d'expression n'est pas née avec le metal. Ce dernier est même un nouveau né, comparé aux sous-cultures qui ont initié la défense de ces libertés. Certains groupes comme Rage Against the Machine, mènent une « révolution » contre la société dans laquelle ils vivent. Ils chantent des textes qui s'opposent directement à certains politiciens américains. Mais ces tendances révolutionnaires ne concernent qu'une infime partie des groupes de metal. Dans l'ensemble du heavy metal la résistance n'est que symbolique.

« Je pense qu'il y a un côté, on se bat un peu, seul contre tous. Mais c'est juste une image. C'est juste une image vraiment qu'on véhicule. Et des fois ça nous fait du bien de la véhiculer. Mais ce n'est pas quelque chose de viscéral. » Jean

La plupart des gens qui écoutent du metal portent relativement peu attention aux textes des chansons. Comme le fait remarquer Julien, un fan de metal, « Le chant est souvent guttural, donc pour faire passer un message ça devient tout de suite, un peu compliqué ! ». Le metal est donc majoritairement apolitique. Les metalleux préfèrent vivre intensément leur musique plutôt que de s'engager politiquement. Ce ne sont bien souvent pas les paroles qui animent les metalleux, mais la musique. Ils s'intéresseront au texte dans un second temps. On peut retenir que la principale revendication de la musique metal est de s'opposer à la culture mainstream. Les metalleux, dans leurs pratiques, souhaitent rappeler qu'ils n'appartiennent pas à la culture dominante. Le métal remet en question l'aspect anthropocentriste de notre société, il fait redescendre

l'homme de son piédestal et accepte la part d'animal en chacun de nous. Comme l'a dit Pascal, « *Qui veut faire l'ange, fait la bête* ».

Né de la culture occidentale, le metal se propage aujourd'hui dans des pays où il était alors inconnu. Mais dans ces états où la censure fait loi, comme au Moyen-Orient, en Afrique du Nord, en Asie du Sud-Est ou en Chine, le Heavy metal n'est pas le bien venu. Les rapports de Freemuse, organisme international militant pour la liberté d'expression des musiciens et compositeurs, donnent de nombreux exemples du manque de liberté des habitants d'écouter la musique qu'ils souhaitent. En 2001, en Malaisie, plus d'une centaine d'adeptes du Black metal ont été arrêtés. Ils ont été fouillés afin de vérifier s'ils n'avaient pas de tatouages. En 2003, quatorze marocains écoutant du heavy metal, ont été condamnés à une peine d'emprisonnement pour avoir mené une « tentative d'ébranler la foi des musulmans ». L'écoute du metal est donc loin d'être acceptée partout dans le monde. Il est intéressant de remarquer que si en Europe Occidentale et en Amérique du nord, le

métal est associé à un désengagement, dans d'autres pays il est le symbole d'une revendication contre le pouvoir en place.

« *C'est là où je te dis que le metal c'est une musique de libertés parce que là où tu n'as pas de liberté, tu n'as pas de metal. Bizarrement, c'est une musique qui revendique la Liberté, mais une fois qu'elle est installée. [...] Tu as du metal, là où tu as de la liberté...* » Tom

- **Espaces et médias.** Malgré les distances, certaines sous-cultures agissent à l'échelle internationale. Les sous-cultures ont une influence sur des espaces locaux, et virtuels. Aujourd'hui, grâce aux médias, presse écrite et internet, les idées se diffusent augmentant ainsi l'étendue géographique des sous-cultures. Les médias participent à la diffusion de la culture metal. Il existe un nombre important de magazines spécialisés, tels que Hard Rock Magazine, Hard & Heavy, Rock Hard... Mais c'est Internet qui joue le rôle majeur quant à la connaissance du genre. Les forums permettent un échange d'informations malgré les distances géographiques.

Des milliers de sites et blogs sont consacrés au metal. MySpace et d'autres réseaux sociaux permettent aux petits groupes de se faire connaître. Le metal est de plus en plus exposé, les gens ont plus facilement accès à la musique. Si autrefois il était compliqué de trouver ce que l'on voulait dans les bacs, aujourd'hui tout est accessible sur le net.

- La **réaction sociale** est révélatrice de l'existence des sous-cultures, celles-ci cherchant à se différencier de la culture dominante. Dès lors, qu'il y a sous-culture, il y a distinction entre ceux qui en font partie, les « insiders », et les autres les « outsiders ». Ce sont les médias outsiders qui participent à la réaction sociale. Ce sont eux, les responsables de la catégorisation des sous-cultures, pouvant conduire à une marginalisation de celles-ci. Cette réaction sociale peut pousser les membres d'une sous culture à davantage affirmer leurs pratiques. L'attention médiatique, qu'elle soit positive ou négative, peut agir en tant que publicité pour certaines sous-cultures.

Dans la culture metal, l'impact des médias fut très important pour le

développement du mouvement. C'est en effet lorsque le Glam metal a été accepté par le grand public que se sont développés de nombreux sous-genres plus agressifs et intenses, comme le Trash metal. De plus, les médias Outsiders produisent bien souvent l'inverse de leurs objectifs. Ils participent, malgré eux, à la promotion de la musique à laquelle ils s'opposent. Le Hellfest, par exemple, se fait attaquer de façon récurrente par un mouvement contestataire : Provocs Hellfest ça suffit !

« *Malgré eux, ils font partie du folklore du festival. Moi je trouve ça hyper drôle de se dire qu'une association catholique se bat contre le Hellfest... ça donne de l'importance à des choses qui ne devraient pas en avoir.* » Max

- **Identité et authenticité**

Le sociologue anglais Dick Hebdige⁶ définit les sous-cultures comme « *des mouvements de subversion face à la « normalité » telle qu'elle s'impose dans la société dominante. Une sous-culture se doit d'avoir une identité distincte; une identité qui, au besoin, sera à*

6. HEBDIGE Dick. Sous-culture : Le sens du style, Hors Collection ZONES, 2008

revoir si l'identité en cours est récupérée ou instrumentalisée par la culture dominante.»⁵ Pour décrire les rapports entre membres et non membres d'une sous-culture, l'opposition entre insiders et outsiders, est peut être trop simpliste. Leurs relations sont sans doute plus complexes que ce schéma binaire. Pourtant, ces deux termes sont utilisés par les insiders eux-mêmes. Se positionner à l'encontre de la culture dominante semble être très important pour les membres d'une sous-culture. Mais trouver sa place au sein de sa propre sous-culture l'est aussi. Il faut alors prouver son authenticité et le degré de son investissement dans la sous-culture.

Chez les metalleux, la preuve de l'authenticité est très recherchée. Elle se vérifie par la connaissance des artistes, de leurs chansons et paroles, par la présence des symboles visuels comme un t-shirt avec le nom d'un groupe, ou encore par une bonne connaissance de l'histoire du heavy metal. Tous ces points permettent de déterminer le degré d'authenticité d'un membre.

« Il suffit qu'une fois je ne mette pas de T-shirt metal et je me sens vite étranger. Et même si je vais à un concert de Black metal et que dans la va-vite je mette un T-shirt de Death metal... Et tu vois les gens autour de toi et tu te sens vite un peu... et tu ne sais pas trop ce que tu fais là. » Max

Corentin Charbonnier souligne que le terme metalleux qualifie tous ceux qui écoutent du metal⁷, quelque soit le sous genre. Peu de styles musicaux accordent une dénomination pour leurs adeptes. Selon lui, que l'on écoute du Black metal, du Grundge, du Death metal, du Trash metal... on se reconnaît plutôt bien dans le terme metalleux. Le metal crée un sentiment d'appartenance à un groupe, à une communauté. L'étude menée par Robert Culat⁸, montre que la grande majorité des metalleux ont commencé à écouter du metal, grâce à leurs amis ou parents. La culture metal se transmet donc davantage par le biais

7. CHARBONNIER Corentin. Métal : histoire et controverse. Conférence donnée à Tours en 2013.

8. CULAT Robert. L'AGE DU METAL. Contrastes et paradoxes d'une culture musicale. Camion blanc. 2007

de relations humaines. Beaucoup parlent d' « initiation », comme si le goût pour cette musique n'était pas inné, comme si un guide expérimenté était nécessaire pour entrer dans ce monde particulier. Julien, un adepte du metal, décrit ses premiers contacts avec la musique metal en écoutant un CD prêté par un ami : *« J'ai commencé à apprécier dans la douleur. Au début tu as mal de tête au bout d'une minute, et puis après tu commences à avoir le mal de tête qu'à la fin du morceau. Et puis, au fur et à mesure tu aimes bien avoir le mal de tête. Et tu commences à dissocier des sonorités dans ce Brouhaha. »*

« Pour les gens qui écoutent du metal c'est toujours une passion. Pour écouter du metal il faut se faire mal. C'est quand tu as réussi à passer ce cap là que tu en profites et donc c'est forcément une passion. Par ce que tu y a mis du temps. » Julien

Alex Rebecq déploie le manque de reportage de qualité sur le metal. Il critique le fait que ce ne soit jamais, ou rarement, des adeptes de metal qui décrivent leur musique. Il s'agit souvent des gens extérieurs à cette

communauté, connaissant très peu le sujet, et par conséquent ne présentant pas le metal à sa juste valeur. Ce genre d'initiatives a davantage tendance à envenimer le rapport « indigène/exogène » existant entre metalleux et non metalleux, qu'à les rapprocher. Vue de l'extérieur la communauté metal a des allures mystérieuses. Ce regroupement « d'initiés » aux looks particuliers intrigue. Mais même avec toute la bonne volonté du monde, il semble impossible de décrire la culture metal à sa juste valeur lorsqu'on est extérieur à celle-ci.

« Et il y a souvent ce cliché où c'est : « Bonjour, je n'y connais rien mais je vais plonger dans le monde des metalleux », en les désignant comme des monstres, « Je vais aller à la rencontre de ces gens ». Ça nous saoule, ça a été fait mille fois, comme le petit journal, « On va aller voir les culs ! ». Mais c'est tout le temps comme ça ! ». Alex Rebecq, Hellfest Production

En effet, bien souvent l'image véhiculée par les médias est celle de buveurs de bières sataniques, aux cheveux longs, faisant des beuuuurrr et montrant leurs fesses. Si un vrai

passionné venait parler de la musique metal au grand public, cela ferait, selon Alex, un vrai plaisir à la communauté metal. « *Plutôt que ce soit un mec lambda qui va expliquer à des gens lambda comment sont les monstres. Plutôt un monstre qui va expliquer aux mecs lambda...* » Il y a cependant un paradoxe. A la fois les metalleux veulent se débarrasser des clichés qui les poursuivent, mais dans un même temps, ils continuent de jouer avec et de les pousser au bout. De plus, Alex Rebecq reconnaît le ridicule de certains metalleux de ne vouloir écouter que de la musique underground. Certains adeptes du metal, ne suivront plus un groupe s'il commence à tourner, et même s'ils l'apprécient ! Ils s'accaparent la musique de souche qu'ils ont découverte et dès lors que celle-ci devient connue du grand public, elle disparaît de leur liste d'écoute. Selon Alex Rebecq, ce sont davantage les jeunes qui agissent ainsi. S'il avait tendance à partager ce point de vue étant jeune, avec l'âge, son discours a changé. « *Tu vois moi, par exemple, qui a toujours craché sur Marilyn Manson, sur Slipknot, toujours... J'étais jeune, je disais : « c'est pas assez violent pour moi ». Et là j'ai découvert*

The Pale Emperor, l'album de Marilyn Manson, et je trouve ça hyper bien. Je me suis foutu de sa gueule depuis 20 ans, mais c'est hyper bien quoi ! » Les metalleux souhaitent-ils que leur musique soit connue du grand public ou veulent-ils qu'elle demeure underground ? Selon Alex Rebecq ceux qui pensent que le metal doit rester une musique de souche, sont des « faux culs ». Le problème n'est pas de faire connaître la musique metal, mais de bien la faire connaître.

