

# Le rôle de médiation et de communication dans le renouvellement et l'élargissement des publics du festival de jazz. Le cas du Voiron Jazz Festival

Yunona Roksolana Fedirko

▶ **To cite this version:**

Yunona Roksolana Fedirko. Le rôle de médiation et de communication dans le renouvellement et l'élargissement des publics du festival de jazz. Le cas du Voiron Jazz Festival. Sciences de l'information et de la communication. 2017. dumas-01679697

**HAL Id: dumas-01679697**

**https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01679697**

Submitted on 10 Jan 2018

**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.

# Le rôle de médiation et de communication dans le renouvellement et l'élargissement des publics du festival de jazz.

## Le cas du Voiron Jazz Festival

FEDIRKO

Yunona Roksolana

Sous la direction de Mme Marie-Christine BORDEAUX

Laboratoire : GRESEC (Groupe de Recherche sur les Enjeux de la Communication)

UFR : Langage, lettres et arts du spectacle, information et communication

Département : Sciences de l'information et de la communication

---

Mémoire de Master 2 (option Médias)
Spécialité ou Parcours : Information Communication publique et médias
Année universitaire 2016-2017
Stage au sein du Conservatoire de Musique et de Danse de Voiron
Dans le cadre de la 7ème édition du Voiron Jazz Festival
Dates du stage : Janvier - Avril 2017
Maître de stage : Anne MAHEY

UFR LLASIC

UNIVERSITÉ Grenoble Alpes

**Déclaration anti-plagiat**
Document **à scanner** après signature
et **à intégrer** au mémoire électronique

**DECLARATION**

1. Ce travail est le fruit d'un travail personnel et constitue un document original.
2. Je sais que prétendre être l'auteur d'un travail écrit par une autre personne est une pratique sévèrement sanctionnée par la loi.
3. Personne d'autre que moi n'a le droit de faire valoir ce travail, en totalité ou en partie, comme le sien.
4. Les propos repris mot à mot à d'autres auteurs figurent entre guillemets (citations).
5. Les écrits sur lesquels je m'appuie dans ce mémoire sont systématiquement référencés selon un système de renvoi bibliographique clair et précis.

NOM : Fedirko PRENOM : Yurona Roksolana

DATE : 14.06.2017 SIGNATURE :

## Remerciements

Tout d'abord, je tiens à remercier Anne MAHEY, la Coordinatrice du Voiron Jazz Festival et mon maître de stage de m'avoir donné la possibilité de passer ce stage bien intéressant et enrichissant. Je remercie Anne MAHEY de m'avoir choisie pour passer ce stage formateur au sein de l'équipe, de m'avoir confié plusieurs missions, pour sa disponibilité et ses conseils.

J'aimerais tout autant remercier Marie-Christine BORDEAUX, mon directeur de mémoire, pour sa disponibilité et son écoute, ses conseils bibliographiques. Je remercie Mme BORDEAUX de m'avoir orientée et suggérée tout au long de mon travail.

Je remercie toute l'équipe du Conservatoire de musique et de danse de Voiron, plus particulièrement le directeur Michel BORDENET, l'assistante de direction Emilie ROCHE et la secrétaire administrative Dominique BATIER-GENÈVE de m'avoir chaleureusement accueillie et m'orienter durant ces 4 mois.

Mes remerciements vont à tous les bénévoles du Voiron Jazz Festival, plus particulièrement à Florence CAVAGNAT, Martine SALLEE et Pierre GALLAND.

Je tiens à remercier Jacques PANISSET pour son ouverture et pour le temps qu'il m'a consacré. J'aimerais le remercier d'avoir partagé son expérience et son savoir précieux dans les domaines de la musique, de jazz et de festivals.

Je remercie vivement l'équipe du festival Détours de Babel, et plus particulièrement Joséphine GROLLEMUND chargée de service d'administration et action culturelle et Sarah FAVRE chargée de service de communication pour leur accueil et leur assistance.

Je remercie également deux professeurs Isabelle PAILLIART et Viviane CLAVIER de m'avoir bien préparée en ce qui concerne la méthodologie et la recherche bibliographique pendant mon master.

J'envoie mes sincères remerciements à ma famille : mes parents et ma sœur aînée, qui m'ont soutenu tout au long de la réalisation de ce mémoire.

Finalement, un grand merci à Artem PEREBYINIS pour son soutien, son aide et sa présence tout au long du Voiron Jazz Festival, ses conseils et encouragements.

# Table des matières

Remerciements ..... 3
Table des matières ..... 4
Introduction ..... 6
I. LE STAGE DANS LE CADRE DE LA 7ème ÉDITION DU VOIRON JAZZ FESTIVAL AU SEIN DU CONSERVATOIRE DE MUSIQUE ET DE DANSE DE VOIRON ..... 11
1.1. Présentation de la structure d'accueil : Pays Voironnais, Mairie de Voiron et Conservatoire de Voiron ..... 11
1.1.1. Le Pays Voironnais ..... 11
1.1.2. La Mairie de Voiron ..... 15
1.1.3. Le Conservatoire de Voiron ..... 18
1.2. Le Voiron Jazz Festival : historique et développement ..... 21
1.3. Les missions réalisées dans le cadre de stage ..... 26
1.4. Compte rendu des résultats et des apports du stage ..... 36
II. LE RÔLE DE MÉDIATION ET DE COMMUNICATION DANS L'ÉLARGISSEMENT ET LE RENOUVELLEMENT DU PUBLIC DE VOIRON JAZZ FESTIVAL ..... 40
2.1. La musique du jazz, son statut et ses publics ..... 42
2.1.1. Le statut et l'image du jazz : la musique populaire ou la musique savante ? ..... 42
2.1.2. Le public du jazz d'aujourd'hui ..... 52
2.2. La médiation et la musique. La comparaison de deux festivals et ses actions de médiation et de communication. ..... 57
2.2.1. La médiation : le regard théorique et pratique ..... 57
2.2.2. La comparaison du Voiron Jazz Festival avec le festival Détours de Babel dans le cadre de ses actions de médiation et de communication destinées à élargir et à renouveler les publics ..... 68
La description, le positionnement et les objectifs de deux festivals ..... 68
Les actions de médiation des festivals ..... 73
La programmation des évènements de festivals ..... 75
Les outils de communication des festivals ..... 77
2.3. L'enquête sur les publics et les moyens de communication dans le cadre de Voiron Jazz Festival, 7éme édition ..... 82
Conclusion ..... 96

Bibliographie ..... 99
Table des annexes ..... 102
Annexe 1. Offre de stage ..... 103
Annexe 2. Affiche de Voiron Jazz Festival, 7ème édition ..... 103
Annexe 3. Affiche pour le concert de Sandra Nkaké ..... 103
Annexe 4. Affiche pour le Jazz Parade ..... 103
Annexe 5. Les éléments du site web de Voiron Jazz Festival ..... 103
Annexe 6. Les exemples des publications sur la page Facebook de Voiron Jazz Festival ..... 103
Annexe 7. La page YouTube de Voiron Jazz Festival ..... 103
Annexe 8. La liste des questions pour les entretiens avec les représentants du Voiron Jazz Festival et du festival Détours de Babel ..... 104
Annexe 9. La retranscription d'entretien avec Anne Mahey – la Coordinatrice de Voiron Jazz Festival ..... 106
Annexe 10. La retranscription d'entretien avec Marie-Lys Courel – la Directrice du service de la vie culturelle de la Ville de Voiron ..... 106
Annexe 11. Les retranscriptions d'entretiens avec les membres d'équipe du festival Détours de Babel ..... 106
Annexe 12. Les données statistiques sur les publics de jazz (études externes) ..... 107
Annexe 13. Le questionnaire pour le public de Voiron Jazz Festival ..... 109
Annexe 14. Les exemples des photos prises pendant les concerts de Voiron Jazz Festival ..... 110
Table des illustrations (dans le texte) ..... 111
Sigles et abréviations utilisés ..... 112
Glossaire ..... 113
RÉSUMÉ ..... 114
ABSTRACT ..... 115

# Introduction

Le présent mémoire est le résultat d'un stage de fin d'études de Master 2 en Information communication publique et médias d'une durée de quatre mois dans le cadre de Voiron Jazz Festival. Septième édition du festival a eu lieu du 30 mars au 14 avril 2017 sur l'ensemble du territoire de Pays Voironnais et était organisé par la Ville de Voiron et le Conservatoire de Musique et de Danse à Voiron.

Étant passionnée par la musique et par l'art, ayant suivi une formation musicale pendant sept ans (classe forte-piano), j'étais toujours intéressée par les événements culturels et artistiques. Les visites du théâtre, de l'opéra, la participation aux différents concerts, les festivals de musique et les expositions artistiques occupaient une grande partie de ma vie dans mon pays d'origine – l'Ukraine.

Poursuivre mes études en France était une opportunité précieuse de non seulement obtenir une formation dans le domaine d'information et de communication, mais aussi d'enrichir et d'élargir mon bagage culturel.

La France est connue dans le monde par son patrimoine historique et culturel. En outre, l'accès à la culture pour le plus grand nombre de Français est garanti par la Loi.

Selon Le Décret n°59-889 du 24 juillet 1959[1] :

> *Le ministère chargé des affaires culturelles a pour mission de rendre accessibles les œuvres capitales de l'humanité, et d'abord de la France, au plus grand nombre possible de Français ; d'assurer la plus vaste audience à notre patrimoine culturel, et de favoriser la création des œuvres de l'art et de l'esprit qui l'enrichissent*.

En même temps, ce qui m'a souvent impressionné pendant mes multiples voyages en France, c'était l'organisation des différents événements culturels, la capacité d'attirer les publics et de présenter la culture d'une manière intéressante et vivante, de rendre la culture accessible à tout le monde.

Donc, je me posais de nombreuses questions concernant ce sujet. Mes études en information et communication ont permis de répondre à certaines de ces questions, mais pas à toutes. Après avoir vu une offre de stage (Annexe 1) en communication culturelle, je n'hésitais pas à postuler

[1] https://www.legifrance.gouv.fr/jo_pdf.do?id=JORFTEXT000000299564

ma candidature. J'avais une forte volonté d'être choisie pour ce stage parmi d'autres candidatures et plonger dans cette ambiance de la préparation au festival.

Notre première rencontre durant l'entretien avec une équipe du Voiron Jazz Festival, au Conservatoire du Voiron, a renforcé mon envie de me consacrer à l'organisation de cet événement. J'ai été chaleureusement accueillie par la coordinatrice du festival, Anne Mahey, et par l'assistante de direction, Émilie Roche, qui m'ont présenté mes missions.

Ces missions étaient en cohérence non seulement avec mes attentes et mes projets personnels et professionnels, mais aussi s'inscrivaient parfaitement dans le cadre de mes études à l'Université Grenoble Alpes, notamment : la réalisation et la diffusion des outils de communication, la participation dans le développement des stratégies de communication, l'animation du site web et des réseaux sociaux du festival, accompagnement des différents événements pendant le festival.

Ce stage était une excellente possibilité d'appliquer et d'élargir mes connaissances en communication, de travailler au cœur d'un service public, de comprendre la place du festival dans la politique culturelle du territoire ainsi que les enjeux du festival vis-à-vis des publics.

Depuis 2011, le Voiron Jazz Festival est reconnu sur le territoire du Pays Voironnais par ses capacités de réunir les spectateurs de tout âge et tous horizons dans les 24 communes grâce à la diversité de concerts de jazz, par sa programmation rigoureusement préétablie qui offre des manifestations de très bonne qualité visant à satisfaire les goûts des publics de différentes catégories, ainsi que par son ambiance conviviale et festive.

Il m'était important de me retrouver dans une équipe des professionnels passionnés, d'apporter mes propres idées, ainsi que de faire valoir mes compétences artistiques et mon côté créatif lors de l'organisation et du déroulement de Voiron Jazz Festival.

Ce travail comprenait l'interaction permanente avec l'équipe du Conservatoire et du festival (organisateurs, direction, professeurs, bénévoles), mais aussi avec les musiciens et les publics. Les missions de création du contenu numérique pour le festival et d'animation des réseaux sociaux étaient une bonne opportunité d'appliquer et d'améliorer mes compétences rédactionnelles, artistiques (prise des photos et des vidéos) et techniques (retouche des photos, montage de vidéos, interaction avec de différents outils numériques).

La musique jazz autour duquel était créé le Voiron Jazz Festival a joué le rôle non négligeable dans mon choix. C'est une musique vivante avec une histoire très riche, qui demande un certain

niveau d'expérience culturelle pour être correctement perçue et qui vit une période de crise aujourd'hui[2]. Je n'étais pas bien familière avec l'histoire de jazz et ses courants différents, de plus j'avais certains stéréotypes envers cette musique. Donc, la participation à l'organisation du festival de jazz m'a donné une motivation de comprendre le jazz et de combattre ces clichés.

Tout cela m'intéressait et m'inspirait vivement, c'est pourquoi j'ai accepté avec plaisir la proposition du stage.

En réalisant les tâches qui m'ont été confiées, je comprenais que l'objet central de notre travail était un public. Notre festival devait sensibiliser les différentes catégories de publics : les élèves, les actifs, les retraités, etc. La question du renouvellement et d'élargissement des publics et surtout des jeunes publics était principale pour les organisateurs, ce qui s'intègre bien dans la politique culturelle de la France. Le Voiron Jazz Festival rayonne sur plusieurs communes dès la deuxième édition et répond au besoin des habitants de zones rurales, ce qui présente un intérêt pour le développement culturel du territoire.

Dans leur livre Guy Saez et Jean-Pierre Saez ont mentionné : « La décentralisation progressive des activités culturelles et la recherche de nouveaux publics font partie des évolutions et des préoccupations marquantes des politiques culturelles »[3].

Suite à cela, j'ai commencé à me poser des questions sur les mesures prises par les organisateurs du festival pour favoriser le renouvellement et l'élargissement des publics. En même temps, j'ai réalisé que l'organisation du festival ce n'est pas une simple communication papier (distribution des affiches et des flyers, etc.) ou numérique (site internet et page Facebook) ayant pour objectif de rassembler les gens pour quelques concerts de jazz. C'est un projet fondamental de longue durée qui ne s'arrête pas à une dizaine de concerts. Même si la communication occupe une place importante dans le cadre d'un événement culturel, à mon avis, nous devons plutôt parler de la création des médiations comme l'un des objectifs principaux d'un festival.

Par conséquent, je me suis demandé la question suivante : **quel est le rôle de médiation et de communication dans le renouvellement et l'élargissement des publics du festival de jazz ?**

La première partie de notre mémoire sera dédiée à la présentation de mon stage au sein du Conservatoire de Voiron en tant qu'un membre d'équipe du Voiron Jazz Festival. Je présenterai

[2] *« Rapport d'étape sur la situation de la filière du jazz en France »*. Rapport au ministre de la Culture et de la Communication, 2011, p.3

[3] SAEZ Guy, SAEZ Jean-Pierre, *Les nouveaux enjeux des politiques culturelles. Dynamiques européennes*, La Découverte, 2012, p. 117

la structure d'accueil, le festival, son histoire, son évolution et son équipe ainsi que mes missions et des logiciels utilisés pour la réalisation de tâches. Finalement, je vais synthétiser les apports du stage au festival ainsi que la contribution de cette expérience dans mon développement professionnel.

Évidemment, chaque processus d'apprentissage ne se passe pas sans des difficultés. Mon stage n'est pas une exception. Dans une première partie, je décrirai également de différents problèmes rencontrés lors de ce stage.

La seconde partie de ce mémoire sera consacrée à la réponse à la question centrale de mon stage : quel est le rôle de médiation et de communication dans le renouvellement et l'élargissement des publics du festival de jazz (le cas du Voiron Jazz Festival et du festival Les Détours de Babel). Dans cette partie j'aborderai les points qui me semblent importants pour la compréhension de ce sujet, notamment :

- Le statut et l'image du jazz aujourd'hui : musique populaire ou musique savante ?
- Les publics du jazz et ses spécificités
- La médiation : un regard théorique et pratique

Pour confirmer et approfondir mes réflexions je me basais principalement sur l'ouvrage de Lawrence W. Levine « Culture d'en haute, culture d'en bas » qui m'a aidé à comprendre l'évolution de statut du jazz et sur l'ouvrage d'Antoine Hennion « La Passion musicale. Une sociologie de la médiation » qui a bien approfondi mes connaissances théoriques en médiation, ainsi que sur d'autres ouvrages et articles qui touchent le sujet du jazz et de la médiation. Malheureusement, il n'y a pas beaucoup d'études statistiques récentes sur les publics du jazz. La plupart d'études exploitent les résultats d'enquêtes DEPS « Les pratiques culturelles des Français » pour les années 1989, 1997 et 2008. Même si l'échantillon de données concernant les publics du jazz en France n'est pas très large dans le cadre de ces études, il nous paraît utile de les utiliser pour obtenir une idée initiale. Pour compléter ces données, nous avons mené notre propre enquête sur les publics et les moyens de communication dans le cadre du Voiron Jazz Festival. Il était intéressant de comparer nos résultats avec les études existantes et de les présenter auprès de l'équipe du festival.