Il y a donc de solides arguments pour définir le metal comme sous-culture...

EST-CE UNE CONTRE-CULTURE ?

Reprenons pour cela les points développés par le sociologue américain Keith A. Roberts⁹. Le premier point affirme que pour être considérée comme contre-culture, le mouvement doit s'opposer à la culture dominante. Cette opposition doit être partagée par les deux sexes et par tous les âges. La dénonciation doit être suivie d'une proposition de « changement sociaux viables pendant au moins une génération ». La culture metal ne remplit

⁹. ROBERTS Keith A. Toward a Generic Concept of Counter-Culture, Sociological Focus, Volume 11, Issue 2, 1978

déjà pas les critères de ce premier point. En effet, comme nous l'avons vu, si le metal est une sous-culture qui dénonce, elle ne propose jamais (ou très rarement) de solutions. De plus l'égalité entre homme et femme ne fait pas encore loi, puisqu'aujourd'hui les groupes de metal féminin, bien qu'en augmentation, demeurent minoritaires. Le deuxième point défini par K.A Roberts n'est pas non plus appliqué, le metal ne s'oppose pas de manière inflexible à des valeurs fondamentales de notre société. Le troisième point, concernant l'impact sur le futur de la société, n'est pas non plus vérifié la culture metal ayant plutôt tendance à vivre au jour le jour. Le metal ne propose aucune idéologie de vie et se contente de fermer les yeux face aux problèmes de notre société. Ne proposant pas de modèle de vie alternatif, le quatrième et dernier point n'est encore pas appliqué. Le metal ne peut donc être considéré comme une contre culture.

4. Le metal : une sous culture déviante, une transgression ?

Il semble difficile d'associer les notions de Heavy metal et de contre-culture. Celles-ci ne sont cependant pas opposées. Sur quelques points, le metal peut se rapprocher d'une contre-culture. Il dépend à sa manière de la culture dominante, car elle lui sert de modèle à transgresser. Le metal joue sur le choc et la transgression. Certains groupes sont plus que d'autres à la recherche de la provocation. Pour certains sous genres, choquer peut être un mot d'ordre. Leurs textes traitent alors de mutilation, de torture, de viol, de cannibalisme ou de nécrophilie. Ils cherchent à être toujours plus intenses que leurs prédécesseurs. Si certains groupes de Black metal ou de Death metal, sont de vrais satanistes convaincus, la plupart se sont servis de ces thématiques choquantes pour habiller leur musique. Ils jouent sur le second degré. Mais celui-ci n'est pas toujours compris.

Lemmy Kilmister, ancien chanteur du groupe Motorhead, décédé fin 2015, était une figure emblématique de ce que peut représenter le heavy metal. Ce dernier était aussi un adepte de la provocation. Il collectionnait, par exemple, les objets se rapportant au

nazisme. *«Je collectionne seulement les objets, je ne collectionne pas les idées»*, assurait-il, *«les méchants ont toujours eu les meilleurs trucs alors que les soldats britanniques ont des uniformes kakis qui les font ressembler à des «grenouilles de marécage»*. Son engagement social se résumait à la dénonciation des pédophiles, l'éloge de l'alcool et du sexe. Le magazine américain Maxim, l'avait d'ailleurs classé en 2006, parmi les dix « légendes vivantes du sexe ». Pas moins de 2000 conquêtes lui été attribuées. Lemmy Kilmister a joué sur tous les aspects pouvant choquer la « bonne société actuelle ». Il se baladait en tank dans sa propriété, se vantait de haïr les légumes et d'aimer la viande... Des groupes comme Pantera ou Sepultura sont également reconnus pour leurs provocations. Selon Alex Rebecq, ces provocations, sont à prendre avec de l'humour et du recul. Il compare ce genre d'humour avec des comiques actuels. *« C'est comme si je te dis « t'aimes l'humour de Dieudonné ou tu ne l'aimes pas, t'aimes l'humour de Coluche ou tu ne l'aimes pas ».* ça reste de l'humour, ça en fait rire certains, ça n'en fait pas rire d'autres ! Mais je pense qu'il n'y a vraiment



Lemmy Kilmister, ancien chanteur du groupe Motörhead



Ghost, groupe de doom metal dont le chanteur est déguisé en pape sataniste



Marilyn Manson, fervent utilisateur de la provocation et du blasphème

pas de propos haineux. » Alex Rebecq reconnaît que parfois, lorsqu'elle n'est pas prise avec humour, l'évocation du satanisme, peut être ridicule. Certains adeptes du metal prennent ce folklore au sérieux. Alex Rebecq raconte avoir été à un concert où il était entouré de « *mecs pas drôles, metal à fond, fils de Satan* ». Les spectateurs qui n'ont pas beaucoup le sens de l'ironie se retrouvent davantage dans les concerts de black metal et de death metal.

« Ils s'appellent tous par des prénoms. « Hé tu t'appelles comment ? », « Moi, c'est Kruzador », « Euh, t'as pas un vrai nom ? », « Ah oui, je m'appelle Jérém », « Ah ok, Salut Jérém ! ». » **Alex Rebecq, Hellfest production.**

En début d'année 2016, la région Pays de la Loire a posé un ultimatum à Hellfest production : s'ils n'annulaient pas le groupe Down de leur programmation, la région retirait ses subventions. La région fit cette demande car Phil Anselmo, chanteur du groupe Down, avait fait un salut nazi devant son public. Lorsque j'aborde ce sujet avec Alex Rebecq, il prend la défense du chanteur « *Phil Anselmo, déjà, c'est quelqu'un, c'est un précurseur du*

metal, il a joué dans Pantera, il a créé un festival, il a créé un magazine, il a créé un label... Tu vois c'est vraiment quelqu'un qui est très investi dans la musique. ». Phil Anselmo serait donc quelqu'un qui aime la musique qu'il produit. Selon Alex Rebecq, le geste imitant Hitler qu'il a effectué, deux doigts sous nez et le bras en l'air, est une blague. Ni plus, ni moins. Et selon lui, « *Tout le monde l'a faite cette blague pourrie, elle est nulle mais tout le monde l'a faite* ». Alex a une certaine pitié pour Phil Anselmo. Après cet incident, ce dernier s'est retrouvé seul, sans personne pour le soutenir. C'est pourtant quelqu'un « *qui est très près de ses fans* » et quelles que soient leurs origines ! Il s'est d'ailleurs excusé à plusieurs reprises. Un rebelle qui n'en est finalement pas un, qui reconnaît la bêtise qu'il a faite ! Il s'agit plutôt, selon Alex Rebecq d'un « *imbécile heureux* » que d'un sataniste convaincu. Bien souvent la provocation sataniste reste du folklore.

« *Je pense que dans les groupes tu as peut-être 10% des groupes, donc les plus grands sataniques, prôneur fils de Satan et tout ça, il y en a peut être moins de 10% qui sont vraiment des*

vrais amateurs du diable, qui croient en l'existence d'un être supérieur diabolique, une entité céleste... Et sur ces 10% tu en as moins de 3% qui vont te tuer une poule » **Alex Rebecq**.

Les metalleux ne seraient alors bien souvent que de doux agneaux...

« Pour avoir participé à plusieurs types de concerts, électro, rap, metal... le metal c'est là où je me sens le plus en sécurité. Parce que je sais comment les gens réagissent et il y a un respect, un très grand respect. Et une très grande attention de tout le monde envers tout le monde. C'est sain. » **Julien**

Le metal n'est pas une contre culture, mais une sous-culture jouant avec la transgression. Cette sous-culture est-elle compatible avec le global ? Pourrait-elle être acculturée, c'est à dire reprendre les codes dominants de l'économie mondialisée, et s'intégrer à la culture dominante ?

5. Le metal : une thérapie ?

Si le metal ne défend pas de valeurs politiques particulières, il peut cependant être la réponse au stress économique et social. Comme le dit Corentin Charbonnier, le metal est une « culture marginale », mais il n'est pas écouté par des marginaux. On peut aimer la violence du metal pour les mêmes raisons que l'on aime le cinéma d'horreur, pour se donner le frisson. Les concerts de metal sont des instants de violence maîtrisée. Suite aux nombreux témoignages qu'il a recueilli, Robert Culat affirme que l'expérience du metal dépasse le simple loisir. L'écoute de cette musique a un impact réel sur « les profondeurs de l'âme humaine ». Pour beaucoup d'adeptes la musique metal a un effet cathartique.

« Je pense qu'on a tous en nous quelque chose que l'on a envie de sortir. Je cherchais à l'époque, à mon avis un défouloir, et ça a du être le metal. Il m'a permis de rester calme.

» Max

Ces faits ont été vérifiés par une étude menée par l'université du Queensland en Australie¹⁰. L'écoute de musiques « extrêmes » aurait des vertus apaisantes. Cette étude a montré que

« la musique régulait la tristesse et engendrait des émotions positives ». « La musique extrême est caractérisée par des sons chaotiques, forts, lourds et puissants, avec des chants remplis d'émotion, et dont les thèmes des paroles touchent souvent à l'anxiété, la dépression, l'isolement social et la solitude », note l'étude. « Nous avons découvert que la musique régulait la tristesse et augmentait les émotions positives » explique Leah Sharman, l'une des auteures de l'étude. Beaucoup témoignent que le metal les a rendus plus forts, leur a donné confiance en eux. Cette musique permettrait alors de s'affirmer et de vaincre sa timidité. Elle plaît d'ailleurs beaucoup aux adolescents, un âge où les sentiments, les angoisses, les peurs sont les plus intenses. Le défoulement que propose le metal est alors un soulagement.

L'exutoire proposé par la musique metal est-il compatible avec les codes de la mondialisation ? Cette thérapie pourrait-elle se globaliser, ou restera-t-elle un anti-stress réservé à un nombre restreint d'initiés ?

10. LIBÉRATION, Ecouter du metal permet de se détendre, Une étude australienne vient casser l'image d'une musique d'énervés. 23 juin 2015,



Le Headbanging, une pratique qui permet de «lâcher prise»

II. LE HELLFEST, UN EXUTOIRE MAÎTRISÉ

Le Hellfest est LE rendez-vous français de la musique metal. Une musique de souche qui tend à se globaliser. Peut-on parler d'un événement de sous-culture alors qu'il rassemble 150 000 personnes ? Dans quelle mesure le festival essaie-t'il de respecter « l'âme » de la musique metal, tout en devant un événement global ?

Le Hellfest produisant quasiment tous les sous-genres de metal est l'occasion de rassembler les metalleux de tous les horizons. En effet, bien souvent les concerts de metal ne concernent qu'un seul sous-genre. Les metalleux aux goûts divers sont alors rarement mélangés. En effet, quelqu'un qui écoute du Black metal aura peu de chance de croiser un fan de Death metal. Seuls des festivals tels que le Hellfest permettent ce mélange.

Le Hellfest, c'est une communauté de gens partageant une même passion, qui se retrouvent.