L'une des questions qui me préoccupaient durant le stage était : est-ce que le rôle de médiation et de communication dans l'élargissement et le renouvellement des publics est similaire pour tous les festivals ? Autrement dit, est-ce que ces actions de médiation et de communication vis-à-vis des publics sont spécifiques pour le Voiron Jazz Festival ou on peut rencontrer les mêmes

approches dans d'autres festivals ? Évidemment, pour répondre à cette question il fallait faire un grand travail de comparaison des plusieurs festivals. Dans notre cas, ce n'était pas ni possible ni nécessaire. Toutefois, notre attention a été attirée par un autre festival de même « âge » qui se déroule presqu'en même temps que Voiron Jazz Festival, mais sur le territoire d'agglomération grenobloise – Les Détours de Babel. Ce festival ne se spécialise pas uniquement sur le jazz, en plus, il a le budget beaucoup plus grand que Voiron Jazz Festival, c'est pourquoi il était plus intéressant de comparer ces deux festivals de point de vue des actions de médiation et de communication envers les publics.

Cependant, les connaissances théoriques à propos le jazz et la médiation ne sont pas suffisantes pour répondre à des questions posées. C'est pourquoi nous avons mené les entretiens avec les différents acteurs qui participent dans l'organisation de chaque festival. Ces entretiens avec les membres d'équipes du Voiron Jazz Festival et du Détours de Babel composent l'une des sources principales d'information pour ce mémoire (Annexes 8 - 11). Mes expériences professionnelles, mes connaissances obtenues durant les études et ma culture générale m'ont servi également tout au long de ce stage, ainsi que lors de rédaction de ce mémoire.

Toutes les informations supplémentaires qui font la lumière sur mon travail dans le cadre du Voiron Jazz Festival sont présentées dans les Annexes 1 – 7, 13, 14.

# I. LE STAGE DANS LE CADRE DE LA 7ème ÉDITION DU VOIRON JAZZ FESTIVAL AU SEIN DU CONSERVATOIRE DE MUSIQUE ET DE DANSE DE VOIRON

Cette partie présente un rapport de stage effectué au sein du Conservatoire de Musique et de Danse à Voiron dans le cadre de l'organisation de la 7éme édition du Voiron Jazz Festival.

## 1.1. Présentation de la structure d'accueil : Pays Voironnais, Mairie de Voiron et Conservatoire de Voiron

Dans la première partie nous allons parler de la Communauté d'agglomération du Pays Voironnais et présenter la structure d'accueil – Mairie de Voiron et, plus exactement, le service culturel de la Ville de Voiron. On va présenter brièvement une structure où s'est déroulé mon stage de 4 mois – Conservatoire de Voiron ainsi que Voiron Jazz Festival lui-même afin de donner une vision globale du contexte de stage.

### 1.1.1. Le Pays Voironnais

Comme nous avons déjà mentionné, le Voiron Jazz Festival se déroule sur l'ensemble du territoire du Pays Voironnais. Pays Voironnais est un établissement public, une communauté d'agglomération située dans le département de l'Isère au nord d'agglomération grenobloise. La ville-centre est Voiron avec la population de 20 162 habitants (données de l'année 2014)[4].

Nous voudrions donner quelques chiffres concernant le Pays Voironnais[5] :

- Territoire au 1er janvier 2017 : 31 communes ;
- Population (mis à jour janvier 2017, population légale de janvier 2014) : 92 549 habitants ; Répartition des emplois salariés privés du Voironnais : 30% services aux entreprises, 24% services aux particuliers, 23% industrie, 14% commerce, 9% construction.

[4] https://fr.wikipedia.org/wiki/Communaut%C3%A9_d%27agglom%C3%A9ration_du_Pays_voironnais
[5] « Le Pays Voironnais. Un territoire privilégié pour les entrepreneurs ». Présences, supplément mars 2017, No 279, p. 9

La carte de la Communauté d'Agglomération du Pays Voironnais est présentée sur la Figure 1.1

Figure 1.1. Le plan du Pays Voironnais

La Loi française (Article L5216-1)[6] définit une communauté d'agglomération comme :

> *[…] un établissement public de coopération intercommunale regroupant plusieurs communes formant, à la date de sa création, un ensemble de plus de 50 000 habitants d'un seul tenant et sans enclave, autour d'une ou plusieurs communes centre de plus de 15 000 habitants.*

Avant devenir la communauté d'agglomération en 2000 le Pays Voironnais existait sous d'autres formes d'union intercommunal[7]e, à savoir :

- En 1974, 14 communes décident de se regrouper au sein d'un syndicat : le SMAV (Syndicat mixte d'aménagement du Voironnais[8]) avec les missions suivantes[9] :
    - La collecte et le traitement des déchets ménagers
    - L'alimentation en eau potable et le retraitement des eaux usées
    - Des actions sociales en faveur des jeunes, des bénéficiaires du RMI, des personnes âgées et handicapées
    - L'amélioration de l'habitat
- En 1994 le Syndicat s'est transformé dans la Communauté des communes du Pays Voironnais (CCPV) avec le but de renforcement économique.

Au fil du temps l'intercommunalité du Pays Voironnais reçoit de plus en plus de nouvelles compétences. Aujourd'hui les axes majeurs d'activité du Pays Voironnais sont les suivants[10] :

- L'aménagement du territoire
- L'organisation de la mobilité
- Le développement de l'économie et de l'emploi
- L'environnement
- Les solidarités
- La culture et le patrimoine

[6] https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?cidTexte=LEGITEXT000006070633&idArticle=LEGIARTI000031020478&dateTexte=20170603
[7] https://fr.wikipedia.org/wiki/Communaut%C3%A9_d%27agglom%C3%A9ration_du_Pays_voironnais
[8] https://www.voiron.fr/vie-municipale/lintercommunalite/
[9] https://fr.wikipedia.org/wiki/Communaut%C3%A9_d%27agglom%C3%A9ration_du_Pays_voironnais
[10] https://www.voiron.fr/vie-municipale/lintercommunalite/

En ce qui concerne la culture, elle se positionne au centre des trois enjeux principaux du projet de territoire du Pays Voironnais : « le renforcement de l'attractivité du territoire, l'amélioration de la qualité de vie des habitants et le renforcement de l'égalité des chances »[11].

Il est nécessaire de noter que la gestion de la culture et du patrimoine est une compétence la plus récente de la CAPV. Précédemment cette activité était sous la responsabilité de la Ville de Voiron et des communes. Aujourd'hui elle est assurée par l'Établissement Public de Coopération Culturel (EPCC) conjointement avec la Ville de Voiron. Il s'agit de gestion de salle de spectacle du Grand Angle, la direction du Musée Mainssieux et du Musée Archéologique ainsi que l'animation du Pays d'Arts et d'Histoire[12], etc.

Selon le Projet du territoire du Pays Voironnais[13], la raison pour laquelle certains équipements et services culturels à vocation intercommunale ont été transférés à la CAPV est les difficultés financières (principalement la baisse des dotations) des communes urbaines, ce qui entraîne la diminution de son offre culturelle. L'autre motivation du transfert des compétences est le manque d'une cohérence et d'une lisibilité des politiques culturelles sur l'ensemble du territoire[14]. Finalement, les dernières observations montrent une certaine inégalité d'accès aux activités périscolaires pour les enfants du territoire suite aux modifications des rythmes scolaires[15]. Donc, le transfert des équipements et des compétences culturelles permet de pérenniser l'offre culturelle et d'uniformiser les politiques culturelles du territoire. C'est une réponse aux différents changements administratifs et sociopolitiques non seulement au niveau local, mais aussi au niveau national.

Suite à l'entretien avec Marie-Lys Courel, le représentant de Direction de la vie culturelle de la Ville de Voiron (Annexe 10), nous voyons que le transfert des compétences culturelles à l'intercommunalité se base sur un principe de subsidiarité, l'un des principes centraux de la décentralisation, selon lequel la gestion des missions publiques doit s'effectuer par les entités les plus proches à ceux qui sont concernés par ces missions. Si cette activité devient inefficace ou impossible pour l'entité d'un niveau donné, elle doit être transférée au niveau hiérarchique supérieur[16]. À notre avis, c'est le cas du Pays Voironnais : la situation actuelle montre que la

[11] « Actualisation du projet de territoire durable du Pays Voironnais 2020. Version Janvier 2015 ». Communauté du Pays Voironnais, pp. 46 - 47
[12] https://www.voiron.fr/vie-municipale/lintercommunalite/
[13] « Actualisation du projet de territoire durable du Pays Voironnais 2020. Version Janvier 2015 ». Communauté du Pays Voironnais, pp. 46 - 47
[14] Ibid.
[15] Ibid.
[16] https://fr.wikipedia.org/wiki/Principe_de_subsidiarit%C3%A9

gestion de la culture et du patrimoine est devenue inefficace au niveau de la Ville de Voiron et des communes, donc, il est nécessaire de transférer ces compétences à un autre niveau – à l'intercommunalité.

Cependant, nous voudrions mentionner que le Conservatoire de Voiron, n'est pas encore sous une responsabilité du Pays Voironnais, même si le Projet du territoire prévoit ce transfert des compétences. Donc, à ce moment l'organisation du Voiron Jazz Festival se passe sous la direction de la Ville de Voiron.

## 1.1.2. La Mairie de Voiron

D'abord, nous voudrions présenter quelques informations générales sur la Mairie de Voiron[17]. Actuellement, la mairie de Voiron est gérée par Monsieur le Maire Julien Polat élu en 2014 pour une période de 6 ans et qui représente la partie des républicains. Il est assisté de 9 adjoints ce qui constitue le pouvoir exécutif[18]:

Le Conseil municipal de Voiron se compose de 33 élus (le pouvoir délibérant)[19]. L'assemblée délibérante se réunit chaque mois à l'hôtel de ville de Voiron[20] pour prendre les décisions concernant la gestion communale par ses délibérations[21]. Si nécessaire, le Conseil municipal peut créer des commissions (un sous-ensemble des élus) qui étudient des projets particuliers concernant les affaires de la commune et qui présentent ses résultats et ses propositions devant le Conseil municipal.

Les cinq priorités du mandat en cours sont[22] :

- Soutenir les entreprises et les commerces
- Faciliter le stationnement et les circulations
- Assurer la sécurité
- Soutenir et développer la solidarité
- Assurer une gestion exemplaire en ce qui concerne les impôts locaux et les charges de fonctionnement de la Ville de Voiron

Selon l'organigramme de la Mairie de Voiron[23], les services et les équipements municipaux sont repartis entre l'ensemble des directions dirigées par les directeurs. Certaines directions offrent des services à la population, en même temps que les autres assurent le fonctionnement interne de la Mairie. Il y a aussi les directions mixtes qui combinent des services de deux types.

La Direction générale des services regroupe trois sous-directions :

- Direction générale adjointe, affaires générales. Elle dirige l'administration générale, le centre funéraire, la cuisine centrale, les commerces, foires et marches, la démocratie

[17] Cette information est basée majoritairement sur les conversations avec les représentants de la Mairie de Voiron et du Conservatoire de Voiron
[18] https://www.voiron.fr/vie-municipale/le-conseil-municipal
[19] http://www.la-mairie.com/voiron
[20] https://www.voiron.fr/vie-municipale/calendrier-du-conseil-debats-deliberations
[21] https://fr.wikipedia.org/wiki/Conseil_municipal_(France)
[22] https://www.voiron.fr/vie-municipale/les-5-priorites-du-mandat
[23] Le document interne de la Mairie de Voiron, n'est pas accessible au public

participative ainsi que les missions transversales (par exemple, économies, opportunités et optimisations des coûts)

- Direction des services à la population et ressources regroupe 6 sous-directions :
    - Direction des affaires juridiques, règlementation, achats
    - Direction d'éducation. Contient les pôles : enfance, famille, vie scolaire, accueil de loisirs, jeunesse
    - Direction de la vie sportive. Elle organise les activités sportives scolaires et périscolaires, dirige la piscine municipale ainsi que l'entretien et maintenance de stades et gymnases
    - **Direction de la vie culturelle.** Dirige le Conservatoire de musique ainsi que tout ce qui en lien avec les réservations des salles et organisation des festivités : Maison des associations, Salle des fêtes, Centre Culturel Mille Pas, CNL (Centre Nature et Loisirs) de Chirens, Polychrome, Salle de réunion Marcelle Boudias
    - Direction des services communs réunit des services des ressources humaines, des finances ainsi qu'un service informatique
    - La Police municipale
- Direction générale des services techniques. Elle s'occupe des travaux, l'environnement et l'urbanisme

Il faut noter qu'il y a aussi une direction particulière, le Cabinet du Maire qui regroupe une secrétaire du maire et d'autres membres d'équipe du service de communication : infographiste, journaliste, webmaster et assistante administrative.

Conformément à l'organisation décrite ci-dessus, en tant qu'une stagiaire en communication de Voiron Jazz Festival j'ai été embauchée et rattachée à la Direction de la vie culturelle de la Ville de Voiron. L'organigramme du service culturel en relation avec d'autres services de la Mairie de Voiron est présenté sur la Figure 1.2.

Figure 1.2. L'organigramme de Direction de la vie culturelle de la Ville de Voiron

À partir de la fin des années 1970 la Ville de Voiron commence à se doter des équipements culturels, à savoir : l'école de musique a été créée en 1977, la salle polyvalente Grand Angle s'est transformée en salle de spectacle en 1982. Cependant, à cette époque la Ville de Voiron n'avait pas d'une politique culturelle bien définie et ne possédait pas du service des affaires culturelles. La salle Grand Angle a devenu le moteur de la vie culturelle de Voiron, de différents

projets culturels étaient construits autour de cet établissement. Aujourd'hui le Grand Angle fait partie des « scènes régionales » :

> *Ces scènes jouent un rôle fondamental dans la diffusion de la création contemporaine décentralisée et de la création régionale, s'ouvrent à d'autres disciplines (musiques actuelles, classiques ou contemporaines, théâtre musical, danse, arts de la rue, du cirque ou du récit) et développent des actions de médiation entre les artistes, les œuvres et le public*[24].

Un vrai service culturel de Voiron n'était créé qu'en 1997. Marie-Lys Courel, qui dirigeait le Grand Angle depuis l'année 1988, est devenue une directrice du service des affaires culturelles. La création de ce service a permis d'institutionnaliser et d'uniformiser la politique culturelle de Voiron et de réunir les différents services et équipements municipaux sous une même direction. Il faut mentionner que le processus du transfert progressif des services et des équipements culturels à la Communauté d'agglomération du Pays Voironnais a touché Le Grand Angle qui, selon l'entretien avec Marie-Lys Courel (Annexe 10), est déjà sous une responsabilité du Pays Voironnais.

Finalement, nous voudrions relever les missions principales de Direction de la vie culturelle :

- L'élaboration et la suivie de la politique culturelle de la ville
- La gestion et la maintenance des différents équipements culturels
- Le développement et la coordination des évènements et des projets culturels
- La coopération avec les différents établissements (le Département de l'Isère, le DRAC Auvergne Rhône - Alpes, la Région Auvergne Rhône - Alpes, etc.) en ce qui concerne la recherche du financement pour les projets culturels

Il nous paraît important à noter que la politique culturelle de Voiron valorise fortement les actions d'éducation artistique.

Nous voudrions aussi citer les enjeux culturels du mandat actuel :

> - *« Maintenir une offre culturelle de qualité pour tous les publics malgré la diminution des moyens*
> - *Développer l'accessibilité aux publics « éloignés »*
> - *Renforcer les partenariats et réseaux : la culture est au cœur du lien social*
> - *Soutenir la dynamique économique des projets culturels*
> - *Mesurer le rayonnement des projets culturels de la ville centre sur le territoire du Pays Voironnais en termes de contenus et de coûts »*[25].

[24] http://www.le-grand-angle.fr/spip.php?page=article&id_article=46
[25] Le document interne « Les enjeux culturels du mandat », la Ville de Voiron, 2014, n'est pas accessible au public

### 1.1.3. Le Conservatoire de Voiron

Pour finaliser la présentation de la structure d'accueil nous voudrions dire quelques mots sur l'établissement dans lequel s'est déroulé mon stage – le Conservatoire à rayonnement communal de Voiron (CRCV).

L'école de musique (puis le Conservatoire) de Voiron a été créée en 1977. Le CRCV se situe à proximité du centre-ville de Voiron, au 30 de l'avenue Jules Ravat. La surface de ses locaux s'élève à 1600 $m^2$, dont un studio de danse (100 $m^2$), un auditorium (100 $m^2$, 80 places), 18 salles de cours et de répétitions. Il faut mentionner que 80% des salles sont préparés pour la mise en place d'un réseau informatique afin de répondre à l'émergence des technologies numériques dans le processus pédagogique[26].

Selon le dernier projet d'établissement, « le conservatoire est un lieu ressource, lieu de vie, partenaire incontournable d'une politique culturelle et lieu de création » [27]. Le CRCV est un établissement agrée par le Ministère de la Culture. Il effectue ses missions dans le cadre[28] [29] :

- de la politique culturelle de la Ville de Voiron
- du schéma départemental des pratiques artistiques de décembre 2006 et de la convention entre la commune et le conseil général de l'Isère de 2008.
- du schéma d'orientation pédagogique national des enseignements artistiques de 2008

D'après une lettre d'Insee, la population de Voiron et du Pays Voironnais augmente constamment[30]. En outre, le CRCV est le seul établissement agrée entre les agglomérations de Bourgoin et de Grenoble. Cela entraîne une forte demande d'enseignement artistique par la population non seulement de la Ville de Voiron, mais aussi de toute intercommunalité du Pays Voironnais et tout cela sans la hausse de financement. Le CRCV doit répondre à ces défis en adaptant son plan d'établissement et ses missions.

Parmi les missions les plus importantes du Conservatoire de Voiron nous pouvons mentionner:

- Mission pédagogique. Assurer la formation en musique et en danse étant ouvert aux différents styles artistiques. Il faut noter qu'il s'agit de la formation initiale. Selon le

[26] Le document interne « Conservatoire de Voiron. Mise à jour du Projet d'établissement 2014 - 2018, horizon 2017 - 2021 », n'est pas accessible au public
[27] Ibid.
[28] Ibid.
[29] https://www.conservatoiredevoiron.fr/le-conservatoire/
[30] « La Lettre Analyses : Voironnais : un territoire structuré autour de Voiron, mais sous forte influence grenobloise », Insee Rhône-Alpes, n° 227, avril 2014, p. 2

classement d'État, le Conservatoire au rayonnement communal s'occupe de la formation initiale, autrement dire, forme des amateurs et pas des professionnels. En outre, le Conservatoire doit se concentrer non seulement sur l'enseignement individuel, mais aussi sur les pratiques collectives (pratique d'orchestre)

- Mission de sensibilisation des jeunes publics, notamment des scolaires. Le Conservatoire doit se rapprocher aux écoles en leur proposant les différentes actions de médiation
- Mission de rayonnement. Favoriser la pratique, la diffusion et la démocratisation de la culture, ce qui comprend l'organisation de différentes manifestations culturelles (concerts, spectacles) ainsi que la préparation des projets à long terme comme le Voiron Jazz Festival
- Mission de ressource. Le Conservatoire comme un lieu d'information doit offrir toute l'information concernant la musique, la danse et la formation artistique à la population ainsi que mettre en disposition les salles de répétitions et le matériel pour les différents événements et projets.
- Mission de création. Le Conservatoire comme un lieu de création doit favoriser la création des œuvres artistiques

Selon le Projet d'établissement, le nombre des élèves du CRCV est relativement stable depuis plusieurs années et constitue aujourd'hui environ 650 personnes, de l'âge de 5 à 75 ans, 57% d'élèves sont voironnais, 43% viennent des communes du Pays Voironnais. Le CRCV accueille des publics handicapés ainsi que des publics de milieux sociaux défavorisés ou en fragilité mentale.

L'équipe pédagogique du Conservatoire consiste de 18 professeurs (9 hommes et 9 femmes) qui exécutent le projet pédagogique d'établissement. Une équipe administrative se compose de deux femmes et un homme qui effectuent les missions d'accueil, de gestion, de communication, d'administration et de collaboration avec la Mairie de Voiron. Deux personnes s'occupent d'entretien des locaux. Le directeur du CRCV, Michel Bordenet, occupe son poste depuis l'année 1998.

Le CRCV collabore étroitement avec d'autres établissements culturels de proximité (Grand Angle, Médiathèque Philippe Vial, Musée Mainssieux, etc.) ainsi qu'avec les associations (Anamounto, etc.) pour créer les projets communs ce qui permet de dynamiser la vie culturelle du Pays Voironnais.

Conformément au projet du transfert des services et des établissements culturels à l'intercommunalité ainsi qu'avec d'autres exigences de l'époque (nouveaux rythmes scolaires, mutations technologiques et esthétiques, etc.), le CRCV fixe ses objectifs suivants[31] [32] :

- Construire un projet d'enseignement spécialisé, partagé avec les écoles de musique voisines (Voreppe, Moirans et Tullins)
- Réussir des projets artistiques intercommunaux
- Produire des propositions adaptées à un plus vaste public et aux nouveaux rythmes scolaires
- Réussir des projets de création interdisciplinaire
- Intégrer les nouvelles technologies au cœur du projet artistique

Pour transférer les différentes informations à la population, le CRCV utilise plusieurs outils de communication, notamment[33] :

- Une plaquette de présentation générale et une plaquette de saison.
- La presse municipale (AVOIRON) ou locale (Dauphiné Libéré Nord-Isère)
- Brochures et petits flyers en lien avec les événements de courts termes (animations durant les vacances scolaires)
- Le CRCV possède son propre site web https://www.conservatoiredevoiron.fr/ et une chaîne YouTube : www.youtube.com/user/MyConservatoire/videos

Mon rôle au sein du Conservatoire en tant que stagiaire était de participer dans la préparation et l'accompagnement du Voiron Jazz Festival en ce qui concerne la communication papier et numérique. En même temps, pendant ce stage je devais communiquer non seulement avec l'équipe d'organisation du festival, mais aussi avec les professeurs et les parents d'élèves du Conservatoire.

Aujourd'hui le CRCV mène plusieurs projets tels que Trema/Tremix (http://www.tremix.org/) et Voiron Jazz Festival (http://www.voiron-jazz.com/) ce qui enrichie, diversifie et dynamise la vie sociale de Voiron et du Pays Voironnais.

[31] https://www.conservatoiredevoiron.fr/le-conservatoire
[32] Le document interne « Conservatoire de Voiron. Mise à jour du Projet d'établissement 2014 - 2018, horizon 2017 - 2021 », n'est pas accessible au public
[33] Ibid.

## 1.2. Le Voiron Jazz Festival : historique et développement

Cette sous-partie vise à présenter le projet sur lequel j'ai travaillé tout au long du stage – le Voiron Jazz Festival.

Je vais tout d'abord commencer par l'histoire de ce festival de jazz. Les entretiens avec Marie-Lys Courel, Anne Mahey et Jacques Panisset – le cofondateur et conseiller du festival Détours de Babel et l'ancien directeur de Grenoble Jazz Festival (Annexe 9 - 11) ont éclairci l'histoire d'apparition et du développement de Voiron Jazz Festival.

Comme nous avons déjà mentionné, jusqu'à la fin des années 1990 la ville de Voiron n'avait pas du service des affaires culturelles ainsi que d'une politique culturelle bien définie. Malgré cela, plusieurs spectacles et ateliers se sont déroulés à l'initiative de personnes passionnées. À cette époque Grenoble avait son festival du jazz – Grenoble Jazz Festival qui existait depuis 1973. L'activité dynamique autour du jazz à Voiron faisait partie de la programmation de Grenoble Jazz Festival depuis 1994. Un peu plus tard, la déclinaison voironnaise du Grenoble Jazz Festival nommée *Jazz : Voiron fait son festival !* Des multiples manifestations au Conservatoire, à la Salle des fêtes, à la MJC, au Grand Angle, dans un club du jazz et dans les cafés construisaient au fur et à mesure l'histoire du jazz à Voiron. Des fameux apéros-jazz ont été organisés depuis 1995 par le Jazz Club Voironnais. Les amateurs du jazz se réunissaient dans un bar « La Brasserie du Commerce » pour passer de beaux moments ensemble.

En 2010, Grenoble Jazz Festival est arrivé à sa fin et fusionné avec le 38e Rugissants pour donner naissance au Détours de Babel.

Par la suite, un groupe de personnes intéressées (Marie-Lys Courel la directrice du service des affaires culturelles de la Ville de Voiron, Michel Bordenet le directeur du Conservatoire et Anne Mahey un professeur de musique passionnée du jazz) ont décidé de prendre le relais et créer le futur Voiron Jazz Festival.

Le festival est né à l'époque de baisse des dotations pour la culture par l'État. C'est pourquoi, la question du financement était toujours à l'ordre du jour, il fallait chercher des subventions, demander le soutien du département et de la région. Le Voiron Jazz Festival élargissait son territoire d'action progressivement et construisait de nouveaux partenariats. Le Conservatoire de Voiron était le porteur du festival ce qui visait à renfoncer le positionnement de cet établissement culturel sur ce territoire. Les concerts scolaires dans les communes voisines ont été organisés lors des premières éditions du festival. Cependant, la grande couverture territoriale

a relevé les défis au niveau de programmation, car il fallait être à l'écoute de tout le monde pour sensibiliser les divers publics.

L'autre spécificité du Voiron Jazz Festival est le soutien des musiciens amateurs. Les concerts des musiciens amateurs occupent une grande partie de la programmation du festival. Le Conservatoire de Voiron contribue également dans leur formation. Cela correspond bien aux missions du Conservatoire, comme un établissement offrant une formation musicale initiale, à savoir : d'apporter les compétences et de soutenir les pratiques en amateurs. Cela justifie l'importance d'une organisation de Voiron Jazz Festival.

Les archives du Voiron Jazz Festival[34] ainsi que les documents internes nous donnent la possibilité de reconstruire les étapes du développement année par année.

La première édition a eu lieu en 2011 principalement à Voiron sous le nom « Jazz, Voiron fait son festival ». Le Conservatoire, le service culturel de Voiron, la médiathèque Philippe Vial, la MJC[35] ainsi que l'hôpital de Voiron se mettent en collaboration pour démarrer le projet commun. Le Jazz Club Voironnais organise de multiples apéros-jazz.

Lors de la deuxième édition en 2012, le festival élargit son rayonnement territorial. Les communes de La Buisse, Coublevie, Saint-Aupre et Moirans organisent les concerts dans le cadre du festival. Une première « Nuit de Jazz » est organisée en collaboration avec le Grand Angle. Le festival commence à être reconnu par les professionnels et par le public. La Ville de Voiron, la région Rhône-Alpes et le Conseil Général de l'Isère soutiennent ce festival de musique de jazz. Plusieurs d'écoles de musique ouvrent ses portes aux concerts scolaires.

Dès la troisième édition en 2013 le festival change son nom et devient le « Voiron Jazz Festival ». Les organisateurs continuent d'élargir le partenariat avec les écoles jusqu'aux 20 concerts scolaires. Les musiciens amateurs participent dans les apéros-jazz ainsi que dans les stages « Rencontre Amateurs ». La programmation du festival devient plus éclectique (de jazz classique au jazz expérimental) pour satisfaire les goûts des différents publics. Déjà onze communes du Pays Voironnais participent à cette 3ème édition. Cette année une vraie équipe de bénévoles se crée ce qui est un élément indissociable de la réussite des festivals.

La quatrième édition en 2014 est marquée par l'organisation de deux concerts de « têtes d'affiche » : Biréli Lagrène et Dave Liebman. Des nombreux concerts scolaires, apéros-jazz et concerts-apéros sont organisés dans les communes du Pays Voironnais ce qui devient une carte

[34] http://voiron-jazz.com/Archives
[35] MJC - Maison des Jeunes et de la Culture

visite de ce festival. En plus de cela, cinq explosions photo sont organisées pour diversifier la programmation du festival. Le public du festival augmente à 25%.

Cette image du festival à rayonnement intercommunal avec l'ambiance conviviale et populaire s'affirme lors de la cinquième édition. Le festival offre 59 évènements sur 17 communes. Plus de 7640 festivaliers ont visité les manifestations y compris 3600 d'enfants cette année. La communication du festival évolue avec l'apparition du site internet http://voiron-jazz.com/ qui met à disposition des visiteurs les informations détaillées sur les événements à venir. La programmation du festival couvre sept styles du jazz ce qui forme une diversité musicale.

En 2016, le festival continue son développement pour élargir ses publics ainsi que sa couverture territoriale. Le Voiron Jazz Festival continue de renforcer les liens avec ses partenaires : institutions, commerçants, associations, communes. Lors de cette édition, de multiples médiations culturelles ont été proposées à la médiathèque, à l'hôpital, dans les centres socioculturels, dans les cafés et restaurants, dans les fermes. Les organisateurs du festival construisent au fur et à mesure les stratégies de communication et améliorent la communication numérique. Une page Facebook et une chaîne YouTube[36] avec les vidéos de concerts de la 6ème édition du Voiron Jazz Festival ont été lancées.

Finalement, l'édition la plus récente a eu lieu du 30 mars au 14 avril 2017. Selon le dernier bilan[37], ce festival couvre presque tout le territoire du Pays Voironnais avec 59 lieux d'accueil sur 24 communes. Dans le cadre de la 7ème édition, plus de 76 évènements ont été proposés aux publics : les concerts professionnels (y compris deux « têtes d'affiche »), les concerts semi-professionnels, les apéros-jazz, les concerts-apéros, les stages, les expositions de photos et de dessins ainsi qu'un jazz parade.

Environ 9870 spectateurs étaient au rendez-vous cette année ce qui représente une hausse de 15 % par rapport à 2016. Beaucoup de familles ont profité de concerts gratuits et plusieurs enfants ont bénéficié de concerts scolaires dans une vingtaine de communes. Le Voiron Jazz Festival a réuni 533 musiciens : 83 professionnels et 470 amateurs. Le réseau de partenaires du festival compte 84 partenaires. Le festival arrive à toucher les différentes catégories des publics : populaire, familial, mélomanes, enfants, personnes en difficultés, personnes hospitalisées, etc. À côté des habituels festivaliers qui attendent ce rendez-vous chaque année, il y a un nouveau public, rural et curieux. Le festival a une forte image positive auprès de la

[36] Chaîne YouTube du Voiron Jazz Festival : https://www.youtube.com/channel/UCGvPvCxEX-7h3k3JwHPbGog
[37] Bilan de Voiron Jazz Festival, 7éme édition. Le document interne, n'est pas accessible au public

population du Pays Voironnais. On peut ressentir un vrai besoin rural pour ces événements musicaux et un accueil chaleureux dans de nombreuses communes. La septième édition est marquée par un développement des outils de communication, notamment des outils numériques : le contenu du site web était enrichi, la page Facebook était mise à jour avec les articles de presse, les photos et les annonces d'événements, la chaîne YouTube était actualisée avec des extraits de concerts du festival. Pour la première fois, les organisateurs du festival ont embauché le stagiaire en communication culturelle. Finalement, grâce au partenariat avec les radios (RCF, France Bleu Isère, France musique) et une chaîne de télévision (TéléGrenoble) le Voiron Jazz Festival a augmenté sa visibilité au niveau régionale.

Pour conclure ce parcours historique du Voiron Jazz Festival nous voudrions montrer graphiquement l'évolution du festival. Pour cela nous avons analysé les six derniers bilans internes.

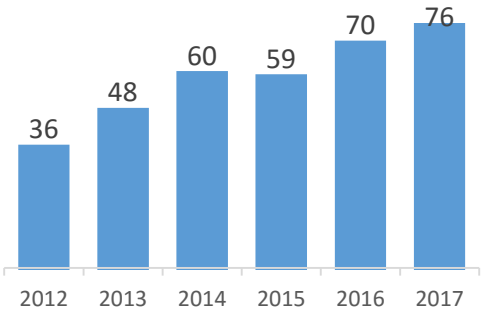



Figure 1.3. L'évolution du nombre d'événements du festival

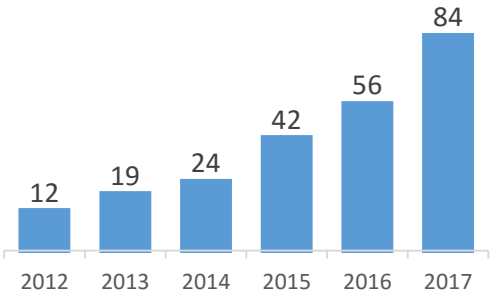



Figure 1.4. L'évolution du nombre de partenaires

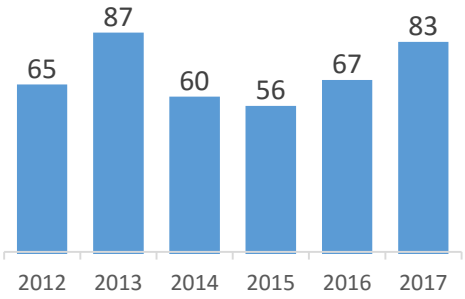



Figure 1.5. L'évolution du nombre de musiciens professionnels qui ont participé au festival

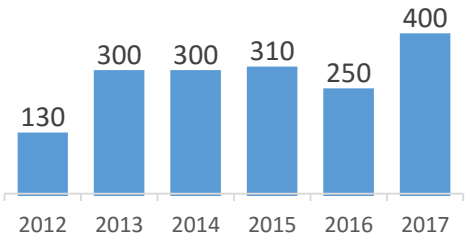



Figure 1.6. L'évolution du nombre de musiciens amateurs qui ont participé au festival

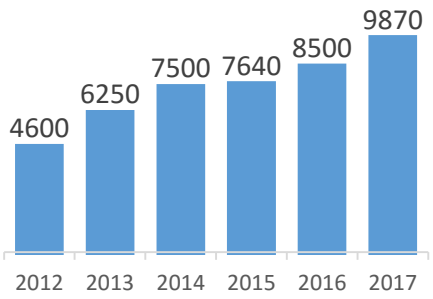



Figure 1.7. L'évolution du nombre de visiteurs du festival

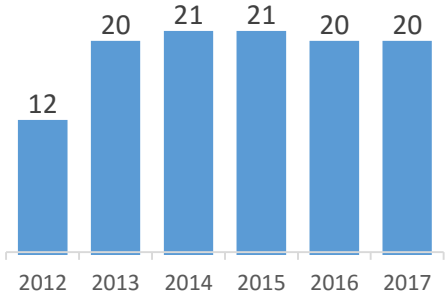



Figure 1.8. L'évolution du nombre de concerts scolaires

Les chiffres montrent l'évolution constante du nombre d'événements, de partenaires, de musiciens professionnels, de visiteurs du festival. Le nombre de musiciens amateurs reste relativement stable autour de 300 - 400 musiciens ce qui est déjà un très bon résultat. Le nombre des concerts scolaires reste également stable au fil des années ce qui peut être expliqué par un nombre limité des écoles partenaires. Dans ce cas, la qualité est plus importante que la quantité.