« Juste de dire : « Ah ouais, vous aussi au lycée vous n'étiez que trois metalleux », et là tout d'un coup on se retrouve à 150 000, et le truc prend

de l'importance. Mais c'est que tu as passé 365 jours par an, à écouter dans un coin Slayer et Metallica. Et d'un coup, pendant trois jours, tu peux parler à n'importe qui, et il connaît les noms de groupes que tu cites. » Julien

1. Plongeon dans un univers

Pour les organisateurs du Hellfest, plonger le festivalier dans un autre monde est primordial. Le festival est célèbre pour sa scénographie exceptionnelle. Une « ville de l'enfer » pouvant accueillir 50 000 habitants est conçue pour seulement quatre jours. Hellfest production consacre une part très importante de son budget dans la réalisation des décors et aménagements. Selon Alex Rebecq « Les budgets sont colossaux », « [Benjamin] a quand même pris beaucoup de risques dans les investissements ». Pour l'édition de 2014 par exemple, le collectif Madneom a réalisé un skate Park, des hamacs, et des papillons géants qui protègent du soleil. Le collectif « Monic La Mouche » a mis en place des constructions métalliques illuminées, constituées intégralement d'éléments recyclés. Le décorateur Yvan Hart, a conçu le « Hell



Skatepark par le collectif Madneom



Constructions métalliques illuminées, par Monic la Mouche



Hell City Square, par Yvan Hart

City Square », un village évoquant les décors de cinéma. Le Hellfest est une expérience. Cela dépasse le simple festival de musique. Ici le Hellfest « fait métropole » dans le sens où il reprend la définition de Saskia Sassen de la ville globale. Il engendre des flux importants de capitaux, de personnes, de données numériques... Rien qu'avec les décors une organisation complexe est mise en place.

« Outre l'affiche, on essaie vraiment de proposer une expérience, de pousser un peu plus loin. Si tu vas aux Vieilles charrues t'as moins de groupes. Si les groupes ne t'intéressent pas, il n'y a rien à faire. Nous on essaie de proposer une immersion, de faire une ambiance de jour, une ambiance de nuit, de faire des animations, de la décoration » **Alex Rebecq, Hellfest Production**

Lorsqu'Alex Rebecq parle de la scénographie et de l'aménagement du festival, il s'exprime tel un créateur, un aménageur. « Nous, si on a mis une grande roue, c'est pour donner du volume. » Ses propos font échos à la théorie de « la bigness » développée par Rem Koolhaas. Le concept de l'architecte néerlandais est d'utiliser

la grande dimension pour gérer les ajustements entre différentes échelles urbaines. Il y a donc là un mimétisme avec la ville globale, l'aménagement du site du Hellfest se fait comme celui d'une ville. Hellfest production donne une grande importance à la recherche esthétique et la création d'un ensemble cohérent. Les décors doivent être réalisés avec finesse et plonger le spectateur dans une ambiance particulière et morbide.

Afin que le festivalier croie au maximum au monde dans lequel il évolue, aucun élément ne doit lui perturber la vision. Alex Rebecq affirme : « Tu ne verras jamais de posters, d'affiches, de ballons, de kakemonos dégueulasses... On enlève tout ! Interdit ! Et c'est des conditions sine qua non, avec tous nos partenaires. » Kronenbourg, premier sponsor du festival a ses lettres forgées dans l'acier. Il est amusant de souligner que même une marque de bière bas de gamme a droit à une publicité de haut standing. Le Hellfest se détache des autres festivals étrangers qui n'ont pas cette recherche absolue d'unité esthétique. Selon Alex Rebecq l'ambiance du festival clissonnais, n'a rien à voir avec

celle des fêtes foraines. « Si tu vas sur d'autres festivals à l'étranger, tu as la grande roue, les auto-tamponneuses, les ballons Dora l'exploratrice... ça va encore plus loin ! ». Le Hellfest développe son propre univers et le fait vivre de façon globale. Le festivalier est plongé dans une ambiance particulière, et de nombreuses animations s'offrent à lui.

« Il n'y a pas que la musique à écouter. Il y a tout le site à découvrir, l'ambiance. [...] Il y a plus de spectacles sur le site que sur les scènes, enfin moi je trouve... » Christophe P.

Alex Rebecq reconnaît l'attraction touristique qu'est devenue le festival : « Je pense qu'il y a quand même beaucoup de curieux qui viennent, qui s'en foutent de la musique, ils veulent juste toucher un peu du doigt cette expérience. On a beaucoup de gens qui disent : « je veux rentrer gratuitement, parce que je m'en fous de la musique, je veux juste regarder ! ». Ouais, il y a beaucoup de gens qui ne viennent que pour ça et finalement la musique n'arrive qu'en deuxième point.

« Maintenant on a un tout nouveau public qui arrive et ils viennent sans forcément voir la musique quoi. Ils viennent pour l'expérience comme tu irais au Futuroscope, ou au Puy du fou. Tu vois moi, la dernière fois que je suis allé au Puy du Fou, je n'ai rien appris de l'histoire... Je m'en foutais quoi. Je regardais comme ça avec ma gonze. Mais il y a des gens qui viennent au Hellfest juste pour son univers, pour l'exutoire. » Alex Rebecq, Hellfest Production

2. Le Hellfest, un carnaval ?

Le Hellfest, lieu de transgression et de mise en spectacle, peut s'apparenter au carnaval, manifestation où les identités sont renversées, l'ordre social inversé.

Le terme « Carnaval » vient de l'italien carnevale ou carnevalo. Il a pour origine carnelevare, un mot latin formé de carne « viande » et levare « enlever ». Il signifie donc littéralement « entrée en carême ». L'origine du Carnaval est donc religieuse. Il débute normalement à l'Épiphanie (le 6 janvier) et s'arrête le mardi gras, veille du début de la période de carême. Dès l'Antiquité, avait lieu des pratiques carnavalesques. Sur une durée de cinq jours, les rangs sociaux étaient inversés : les maîtres devenaient esclaves et les esclaves devenaient maîtres. Au Moyen-Âge l'idée de retournement de la société était encore de mise, la messe était chantée à l'envers, les riches se déguisaient en pauvres et les pauvres en riches, les adultes se déguisaient en enfants et les enfants en adultes. Le terme carnaval englobe aujourd'hui sous un même nom un ensemble de pratiques à travers le monde, mais tous les carnivals ont des caractéristiques communes. Qu'il

s'agisse du carnaval de Venise, de Dunkerque ou de Rio tous remettent en cause pour quelques jours, l'ordre établi par la société. Les rôles sont renversés, le riche devient le pauvre, et inversement. Chacun, caché derrière son masque peut faire ce qui lui est interdit en temps normal.

L'anthropologue français, Michel Agier s'intéresse aux pratiques du carnaval¹¹. Il décrit le carnaval comme « une fête récurrente autorisant la transformation des individus ». Selon lui, la théorie du carnaval comme moment d'inversion des rôles sociaux est trop simpliste. Les significations originelles ont été oubliées. Le carnaval permet désormais de se mettre à distance de la société plutôt que de l'inverser. Il propose une organisation différente du monde que celle qui prévaut habituellement. Lors d'un carnaval, chacun met en scène son choix d'appartenir à un groupe éphémère. Chacun peut proclamer l'identité qu'il désire pour un temps restreint. Les rapports entre individus, les rapports avec la société englobante peuvent

11. AGIER Michel. Anthropologie du carnaval. La ville, la fête et l'Afrique à Bahia. Marseille. Éditions Parenthèses, 2000, 256 P.



être totalement recomposés. Le carnaval fait appel à différents registres d'invention, il suscite l'imagination et la création. Le carnaval est aussi décrit par Michel Agier comme un « *rite du renouveau* ». Le carnaval est l'occasion de prendre du recul sur le drame essentiel de l'humanité : le rapport à la mort. Explosion de joie, le carnaval représente le triomphe de la vie sur la mort.

Le Hellfest peut donc être qualifié de carnaval selon la définition de Michel Agier. Il s'agit bien d'une « *une fête récurrente autorisant la transformation des individus* ». Le Hellfest est en effet l'occasion de lâcher prise. Yannick Chanson raconte avoir vu des gens dans des tenues invraisemblables. Par exemple, une femme était venue seulement vêtue d'un soutien gorge, d'un string et porte-jarretelles. Cette tenue ne doit sûrement pas être celle qu'elle porte toute l'année. Lors du festival, elle s'est autorisée cette transformation. Le Hellfest, c'est la liberté de chacun de venir comme il le souhaite, et sans être jugé. Il n'y a pas de discours moralisateur, on y vient seulement pour « *déconner* », loin des idées misogynes ou racistes. Les gens

viennent pour se faire du bien. Yannick Chanson raconte également avoir revu un homme après le festival, habillé en costar. Et dans ce tout autre contexte, il ne l'a pas reconnu. Le Hellfest fait, comme le carnaval, appel à la création et à l'imagination. Les décors réalisés par de nombreux artistes différents en sont la preuve.

« *Dans les débuts, j'ai vu un chercheur de Lyon qui avait une espèce de mitraillette à eau, et puis même les gendarmes qui venaient sur le site, il les arrosait ! Et quand on parlait avec lui, il nous disait, « je pars trois jours parce que le Hellfest c'est un défouloir ! Je travaille toute l'année et il faut que je me défoule ! ». Il y a plein de gens, vous savez, des médecins, des dentistes ... il y a tout ! Mais c'est tellement familial, il y a une super ambiance dans ce truc là. » Jean Marie B.*

La mort thématique centrale du Hellfest, y est sans cesse tournée en dérision. Le festival est peut être l'un des meilleurs lieux de prise de recul sur ce sujet. Un lieu de joie où l'on ironise sur la mort. Là encore le festival entre dans la définition du carnaval de Michel Agier.

3. Le Hellfest, une industrie culturelle ?

« Cette histoire de « on fait la route du rock », je suis sûr qu'un jour on aura droit à un boulevard à la Hollywood boulevard ! Avec des étoiles, et ce ne sera même pas des stars de metal, mais des stars de rock. J'ai l'impression qu'on va de plus en plus dans le cliché. Il a vécu, quatre, cinq ans sans ça. Et c'est quand il commence à faire le plein qu'il a besoin de ça. Je ne comprends pas. » Julien

Si les décors et l'ambiance sont appréciés par certains, ils sont décriés des « métalleux purs et durs ». Selon ces derniers, l'univers du Hellfest s'apparente à celui de Disney. Cependant, le spectacle a toujours fait partie de la culture metal. Mais l'atmosphère du Hellfest est-elle en adéquation avec les valeurs de cette sous-culture ? Celle-ci n'est-elle pas sur-représentée ? Par exemple cette année en hommage à Lemmy Kilmister, ancien chanteur de Motörhead, décédé en décembre 2015, Hellfest production a prévu la réalisation d'un monument. Celui-ci aura une hauteur de 15m et permettra aux festivaliers de « se recueillir ». Mais cet hommage est sans doute en décalage avec la façon de penser qu'avait Lemmy.

Le festival a pris une ampleur considérable, il est devenu une « Grosse machine », où tout est réalisé à des échelles colossales. Le Hellfest compte parmi les trois plus gros festivals de musique extrême d'Europe. Hellfest production est aujourd'hui une grosse entreprise. Les codes se sont globalisés. Au fil des entretiens j'ai pu relever des termes caractéristiques des grosses entreprises : merchandising, marketing, Entertainment... Hellfest production a développé une antenne de produits dérivés. Un jeu de société Hellfest va même être créé. C'est Hachette, ayant déjà développé un jeu pour les inRockuptibles, qui a proposé un partenariat avec le festival. Alex Rebecq raconte qu'au départ, les questions du jeu étaient très pointues, que même les équipes d'Hellfest production ne savaient y répondre. Ils ont ensuite décidé d'abaisser la difficulté des questions, afin que le grand public puisse y répondre. Le but étant d'attirer un maximum d'acheteurs. Et comme le fait remarquer Alex, ce ne sont pas les premiers adeptes du metal qui vont acheter le jeu. Alex défend ce marketing intensif en disant « qu'ils ne veulent pas garder cela [la culture metal] jalousement ». Ils ne

veulent pas se fermer au grand public. Mais au contraire prendre le temps de communiquer, d'expliquer leur musique. Après « *il faut que les gens soient motivés pour écouter ce que tu as à leur dire* ».