Finalement, on peut voir que le Voiron Jazz Festival est devenu un événement culturel de référence dans le Pays Voironnais. On peut citer ses principales caractéristiques :

- englobe la majorité des communes du Pays Voironnais
- touche un large public
- mène des multiples actions de médiation envers les enfants et les adolescents
- développe en permanence le réseau des partenaires
- favorise les pratiques amateurs

Le festival collabore avec l'ensemble d'établissements culturels de l'intercommunalité pour créer les projets et les actions de médiation diversifiés et intéressants. Il propose la programmation de qualité, très éclectique ce qui contribue à l'élargissement des publics. Finalement, sa politique tarifaire est très attractive, beaucoup de concerts sont gratuits ou avec des tarifs modérés. Les tarifs préférentiels sont proposés aux musiciens et aux élèves du Conservatoire. Autrement dit, Voiron Jazz Festival s'inscrit parfaitement dans la politique culturelle non seulement au niveau local, mais aussi au niveau national : ce festival rend la culture accessible à tous, dynamise et enrichit la vie sociale ainsi qu'améliore la visibilité du territoire.

## 1.3. Les missions réalisées dans le cadre de stage

Dans cette sous-partie je voudrais bien décrire mon rôle et mes missions au sein du Voiron Jazz Festival. Tout d'abord, je vais présenter notre équipe du festival (Figure 1.9).

Figure 1.9. L'organigramme de l'équipe du Voiron Jazz Festival

Le Voiron Jazz Festival est organisé sous la direction du service de la vie culturelle de la Ville de Voiron. L'établissement porteur du festival est le Conservatoire de Voiron. L'équipe d'organisateurs du festival se compose de cinq personnes et de 17 bénévoles (le nombre de bénévoles peut varier d'une édition à l'autre), à savoir :

- Anne Mahey : la coordinatrice du festival. Elle s'occupe de la programmation, des entretiens avec les musiciens et ses agents, de la coordination des bénévoles, du suivi de festival dans sa phase active (le lancement du festival, la présentation de presque tous les concerts, etc.), de la gestion de production du festival
- Michel Bordenet : le directeur du Conservatoire de Voiron, le responsable technique du festival et l'organisateur du Jazz Parade
- Emilie Roche : la secrétaire de directeur du Conservatoire. Responsable administratif du festival (gestion des contrats, préparation et l'envoi des devis, contacts avec les agents des musiciens, recherche et gestion des subventions, le suivi financier)
- Pierre Galland : son domaine de responsabilité est la coordination des concerts scolaires
- Yunona Roksolana Fedirko : la stagiaire en communication. Effectue les missions diverses liées à la communication du festival (le site web, la page Facebook et la chaîne YouTube) ainsi que d'autres tâches organisationnelles.
- Une équipe des bénévoles. Nos bénévoles ont des missions très importantes, à savoir : la distribution de communication papier dans tous les communes du Pays Voironnais, le fléchage, la préparation des salles et des lieux de rencontre avec le public, les caterings (achats, préparation), l'accueil des publics avant les concerts, l'accueil et le transport des musiciens. Il y avait une grande aide de la part de tous les bénévoles avant, pendant et après le festival.

Il est intéressant de mentionner que Anne Mahey, Michel Bordenet et certains professeurs du Conservatoire font partie des musiciens qui jouaient aux concerts du festival.

Mes principales missions en tant que stagiaire en communication sont présentées dans une liste ci-dessous :

- Missions d'assistance à la coordinatrice du festival concernant les opérations de communication et les tâches logistiques
- Participation à l'animation du site web : alimentation et mise à jour de contenus rédactionnels et de multimédia en amont et pendant le festival
- Animation de réseaux sociaux : préparation et publication du contenu, gestion des événements
- Réalisation et diffusion des supports de communication (Affiche et flyers pour le concert de tête d'affiche, flyers pour le stage « Rencontre Amateurs », etc.)
- Participation dans le développement des stratégies de communication, notamment, en ce qui concerne la communication digitale et les réseaux sociaux (site web, Facebook et YouTube)
- Participation aux réunions et rencontres avec les partenaires du festival
- Accompagnement des événements du festival : reportages photo et vidéo
- Collection des articles de presse et des photos en prévision du bilan
- Travail sur le bilan général : rédaction du texte, choix et classement des documents (presse, photos)

Cependant, il me paraît plus logique de répartir mes missions sur trois phases :

- la phase de préparation du festival qui s'est déroulée essentiellement au Conservatoire de Voiron
- la phase active du festival : le travail « sur le terrain », les déplacements fréquents entre les communes et les lieux de concerts ; ainsi qu'une préparation de publications (texte, photos, vidéos) pour les réseaux sociaux
- la phase après le festival : analyse des résultats, préparation du bilan

Durant le stage je faisais le planning de présence au festival ainsi que des notes courtes avec mes tâches ce qui m'a permis de reconstruire mon activité mois par mois. Les trois premiers mois (janvier, février et mars) étaient consacrés à la phase de préparation du festival.

**La phase de préparation au festival**

J'ai commencé mon stage début de mois de janvier. Dans un premier temps, je devais m'intégrer dans une équipe et comprendre bien le processus du travail. Cela a pris quelques premiers jours du stage. Mon poste de travail a été installé dans un bureau à côté du cabinet de directeur. J'ai travaillé avec l'assistante de direction du Conservatoire, Emilie Roche et la secrétaire administrative Dominique Batier-Genève. Tout au long du stage j'ai communiqué principalement avec deux personnes responsables du festival : Anne Mahey et Émilie Roche.

Ma première mission était la mise à jour du site web du festival : www.voiron-jazz.com. Il fallait mettre à jour des informations sur la nouvelle édition du festival, notamment :

- mettre à jour les logos de partenaires, le fond du site, la gamme des couleurs du site web en cohérence avec la nouvelle affiche du festival créée par le peintre-illustratrice Valérie Dumas
- mettre à jour le slider en haut de la page principale avec les photos des musiciens professionnels qui participent au festival de cette année
- mettre à jour les photos et les textes dans toutes les rubriques du site : Présentation, Festival 2017, Concerts scolaires, Autour du festival, Archives, Partenaires

Le site Internet du festival (Annexe 5) a été créé par un prestataire externe à la base d'un système de publication SPIP. Ce site est divisé en deux modules principaux :

- le « frontend » : l'interface graphique qui est visible pour les utilisateurs du site
- le « backend » : le module d'administration qui propose les instruments nécessaires pour le téléchargement, la mise en page et la publication du contenu

Mon travail consistait en interaction avec ce module « backend » pour réaliser une mise à jour du contenu. Il faut mentionner que cette tâche n'était pas triviale. Il fallait comprendre le fonctionnement interne du site web (la composition des pages et des rubriques, etc.) et de s'adapter à l'interface graphique du module d'administration sans aucune documentation. Cette tâche a demandé la mobilisation des connaissances des outils de traitement d'images, notamment, en ce qui concerne la préparation du logo de festival et des photos pour le slider. Les images devaient avoir la résolution correcte et une taille du fichier raisonnable pour l'affichage rapide. En plus de cela, certains éléments du site web ne pouvaient pas être modifiés via le module d'administration, ce qui demandait l'intervention du web master à distance.

Ma tâche suivante consistait à saisir des informations à propos le festival sur des plateformes informatives régionales ou locales :

- La plateforme Apidae : www.apidae-tourisme.com

  C'est une plateforme de travail participative pour les professionnels (offices de tourisme, collectivités territoriales, prestataires de loisirs, agences multimédias, etc.). Elle organisé un écosystème d'utilisateurs et permet de publier et distribuer automatiquement les informations (contenus éditoriaux et multimédia) concernant les projets divers. L'équipe du Voiron Jazz Festival utilisait ce système pour distribuer l'information sur les manifestations du festival.

  J'ai créé des événements du type « fête et manifestation » sur cette plateforme. Après la validation d'une publication, elle devenait disponible pour tous les membres du réseau qui peuvent ensuite la rendre accessible à un plus large public.

  Pour créer un évènement il fallait remplir les champs divers regroupés par des catégories : Identification, Présentation, Localisation, Prestations, Ouverture, Tarifs, Réservations, Multimédia, Objets liés, Contacts. L'information saisie devait être précise et complète.
- Le site de la Ville de Voiron : www.voiron.fr

  Ce site contient l'agenda numérique où chacun peut rajouter un événement. J'ai créé des annonces en lien avec le Voiron Jazz Festival et après la validation cette annonce était disponible à tous. Par l'analogie avec Apidae, l'information à saisir est regroupée par les catégories : Événement, Organisateur, Lieu, Ouverture au public, Tarification, Demandeur.
- Les autres sites web qui offrent les agendas des manifestations culturelles :
  - http://www.infoconcert.com
  - http://www.leguidedesfestivals.com
  - http://www.routedesfestivals.com

  J'ai déposé les informations en lien avec des événements du festival afin d'augmenter la visibilité auprès des internautes.

Ce travail, souvent fastidieux (vu le nombre des événements à saisir), était bien important, car cela permettait d'augmenter la visibilité du festival auprès de professionnels et de la population du Pays Voironnais et au-delà. Il fallait le faire bien avant le début d'une phase active du festival pour donner le temps aux publics de s'informer et de planifier ses sorties culturelles.

Parallèlement à ce travail, j'ai assisté à mes premières réunions avec l'équipe du Voiron Jazz Festival et l'équipe des bénévoles. Le but de ces réunions était, tout d'abord, de faire connaissance l'un avec l'autre et de discuter la répartition provisoire des tâches ainsi que la

présence de chacun lors du festival. Il faut noter que la majorité des bénévoles participent au festival régulièrement, mais on avait aussi des nouveaux arrivés.

En février, j'ai continué le travail de préparation au festival. L'une de tâche était la création d'une affiche et d'un flyer pour le concert d'une chanteuse franco-camerounaise Sandra Nkaké. Comme le point de départ, j'avais quelques photos de chanteuse et les informations pratiques pour le concert (date, heure, tarification, etc.). Mon but était de créer une affiche et un flyer de bonne qualité pour un concert de tête d'affiche en cohérence avec le style général du festival. Il fallait prendre en compte certaines spécificités liées à la création d'une affiche, notamment :

- Le format d'affiche était A2. Donc, il fallait choisir une photo de haute résolution.
- Le format de flyer était A6. Il devait être du même style qu'une affiche. En plus j'ai rajouté un QR code pour permettre l'accès rapide au site web du festival
- Les logos de principaux partenaires (Ville de Voiron, la Région Auvergne Rhône-Alpes, Leader, etc.) ont été insérés dans les supports
- Il fallait respecter les marges pour le découpage correct en imprimerie
- Le format du fichier devait être PDF
- Il fallait respecter les droits d'auteur donc l'insertion de copyright était obligatoire

Pour satisfaire toutes ces exigences j'ai décidé d'utiliser un logiciel Adobe Photoshop pour le processus de la création de ces supports. Ce logiciel offre toute une gamme des instruments nécessaires pour ce genre de travail. N'étant pas le professionnel dans ce domaine je devais mobiliser mon expérience professionnelle ainsi que mes capacités d'autoformation accomplir cette tâche. En supplément de mes compétences de base, j'ai lu des articles sur l'utilisation de Photoshop et j'ai visionné les tutoriels sur YouTube. Le résultat était validé par l'équipe du Voiron Jazz Festival ainsi que par le service de communication de la Ville de Voiron. Finalement, les fichiers numériques étaient envoyés à l'imprimerie qui nous a fourni environ 1500 flyers et 20 affiches. En faisant ce travail, j'accordais beaucoup d'attention au style et à la qualité graphique, car, à mon avis, cela joue un rôle important dans le développement d'une image du festival. Une affiche de bonne qualité donne l'impression d'un événement sérieux organisé par des professionnels.

L'autre tâche liée à l'utilisation des logiciels graphiques était la création d'une affiche et d'un flyer pour le Jazz Parade (Annexe 4) dans le quartier de Grand Brunetière à Voiron.

Ensuite j'ai participé à la préparation de deux stages (« Rencontre amateurs » et le stage avec Dominique Pifarély) ce qui comprenait :

- La collaboration avec des professeurs qui ont mené ces stages en ce qui concerne la communication (recueil d'information pour des flyers)
- La préparation des tarifs préférentiels[38] afin de les envoyer par mail et par courrier
- La réception des inscriptions pour deux stages : « Rencontre amateurs » et le stage avec Dominique Pifarély. L'inscription s'est déroulait par e-mail, par téléphone ou sur place au Conservatoire. Mon rôle était de répondre à toutes les questions des élèves, leurs parents et des musiciens qui ont été intéressés.

Pour une meilleure communication avec les partenaires, notamment les écoles de musique de la région, je devais préparer des petits colis fournis de supports papier pour les 21 écoles de musique. Chacun enveloppe contenait les flyers, les plaquettes, les tarifs préférentiels, les cartes postales ainsi qu'une lettre descriptive du festival. Ensuite, ces paquets ont été envoyés par la poste. Pour d'autres partenaires j'ai envoyé des e-mails avec les informations nécessaires ainsi que l'invitation à l'inauguration du festival.

Je voudrais mentionner que le travail avec les partenaires est très important pour Voiron Jazz Festival. Ce travail est mutuellement bénéfique. Les partenaires offrent certains biens ou services au festival. Ce dernier, à son tour, contribue à l'augmentation de la visibilité des partenaires en faisant la promotion (concert dans une commune ou dans un bar). Une collaboration avec les associations et les commerçants permet de créer des liens sociaux.

En outre, j'ai fait la mise en page de dossier avec la présentation du Voiron Jazz Festival. Il était distribué à l'équipe pédagogique du Conservatoire. Enfin, j'ai préparé les supports de communication qui ont été ensuite distribués aux élèves de l'école par leurs professeurs.

L'une de mes missions principales pendant ce stage était la gestion des réseaux sociaux (Facebook et YouTube). Ces réseaux, menés pendant la 6ème édition du festival, devaient être mis à jour avec des informations actuelles. En premier lieu il fallait actualiser notre page Facebook pour qu'elle corresponde au style de la nouvelle édition. La page de couverture, la présentation du festival, les annonces d'événements ont été mises à disposition des utilisateurs.

À mon avis, il était important d'inviter les musiciens professionnels à suivre notre page Facebook. Finalement, c'est ce que j'ai fait et cela a permis non seulement aux musiciens de suivre les actualités du festival (voir les photos et les vidéos) mais aussi de partager l'information sur des concerts avec leur entourage. Cette visibilité a augmenté la quantité des

[38] Les tarifs préférentiels – ce sont des flyers avec les tarifs réduits pour les élèves du Conservatoire ainsi que pour les membres de leurs familles (mère, père, frères et sœurs) et pour les musiciens qui ont participé au festival

abonnés, ce qui illustre bien le dynamisme de notre communication. On peut dire que la page du festival devient au fur et à mesure une plateforme d'échange autour de la musique de jazz.

Ensuite, j'ai travaillé sur l'agenda Facebook du festival. Comme pour toutes les plateformes web décrites ci-dessus, je devais créer l'ensemble des événements du festival. La création d'un événement sous-entendait le remplissage des informations suivantes : la photo, le titre de l'événement, la date, le lieu, l'horaire, liste des musiciens qui jouent et leurs instruments ainsi que le descriptif court des musiciens avec le lien vers leur site Internet, leur page Facebook ou les vidéos sur YouTube. À chaque fois j'ai rajouté les mots clés qui ont permis de toucher les publics cibles grâce aux algorithmes du Facebook. Les informations en lien avec nos concerts étaient affichées automatiquement. Quand toutes les manifestations étaient saisies, nos abonnés voyaient les annonces automatiques à l'approche de l'événement.

En continuant l'animation d'une page Facebook, je m'occupais des publications des articles de presse parlant du festival. Parallèlement, ces articles étaient rajoutés dans un dossier de presse[39]. Chaque jour l'équipe du Voiron Jazz Festival recevait une revue de presse préparée et envoyée par le service de communication de la Ville de Voiron (plus précisément par une journaliste et community manager). Mon rôle était de ressortir les articles en lien avec le festival et de les mettre dans un dossier de presse. En outre, j'ai recherché aussi moi-même les articles de presse en utilisant les moteurs de recherche de sites de presse.

Le dossier de presse est l'un des moyens de communication importants pour Voiron Jazz Festival. Donc ce dossier sert à :

- L'archivage des articles de presse, afin de tracer une histoire de Voiron Jazz Festival
- L'évaluation des résultats du travail : l'analyse du dossier de presse permet aux organisateurs d'estimer la couverture du festival par la presse, son positionnement sur le marché et son image globale.
- La communication avec les musiciens et partenaires actuels et potentiels : un bon dossier de presse peut augmenter l'attractivité du festival

La page Facebook servait non seulement pour la promotion du festival, mais aussi pour la promotion des musiciens. En amont du festival j'ai publié les éléments de promotion des artistes, plus précisément, les photos, les morceaux audio ou vidéo, les liens vers différentes

[39] Dossier de presse (le cas de Voiron Jazz Festival) - c'est une collection chronologique des articles, en lien avec la 7ème édition du festival, apparus dans la presse locale, régionale ou nationale (Dauphiné Libéré Nord Isère, L'Essor etc.)

ressources Internet, etc. Je faisais aussi la promotion de deux concerts de « têtes d'affiche » : Sandra Nkaké et Lisa Simone.

Finalement, je continuais la mise à jour des informations (photos et textes) sur la plateforme APIDAE décrite précédemment.

Au mois de mars la phase de préparation approchait à sa fin. Cette étape de mon travail était marquée par la préparation de chaîne YouTube du festival, à savoir :

- Mis à jour de la page de couverture
- Création d'une playlist avec les productions des artistes du festival
- Préparation d'une playlist contenant les vidéos de concerts de la 7ème édition

Il est à noter que la chaîne YouTube constitue un réseau social complémentaire à la page Facebook. À mon avis, il était logique d'utiliser ce modèle de travail à cette étape du développement de festival. Donc, il était intéressant de combiner les deux outils de communication numérique pour que le plus grand nombre de gens aient découvert notre festival.

Je continuais la réception des réservations pour le concert à l'auditorium du Conservatoire - Dominique Pifarély & Vincent Courtois, ainsi que pour le concert d'une tête d'affiche – Soirée Plein Jazz avec Sandra Nkaké.

Enfin, j'ai participé à la préparation de dernières réunions (avant le début du festival) avec les bénévoles et les partenaires du festival. J'avais des petites tâches comme :

- créer un diaporama pour présenter les artistes
- préparer la communication papier
- faire une inscription des bénévoles aux concerts
- réaliser des reportages photo et vidéo durant les réunions

**Pendant le festival**

Mes missions pendant le festival ne prévoyaient pas la présence permanente au Conservatoire de Voiron. C'était le travail sur le terrain, c'est-à-dire, sur des lieux de déroulement du festival. Je ne pouvais pas être présente à tous les événements, donc, nous avons constitué avec la coordinatrice du festival une liste des manifestations les plus importantes, à savoir : l'inauguration du festival, tous les concerts professionnels, les deux stages et le Jazz Parade.

Pour pouvoir me déplacer entre les lieux d'accueil de concerts dans tout le Pays Voironnais j'avais besoin d'un moyen de transport. Heureusement, deux véhicules de service ont été mis à disposition des organisateurs du festival par la Mairie de Voiron. Grâce à cela j'ai pu assister à

toutes les manifestations prévues, transporter le matériel nécessaire et de rentrer chez moi le soir après les concerts.

Tout au long du festival j'ai réalisé des reportages photo (Annexe 14) et vidéo afin de les mettre en ligne sur notre page Facebook et chaîne YouTube. Il faut mentionner que mon idée initiale était de produire le contenu photographique et audiovisuel de haute qualité. À mon avis, cela contribue au développement d'une image positive de festival. Pour mettre en œuvre mon idée j'avais besoin du reflex numérique permettant de filmer le vidéo Full HD. Le budget de Voiron Jazz Festival était limité et le Conservatoire ne disposait pas de bon matériel. Heureusement, j'avais mon propre reflex numérique avec l'ensemble des objectifs de haute luminosité permettant de prendre les photos dans les conditions difficiles pendant les concerts. Du coup j'ai proposé d'utiliser mon propre matériel. Cependant, mon appareil est dépourvu des fonctionnalités vidéo. Pour résoudre ce problème, une caméra vidéo était mise à ma disposition par le directeur du Conservatoire.

Après de longues journées de travail au festival j'ai rentré chez moi avec les photos et vidéos « bruts » (quelques centaines de photos en format RAW et quelques dizaines de vidéos). L'étape suivante était de traiter ce contenu le plus vite possible afin de le mettre en ligne sur une page Facebook du Voiron Jazz Festival et sur une chaîne YouTube. Pour le traitement de photos j'ai utilisé deux logiciels Adobe Lightroom et Adobe Photoshop. Pour le montage vidéo j'ai décidé d'utiliser le logiciel Adobe Premiere Pro. J'avais peu d'expérience en montage vidéo et il me fallait apprendre rapidement sur le terrain. C'était une expérience intéressante qui sera utile dans mon parcours professionnel.

Les publications régulièrement sur notre page Facebook ont donné les résultats, car le nombre de visites de la page a augmenté considérablement pendant le festival. Néanmoins, il faut continuer d'alimenter la page avec le contenu riche et captivant pour fidéliser les abonnés existants et pour sensibiliser de nouveaux publics.

De fois, on était obligé de demander un accord de l'agent artistique afin de pouvoir mettre en ligne un extrait du concert de tel ou tel artiste. Donc la mise à jour de chaîne YouTube n'était pas toujours possible immédiatement. Certains artistes ont demandé d'envoyer les photos à ses agents avant de les publier sur Facebook. Souvent les artistes privilégiés les photos collectives au lieu de portraits.

En outre, j'ai varié les types de publications sur Facebook pour éveiller l'intérêt de notre audience, à savoir :

- Les présentations d'artistes (descriptif, photo ou vidéo) et de leurs concerts
- L'invitation à l'exposition photo & à l'exposition de dessins et collages
- Les publications des articles de presse à propos du festival (Le Dauphiné Libéré, AVOIRON, L'Essor, etc.)
- Les annonces d'émissions télé et radio, par exemple :
    - Une émission au JT (journal télévisé) des Voironnais sur TéléGrenoble avec la coordinatrice du festival accompagnée de musicien Jean-Pierre Sarzier
    - Une émission sur RCF radio avec Anne Mahey qui présentait le festival
- L'invitation à la chaîne YouTube du festival pour suivre les vidéos réalisées lors de concerts

Finalement, je voudrais dire quelques mots de notre étude statistique sur les publics et leur utilisation des outils de communication pendant le festival. Précédemment toutes les conclusions sur les publics et les outils de communication se sont basées sur l'expérience et les observations des organisateurs du festival. Donc, j'ai proposé de transformer ces observations en chiffres afin d'obtenir une vision plus claire de publics qui viennent aux concerts ainsi que de moyens de communication qu'ils utilisent pour s'informer du festival.

Anne Mahey a soutenu mon idée et j'ai préparé un petit questionnaire qui figure dans l'Annexe 13. En construisant ce questionnaire, j'ai pris en compte certains facteurs et contraintes en termes de temps. J'ai proposé de remplir ce questionnaire avant et après les trois concerts professionnels. Grâce à la bienveillance du public, j'ai recueilli 182 réponses ce qui est un bon résultat. Les données traitées ainsi que les conclusions seront présentés dans une section 2.3 de ce mémoire.

Malgré le fait que cette étude statistique n'était pas obligatoire, mon initiative était fortement soutenue par toute l'équipe de bénévoles qui m'ont aidé à collecter les questionnaires remplis par des spectateurs.

**Après le festival**

Après la fin de la phase active du festival, il était nécessaire de faire le bilan. Donc, pendant cette phase j'ai effectué des tâches suivantes :

- Mise en page du bilan de festival
- Finalisation du dossier de presse
- Traitement de données de l'étude statistique et la présentation des résultats à l'équipe du festival

- Préparation et publication d'une vidéo avec les moments clés de la 7ème édition

## 1.4. Compte rendu des résultats et des apports du stage

Dans cette sous-partie je voudrais bien décrire les apports de stage pour moi ainsi que pour la structure d'accueil.

Tout d'abord, je peux constater que c'était une expérience bien enrichissante non seulement de point de vue professionnel, mais aussi personnel. Ce stage m'a permis de participer dans l'organisation d'un événement culturel au rayonnement intercommunal. J'ai pu comprendre l'organisation et les principales missions du service culturel de la Ville de Voiron ainsi que du Conservatoire de Voiron, le porteur du festival. J'ai compris l'importance et le rôle du Voiron Jazz Festival pour le territoire du Pays Voironnais, notamment, pour les communes rurales, ainsi que la liaison du festival avec la politique culturelle locale. J'ai participé à des plusieurs missions liées à la communication interne et externe du festival, plus précisément : durant le stage j'ai eu la possibilité de collaborer avec l'équipe du Voiron Jazz Festival, du Conservatoire, du service culturel de la Ville de Voiron, avec les musiciens, les élèves et ses parents. Cela m'a permis de développer fortement mes compétences communicationnelles.

Je devais bien organiser mon temps pour accomplir de nombreuses tâches dans les différents domaines d'activité, ce qui a amélioré mes compétences organisationnelles.

J'ai compris l'organisation interne, le fonctionnement, le positionnement et le financement du festival. J'ai pu comprendre la signification profonde des différentes actions organisées dans le cadre du festival. Cela m'a permis de répondre à mes plusieurs questions concernant le rôle de communication et de médiation en ce qui concerne l'élargissement et le renouvellement des publics. Les entretiens avec les personnes impliquées dans l'organisation du Voiron Jazz Festival et du festival Détours de Babel (Annexes 9 - 11), notamment : Anne Mahey, Jacques Panisset, Joséphine Grollemund et Marie-Lys Courel ont joué le rôle primordial dans ce processus de compréhension. Je suis heureuse d'avoir rencontrée les membres d'équipe du festival Détours de Babel ce qui m'a permis de comparer les deux festivals voisins et de répondre aux questionnements de ce mémoire.

La création des affiches et des flyers ainsi que le travail sur le terrain m'ont permis de développer énormément mes compétences techniques en ce qui concerne l'interaction avec le matériel et le traitement des photos et des vidéos. J'ai remarqué le progrès de mes compétences artistiques Ces tâches ont permis de développer également mes compétences créatives. J'ai

remarqué le progrès dans le développement de mes compétences artistiques au cours des reportages photo et vidéo.

Le travail sur l'animation des réseaux sociaux du festival m'a permis de développer mes compétences rédactionnelles ainsi que les compétences du métier de community manager. Tout cela, en combinaison avec mon expérience précédente lors du stage de fin d'études en Master 1 constitue un bagage solide pour mon futur parcours professionnel.

La spécificité du stage dans le cadre du Voiron Jazz Festival était le travail en équipe. Le succès d'organisation du festival dépend d'une interaction efficace entre la coordinatrice, la direction du Conservatoire, la stagiaire et les bénévoles. Pour la première fois que j'ai eu l'occasion de travailler avec une équipe si grande et j'ai vraiment apprécié cette expérience. Ce qui était très important pour moi c'est l'attention portée à mes idées et l'occasion de participer dans l'amélioration du festival. Je me suis sentie accueillie et en peu de temps j'étais comme un membre d'équipe et pas juste une stagiaire à court terme.

L'ambiance du festival ainsi que l'immersion dans le monde de musique jazz pendant les trois semaines m'ont permis d'apprécier et comprendre cette musique, de dépasser mes stéréotypes sur le jazz. Tout cela a contribué dans l'enrichissement de mon expérience esthétique.

Finalement, pendant le stage j'ai appris de mieux gérer le stress, car il fallait souvent partir tôt le matin, passer toute la journée aux concerts dans les différentes communes en faisant des reportages et revenir chez moi tard le soir pour traiter et publier le contenu sur les réseaux sociaux.

Ensuite je voudrais parler de mes apports pour le Voiron Jazz Festival. Tout d'abord, il faut dire qu'en 2017 l'équipe du Voiron Jazz Festival pour la première fois a accueilli une stagiaire en communication. Cela a permis de libérer le temps d'autres membres de l'équipe pour qu'ils puissent effectuer ses tâches plus d'une manière plus efficace.

Mes compétences en information et communication ont permis d'augmenter l'efficacité et la qualité d'organisation du festival en ce qui concerne l'animation des réseaux sociaux, ce qui a contribué à l'augmentation de la visibilité du festival ainsi qu'à la fidélisation des publics existants.

Mes compétences techniques, créatives et rédactionnelles ont permis d'enrichir les outils de communication numérique du festival avec les photos et les vidéos de haute qualité ce qui a contribué dans le développement d'une image positive du festival auprès des publics.

Mes observations et mes expériences précédentes ainsi que mon esprit chercheur m'ont permis de remarquer quelques pistes d'amélioration en ce qui concerne les outils de communication numérique et de faire les propositions suivantes :

- Considérer la possibilité de migration du site web du festival vers une autre plateforme, par exemple WordPress. Le site web actuel se base sur le moteur propriétaire SPIP développé par un prestataire externe. Les instruments offerts par le module d'administration parfois ne permettent pas la mise à jour efficace et rapide du contenu, ce qui demande l'intervention du web master. En outre, le site web du festival a des problèmes d'affichage sur téléphones portables.

  Le CMS WordPress est un système de gestion de contenu libre qui s'intègre avec l'infrastructure du site web et offre l'interface graphique ainsi que les instruments pour la création, modification, administration, discussion et publication du contenu du site web[40]. Ce système permet d'automatiser plusieurs tâches liées au management du contenu de site. Mon expérience précédente permet de suggérer que le CMS WordPress est le système efficace et agréable à utiliser. Il dispose d'une documentation détaillée. Une fois installé et configuré il peut être maintenu avec le service informatique de la Ville de Voiron. En utilisant WordPress, le site web du festival pourra améliorer son apparence visuelle, sa réactivité ainsi que l'efficacité de la mise à jour. Tout cela permettra d'améliorer l'expérience des usagers de cette ressource.
- D'élargir la couverture des réseaux sociaux en rajoutant, par exemple, un compte Instagram.
- Continuer l'animation des réseaux sociaux en rajoutant de nouveaux éléments. Par exemple il peut être utile de proposer le jeu de concours sur le sujet du jazz. Cela permettra de donner plus de vivacité aux réseaux sociaux du festival et potentiellement permettra d'attirer les jeunes publics.
- Continuer d'inciter les publics de s'abonner à la page Facebook du festival ; Améliorer la visibilité des liens vers les réseaux sociaux non seulement sur le site web du festival, mais aussi sur d'autres plateformes web utilisées pour informer les habitants de la région.

[40] FEDIRKO Y.R. sous la direction de Vivian CLAVIER. Le rapport de stage « Rédacteur web au sein d'un média indépendant », p. 28

- Inviter les membres d'équipe du Voiron Jazz Festival à suivre les réseaux sociaux même s'ils n'ont pas l'habitude d'utiliser Facebook et YouTube.
- Continuer de maintenir la production des photos de haute qualité dans les prochaines éditions du festival. Accorder plus d'attention aux vidéos. Considérer une possibilité de prendre les interviews avec certains musiciens et de les insérer dans un teaser du festival.

Évidemment, le stage comme n'importe quel processus d'apprentissage ne peut pas se passer sans les difficultés. Mon stage n'était pas une exception. En résumant, je voudrais mentionner les points suivants :

- Difficultés d'adaptation à la plateforme SPIP, la mise à jour de plateforme demandait souvent l'intervention externe
- Manque d'expérience dans l'utilisation des logiciels de traitement d'images et de montage vidéo (Adobe Photoshop, Adobe Premiere Pro etc.). Ce manque d'expérience j'ai complété au fur et à mesure grâce à la capacité d'autoformation.
- Le rythme du festival était très intense ce qui demandait certains efforts de ma part pour travailler bien lors des événements. Je devais apprendre de travailler plus vite, de traiter les photos après les concerts afin de le publier très rapidement. La situation s'est améliorée quand j'ai optimisé l'usage de caméra et des logiciels.