Le Hellfest semble se servir de sa notoriété à la fois pour faire la promotion de l'univers metal au grand public, et pour faire découvrir de nouveaux artistes. La taille conséquente du festival permet déjà d'accueillir un nombre d'artistes très important, ce qui induit donc une diversité dans la programmation. « *Avec 170 artistes, tu peux voir un gros panel quoi. On a six scènes thématiques. Soit tu es un fêru de black metal et tu vas passer toute ta journée sous la Temple. Ou alors tu es plutôt en « festival marathon » et tu vas te balader sur toutes les scènes et découvrir plein de styles de metal différents.* » L'idée est de faire une programmation mêlant des groupes du grands public et des artistes de souche.

Selon Alex Rebecq, certes le festival est devenu «*une grosse machine*», mais l'âme première est toujours là. Si le festival accueille des groupes

plus mainstream « *il y a toujours des bons trucs trains fantômes obscurs* ». L'équipe d'Hellfest production n'a pas changé depuis le début, elle s'est juste agrandie. L'image du festival a cependant indéniablement évoluée. Alex explique que si beaucoup ne se reconnaissent plus dans cette image, ils continuent à écouter la musique que produit le festival. Et ceux qui tiennent absolument à se détacher de la masse, ne viennent plus au Hellfest, le festival ne correspondant plus à leur manière de vivre leur musique.

« *Il y en a certains qui partent ailleurs, sur des choses où il y aura moins de décors, où ça fait moins clean, il y a moins des allées tracées. Il y a un peu moins ce côté folklorique, il y a ce côté plus... où tu ne verras pas Kiss, ou tu ne verras pas Statu Quo. Notamment le Motocultor. Où là, disons que tu as moins de chance de trouver, un couple de nantais bobo débarquer. Il y a peu de probabilité. Tu vois, tu n'auras pas le moment où tu te rattaches à du mainstream. C'est ça qui fonctionne.* »

Yannick Chanson, Animaje

Alex Rebecq assume totalement l'ampleur qu'a pris le festival. « *Nous,*

on s'en fout, on affiche complet rapidement ». Il est confiant quant au succès du festival, celui-ci étant de plus en plus important. Quant à ceux qui ne veulent plus venir, ne se reconnaissant plus dans le Hellfest, il répondrait volontiers : « T'inquiète pas, il y en a d'autres qui viendront à ta place ». Alex Rebecq sait bien que pour avoir du succès, un festival ne peut se limiter à diffuser une musique de souche dans de mauvaises conditions d'accueil. Si le Hellfest s'est ouvert au grand public, c'est en partie grâce à l'attention particulière donnée à la qualité de l'accueil et à une affiche plus accessible au grand public. L'événement de masse qu'est devenu le Hellfest, implique une organisation adaptée. Comparé aux premières éditions, tout est désormais carré, organisé et propre. Alex Rebecq affirme qu'« un public qui va au festival du Fall of Summer à Paris [un festival de musique metal], qui est vraiment très obscur, aura tendance à moins venir au Hellfest. Mais bon, Fall of Summer, ils se cassent les dents quoi. Ça ne marche pas énormément ». Rester dans l'underground et le metal obscur, (et dans la boue !) n'est alors pas la recette du succès ! Pour

Hellfest Production c'est la logique économique qui prime, c'est elle qui fait gage du succès.

« Avant ça puait la pisse. Maintenant c'est propre, il y a plus de toilettes, plus de douches, plus de déco... » « C'est tellement gigantesque que tu es obligé de le rationaliser. Il arrive un moment où tu es sur des échelles où tu fonctionnes... c'est con mais c'est militaire ! C'est moins rock'n'roll. C'est ça qui est compliqué, c'est d'arriver à garder l'âme. » Yannick Chanson, Animaje

4 • Un festival politiquement correcte

Le festival bien que portant le nom de « Fête de l'enfer », est finalement bien loin de semer le chaos dans la ville. Et même par comparaison avec d'autres festivals, le Hellfest est reconnu pour l'inexistence de débordement.

« Je n'ai jamais vu de problème dans Clisson, ou même sur le site. Sur le site, tous les jours c'est 50 000 personnes, alors bien sûr, il y a la bière. Mais même dans l'alcool, parce qu'il y a des gens qui titubent, ils restent toujours dignes. Il n'y a pas d'agressivité, s'il y en a un qui tombe, il y en a cinq qui sont là pour le relever. J'ai jamais vu une bagarre...»

Christophe P.

Comme nous l'avons vu et contrairement aux idées reçues, le public metaloux est calme et non violent. Christophe P., adjoint au maire raconte : « Il y a un groupe électrogène qui a brûlé avant de commencer le spectacle. C'était à l'entrée, impossible de rentrer. Et ils ont attendu, je ne sais pas combien de temps dehors. Et il n'y en a pas un qui a moufeté. » Les festivaliers du Hellfest sont donc sages comme des images. Ils savent bien se tenir, là où dans d'autres événements,

avec les mêmes conditions le public aurait pu se rebeller.

« Comme on est face à un public qui est généreux, poli, respectueux, qu'il n'y a jamais eu aucun problème. Alors évidemment les mecs se foutent des baignes dans le pit, mais ça fait partie du folklore. Donc si tu prends un coup mal placé, celui qui t'a frappé s'excuse, t'aide à te relever. Nous, les forces de l'ordre elles se tournent les pouces. »

Alex Rebecq, Hellfest Production

Du côté d'Hellfest production, malgré la taille actuelle du festival, l'association tient à rester une « bande de copains », et qui ne s'entoure que de copains. Ils font par exemple tous les ans, des rencontres avec les responsables de leurs entreprises mécènes, avec lesquels ils s'entendent très bien. Ces derniers les mettent en contact avec d'autres entrepreneurs qui deviennent alors eux aussi leurs « copains ». La politique du festival est donc la suivante : ne s'entourer de gens que l'on apprécie ! Toute l'organisation du Hellfest est donc régie par un réseau de gens qui s'apprécient. Hellfest production fait également tout pour que les relations avec les élus et les

habitants soient les meilleurs possibles. Chaque année, par exemple, ils offrent l'entrée au festival pour les riverains qui sont directement touchés par les nuisances sonores. Ils donnent deux invitations à 200 foyers, soit 400 places offertes.

« On est à l'écoute, quand il faut parler on est toujours là, s'il faut faire des réunions, pour la communauté de commune... on est toujours là. Ça fait partie du truc, tu ne peux pas y couper. » Alex Rebecq, Hellfest Production

Une grande partie des attaques faites au festival, a lieu via les réseaux sociaux. Sur les forums et blogs, la critique est facile. Hellfest Production essaie de prendre du recul. Ils évitent d'aller au clash. Plutôt que d'attiser ces remarques souvent haineuses, ils vont avoir plutôt tendance à s'excuser : « Bon, vous comprenez, on fait de notre mieux ». Alex Rebecq est bien conscient qu'il est impossible de satisfaire tout le monde. Hellfest production préfère aller au consensus plutôt qu'au scandale, étonnant pour les organisateurs d'une « fête de l'enfer » de préférer faire l'autruche.



HELLFEST

ECOLENTHIQUE
UNIVERSITE DE NANTES

Une indépendance qui crée la dépendance

>> une situation économique singulière

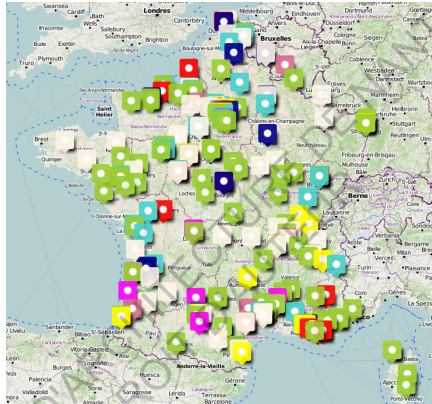
ECOLE NATIONALE SUPERIEURE DE L'ARCHITECTURE DE NANTES
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

I. UN FESTIVAL INDÉPENDANT QUI A CRÉÉ SA MARQUE...

1. Une «festivalisation» de la culture

Au cours des années 1980 et 1990, le nombre de festivals français a considérablement augmenté. Ce phénomène était dû à la démocratisation des loisirs, au développement du tourisme culturel et à l'accroissement des mobilités. On compte aujourd'hui 1 615 festivals de musiques actuelles.

Mais les festivals connaissent actuellement une crise, ils sont de moins en moins subventionnés. D'une part, les collectivités locales ont radicalement revu à la baisse leur budget. Et d'autre part, l'état, tout en conservant la même somme totale d'aides, subventionne un plus petit nombre de festivals. Les plus gros événements sont alors privilégiés, et les plus petits peinent à émerger. Il semble donc difficile de lancer un festival aujourd'hui. En 2015, une médiatrice culturelle du Nord, a réalisé une « *cartocrise - Culture Française tu te meurs* », recensant les événements culturels supprimés cette année là. Le bilan fut sévère, une centaine de festivals furent annulés.



Cartocrise - Culture française tu te meurs.

Recensement des festivals, structures et associations supprimés ou annulés entre mars 2014 et juillet 2015.

Du 19 au 21 novembre 2013, un colloque a été organisé dans l'Eurométropole de Lille afin d'étudier l'impact des festivals, sous le nom de FeStudy Festival de musiqueS, un monde en mutation. Ce colloque étant l'aboutissement d'un travail de recherche de trois ans, a permis de comprendre « *la réalité et les enjeux de ces manifestations artistiques et culturelles qui connaissent un succès sans cesse renouvelé* » 1. Les festivals ne sont plus

1. « Festivals de musiques en Europe, un monde en mutation. Permanentisation des festivals ou festivalisation de la culture ? », Irma : centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles, 2013

seulement des rendez-vous culturels. Des enjeux économiques puissants se cachent derrière leur organisation, et ils s'apparentent aujourd'hui de plus en plus à du loisir.

« *Les festivals ont peut-être remplacé les grands rituels, les grandes cérémonies religieuses. Cela dépasse le simple cadre de la musique, ce sont des moments collectifs forts. Au delà de l'impact économique, culturel, artistique, il y a un impact humain indéniable.* » Marie-José Justamond, directrice du festival SUDS à Arles.

Le festival moyen se déroule en été et attire une moyenne de près de 30 000 personnes avec un budget de 860 000 euros. Mais attention, ces chiffres ne sont que des moyennes, ils n'illustrent pas les disparités. Le budget d'un festival repose sur trois composantes : les recettes propres (essentiellement issues de la billetterie), les subventions des collectivités publiques et le mécénat d'entreprises partenaires. Les festivals engendrent des retombées économiques importantes pour les villes où ils s'implantent, dans des secteurs variés tels que l'hôtellerie, la restauration, les transports, la sécurité,

le commerce en général... Mais ce n'est pas tout, ils peuvent aussi avoir un impact sur la communication d'un territoire. Si le festival est connu et reconnu, il peut en effet contribuer à la valorisation de l'image de la ville, et donc au développement de l'attractivité touristique.

Chaque ville a un « capital patrimonial », correspondant à l'ensemble de ses éléments remarquables, présents en permanence. La valeur de ce capital peut être plus ou moins importante. On peut le distinguer du « capital événementiel », correspondant à ce qui apparaît temporairement dans la ville. Ce « capital événementiel » peut parfois permettre de révéler le « capital patrimonial » délaissé, ou bien donner de la valeur à une ville ayant un faible « capital patrimonial ».