Finalement, j'espère que dans ma personnalité le Voiron Jazz Festival a retrouvé le fan fidèle ainsi que le membre d'équipe passionné et prêt à investir toute son énergie dans le succès global de ce projet.

Nous pouvons constater que Voiron Jazz Festival est un projet culturel qui propose la programmation de haute qualité destinée à un large public. Le festival accélère dans son développement avec chaque nouvelle édition. Ce festival répond aux attentes de publics ainsi qu'aux besoins culturels de zones rurales. C'est un projet important pour les communes du Pays Voironnais qui contribue fortement au développement du territoire et de musique jazz ainsi qu'à la démocratisation de la culture et la création des liens sociaux.

# II. LE RÔLE DE MÉDIATION ET DE COMMUNICATION DANS L'ÉLARGISSEMENT ET LE RENOUVELLEMENT DU PUBLIC DE VOIRON JAZZ FESTIVAL

L'objet central de chaque festival est ses publics. Chaque festival est organisé pour des publics et, évidemment, son existence est impossible sans les festivaliers. Presque toutes les actions du festival commencent et se terminent aux publics.

La majorité de missions lors du stage, il s'agit des missions en lien avec la communication, étaient directement liées avec les publics du Voiron Jazz Festival. Les notions comme renouvellement, fidélisation, sensibilisation, élargissement, consolidation étaient toujours à l'ordre du jour de la direction du festival.

Pour atteindre ses objectifs dans le cadre de la politique culturelle, le festival doit poursuivre son développement à chaque nouvelle édition. Ce développement devient impossible sans le renouvellement et l'élargissement des publics. En même temps, nous ne pouvons pas étudier le public séparément du genre de la musique cultivée et promue dans le cadre du festival. Dans notre cas c'est la musique de jazz avec tous ces styles multiples.

Le jazz et ses publics ont certaines caractéristiques et particularités qu'il faut prendre en compte pendant l'organisation d'un évènement culturel comme festival. Pour s'adresser aux publics du jazz, il faut faire appel aux différentes actions de médiation et utiliser les moyens de communication.

En réunissant tous les éléments mentionnés ci-dessus, à savoir : le jazz, le festival de jazz, les publics de jazz et leur renouvellement, la médiation et la communication il nous paraît logique, intéressant et indispensable de poser la question suivante : **Quel est le rôle de médiation et de communication dans l'élargissement et le renouvellement des publics dans le cadre du festival de jazz ?**

Pour répondre à cette question nous allons nous appuyer principalement sur les ouvrages de Lawrence W. Levine « Culture d'en haut culture d'en bas » et d'Antoine Hennion « La passion musicale. Une sociologie de la médiation » ainsi que sur d'autres ouvrages et articles qui parlent de la musique jazz et de la médiation.

Pour construire l'image des publics contemporains du jazz nous allons également analyser les études statistiques, tels quels :

- Les publics du jazz. Exploitation de la base d'enquête DEPS « Les pratiques culturelles des Français de 15 ans et plus à l'ère numérique - 2008 » ;
- Étude sur les publics et non-publics du jazz en Bourgogne. Synthèse (2010) ;

En plus de cela, nous avons réalisé notre propre enquête sur les publics et les moyens de communication qu'ils utilisent pour s'informer des événements du festival. Nous avons préétabli un questionnaire d'enquête (Annexe 13) qu'on a proposé de remplir aux visiteurs du festival avant ou après les trois grands concerts. Il nous semble bien utile de comparer nos résultats avec les résultats au niveau national et avec celles de Bourgogne.

Pour approfondir notre recherche et mieux répondre à nos questions, nous allons comparer les deux festivals :

- Le Voiron Jazz Festival : un festival de plus petite taille avec le répertoire autour de musique jazz ;
- Les Détours de Babel : un festival de plus grande taille, orienté vers les musiques du monde, les musiques nouvelles et le jazz ;

Ces deux festivals se déroulent presque en même temps au printemps et sur les territoires voisins – le Pays Voironnais et l'agglomération grenobloise. Il serait intéressant de comparer ces évènements culturels en ce qui concerne les actions de médiation et de communication ainsi que leur rapport aux publics.

Pour approfondir notre terrain et trouver les réponses à nos questions ainsi que prouver ou réfuter nos hypothèses nous avons mené les entretiens avec les différentes personnes concernées de la Mairie de Voiron, du Conservatoire de la musique et de danse de Voiron, des équipes du Voiron Jazz Festival et du festival Les Détours de Babel. Les retranscriptions de ces entretiens sont présentées dans les Annexes 9 - 11.

Les entretiens ainsi que les bilans et les rapports d'activités de deux festivals étaient nos sources principales de l'information pour la comparaison.

## 2.1. La musique du jazz, son statut et ses publics

### 2.1.1. Le statut et l'image du jazz : la musique populaire ou la musique savante ?

Dans cette partie nous voudrions comprendre quelle place occupe le jazz dans la culture contemporaine. La question principale qui se pose est : **Est-ce que le jazz aujourd'hui est la musique populaire ou la musique savante ou, autrement, la musique dite « élitiste » ?** La réponse à cette question nous permettra de mieux comprendre les publics du jazz – le sujet qui sera abordé dans la partie suivante.

Le dictionnaire Larousse définit le jazz comme :

> *Musique afro-américaine créée au début du XX^e^ siècle par les communautés noire et créole du sud des États-Unis, et fondée pour une large part sur l'improvisation, un traitement original de la matière sonore et une mise en valeur spécifique du rythme*[41]

Nous n'avons pas l'intention de nous plonger trop dans l'histoire du jazz qui est, sans doute, le sujet bien intéressant, mais qui est hors du contexte de ce mémoire. Donc, nous allons prendre en compte les faits historiques bien connus, mais importants pour permettre de répondre à nos questions.

En analysant plusieurs sources (Internet, multiples conversations durant le stage) ainsi que nous basant sur nos observations, nous supposons que le jazz aujourd'hui est considéré comme la musique savante et élitiste. Il a une image de la musique compliquée, destinée aux mélomanes avertis et aux amateurs de ce genre. Suite à l'entretien avec Anne Mahey (Annexe 9), l'image du jazz n'est pas très positive aujourd'hui. Il est considéré comme la musique plutôt archaïque pour les personnes plus âgées. Selon Jacques Panisset (Annexe 11), cette image peut venir de méconnaissance du jazz – la notion du jazz est très floue pour la grande majorité du public.

Mais, si c'est le cas, pourquoi existe-t-il une telle quantité de festivals du jazz en France et en Europe ? Si on cherche uniquement des festivals du jazz dans la région Auvergne Rhône-Alpes, nous en trouverons facilement une vingtaine des évènements[42] : Jazz à Vienne, Voiron Jazz Festival, Crest Jazz Festival, Jazz à Presles etc.

[41] http://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/jazz/63185
[42] http://www.classicandjazz.net/ou-ecouter-du-jazz-partout-en-france/clubs-de-jazz-et-festivals-en-rhone-alpes

Ayant commencé d'étudier l'histoire et l'évolution du jazz, mais aussi, ce qui est plus important, étant au cœur de l'organisation du festival du jazz, nous pouvons constater que la réponse à la question du statut du jazz s'avère plus compliquée et pluridimensionnelle.

En effet, à notre avis, le jazz n'était jamais ni la musique populaire ni la musique savante, mais les deux en même temps. Bien sûr, comme quasi tout phénomène culturel, le jazz avec son histoire centenaire a connu les périodes d'émergence, d'épanouissement, de maturité et, dans certaine mesure, la période de déclin. Cependant, ce qui distingue le jazz d'autres genres de la musique, c'est son aptitude de s'adapter à l'époque, c'est-à-dire aux valeurs et aux goûts de la société.

Le jazz est apparu aux États-Unis à la jonction de XIX$^{e}$ et XX$^{e}$ siècles comme la musique des esclaves afro-américains. Ils ont réuni la culture du peuple noir américain avec la culture européenne apportée par les Français, les Allemands, les Espagnols et qui était liée avec les danses telles comme la polka et la quadrille, avec des cirques, des salons et des chants religieux[43]. Le blues, un style de musique afro-américaine, avait aussi une grande influence sur le jazz. Donc, nous voyons que le jazz avait des racines populaires et au début c'était la culture « d'en bas ». En plus, à cause des problèmes de la ségrégation, les musiciens afro-américains n'étaient pas autorisés à jouer avec les musiciens blancs pendant longtemps, ce qui freinait la prolifération du jazz, mais pas son développement.

Une transformation de la société américaine et une libéralisation des coutumes avant la Première Guerre Mondiale ont ouvert les portes de clubs et de salons pour le jazz et pour les danses afro-américaines. Certaines formes du jazz commencent d'être appréciées par le public jeune blanc[44].

L'invention des phonographes et l'ouverture de salles de danse contribuent à la diffusion du jazz. Les musiciens se multiplient, et peuvent gagner sa vie grâce à la musique, le jazz adopte le rythme 4/4 de la musique de danse[45]. Le jazz commence à devenir une musique populaire en vrai sens de ce mot. Il est nécessaire de souligner la liaison de musique jazz avec la danse. Nous allons encore toucher ce sujet dans notre analyse suivant.

Les années 1920 et 1930 se caractérisent par l'émergence et la multiplication des « big bands ». Les changements socio-économiques dans la société (notamment, la Grande Dépression aux États-Unis) incitent la commercialisation et institutionnalisation du jazz. Il devient de plus en

[43] https://fr.wikipedia.org/wiki/Histoire_du_jazz#Les_sources_du_jazz
[44] Ibid.
[45] Ibid.

plus la musique de divertissement et de concert ce qui donne la naissance au style « swing » qui était bien apprécié par les amateurs de danse. Ici nous voyons un bon exemple d'adaptation du jazz à son époque.

À la fin des années 1940, un nouveau style « révolutionnaire » du jazz apparaît – le be-bop. Ce style se caractérise par sa grande complexité rythmique et harmonique[46] ce qui le rend moins accessible au grand public. La naissance du be-bop divise le monde du jazz : le be-bop devient plutôt « intellectuel », mais en même temps, le jazz classique, accessible au grand public, continue son développement. Le cool jazz, le hard-bop, le free jazz apparaissent durant cette période. Les années 1940 - 1950 est une période de la plus grande popularité et de la prévalence du jazz. Le jazz est joué partout : dans les clubs, les bars et aux concerts. C'est une époque de John Coltrane, Miles Davis et Duke Ellington.

À partir du milieu des années 1960, la popularité du jazz commence à diminuer. L'arrivée du rock, le changement des idéologies et des valeurs sociales influencent les goûts du public. Jazz devient la musique de plus en plus expérimentale. Cette époque est caractérisée par le mouvement de fusion entre le jazz et d'autres styles de la musique[47] (la naissance du jazz-rock, du latin jazz). Nous pouvons dire que ces expérimentations continuent jusqu'à aujourd'hui. Le jazz a passé progressivement dans la catégorie de la musique savante, dite intellectuelle. En même temps, nous voyons encore une fois le potentiel du jazz de s'adapter et d'incorporer les meilleurs éléments d'autres courants musicaux. Il n'a pas disparu, il continue à vivre, mais dans les autres formes. À notre avis, la situation actuelle n'est qu'une étape dans le cycle de vie du jazz, et il est tout à fait possible qu'une nouvelle période d'épanouissement du jazz arrive.

Pour confirmer notre opinion, nous allons nous inspirer de l'ensemble des idées exprimées dans un ouvrage de Lawrence W. Levine « Culture d'en haut culture d'en bas ». L'auteur analyse l'évolution des formes d'expression artistiques (théâtre, opéra, musées) aux États-Unis pendant le XIX$^{e}$ siècle et au tournant des XIX$^{e}$ et XX$^{e}$ siècles pour comprendre l'évolution et la transformation de ces arts en liaison avec l'évolution de la société. Il montre comment la culture populaire devient la culture « savante ».

Prenons l'exemple du théâtre shakespearien. Selon Lawrence Levine « Shakespeare était bien une forme de divertissement populaire dans l'Amérique du XIX$^{e}$ siècle »[48], « Au XIX$^{e}$ siècle,

[46] https://fr.wikipedia.org/wiki/Histoire_du_jazz#Les_sources_du_jazz
[47] https://fr.wikipedia.org/wiki/Jazz#Jazz_fusion_et_sous-genres
[48] LEVINE Lawrence W., *Culture d'en haut, culture d'en bas. L'émergence des hiérarchies culturelles aux États-Unis*, La Découverte, 2010, p. 17

Shakespeare et son théâtre faisaient partie intégrante de la culture américaine »[49]. Ensuite il analyse les causes de cette popularité de Shakespeare. D'après lui, les œuvres de Shakespeare s'intégraient parfaitement dans une société américaine de la première moitié du XIX[e] siècle. À cette époque les États-Unis étaient un pays relativement jeune qui a reçu son indépendance pas très longtemps. La société était bien hétérogène et ouverte, les hiérarchies sociales n'étaient pas encore établies de la manière rigide. « Le théâtre du XIX siècle accueillait sous un même toit un microcosme de la société […] il fallait s'adresser à l'ensemble de ces classes sociales »[50]. La nation américaine de cette époque plaçait l'individu au centre de l'univers, de la même façon que les œuvres de Shakespeare étaient construites autour d'un ou quelques personnages avec une forte personnalité et des héros, mais qui avaient ses forces et faiblesses. Le langage shakespearien, « sa conception d'humanité »[51], les sentiments de ses personnages, le romantisme, le mélodrame et l'action qui remplissaient ses pièces, le jeu expressif des acteurs attiraient des classes populaires américaines du début de XIX[e] siècle.

En addition, les spectateurs se sentaient comme les participants du spectacle, et les acteurs ne pouvaient pas ignorer l'opinion du public. Si le jeu des acteurs n'était pas bon pour les spectateurs, ces derniers pouvaient hurler ou jeter des légumes ou d'autres objets sur la scène : « Au bout du compte c'est le public qui gouverne la scène »[52].

De plus, Lawrence Levine dit que « Shakespeare était fréquemment considéré comme une propriété commune que chaque usager pouvait adapter à sa guise »[53]. À cause de cette « appartenance », les pièces de Shakespeare ont subi de nombreuses modifications afin de les adapter aux goûts et aux valeurs de cette époque (par exemple, Romeo et Juliette ont été présentés comme les personnages plus adultes que dans les œuvres originales de Shakespeare). D'après Lawrence Levine « Les représentations de pièces de Shakespeare étaient une forme de divertissement proposée par des professionnels, mais elles comprenaient de nombreux éléments traditionnels populaires »[54].

La popularité de Shakespeare au début du XIX[e] siècle ne signifie pas que c'était la culture adressée uniquement aux classes populaires. Le public plus cultivé continuait à regarder avec plaisir ces pièces, mais avec un autre regard. Selon L. Levine « […] les différentes classes

[49] LEVINE Lawrence W., *Culture d'en haut, culture d'en bas. L'émergence des hiérarchies culturelles aux États-Unis*, La Découverte, 2010, p. 28
[50] Ibid. pp. 38 - 39
[51] Ibid. p. 55
[52] Ibid. p. 43
[53] Ibid. p. 58
[54] Ibid. p. 45

sociales voyaient les mêmes pièces dans les mêmes théâtres – mais pas nécessairement sous le même angle »[55], et encore : « Ce sont l'action et l'éloquence de Shakespeare qui parlaient aux gens simples, tandis que son art dramatique et poétique plaisait à la minorité cultivée »[56]. Nous voyons que, même si les œuvres de Shakespeare étaient présentées simultanément pour les différentes classes sociales et avec de nombreuses adaptations, chacune de ces classes trouvait « son bonheur » en regardant les spectacles. L'idéologie, les valeurs de l'époque et le contexte dans lequel les pièces de Shakespeare ont été jouées, tout cela favorisait le rassemblement des gens sous le même toit du théâtre.

Ensuite L. Levine décrit le processus de la transformation du théâtre shakespearienne dans la catégorie de la culture « savante » au tournant des XIX^e^ et XX^e^ siècles. Parmi les facteurs majeurs qui ont influencé le déclin de l'ère de Shakespeare pour la société américaine il mentionne les suivants :

- Les changements dans la langue et le style rhétorique. L'éloquence et le style oratoire de Shakespeare n'étaient plus demandés par la société américaine ;
- L'arrivée des millions de migrants non anglophones aux États-Unis. Ils n'étaient pas familiers avec les œuvres de Shakespeare. Pour ce public il n'était pas si proche comme pour les américains du début du XIX^e^ siècle ;
- L'apparition et la démocratisation de nouveaux types de divertissement, comme le cinéma, le base-ball, la boxe qui ont été appréciés par les classes populaires et par les migrants ;
- Une ségrégation et une hiérarchisation croissante des publics (par exemple, l'apparition des théâtres séparés)[57].