Réussir un festival est une préoccupation de toute une année. Et ce pour seulement quelques jours. Comment expliquer la motivation des organisateurs et élus locaux, de donner tant d'énergie, de temps, et d'argent à ces manifestations temporaires ? La forme festivalière peut-elle devenir un modèle des politiques culturelles ?

2. Le Hellfest : une indépendance économique quasi totale

Comparons le Hellfest avec les chiffres moyens des festivals français. Le budget de celui-ci est bien plus important (16 millions d'euros) que la moyenne (860 000 euros), tandis que le nombre de festivaliers n'est pas excessivement plus important.

L'état n'a jamais rien donné pour le Hellfest. Yoan le Nevé, bras droit de Benjamin Barbaud, déclarait en 2013 au journal Ouest France : « Les musiques extrêmes, reconnues dans de nombreux pays européens, ne sont pas en France. »² Depuis le 7 février 2016, le Hellfest ne reçoit plus non plus, de subventions des Pays de la Loire. Cette aide financière était dérisoire (20 000€) comparée au budget du festival. Selon Alex Rebecq, la Région n'a jamais estimé le festival. Les subventions ne représentaient qu'un « semblant de soutien », une aide hypocrite. La polémique créée autour du groupe Down ne serait alors qu'un prétexte pour arrêter le partenariat. «Après il y a eu quand même une petite magouille, c'est qu'ils ne soutenaient pas le festival, et ils ont profité de cet aspect financier

.....
2. SAYAGH Jacques, « Le Hellfest électrise l'économie régionale », Ouest-France, juin 2013

pour faire sauter tout ça » déclare-t-il. « Tout ça » étant la fausse bonne relation établie entre la région et le festival.

«On comptait de toute façon refuser la subvention. Qu'ils gardent leurs sous, qu'ils les donnent au Puy du Fou! » Ben Barbaud ³

Alex Rebecq affirme : « C'est quand même un luxe de ne pas être tributaire de n'importe quelle subvention. On est les seuls en France ». Les seuls ? Après vérification, les propos du chargé de communication ne s'avèrent pas tout à fait véridique. Prenons le festival des Vieilles Charrues par exemple, de taille quasiment similaire au Hellfest. Celui-ci est également indépendant, et ce, depuis ses débuts. A sa création, aucun partenaire institutionnel n'a voulu accompagner financièrement le festival. Et celui-ci a alors appris à faire sans. Alors, lorsqu'Alex Rebecq affirme qu'ils sont les seuls à être indépendants, est-ce une stratégie marketing ou un oubli ? De plus, le Hellfest ne reçoit pas « aucune subvention », puisque la Loire Atlantique lui donne

.....
3. RODINEAU Claire, « Loire: le Hellfest privé de subventions répond à ses élus », Le Figaro, Février 2016

15 000€. Contrairement à la Région, le département n'a pas fait cas de la polémique à propos de Phil Anselmo et fait confiance aux organisateurs du festival. Bien que cette somme d'argent soit minime comparée au budget du festival, symboliquement elle ne représente pas rien. Quant aux rentrées d'argent du mécénat, celles-ci sont de plus en plus importantes, et ont aujourd'hui dépassé celles des sponsors. Le mécénat représente une centaine d'entreprises partenaires, dont 90% sont de Clisson ou de la Région. Sponsoring et mécénat financent 15% environ du budget total.

« La plupart des festivals sont très subventionnés. Nous pourrions peut-être avoir plus de subventions, mais avec le risque qu'on nous demande de changer de direction artistique. Nous sommes toujours restés indépendants vis-à-vis de ça. Après, les subventions c'est aléatoire et les démarches administratives sont très lourdes. Notre fan base, c'est notre première retombée financière, par la vente de billets. C'est elle qui nous fait vivre. C'est aussi ce qui explique le prix du billet. On en tire une certaine fierté »

Alex Rebecq

Le Hellfest ne reçoit pas et n'a jamais reçu d'aide financière de la part de la ville. L'association est donc complètement indépendante vis à vis de Clisson. Cette indépendance est-elle une condition sine qua non pour qu'une culture d'importance métropolitaine puisse émerger hors de la métropole ? L'économie d'un tel événement doit-elle alors être hors sol afin qu'aucune influence locale ne porte préjudice à son évolution ? Les deux économies, celle de la petite ville et celle de l'événement de masse, aux échelles diamétralement opposées, ne doivent alors pas se confondre ? Aux débuts du Hellfest, la mairie aidait le festival de façon détournée. Elle ne lui faisait par exemple, pas payer les terrains, donnait une aide logistique et un soutien moral. Rappelons que Benjamin Barbaud a eu le soutien de son entraîneur de football, Jean-Marie B. Ce dernier a fait beaucoup pour défendre le festival auprès des autres élus. Maintenant que le festival est connu et reconnu, il semble important de préciser que la petite ville a tout fait pour que puisse avoir lieu l'événement. Ce besoin de raconter, voire de romancer, les débuts du festival, est-ce une autre condition de fabrication

de la culture métropolitaine hors de la métropole ?

Aujourd'hui, la mairie n'a plus besoin d'aider Hellfest Production, l'association a largement pris son envol ! Si jamais elle a besoin de personnels de la mairie, ou d'engins de montage, tout lui est facturé. « *Tout ce que la ville peut faire, c'est facturer* », affirme Jean-Marie B., et ce dernier semble insister là dessus ! Et comme le souligne Christophe P. : « *Ils peuvent se subventionner tout seul ! ça tourne maintenant ! Et puis c'est pas une obligation les subventions !* » Nous verrons que c'est en fait plutôt le Hellfest qui aujourd'hui va subventionner la ville...

« *Il n'y a pas de subvention de la commune au festival. C'est même presque l'inverse. Cette année, l'organisation du Hellfest a pris en charge la facture de 100 000 euros pour l'enfouissement d'une ligne à haute tension qui passait sur le site du festival.* » Xavier Bonnet, maire de Clisson, pour Sud Ouest, 2015

3. Le Hellfest : Un festival apolitique

Mais être indépendant c'est aussi se détacher de toute influence politique, qui pourrait venir de ses soutiens financiers. Demeurer libre et neutre, ne pas être obligé de promouvoir tels ou tels idéaux. «*Nous, on a toujours vocation à rester indépendants, parce qu'on ne fait pas de politique* » précise Alex Rebecq. Lorsque j'essaie d'aborder le sujet de la politique avec ce dernier, il semble ne pas vouloir épiloguer à ce propos. La politique ne les intéresse simplement pas. L'engagement politique semble être très loin de leurs préoccupations. Si quelques groupes de métal sont engagés, à gauche comme à droite, Hellfest production tient à rester neutre. Alex Rebecq ne peut être plus clair sur le sujet...

«*Nous, on s'en fout, on ne fait pas de politique !* ». Alex Rebecq

Cette posture apolitique adoptée par le Hellfest est elle encore, une condition de la fabrique de la culture métropolitaine hors de la métropole ? En n'adhérant à aucun parti, le festival ne contrarie personne. Ce désengagement permet donc de rassembler un maximum de personnes aux idées pouvant être

opposées. Si au contraire, le Hellfest revendiquait des valeurs politiques, il perdrait alors une partie de son public ne se retrouvant pas dans ces idées. Le Hellfest n'est donc pas le lieu de débats politiques. S'agit il alors d'un pur consumérisme culturel, puisqu'aucune valeur politique n'est défendue, qu'aucune idée n'est débattue ?

4 • Le Hellfest : Création d'une marque

« Si tu ouvres un magazine et que tu vois une photo, tu fais « ça c'est Hellfest », c'est pas autre chose. Créer une entité propre, ça c'était le but de Benjamin, créer son univers, sa marque. » Alex Rebecq, Hellfest Production

La création d'une «marque», d'une identité visuelle propre à l'univers du Hellfest est au cœur des préoccupations de Benjamin Barbaud. Cette importance donnée aux accroches visuelles ne date pourtant pas d'hier. Depuis les années 1950, les marques ont peu à peu envahi notre quotidien. Si autrefois elles ne faisaient que la promotion de produits commerciaux, le phénomène s'est largement diffusé. Désormais tout le monde a son logo : associations, partis politiques, groupes de musique et même aujourd'hui les villes. En 1977, New York mène une campagne de communication « I ♥ NY », afin de redorer son image.⁴ C'est la première expérience de promotion d'une ville. On appelle ce phénomène : « city branding » ou « marketing urbain ». Il reprend les techniques du marketing pour faire la promotion des villes.

4. Street Press, KIBLIND, « CITY BRANDING » : quand les villes vendent leur image, 2014

Aujourd'hui, toutes les métropoles ont leur slogan : I am Amsterdam, Be Berlin, Lond-ON, cOPENhagen... En France, le city branding s'est développé suite à la décentralisation. Chaque ville devait alors parier sur tel ou tel domaine, comme le tourisme, le design ou la technologie, pour ensuite le mettre en lumière. Les jeux de mots ont alors été de mise : So Toulouse, Nice & Smart, Marseille on the move, Lille's... C'est à qui aura la meilleure phrase d'accroche ! Pour une ville aujourd'hui, ne pas avoir d'identité visuelle, c'est être détachée de la compétition entre métropoles. Les résultats du « city branding » sont difficiles à mesurer, leurs effets étant indirects. Il semble en tout cas évident que cette focalisation sur un logo n'est pas la clé du développement.

C'est donc un peu à la manière du « city branding », qu'Hellfest Production essaya de développer sa marque, son identité visuelle. Le festival tient à créer un univers cohérent qui se retrouve à la fois dans la scénographie et dans la communication. Un journaliste d'Arte parle « d'aura horrible dégagée par les visuels du Hellfest »⁵.

5. HERVAUD Alexandre, « Hellfest : dessine-moi un zombie », ARTE, juin 2012



Sculpture Only Lyon, photo prise en mai 2013



Sculpture I amsterdam, photo prise en mai 2013

Comme nous l'avons déjà vu, le travail conséquent des artistes sur la scénographie participe à donner une identité visuelle forte au festival. Quant à la communication visuelle, celle-ci est sous la responsabilité d'un seul homme : Mush, de son vrai nom Thomas Boutet, et ce depuis le début. Ce dernier gère tout le graphisme pour le festival : les affiches, plaquettes, cartes de visites, produits dérivés... Le Hellfest est l'un des rares festivals à employer quelqu'un à l'année pour sa communication visuelle. Mush consacre alors la totalité de son temps de travail pour le festival. Pour la réalisation des affiches, il dispose de moyens très importants. Par exemple, depuis 2009, la communication visuelle du Hellfest change au cours de l'année. Il n'y a donc pas une, mais plusieurs affiches réalisées pour chaque édition. Selon Mush6, la recette d'une bonne affiche c'est « *une bonne photo et une idée sympa derrière* ». En général, les festivals ont rarement les moyens de se payer un shooting photo, leur communication se fait alors davantage par des illustrations. Ce n'est pas le cas du Hellfest. Chaque

6. « L'affiche du Hellfest mérite-t-elle débat ? »
RADIO METAL, décembre 2010



Installation réalisée par le collectif Madneom en 2015, reprenant le logo du Hellfest



Affiche regroupant les trois visuels de l'édition de 2011.

année l'affiche est réalisée à partir de photos prises en studio. Hellfest production ne lésine pas quand il s'agit de la communication ! Mush dit avoir « *carte blanche* », il a la totale confiance

du reste de l'équipe. Pourtant, il en est physiquement détaché, puisqu'il travaille « *seul dans sa bulle* » à Paris. Le service de communication visuelle d'Hellfest Production, que Mush représente, est donc décentralisé. Cet aspect est alors un aspect supplémentaire qui apparente Hellfest Production à une entreprise globale.

Mais revenons à l'image même que Mush souhaite développer. Il recherche avant tout l'esthétique, et affirme ne pas être intéressé par la provocation. Ses inspirations sont larges : campagnes de communication, séries, cinéma, expositions d'artistes... L'essor du heavy metal s'est fait en parallèle du cinéma d'horreur, ils ont alors en commun des codes visuels. Mush dit s'inspirer des affiches de films tels que *les dents de la mer*, *Sueurs Froides*, *Rosemary's baby* ou *la Malédiction*. Le studio de graphisme anglais Hipgosis est aussi pour lui une grande source d'inspiration. Ce sont eux qui ont réalisé les pochettes d'albums de Pink Floyd, AC/DC, Anthrax... Mais le graphiste préfère s'éloigner de l'univers musical. Il a tout de même l'œil sur ce qui se passe à côté afin de se démarquer au maximum des autres festivals. Il

a également travaillé sur des slogans pour le Hellfest. En 2011 on pouvait lire sur les affiches « *Our music, our religion* » puis « *Our music, our battle* ». Ainsi le festival s'accapare les codes du « *city branding* ». Le Hellfest s'est créé une identité visuelle, qu'elle diffuse au travers des décors, affiches, logos et slogans.

ii. ... DONT AUJOURD'HUI CLISSON DÉPEND

1. Retombées économiques importantes dues au festival

Rappelons que lorsque Benjamin Barbaud décida de mettre en place son festival, en 2006, Clisson était loin d'être dynamique culturellement. L'arrivée du Hellfest a donc donné une réelle impulsion à la ville. De plus, l'arrivée de plus de sept fois la population clissonnaise dans la petite ville de Loire Atlantique, cela engendre nécessairement un pic économique. Benjamin Barbaud évalue les retombées économiques du festival, à plus de 11 millions d'euros sur toute la région.

« Parmi les festivaliers, beaucoup sont des CSP ou CSP+ avec un pouvoir d'achat conséquent. Les commerçants et les pouvoirs publics se sont rendus compte que malgré les tatouages, les cheveux longs et les fringues noires, le public Hellfest est une clientèle très polie et respectueuse. Tout le monde à Clisson a commencé à s'approprier le projet, beaucoup d'associations se sont greffées à la dynamique. Aujourd'hui, des entreprises y invitent même leurs clients. » Alex Rebecq, Hellfest Production

Si c'est au départ la commune qui a aidé le festival à se lancer, les rôles se sont aujourd'hui inversés. Vis à vis de la Mairie, le statut du Hellfest dépasse l'indépendance, l'influence du festival est désormais largement supérieure à celle de la ville. « Ils ont toujours soutenu le festival. C'est dans leur intérêt. Comme maintenant on est en position de force, ne pas soutenir le Hellfest, ça serait se mettre des bâtons dans les roues » déclare Alex Rebecq.

Jean-Marie B. semble être un peu gêné d'avouer que désormais ils n'ont absolument plus la main sur la « grosse machine » qu'est devenu le Hellfest. Lorsque je lui demande si la mairie est encore en contact avec l'association, sa réponse est un peu évasive : « On est toujours, oui oui... non non... Hellfest production, ils font. Nous intérieurement on n'a pas à voir... et puis l'organisation est super. Benjamin, c'est quelqu'un avec Yoan le Nevé... ». Et quand je demande si la mairie a son mot à dire quant à la programmation, Christophe P. me répond avec humour : « Oh ben non parce qu'on a essayé de se produire,

mais ils n'ont pas voulu ! » pour ensuite déclarer : « *Non, c'est leur festival.* ». Si Christophe P. reconnaît la totale autonomie d'Hellfest Production, Jean-Marie B., le «papa du Hellfest», essaie de montrer qu'il est toujours un peu présent auprès de Benjamin Barbaud : « *Mais moi j'ai toujours dit à Ben, ne m'amène pas des groupes... il y en a des fois ou ça peut être... Il faut qu'il fasse attention.* » Il aurait alors toujours une petite influence auprès du créateur du Hellfest qu'il a beaucoup aidé à ses débuts.

Lorsque je pose la même question à propos de la programmation à Alex Rebecq, celui-ci me répond que la mairie n'a pas la moindre influence sur le festival. Et après un court silence qui semble vouloir dire : « *en fait, c'est même le contraire !* », il déclare : « *Le Hellfest donne beaucoup pour la commune de Clisson. Tu vois, par exemple on finance la patinoire, on a donné plus de 20 000€ pour quelques événements...* ». 20 000€ c'est ce que le Hellfest touchait par la Région. Le festival apporte beaucoup à la commune, et participe à son rayonnement. Clisson apparaît alors comme sous la tutelle du festival,

dont l'influence est aujourd'hui considérable. La petite ville est alors symboliquement dévalorisée. C'est aujourd'hui l'économie qui crée le pouvoir, et de ce point de vue, l'influence de l'association a dépassé celle de l'institution.

A ses débuts, Benjamin Barbaud a eu également le soutien d'Animaje, l'association des jeunes. Rappelons qu'il était lui même dans cette association, que celle-ci l'a aidé à lancer son premier « Furyfest ». Le créateur du Hellfest doit beaucoup à Animaje. Aujourd'hui, c'est lui qui apporte son soutien à l'association. Hellfest production donne chaque année une certaine somme d'argent, ce qui permet de financer les projets de l'association, tels que des voyages à l'étranger. Les jeunes vont également vendre des petits déjeuners sur le festival et tous les bénéfices reviennent à Animaje. L'association de jeunes a également la responsabilité de la moitié du bénévolat du festival, ce qui représente 1400 bénévoles. Yannick C, animateur, explique qu'il s'agit d'un travail assez conséquent : « *Je pense qu'il y a très peu de gens qui seraient capables de faire ce qu'on fait. C'est*

lourd. C'est beaucoup d'heures de taf. C'est beaucoup de savoir faire. C'est beaucoup de relations. Donc si tu regardes à la fin, le Hellfest nous ramène un billet non négligeable pour l'asso ». D'autres associations clissonnaises profitent également du festival. Christophe P., par exemple explique qu'il vend des billets de tombola pour son association caritative lors du Hellfest. C'est le festival qui fournit les lots, ils n'ont que le papier à payer. Hellfest Production

participe également à l'embellissement de la ville. Le site du festival était au départ un champ cahoteux, Benjamin Barbaud a beaucoup investi dans son aménagement. Il a par exemple, enterré la ligne haute tension qui le traversait et planté de la pelouse sur son ensemble. On peut considérer qu'il participe aussi à la « décoration » de la ville, en ornant un rond point d'une guitare géante ! Clisson pourrait-elle un jour se conformiser entièrement à l'esthétique du Hellfest ?



Vue du ciel du site parfaitement entretenu, et sa pelouse encore verdoyante, avant l'édition de 2015, on remarque en haut à gauche de la photo le rond point à la guitare.

2. Je t'aime, moi non plus !

Il est amusant de noter qu'à la création du festival, les organisateurs se sont fait tout petits. Ils n'ont pas été très francs quant à la musique qu'ils allaient diffuser. N'abordant pas le terme « metal », mais présentant le projet comme un « festival de rock ». Les élus comme les habitants, étaient au départ très inquiets. Ils redoutaient l'arrivée du festival dans leur petite ville tranquille.

Mais aujourd'hui, les choses ont bien changé, les clissonnais sont désormais impatients à l'approche du festival. Alex Rebecq affirme « *maintenant tout le monde accueille le festival et n'attend que ça !* ». Les gens sont heureux de voir les festivaliers. Pendant trois jours, le festival donne une touche un peu particulière à la ville. Le Hellfest est le « petit coup de folie » qui fait du bien. Il y a même une certaine fierté d'habiter dans la ville qui accueille le Hellfest. Contrairement au sentiment de déprise qui caractérise le périurbain, les clissonnais ont gagné, grâce au festival, une estime d'eux même. Le Hellfest a produit une sociabilité ; il « fait ville ».

« *Aujourd'hui les clissonnais apprécient les festivaliers. C'est ancré maintenant. Je pense que le jour où il n'y aura plus de Hellfest, ça sera un manque dans Clisson* » **Christophe P.**

Lorsque la date du festival approche, le Hellfest semble être au cœur des discussions clissonnaises. Alex Rebecq déclare : « *tout le monde en parle, quand le festival arrive* ». Il s'agit de l'événement annuel tant attendu. Lorsque la préparation se met en place, la ville commence « à se remuer », il y a alors comme une effervescence. Le festival fait vivre la ville. La majeure partie des habitants se mobilise, d'une façon ou d'une autre pour faire partie de l'événement. Tous, plus ou moins, mettent la main à la pâte ! Beaucoup s'engagent dans le bénévolat, d'autres hébergent des festivaliers chez eux. Les Clissonnais se sont appropriés l'événement. Le Hellfest fait désormais partie de leur histoire. En effet, ils ont chacun à leur façon, le sentiment d'avoir appartenu à cette aventure. Comme le dit Yannick Chanson le Hellfest influe « *sur les perceptions individuelles et sur les mémoires collectives. C'est à dire que ça rentre dans ton histoire et forcément la vision que chacun peut en*

avoir, c'est en fonction du prisme de ce que tu as mis dedans à un moment. [...] Tu auras autant d'histoires et de perceptions que tu as de types d'individus, comment ils ont investi le truc. » Selon lui, c'est l'investissement qui crée le sentiment d'appartenance à un projet. Aujourd'hui, le sentiment des clissonnais d'appartenance à leur ville est d'avantage lié à l'histoire présente qu'à l'histoire passée. L'identité clissonnaise n'est plus diachronique mais synchronique.

Cependant, depuis quelques années, le Hellfest est en train de se retourner sur lui même. Les festivaliers vont de moins en moins dans le centre de Clisson. Ils restent davantage dans l'enceinte du festival, qui propose de plus en plus de commodités. Les habitants sont déçus de cette évolution. Les commerçants du centre ville voient leur chiffre d'affaire baisser au regard des années précédentes. La population locale regrette de voir les rues délaissées des festivaliers. Si les habitants étaient au départ réticents pour accueillir ce festival de musiques extrêmes, ils réclament aujourd'hui le retour des metalleux dans le centre ville. Les festivaliers, quant à eux,

semblent être indifférents vis à vis de ce changement. Ne plus aller dans le centre ne semble pas les déranger. La ville historique n'étant plus adaptée à l'échelle actuelle du Hellfest, il a fallu recréer une ville globale. Cette dernière, tournant le dos à la ville historique, est aujourd'hui autonome. Et les festivaliers ne tiennent pas particulièrement à quitter cette bulle hermétique au sein de laquelle ils ont tout ce qu'ils veulent.