Nous constatons que les valeurs culturelles de la société ont changés et Levine résume : « D'auteur dramatique tout public il est devenu un auteur dramatique pour un public spécifique »[58], « […] il faisait désormais partie de la culture « raffinée »[59].

En continuant son analyse, Lawrence Levine passe au genre musical : un opéra. Comme le théâtre Shakespearienne au début du XIX^e^ siècle, l'opéra était aussi populaire parmi les différentes classes sociales habituées à de nombreuses modifications[60]. Pour les gens

[55] LEVINE Lawrence W., *Culture d'en haut, culture d'en bas. L'émergence des hiérarchies culturelles aux États-Unis*, La Découverte, 2010, p. 38
[56] Ibid. p. 50
[57] Ibid. pp. 62 - 64, 72 - 73, 91
[58] Ibid. p. 71
[59] Ibid. pp. 45 - 46
[60] Ibid. p. 103

« ordinaires » qui appréciaient ces modifications et adaptations, l'opéra faisait partie de leur culture quotidienne, tandis que pour des élites c'était un plaisir et une confirmation de leur statut social[61]. Cependant, dans la deuxième moitié du XIX[e] siècle de plus en plus des gens du milieu culturel commencent le mouvement pour la pureté et la protection de l'opéra : « on insistait de plus en plus sur le fait que l'opéra était une forme d'art « plus élevée » s'adressant à un public cultivé, ce qui affecta profondément toutes les formes d'opéra »[62] ou encore : « Certains critiques américains condamnaient ces versions modifiées comme des « outrages irrespectueux »[63] .

Ce mouvement protectionniste conduit progressivement l'opéra vers la sacralisation supportée aussi par les institutions qui représentent l'opéra, ce qui la rend moins intéressante et moins accessible pour les classes populaires. Ici nous voyons l'exemple comment les changements « internes », c'est-à-dire au sein d'une forme d'expression culturelle peuvent déclencher la transformation d'un art populaire à un art « élitiste » et sacralisé : « un art qui ne fait pas de compromis avec le monde « temporel » ; un art qui reste spirituellement pur et qui demeure une priorité pour l'interprète comme pour le public »[64].

Suite à tous ces changements idéologiques et culturels certaines des formes artistiques sont devenus moins accessible à une grande partie des américains à la fin de XIX[e] siècle, mais ils étaient remplacés par de nombreux genres « qui étaient exclus de la haute culture du fait même de leur accessibilité aux masses : le blues, le jazz et ses dérivés, la comédie musicale »[65].

Pour conclure notre analyse d'ouvrage de Lawrence W. Levine nous voudrions présenter deux citations, qui nous paraissent centrales et ne demandent pas l'interprétation :

> *[…] les catégories primaires de la culture étant le produit d'idéologies qui ont sans cesse été sujettes à modifications et à transformation, les périmètres de nos divisions culturelles ont été bien plus perméables et variables que fixes et immuables*[66].

> *La culture est un processus, non une condition donnée ; elle est le produit d'une interaction permanente entre passé et présent*[67].

[61] LEVINE Lawrence W., *Culture d'en haut, culture d'en bas. L'émergence des hiérarchies culturelles aux États-Unis*, La Découverte, 2010, p. 98
[62] Ibid. p. 113
[63] Ibid. p. 107
[64] Ibid. p. 130
[65] Ibid. p. 242
[66] Ibid. p. 22
[67] Ibid. p. 48

L'analyse d'un livre de Lawrence Levine nous a paru particulièrement utile et nécessaire pour comprendre l'évolution du jazz et ses publics ainsi que le statut du jazz au sein de la société contemporaine. Cela nous permet de faire les parallèles entre le théâtre shakespearien, l'opéra du XIX$^{e}$ siècle aux États-Unis et la musique jazz au XX$^{e}$ siècle.

Comme nous avons déjà mentionné, le jazz faisait partie de la culture populaire. Depuis son apparition c'était une forme d'expression éclectique qui réunissait des éléments de beaucoup d'autres courants et de genres musicaux. Le jazz était toujours ouvert aux modifications et offrait le sentiment de son appartenance à tout le monde qui l'écoute ou qui le joue. L'improvisation est l'élément essentiel du jazz. Cette ouverture et diversité contribuaient dans la prolifération progressive du jazz parmi les classes populaires des États-Unis du début du XX$^{e}$ siècle, ce qui ressemble à la situation avec le théâtre shakespearien au début du XIX$^{e}$ siècle. Il est important de mentionner qu'au début le jazz n'était pas apprécié par le public cultivé à cause de ses racines afro-américaines. Cela n'empêchait au jazz d'emprunter et d'utiliser les éléments de la « haute » musique ce qui a finalement attiré l'attention du public blanc.

La popularité du jazz augmente rapidement dans la première moitié du XX$^{e}$ siècle et atteint son sommet dans les années 1940 - 1950. Comme les spectacles de Shakespeare, le jazz incarnait l'esprit de son époque : les rythmes afro-américains, le folklore, la classique symphonique, ainsi que des mélodies originales. Le jazz se commercialise et devient un divertissement pour toutes les catégories et les classes du public. Ce style de musique souvent s'associe à la danse et à l'esprit festif. Nous pouvons dire que le jazz s'intègre bien dans le système socio-économique de cette époque et partage les mêmes valeurs avec ses publics.

Il y a peu de données statistiques sur les publics du jazz de la première moitié du XX$^{e}$ siècle. Tout de même, nous avons trouvé quelques chiffres à l'issue des sondages dans les années 1948 - 1949[68]:

- 69% des acheteurs de disques de jazz avaient moins de 30 ans
- 34% étaient classés comme « bourgeois »
- Les employés du bureau constituaient 22% des amateurs du jazz et les ouvriers 26% (proportion proche de leur part dans la population active)

En 1958 l'Institut français d'opinion publique publie les résultats d'une étude sur le goût pour le jazz[69]:

[68] http://www.plaisirsdujazz.fr/chapitre-quatre-sommaire/les-publics-dune-culture-libre-annees-1950/
[69] Ibid.

- Le public du jazz est plutôt jeune : le jazz plaît beaucoup à 12% des répondants de 21 - 29 ans, à 3% de 30 - 64 ans et à 0% de 65 ans et plus
- Le jazz déplaît beaucoup à 45% de répondants de 30 - 64 ans et à 55% de 65 ans et plus

En 1959 le Jazz Magazine publie les résultats du sondage de ces lecteurs (2435 lecteurs ont répondu)[70] :

- 40% de lecteurs sont des étudiants, 9% sont des enseignants et 7% des médecins (soit au total 56% de diplômés d'études supérieures), 15% sont des employés du commerce et 12% des ingénieurs techniciens.
- 86% des répondants sont de sexe masculin
- L'âge moyen de découverte du jazz est environ 15 ans

Donc, nous voyons que les amateurs du jazz des années 1950 sont plutôt jeunes, ils sont diplômés ou en train d'obtenir son diplôme.

Dès les années 1960, la popularité du jazz commence à diminuer assidûment. Plusieurs facteurs ont contribué dans ce processus. Tout d'abord c'était la division au sein du jazz lui-même avec l'apparition du style be-bop. La naissance de be-bop était la réponse à la commercialisation, institutionnalisation, simplification et l'unification du jazz (pour satisfaire les demandes du grand public). Par analogie avec l'opéra du XIX$^{e}$ siècle décrite par Lawrence Levine c'était une sorte de mouvement pour la défense du « vrai » jazz. Les musiciens du jazz se réunissaient après les concerts et jouaient la musique avec une grande complexité rythmique et harmonique ce qu'ils appelaient « be-bop »[71]. La complexité de ce style empêchait aux musiciens occasionnels et aux amateurs de le pratiquer. Be-bop était considéré comme la musique intellectuelle destinée uniquement pour être écoutée et pas pour les danses, elle n'était pas forcement adressée aux classes populaires. C'était une « sacralisation » intentionnelle du jazz avec le but de conserver et protéger ces racines. Bien sûr, le jazz pour les masses continuait d'exister, mais tout n'était pas « comme avant ». Nous voyons ici la dualité du statut du jazz : c'est la musique populaire et la musique « savante » en même temps. À notre avis, deuxième facteur qui a influencé fortement le monde du jazz était l'émergence du style rock, ce qui a bouleversé la société et ces goûts. Rappelons-nous la situation avec le théâtre et l'opéra aux États-Unis au tournant de XIX$^{e}$ et XX$^{e}$ siècles et l'apparition des nouvelles formes d'expression culturelles comme cinéma, par exemple. La société elle-même et ces valeurs ont aussi évolué (l'apparition et l'évolution de la

[70] https://fr.wikipedia.org/wiki/Histoire_du_jazz#La_r.C3.A9volution_bebop
[71] Ibid.

société de consommation) – c'est un processus infini. L'esprit ouvert du rock (liberté totale, protestation), la simplicité et l'intelligibilité de ses mélodies étaient plus proches aux gens de cette époque que la musique jazz.

Évidemment, il y a d'autres facteurs à considérer. Selon John Blake, le journaliste de CNN et l'auteur d'article « When jazz stopped being cool »[72] il y a trois hypothèses pour expliquer le déclin du jazz à partir des années 1960[73] :

- Le jazz n'était pas capable d'apporter l'argent de la même façon que faisait le rock. Les meilleurs enregistrements jazz pouvaient se vendre en quantité maximale autour de 500 000 copies, tandis que les meilleurs groupes rock vendaient millions d'albums ;
- Le jazz a perdu son attractivité pour la danse et donc pour les publics populaires (« it lost the booty » en anglais). Les meilleurs musiciens du jazz préféraient de jouer le be-bop, un style complexe et ultrarapide. Les gens ont arrêté de chanter et danser le jazz. En addition, le jazz est devenu plus ésotérique et expérimental : « le jazz a séparé soi-même de la musique populaire américaine »[74] ;
- Le jazz a perdu son futur. Beaucoup de gens achètent les vieux enregistrements du jazz, et presque personne n'achète des nouveaux. Selon le rapport de Nielsen Music de l'année 2014 sur les ventes de la musique en streaming aux États-Unis, le jazz est écouté seulement par 1,4% d'utilisateurs des services de streaming[75]. Selon John Blake, le jazz aujourd'hui est considéré comme une pièce du musée.

Dans ce contexte il nous paraît intéressant de montrer l'évolution de la popularité du jazz par rapport aux autres genres de la musique en utilisant les technologies numériques. Il s'agit du projet Music Timeline[76] de Google qui vise à tracer l'évolution de la popularité de la musique à partir des années 1950 en utilisant les données de son service de streaming Google Play. La recherche est basée sur la quantité d'utilisateurs Google Play qui possèdent de tel ou tel album du tel ou tel genre musical ainsi que sur l'année de sortie de cet album. Ce projet se base sur la supposition que si un album est populaire aujourd'hui (beaucoup de gens l'ont dans ses collections), donc, il était aussi populaire dans le passé. Les résultats globaux pour tous les genres sont présentés sur la Figure 2.1, et les résultats pour le jazz uniquement sur la Figure 2.1.

[72] « Quand le jazz fini d'être cool » (traduction réalisée par auteur de mémoire)
[73] http://edition.cnn.com/2016/09/25/entertainment/cnnphotos-jim-marshall-jazz/
[74] Ibid.
[75] http://s0.thejazzline.com/tjl/uploads/2015/03/nielsen-2014-year-end-music-report-us.pdf
[76] https://music-timeline.appspot.com/about.html

Figure 2.1. L'évolution de la popularité des différents genres musicaux selon le projet Google Music Timeline[77]

Figure 2.2. L'évolution de la popularité du jazz selon le projet Google Music Timeline[78]

Les résultats du projet de Google confirment nos suppositions : le jazz était extrêmement populaire dans les années 1950, mais après nous voyons une forte baisse de l'intérêt envers la musique jazz accompagnée par l'explosion de la popularité du rock. Ensuite le jazz a vécu une étape de « stagnation » pendant une vingtaine d'années. Ce qui est intéressant et rassurant c'est l'augmentation constante de popularité du jazz à partir des années 1980.

Aujourd'hui le jazz a trouvé sa place dans les nombreux festivals afin d'être joué devant son public.

Nous avons trouvé une interview avec Didier Lockwood, violoniste français, nominé aux Victoires de la Musique en 2006. Il a mentionné :

> *Le jazz est une musique populaire, devenue élitiste et intellectuelle, qui a perdu son aspect danse et fête. Il a été récupéré par des spécialistes. Le succès est devenu suspect. Pourtant, c'est une musique vivante. Il faut donc prendre des risques dans la programmation. C'est ce que fait le festival, en programmant par exemple une musique complexe en première partie puis du jazz populaire ensuite. Il montre que jazz classique et jazz contemporain participent du même langage.*[79]

Nous observons que le jazz a subi des transformations similaires que le théâtre shakespearien et l'opéra aux États-Unis du XIX[e] siècle : d'abord une grande popularité, après une sacralisation progressive à cause de facteurs internes ou externes. En même temps, ni le théâtre, ni l'opéra, ni le jazz n'appartenait jamais uniquement à la culture populaire ou la culture savante. Tout dépendait de l'époque et du contexte dans lequel une forme d'expression culturelle était présentée. Comme nous avons déjà mentionné, le jazz à une très grande aptitude d'adaptation aux différents goûts et époques. Chacun peut trouver son style préféré parmi une trentaine des courants du jazz. Un grand homme du jazz, le pianiste Duke Ellington disait : « Le jazz, c'est toute la musique »[80].

Les interviews avec Jacques Panisset (Annexe 11), l'ancien directeur du Grenoble Jazz Festival et co-fondateur du CIMN (Centre International des Musiques Nomades) et du festival Détours de Babel ainsi qu'avec Anne Mahey, la coordinatrice du Voiron Jazz Festival (Annexe 9)

[77] https://research.google.com/bigpicture/music/#
[78] https://research.google.com/bigpicture/music/#JAZZ
[79] http://www.ouest-france.fr/jazz-vannes-concilie-elitisme-et-popularite-533699
[80] https://fr.wikipedia.org/wiki/Jazz#Caract.C3.A9ristiques_g.C3.A9n.C3.A9rales

montrent que leur vision du jazz coïncide : le jazz est à la fois la musique populaire et la musique savante. Pour Jacques Panniset le jazz a toujours les deux faces : savante qui parle à l'intellect et populaire qui parle au corps. Les grands acteurs du jazz utilisaient souvent ces deux faces. À son tour, Anne Mahey, comme elle a mentionné durant notre entretien (Annexe 9), en faisant la programmation prend en considération et s'adresse aussi bien aux publics populaires qu'aux publics avertis.

En ce qui concerne le futur du jazz, les deux interlocuteurs convergent vers l'opinion que cette forme d'expression artistique va exister et évoluer encore longtemps grâce à sa diversité et ouverture aux interactions avec d'autres styles de musiques. Nous ne pouvons pas prévoir les chemins de développement du jazz. Pour Jacques Panisset « le jazz est capable d'ouvrir des espaces d'indétermination », « on aura toujours besoin des musiciens et d'un public qui a envie de vibrer en même temps dans l'inconnu » (Annexe 11).

Pour conclure, nous voudrions citer Lawrence W. Levine qui cite à son tour Martin Jay : « la soi-disant haute culture a toujours été et continuera d'être renouvelée par le bas, tout comme la culture populaire ou même la culture de masse tire une grande part de son énergie d'en haut »[81].

## 2.1.2. Le public du jazz d'aujourd'hui

Dans une section consacrée au statut du jazz nous avons brièvement touché la question de ses publics dans les années 1950 – 1960. Nous avons découvert que c'était plutôt de jeunes hommes diplômés ou ceux qui étaient en train d'obtenir son diplôme (étudiants en formation supérieure). Cependant, pour comprendre à qui il faut adresser les actions de médiation et de communication dans le cadre d'élargissement et de renouvellement des publics du festival du jazz il nous faut comprendre quels sont ses publics d'aujourd'hui.

Comme dans la première moitié du XX$^{e}$ siècle, il n'y a pas beaucoup des études sur le public du jazz contemporain. Les deux sources d'information les plus récentes sont les suivants :

- Les publics du jazz. Exploitation de la base d'enquête DEPS « Les pratiques culturelles des Français de 15 ans et plus à l'ère numérique - 2008 » ;
- Étude sur les publics et non-publics du jazz en Bourgogne. Synthèse, 2010 (1868 répondants). Cette étude se base dans sa première partie sur les résultats d'enquêtes DEPS « Les pratiques culturelles des Français » pour les années 1989, 1997 et 2008. La

[81] LEVINE Lawrence W., *Culture d'en haut, culture d'en bas. L'émergence des hiérarchies culturelles aux États-Unis*, La Découverte, 2010, p. 244

deuxième partie est consacrée aux publics et « non-publics » de jazz en Bourgogne ce qui peut présenter certain intérêt du point de vue de comparaison avec les résultats de notre propre étude statistique au sein du Voiron Jazz Festival ;

Nous allons utiliser ces deux études statistiques pour construire une image des publics (et non-publics) de jazz d'aujourd'hui. Les tableaux et les graphiques qui contiennent les données statistiques sont présentés dans l'Annexe 12. Dans cette section nous allons faire l'analyse de ces données.