La Mairie tente d'attirer de nouveau les festivaliers vers le centre ville. Christophe P. déclare : « Au niveau de la culture on organise des choses. L'année dernière il y avait un concert sur la place, dans le centre de Clisson, on a fait des soirées conférences, une exposition de photos, toute la semaine il y avait quelque chose ». La mairie aussi souhaite le retour des festivaliers dans la ville. Les élus à la culture réfléchissent alors à ce qu'ils pourraient faire. Quelle stratégie adopter pour les faire revenir dans Clisson ? Mais il semble difficile à croire que les petits concerts et animations organisés par la Mairie soient suffisamment attirants pour que les festivaliers reviennent dans la ville. Le village global demeure

infiniment plus attractif que le village historique. Yannick Chanson place le regret du côté des festivaliers. Selon lui, ce sont surtout eux qui ratent quelque chose. « C'est dommage pour les gens qui viennent et qui ne peuvent pas se prendre un moment pour voir ce qu'il y a parce que c'est quand même con de se dire que tu passes à côté de ça. [...] Je me dis même si t'aime ce qui gueule, il y a un moment, t'en a vraiment plein le cul. Et t'as besoin d'un

peu de calme et volupté et tu as tout ce qu'il faut à côté. Le contraste peut être super ! ». Si la position de Yannick Chanson est plutôt celle de défendre la beauté et le calme de la ville, elle révèle cependant un cruel constat : Clisson est instrumentalisée pour son absence d'activités, de stimuli et de sociabilité. Il met, sans le vouloir, en évidence le manque de dynamisme de la ville.



Plan du site de l'édition 2015

3. Le Hellfest : une publicité pour Clisson

Clisson communique peu sur le festival. Sur son site internet, la ville annonce l'événement comme toute autre manifestation. Ce n'est pas que le Hellfest soit considéré par la ville comme une manifestation comme une autre, mais plutôt que sa communication n'aurait pas la moindre influence sur l'affluence du festival. Ce n'est évidemment pas, via le site internet de Clisson que le Hellfest fait sa communication !

Le festival n'aurait d'ailleurs même plus besoin de faire de publicité ! Rappelons que cette année les « pass trois jours » se sont écoulés avant même que la programmation ne soit annoncée. Christian Peulvey explique qu' « *Ils faisaient une campagne d'affiches d'abribus, il y a deux ou trois ans. Mais aujourd'hui, ils ont réduit plus de la moitié des affiches. Ils n'en ont plus besoin.* » Les affiches papiers ne correspondent plus aux moyens de communication du festival. Le village global s'est dématérialisé.

Malgré tout, Hellfest production accorde une grande importance à la communication. Nous l'avons vu, une attention particulière est donnée aux

affiches et aux produits dérivés en tout genre. Mais des « coups de marketing » plus conséquents ont été réalisés. En 2015, par exemple, la SNCF a proposé un partenariat à Hellfest Production. Deux rames de Tram-trains, circulant entre Nantes et Clisson, ont été décorées aux couleurs du festival de musique metal, et du jeu en ligne World of Warcraft. L'année 2015, correspondait à la fois, au dixième anniversaire du Hellfest et du jeu World of Warcraft. Ainsi même une société étatique telle que la SNCF est sous l'emprise du Hellfest, et utilise l'image du festival pour promouvoir sa marque

Les élus n'ont pas eu grand chose à faire pour que leur commune soit connue à l'étranger. En 2015 Xavier Bonnet le maire de Clisson, déclarait dans le journal Sud Ouest : « *Le Hellfest fait parler de Clisson. Le Hellfest fait des campagnes de publicité notamment dans le métro parisien que la commune n'aurait pas les moyens de se payer* » Aujourd'hui, la ville de Clisson utilise l'image du festival pour faire sa propre communication. Pour les vœux 2015 de la Mairie, le slogan était « *Du patrimoine, du rock et des actions* ». L'image du Hellfest s'associe



Du Patrimoine, du Rock et des Actions !

CLISSON 
VILLE

peu à peu à celle de la ville. Elle fait désormais partie de son identité. Si avant le Hellfest les clissonnais ne savaient pas ce qu'était le métal, aujourd'hui tous cernent bien ce qu'est cette musique. Et tous, du plus jeune au plus ancien. Benjamin Barbaud a su inculquer sa musique de sous-culture, à toute la population de sa ville. Max, un habitant de Clisson, se souvient avoir vu à la télévision locale, en 2006, soit pour la première édition du Hellfest, une interview du Maire de Clisson. Celui-ci était en train de signer le contrat de location du terrain avec Benjamin Barbaud. Un journaliste plutôt clairvoyant, avait demandé au maire s'il pouvait imaginer que dans les années à venir, l'image de la ville soit véhiculée par le festival. Le

maire, qui ne s'engageait alors pour une année seulement, avait répondu catégoriquement par la négative. La question avait du lui paraître insensée, et pourtant... La mairie de Clisson n'aurait pu imaginer que la dynamique de la ville soit portée par un festival de métal.

Conclusion

Au carrefour de multiples influences, à équidistance entre Nantes et Cholet, se trouve la petite ville de Clisson. Dotée d'un patrimoine, d'une histoire et d'un cadre remarquables, Clisson rompt avec le schéma classique des villes périurbaines, qui se résume bien souvent à un centre bourg entouré de lotissements pavillonnaires. Ville attrayante, Clisson attire un certain nombre de touristes venant principalement de la région et se déplaçant pour la journée.

Depuis 2006, Clisson est la terre d'accueil du Hellfest. Un festival de musiques dites « extrêmes » né d'un « enfant du pays ». Au départ décrié, suscitant les peurs et le rejet des élus et habitants, le festival a finalement vu le jour. Et la crainte a laissé place à l'engouement. En une petite dizaine d'années, le Hellfest s'est développé de façon exponentielle. Il est aujourd'hui le troisième festival français en terme de nombre d'entrées. Sa notoriété fait connaître Clisson dans le monde entier, et développe l'économie de la ville, provoquant un réel pic économique lors du festival. Ce qui ressort de cette enquête est que le Hellfest apporte à Clisson une culture métropolitaine, produisant des phénomènes propres

à la mondialisation tels que des flux importants d'hommes et de capitaux ou la diffusion de données numériques. La petite ville périurbaine a emprunté, grâce au Hellfest, aux caractéristiques de la « ville globale » décrite par Saskia Sassen¹. Selon la sociologue, suite aux privatisations et dérégulations économiques, les Etats ne sont plus les maîtres de l'économie mondiale. Il se crée alors de nouvelles centralités ignorant les frontières, et certaines villes deviennent des sites stratégiques. Une autre hypothèse est que Clisson vient contredire la vision binaire développée par Guillyu d'une France fracturée entre ville et campagne, riches et pauvres. Il faut sortir de ce clivage urbain/rural. Au sein du territoire français se cache des singularités qui méritent d'être explorées pour prolonger la réflexion sur les territoires périurbains.

Nous avons défini le heavy metal comme une sous-culture. Le genre ne défend pas de valeurs politiques et n'a pas la volonté de renverser la société. Il ne s'oppose donc pas à la culture dominante, mais en reprend les codes et les mœurs pour les tourner en

1. SASSEN Saskia, *The Global City : New York, London, Tokyo*, Princeton University Press, 2001.

dérision. Peu écouté du grand public, le heavy metal demeure une musique « d'initiés », que l'on apprend à aimer ». Cette sous-culture est à l'origine d'un rassemblement de plus de 150 000 personnes : le Hellfest, LE rendez-vous des adeptes du metal. On se demande alors comment ce genre musical peut générer un événement d'une telle ampleur. Il faut savoir qu'en France, de telles manifestations sur les musiques extrêmes sont rares. Le Hellfest réunit un public venant des quatre coins de l'hexagone, et même des quatre coins du monde. Si au départ le festival a séduit les adeptes du metal, représentés en majorité aux premiers rendez-vous, il s'est peu à peu ouvert au grand public. Le Hellfest ; c'est plus qu'un simple festival de musique, c'est une « expérience ». La scénographie, les décors, les animations mis en place sur le site plongent le festivalier dans un autre monde. Le Hellfest a créé son propre univers, sa « marque de fabrique ». Et celle-ci se retrouve dans la scénographie, comme dans la communication visuelle. En ouvrant un magazine, on doit pouvoir reconnaître une publicité pour le Hellfest avant même d'avoir lu le moindre mot. Le Hellfest mise sur les codes du « city branding » pour faire sa promotion,

développant son propre logo, ses slogans et son identité visuelle qui se retrouvent dans les affiches, flyers, produits dérivés... Le festival a aujourd'hui atteint sa taille limite, et cette échelle démesurée lui impose une organisation de type militaire. Tout est parfaitement cadré et planifié.

Par ailleurs, le Hellfest s'apparente désormais à du tourisme de masse, il en reprend les codes et pratiques, entre tourisme culturel et de loisirs. Il attise désormais la curiosité du grand public et les metalleux « purs et durs » le désertent peu à peu. Cette diffusion massive de la sous-culture metal ne mettrait-elle pas en péril la diffusion artistique ? Il n'en est rien selon les organisateurs du Hellfest qui soutiennent même le contraire. En produisant à la fois des grands groupes « mainstream » qui attirent le grand public, et des artistes « de souches », ils offrent ainsi un tremplin à ces derniers. Le « festival de l'enfer » est finalement dirigé par de doux agneaux. Hellfest production évite en effet tout conflit, que ce soit avec les élus, les habitants ou les fans. Ils sont toujours ouverts aux discussions et réunions avec la Mairie, ils offrent des places gratuites aux riverains directement touchés

par les nuisances sonores, et sur les réseaux sociaux ils ont davantage tendance à faire profil bas plutôt que d'aller au conflit.

Le Hellfest s'inscrit dans une tendance générale de « festivalisation » de la culture. Ce modèle de diffusion culturelle, qu'est le festival, a explosé dans les années 1990. Il mobilise des énergies importantes pour une manifestation qui ne dure que quelques jours. La culture serait alors vouée à être « consommée » de façon intense sur des temps courts. Le Hellfest illustre parfaitement cette «démésure ponctuelle ». Un événement de cette ampleur compte une année de préparation. Dès qu'une édition s'achève, la suivante s'organise. L'équipe de programmation est déjà partie faire le tour du monde à la recherche de nouveaux groupes, la communication visuelle est en train de se mettre en place... Et tout cela, tout ce travail, ce n'est que pour trois jours. Trois jours pendant lesquels on vit hors du temps au sein d'un gigantesque exutoire collectif. Trois jours où l'on en a « plein les yeux et les oreilles ». Avec le Hellfest, nous pouvons parler de « consommation culturelle intense» puisque tout est

poussé à l'extrême, sans demi-mesure. Mais puisqu'il s'agit de culture, on ferme les yeux. On ne s'attarde pas sur les aberrations d'un tel festival. Derrière le masque de la manifestation culturelle propice au développement de la ville, se cache des réalités moins glorieuses. Le Hellfest engendre des flux humains conséquents : le public vient en très grand nombre, par avion, des quatre coins du monde. L'impact carbone est donc colossal. Le festival s'inscrit dans une logique de croissance qui vient à l'encontre de valeurs « éco-responsables ». Chaque année, il tombe de plus en plus dans la démesure, proposant toujours plus en terme d'animations et d'installations sur le site : Skate Park, feu d'artifice, tyrolienne géante... Mais cette tendance ne s'oppose-t-elle pas à la sobriété vers laquelle la société actuelle devrait se diriger ? Depuis presque une décennie, les spécialistes du marketing parlent de l'essor de la « consommation discrète »². Dans le domaine du luxe par exemple, les marques s'affichent de moins en moins. Le «tape à l'œil» ne fait plus loi. La consommation excessive laisserait peu à peu place à un tout

1. « Les marques de luxe jouent la sobriété »
Harvard Business Review, mars 2016

autre modèle, celui de la « sobriété heureuse » défendu par Pierre Rabhi³. Or, ce modèle est incompatible avec le Hellfest dont l'essence même est la démesure.

Cette démesure ponctuelle est-elle une bonne chose pour la ville ? Le Hellfest implique une préparation d'un an pour trois jours de folie. La mobilisation d'une telle énergie pour un événement de courte durée, est-ce une bonne stratégie de développement pour une ville comme Clisson ? Nantes est un exemple de ville qui a grandement misé sur l'événementiel pour se développer. La métropole a mis en place de nombreux projets de festivals tels que les Allumées, Les Folles journées ou Estuaire. Avec ce dernier exemple, on voit que l'événementiel tend à se pérenniser. Lors de chaque biennale Estuaire, des artistes réalisent des sculptures et autres installations sur les bords de Loire entre Nantes et Saint Nazaire. Plutôt que d'être détruites, ces œuvres ont été conservées et laissées sur place, donnant à l'estuaire de la Loire une dimension muséale. De façon similaire, le Hellfest

3. RABHI Pierre, Vers la sobriété heureuse, Actes Sud Sciences humaines, Hors collection, Paris, 2010, 144p

commence à s'inscrire durablement sur la commune clissonnaise. D'une part, Hellfest production participe à l'embellissement et à l'aménagement de la ville. Ils financent certains projets communaux, tels que la nouvelle piscine. Et d'autre part, le festival inscrit sa marque sur Clisson. Ben Barbaud a, par exemple, offert un cadeau à la ville qui est loin d'être innocent : une guitare géante marque désormais l'entrée en « territoire Hellfest ». Cette tendance à asseoir physiquement son pouvoir sur un lieu a été analysée par le géographe David Harvey⁴. Selon lui, l'urbanisation des villes serait due au besoin du capitalisme d'écouler la plus-value. La réalisation de projets urbains serait alors liée à l'investissement de capitaux. De cette façon « Hellfest production » assied son poids économique en investissant sur le territoire. Il marque visuellement son succès.

Le festival s'inscrit également dans les esprits. Il fait aujourd'hui partie intégrante de l'histoire de Clisson. Le Hellfest a marqué les mémoires collectives. Beaucoup de Clissonnais

4. HARVEY David, Le capitalisme contre le droit à la ville : Néolibéralisme, urbanisation, résistances, Amsterdam, 2011, 93p

ont, d'une façon ou d'une autre, en tant que bénévole ou en hébergeant des festivaliers, participé à l'événement. Bien qu'ils l'aient au départ rejeté, les clissonnais réclament désormais l'arrivée du festival. Chaque année, à l'approche du Hellfest, la ville est en ébullition. Le Hellfest a engendré une dynamique que la ville n'aurait jamais pu imaginer. Il s'agit d'un exemple atypique de production d'urbanité dans une petite ville périurbaine.

L'arrivée de ce festival est une aubaine pour la ville. Grâce à cette « réussite miraculeuse » Clisson ne craint pas pour le moment de tomber dans le déclin, une inquiétude propre aux communes périurbaines. Mais n'est-il pas risqué, dans un contexte d'économie de marché où tout est objet de spéculation, de rachat et de délocalisation de se développer grâce à de ce type d'événement ? Le festival n'est pas à l'abri d'être délocalisé. Depuis sa création, il y a dix ans, le Hellfest a engendré de fortes retombées économiques et a donné une certaine impulsion à la ville de Clisson. Mais qu'est-ce, dix années comparées à l'histoire de la ville ? Ne sommes-nous pas alors dans un développement des territoires à très

courte vue, avec une projection dans un très court terme ? On pourrait appeler cela le « développement présentiste ». Pour l'instant, le Hellfest est bénéfique à Clisson, mais après ?

Scénario pour le futur...

2046 : Le Hellfest a disparu de Clisson. Comme tout festival, Il n'était pas à l'abri de devoir un jour fermer ses portes. Il aura connu son apogée dans les années 2020, pour ensuite affronter la crise, puis la chute. Le Hellfest proposait des animations toujours plus impressionnantes d'année en année. Il était devenu une sorte de parc d'attraction plongeant le visiteur dans un « pseudo univers metal ». La musique y était secondaire, et s'apparentait plus à du Rock'n'Roll qu'à du metal. Les metalleux avaient fini par complètement déserté le festival. Le grand public représentait alors la totalité des festivaliers. L'âme primaire du Hellfest s'était envolée. Benjamin Barbaud ne maîtrisait plus le devenir de son « bébé ». Il était tombé dans son propre piège. Son engouement pour la scénographie, les mises en scènes, les animations exceptionnelles avait fini par prendre le pas sur sa passion initiale : le heavy metal. Il fût alors contraint d'arrêter

l'aventure. Ce fût la fin du festival. Benjamin ne tenta pas d'exporter le Hellfest, écoeuré par ce qu'il était devenu. Il déménagea de Clisson, et ne revint jamais. En 2046, on parle du Hellfest comme d'une vieille légende. On se raconte l'histoire du festival tel un mythe qui, à un moment donné, a permis le développement de la ville. Clisson, au fil des éditions, s'était ornée de diverses installations. Des éléments tels que la guitare géante ou les graffitis du Leclerc, sont des preuves qu'un festival de metal a bien eu lieu chaque année dans la ville. Clisson a alors des aspects de « ville fantôme du rock ». Les jeunes générations ont du mal à s'imaginer qu'un tel événement ait pu engendrer une dynamique dans la ville...

Ce scénario post événementiel pourrait être un drame pour Clisson... Mais la ville, comme son histoire le prouve, a déjà su renaître de ses cendres. Un tout autre événement viendra alors peut être redynamiser la ville ?

Bibliographie

Livre

ALLEMAND-COSNEAU Claude, COUAPEL Jean Jacques, DUFFLOS Anne, DUFOURNIER Benoît, FRITSH Julia, PÉROUSE DE MONTCLOS Jean-Marie. *Clisson ou le retour d'Italie*, L'inventaire, Imprimerie nationale, 1990, 301p

DAUBISSE Jean-Claude, BOUILLANT Jean-Pierre, RIVALLIN Aymar, *Fenêtres sur le Pays du Vignoble Nantais*, Paysage, patrimoine et art de vivre, Syndicat Mixte du Scot et du Pays du Vignoble nantais, 2011

HEBDIGE Dick. *Sous-culture : Le sens du style*, Hors Collection ZONES, 2008

CULAT Robert. *L'AGE DU METAL. Contrastes et paradoxes d'une culture musicale*. Camion blanc. 2007

PAQUOT Thierry. *Le Voyage contre le Tourisme*. Eteropia, Paris, rhizome, 2014

HEIN Fabien. *Hard rock heavy metal metal : Histoire, cultures et pratiquants*. Irma, Éditions Mélanie Sèteun, 2004

HOUELLEBECQ Michel, *La Carte et le Territoire*. Editions Flammarion, Paris, 2010

GUILLYY Christophe. *La France périphérique*. Editions Flammarion, Paris, 2014

LUSSAULT Michel, *L'Avènement du Monde. Essai sur l'habitation humaine de la terre*, Seuil, 2013

HARTOG François. *Régimes d'historicité. Présentisme et expériences du temps*. Paris. Le Seuil. 2002

FAVRET-SAADA Jeanne. *Les Mots. la Mort, les Sorts : la sorcellerie dans le bocage*. Gallimard. 1977

AGIER Michel. *Anthropologie du carnaval. La ville, la fête et l'Afrique à Bahia*. Marseille. Éditions Parenthèses, 2000, 256 p.

HAROUËL Jean-Louis, *Culture et contre-culture*, Quadrige (PUF), 1998

SASSEN Saskia, *The Global City : New York, London, Tokyo*, Princeton University Press, 2001.

SALMON Christian. *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, Paris, La Découverte, 2007.

HARVEY David, *Le capitalisme contre le droit à la ville : Néolibéralisme, urbanisation, résistances*, Amsterdam, 2011, 93p

Articles

GUIBERT Christophe. *Hellfest : des festivaliers bien inoffensifs*. Place publique : dossier La ville de toutes les musiques, mai-juin 2012, n° 33.

GUIBERT Christophe. *Les retombées économiques de la musique metal plus fortes que sa stigmatisation*, décembre 2012, Espaces

VALERO Vanessa, *Le festival de rock : entre passion et désenchantement...*, Volume I, 2002

MORICE Jean-René, VIOLIER Philippe. *De l'événementiel culturel à la destination touristique : les cas de Lille et Nantes*. Bulletin de l'Association de géographes français, 86e année, 2009.

SAYAGH Jacques, « *Le Hellfest électrise l'économie régionale* », Ouest-France, juin 2013

RODINEAU Claire, « *Le Hellfest privé de subventions répond à ses élus* », Le Figaro, Février 2016

Libération, « *Ecouter du metal permet de se détendre, Une étude australienne vient casser l'image d'une musique d'énervés* ». 23 juin 2015,

ROTMAN Charlotte, « *Violaine Girard et Jean Rivière : Certes la mondialisation transforme la géographie des inégalités, mais...* », Libération, 16 septembre 2014,

Thèse

GENDREAU Marc-Antoine. Le heavy metal érigé en contre-culture dans le cadre du Record Labeling Hearing : une sous-culture en émergence entre stigmatisation et reconnaissance (Thèse). Sociologie. Ottawa : Faculté des études supérieures et postdoctorales, 2014, 146p

CHARBONNIER Corentin. La communauté metal : le Hellfest comme lieu de pèlerinage (Thèse) Anthropologie. Tours : Université François Rabelais.

Internet

« *Festivals de musiques en Europe, un monde en mutation. Permanentisation des festivals ou festivalisation de la culture ?* », Irma : centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles, 2013,

<http://www.irma.asso.fr/FESTIVALS-DE-MUSIQUES-EN-EUROPE-UN>

COLOMBANI Franck et MARTEL Clément, « *Le Hellfest, paradis des hard-rockeurs, fête ses 10 ans* », Le Monde, juin 2015

http://www.lemonde.fr/culture/visuel/2015/06/19/le-hellfest-paradis-des-hard-rockeurs-fete-ses-dix-ans_4651308_3246.html

GALLOTTE Frederic, [Live report] *HELLFEST 2015*, Daily Rock France, juin 2015

<http://www.daily-rock.fr/live-report-hellfest-2015-par-fred>

NÉGRIER Emmanuel, « *Festivals de musique en Europe, un monde en mutation. Permanentisation des festivals ou festivalisation de la culture ?* », IRMA, 2013

<http://www.irma.asso.fr/FESTIVALS-DE-MUSIQUES-EN-EUROPE-UN>

Street Press, KIBLIND, « *CITY BRANDING* » : *quand les villes vendent leur image*, 2014

<http://www.streetpress.com/sujet/122514-city-branding-quand-les-villes-vendent-leur-image#>

HERVAUD Alexandre, « *Hellfest : dessine-moi un zombie* », ARTE, juin 2012, <http://concert.arte.tv/fr/livestories/hellfest-dessine-moi-un-zombie>

« *L'affiche du Hellfest mérite-t-elle débat ?* » RADIO METAL, décembre 2010

www.radiometal.com/article/laffiche-du-hellfest-merite-t-elle-debat,14770

Films

Arte, [Documentaire] *Hellfest 2015 : Masters of Rock*

<http://concert.arte.tv/fr/hellfest-2015-masters-rock>

ESCOLANO Véronique et LEROY-BEAULIEU Terence *Hellfest, l'enfer des Anges*. Diffusé le samedi 13 juin 2015 sur France 3.

<http://france3-regions.francetvinfo.fr/pays-de-la-loire/loire-atlantique/hellfest-l-enfer-des-anges-revoir-le-documentaire-de-france-3-746693.html>

VDB Thomas *Hellfest, le métal expliqué à ma mère*, Documentaire de François Goetghebeur Diffusé sur France 4, <https://vimeo.com/27574697>

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ARCHITECTURE DE NANTES
DOCUMENT SOUMIS AU DROIT D'AUTEUR