Tout d'abord, nous allons construire le portrait sociologique du public de jazz au niveau national (sur la base d'enquête DEPS). Les hommes représentent toujours la majorité de la population des amateurs du jazz (51% pour l'année 2008). Cependant, la proportion des hommes diminue en permanence depuis l'année 1989 (Annexe 12, Figure 12.1). Nous pouvons parler de la féminisation du public du jazz surtout si on compare la situation actuelle avec les années 1950, quand 86% des amateurs du jazz ont été du sexe masculin (section 2.1.1).

En ce qui concerne l'âge du public des concerts de jazz (Annexe 12, Figure 12.2), nous observons clairement son vieillissement. La catégorie « 25 à 34 ans » a perdu 11% du public entre les années 1989 et 2008, les catégories « 15 à 24 ans » et « 35 à 44 ans » ont perdu 7% et 3% respectivement. Donc, le taux du public le plus jeune (de 15 à 35 ans) a diminué à 18% pendant une vingtaine d'années. En même temps, les catégories d'âges « 55 à 64 ans » et « 65 ans et plus » ont gagné 12% et 7% respectivement sur la même période. Ce qui est intéressant et c'est l'hétérogénéité du public de jazz : il n'y a pas d'une tranche d'âge qui domine largement (le pourcentage pour chaque catégorie varie du 13% à 19%).

Prenant en compte la répartition par la profession (Annexe 12, Figure 12.3), nous constatons la continuation du processus d'élitisation de jazz qui est commencé il y a longtemps, mais nous l'observons toujours. La catégorie des cadres et des professions intellectuelles supérieures a gagné 5% entre les années 1989 et 2008. Elle domine avec 43% des répondants. Ensemble avec les professions intermédiaires (26%) ces deux catégories constituent 69% du public de jazz. Les professions des ouvriers et des employés ont perdu 3% chacune.

La répartition par le niveau de diplôme confirme la tendance d'élitisation (Annexe 12, Figure 12.4). Le taux du public avec le diplôme d'études supérieures augmente très rapidement depuis 1989 (31%) et atteint 53% en 2008 (+22%).

En ce qui concerne la répartition du public par la taille de l'agglomération (Annexe 9, Figure 9.5), voyons le déplacement du public vers les communes rurales, qui ont gagné 8% en 2008

par rapport à l'année1989. Les petites (< 20 000) et moyennes (de 20 000 à 100 000) communes ont aussi gagné quelques points : 1% et 4% respectivement par rapport à l'année 1989. Paris et son agglomération ont perdu 7% du public de jazz. Tout de même, la catégorie dominante est « les communes avec plus de 100 000 habitants » (33%).

Donc, au niveau national nous pouvons indiquer les tendances suivantes concernant le public du jazz :

- Féminisation
- Vieillissement
- Élitisation
- Ruralisation

Les auteurs d'étude sur le public des concerts du jazz en Bourgogne concluent que son portrait sociologique est très similaire à celui du niveau national décrit ci-dessus[82]. Donc, nous ne voyons pas d'intérêt dans son analyse dans le cadre de ce mémoire. Ce qui nous intéresse c'est l'information additionnelle sur les goûts des publics du jazz ainsi que l'étude de « non-public ».

Nous allons commencer par des styles préférés de festivaliers (Annexe 12, Figure 12.6). Nous observons l'éclectisme des goûts. Même si le jazz est préféré par 20% du public, il y a quatre autres styles qui ne sont pas loin : chansons, variété française (15%), pop, rock (15%), musique du monde (14%), musique classique (14%).

Si nous regardons l'indicateur synthétique d'intensité du goût au jazz (Annexe 12, Figure 12.7) qui était construit à partir de la fréquentation des concerts, de la proportion du jazz dans la discothèque et de la fréquence d'écoute de jazz à la radio[83], nous constatons que la catégorie la plus nombreuse est « amateur de jazz occasionnel » qui représente 34% du public, par contre cette catégorie ne domine pas. Les taux des amateurs de jazz réguliers et des amateurs passionnés sont 30% et 24% respectivement. Les « peu amateurs de jazz » ne représentent que 12% de public.

En ce qui concerne les styles de jazz les plus écoutés (Annexe 12, Figure 12.8), nous voyons une forte présence de jazz classique (22%), suivie par le jazz traditionnel (17%), jazz manouche (16%), world jazz vocal (17%) et jazz contemporain (14%). Cette situation nous paraît bien logique. Ces cinq catégories représentent les styles de jazz les plus accessibles aux publics de

[82] LIZE Wenceslas, ROUEFF Olivier. *Étude sur les publics et les « non-publics » du jazz en Bourgogne : la Synthèse*, p. 16
[83] Ibid. p. 23

différentes classes sociales. Les styles de jazz plus « exotiques » sont moins populaires (par exemple, le be-bop avec son rythme complexe). Nous observons, quand même, l'éclectisme des goûts du public de jazz – il n'y a pas du style qui prédomine, ce qui donne un certain degré de liberté en ce qui concerne la programmation du festival.

L'autre information intéressante est le niveau de fidélité de publics des festivals (Annexe 12, Figure 12.9). Le public fidèle représente 39%, le public occasionnel fait 28% et les nouveaux visiteurs constituent 33%. Cette situation nous montre qu'il y a un grand potentiel de renouvellement et de fidélisation des publics dans les catégories « occasionnels » et « nouveaux visiteurs » qui représentent ensemble 61% de public.

Ensuite nous allons étudier les données sur les modes d'information selon la familiarité (Annexe 12, Figure 12.10). Nous voyons la domination de la catégorie « bouche-à-oreille » pour les nouveaux visiteurs (47%). Ce mode de communication est aussi important pour les festivaliers occasionnels (35%). Les auditeurs fidèles préfèrent les moyens de communication proposés par le festival (26%) et choisissent les événements « essentiellement pour des raisons esthétiques »[84] (32%). Il ne faut pas négliger l'importance des médias pour les nouveaux visiteurs (22%) et pour les auditeurs occasionnels (26%).

Finalement, il nous paraît utile d'analyser la situation avec les non-publics de festivals pour essayer d'envisager les pistes potentielles du renouvellement et l'élargissement des publics.

Tout d'abord, nous allons porter l'attention à la situation familiale du « non-public » (Annexe 12, Figure 12.11). Les auteurs d'étude affirment que la catégorie de « non-public » est plus jeune et plus féminine que le « public », ainsi que composée plutôt des personnes seules ou des couples sans enfants[85]. Si on parle de sensibilisation des enfants, nous voyons que les concerts de jazz n'attirent pas trop leur attention et il n'y a pas beaucoup d'enfants qui viennent aux concerts. C'est pourquoi il faut « déplacer le jazz » dans les endroits fréquentés par les enfants : les conservatoires, les écoles, etc. Par contre, il y a beaucoup de jeunes dans la catégorie de « non-public ». Donc, à notre avis, le bon choix de la programmation du festival ensemble avec une bonne stratégie de communication peut contribuer à la sensibilisation de cette catégorie de « non-public ».

[84] LIZE Wenceslas, ROUEFF Olivier. *Étude sur les publics et les « non-publics » du jazz en Bourgogne : la Synthèse*, p. 27
[85] Ibid. p. 29

En ce qui concerne la profession du « non-public » (Annexe 12, Figure 12.12), nous observons la domination des employés (35%). En général, la plus grande partie de « non-public » appartient aux classes populaires (70%).

L'analyse des données sur les sorties de « non-public » (Annexe 12, Figure 12.13) nous montre les membres de cette catégorie préfère plutôt les sorties en soirée (aussi vrai pour le « public »). Main les représentants de « non-public » sortent plus souvent avec les amis que ceux de « public » (47% contre 33%), ses goûts en ce qui concerne les sorties sont aussi un peu plus éclectiques que parmi le « public » : (46% des sorteurs éclectiques contre 37%). En plus de cela, parmi le « non-public », il y a un peu plus d'amateurs de musique (42% contre 38%) et un peu moins des passionnés (32% contre 34%) que parmi le « public » (Annexe 12, Figure 12.14).

Les genres les plus écoutés par la catégorie de « non-public » sont les suivants (Annexe 12, Figure 12.15) : chansons, variétés françaises (20% contre 15% pour le « public »), pop et rock (19% contre 15% pour le « public »), musique du monde ou musique traditionnelle (12% contre 14% pour le « public »), ce qui représente au total 51%. Jazz n'occupe que 8% pour le « non-public » (20% pour le « public »). Il faut noter aussi que la présence de la musique classique est moins marquée pour le « non-public » que pour le « public » (10% contre 14%). Donc, nous voyons que les représentants de « non-public » préfèrent les genres populaires si on compare avec ceux de « public ».

Finalement, en se basant sur toutes les données les auteurs d'étude ont effectué une analyse factorielle pour dégager trois types de spectateurs des festivals de jazz qui sont les suivants[86] (Annexe 12, Figure 12.16) :

- Sorteur occasionnel (39%) : la moitié écoute peu de musique ; rarement amateur de jazz ; relativement âgé (deux tiers ont plus de 45 ans) ; majorité des femmes ; moins diplômé que les autres ; un tiers appartient aux classes populaires ; privilégie les sorties sociables ; souvent se retrouve parmi le « non-public » ; un tiers fait partie des nouveaux visiteurs ; s'informe plutôt par bouche-à-oreille
- Les jeunes sorteurs (28%) : la moitié sont amateurs occasionnels et un quart sont les amateurs réguliers de jazz ; majorité des hommes ; jeune (82% ont moins de 35 ans) ; sans couple ; caractère particulièrement élitaire (très diplômé) ; préfère les sorties

[86] LIZE Wenceslas, ROUEFF Olivier. *Étude sur les publics et les « non-publics » du jazz en Bourgogne : la Synthèse*, pp. 34 - 39

nocturnes ; l'écoute musicale intense et éclectique ; privilégie les sorties sociables ; s'informe plutôt par bouche-à-oreille

- Les cultivés (33%) : particulièrement jazzophiles ; presque qu'une moitié de fidèles ; ont des préférences en jazz les plus diversifiées ; majorité des hommes (71%) ; les plus âgés (68% ont plus de 45 ans) ; plus souvent représentant des classes supérieures ; sortent beaucoup le soir ; préfèrent les sorties culturelles ; plus souvent amateurs et moins souvent passionnés de la musique que les jeunes sorteurs

Nous ne pouvons pas dire en quelle mesure les résultats pour Bourgogne sont généralisables pour toute la France. Les auteurs posent aussi cette question, mais ne trouvent pas de réponse. Il sera, néanmoins, intéressant de comparer les résultats d'étude sur le public du jazz en Bourgogne avec les résultats de notre propre étude (évidemment, plus petite) dans le cadre du Voiron Jazz Festival.

## 2.2. La médiation et la musique. La comparaison de deux festivals et ses actions de médiation et de communication.

### 2.2.1. La médiation : le regard théorique et pratique

Dans cette sous-partie nous voudrions examiner la médiation culturelle sous deux angles de vue : théorique et pratique afin de son rôle pour le festival du jazz et plus particulièrement pour l'élargissement et le renouvellement du public.

Dans notre analyse de la médiation de point de vue théorique nous allons nous appuyer sur l'ouvrage d'Antoine Hennion « La Passion musicale. Une sociologie de la médiation ».

Tout d'abord, il parle de l'objet de la musique. Selon Antoine Hennion, la musique est une forme d'expression particulière. Contrairement à la peinture, la musique n'est pas quelque chose fixé dans la matière, d'où vient le problème de la compréhension de la musique comme un objet : « L'objet de la musique n'a pas de matière propre – d'ailleurs elle en pâtit, il n'y a pas de marché de l'œuvre musicale, elle ne tient pas dans un coffre, ne s'expose pas en salle des ventes […] »[87].

Comme la musique n'appartient au monde des objets physiques, elle nécessite un intermédiaire pour être perçue. Ici Antoine Hennion parle des médiations : « Elle (la musique) n'est pas une chose, posée là. Mais des médiations, elle en montre autant qu'on veut, c'est même l'ennui, elle

[87] HENNION Antoine, *La Passion musicale. Une sociologie de la médiation.* Editions Métailié, 1993, p. 274

n'a que cela à présenter, des instruments, des salles de concert, des disques… »[88]. Donc, pour exister, pour être perçue, appréciée, critiquée la musique nécessite des médiations et des médiateurs. La musique n'existe pas si elle n'est pas jouée, plus précisément si les musiciens ne rassemblent pas et ne jouent pas des instruments. Pour notre cas, le jazz n'existe pas s'il n'est pas pratiqué. Pour le jazz il est extrêmement important d'être joué devant les publics. Depuis son apparition c'est une musique vivante qui, grâce à l'improvisation, peut être jouée et interprétée chaque fois de manière différente.

Pour parler de la musique il faut avoir un objet sur lequel on peut parler, c'est-à-dire l'objet de la musique. Donc, il faut d'abord transformer la musique en objet : l'écrire ou l'enregistrer. Selon Antoine Hennion : « L'écriture dont se sert la musicologie a été l'instrument privilégié de la transformation moderne de la musique en objet »[89]. La partition comme l'objet de la musique joue un rôle important aujourd'hui, tandis qu'à l'époque (avant XIX$^{e}$ siècle) les musiciens privilégiaient la transmission de la musique par la pratique ou oralement. C'était aussi le cas pour le jazz dû à son esprit d'improvisation : souvent les mélodies de jazz étaient reproduites à l'oreille sans écriture.

Ensuite Antoine Hennion étudie l'influence des médiations sur la perception de la musique, plus précisément : comment la musique sera perçue si on élimine les médiations…

> *La psychologie expérimentale vise ainsi explicitement à éliminer les médiations qui présentent l'un à l'autre l'auditeur et l'œuvre pour mesurer un impact mécanique direct de la musique à travers la perception de sa sémantique et de sa symbolique*[90].

Il parle de l'illusion sociologique de la perception de la musique. On peut penser qu'on aime la musique parce que c'est quelque chose de mélodique et agréable pour les oreilles, mais c'est une fausse impression. En réalité, nous étions préparés à l'entendre et à percevoir la musique, nous avons d'abord passé par la suite des médiations. La musique ne peut pas être perçue immédiatement. Avant que l'individu soit directement en contact avec la musique, il doit d'abord recevoir l'éducation conforme, qui s'obtient par l'intermédiaire des médiations successives. Par exemple, il est difficile d'interpréter et d'apprécier immédiatement la musique qui appartienne à une autre culture, que nous ne connaissons pas, sans quelconque éducation

[88] HENNION Antoine, *La Passion musicale. Une sociologie de la médiation.* Editions Métailié, 1993, p. 278
[89] Ibid. p. 279
[90] Ibid. p. 284

liée avec cette culture. La perception du jazz n'a pas de grand intérêt sans ne l'avoir jamais écouté ou pratiqué, sans les connaissances de son histoire et de ses valeurs.

Donc, dans le cadre du festival de jazz le problème de la médiation est suivant : comment encourager le public qui n'écoute pas le jazz de venir au festival. Le défi pour le festival de jazz, en ce qui concerne le renouvellement et l'élargissement du public, est comment former et sensibiliser les publics. Les simples moyens de communication (affiches, flyers, etc.) ne sont pas suffisants, il faut aussi mobiliser les différentes actions de médiation (concerts scolaires, stages, etc.), il faut créer des médiations.

L'objet de la musique est étudié par plusieurs disciplines telles que la psychologie, la sémiologie et l'anthropologie. Hennion touche le sujet d'analyse d'objet de la musique par la sémiologie musicale et son « hostilité » envers la médiation. Il parle de la « tripartition » ou d'un « triple mode d'existence de la musique : comme objet arbitrairement isolé, comme objet produit et comme objet perçu »[91]. Selon Hennion, la sémiologie analyse l'œuvre musicale du point de vue « neutre » en ignorant « l'analyse d'une production et d'une réception active »[92]. Pour lui : « Parler de médiation, c'est refuser cette neutralité des objets par lesquels nous passons »[93].

D'après Hennion la musique existe dans les trois états différents :

- État de performance, quand la musique est jouée au concert
- État d'objet, c'est-à-dire musique enregistrée : partition, CD, etc.
- État de pratique sociale, quand la musique est pratiquée par les individus, par exemple, par les amateurs qui jouent le jazz

Mais, quand on parle de la musique, ces trois états sont indissociables l'un de l'autre. Si la musique n'existe que dans l'état d'objet (par exemple, la partition) et que personne ne la joue, il sera difficile de l'apprécier et de la reconnaître. Au contraire, s'il y a uniquement une pratique de la musique sans son enregistrement, elle sera perdue ou oubliée.

Ces trois états de la musique – c'est la triple médiation selon Hennion. Une continuité entre ces trois états est très importante. La musique circule entre eux en permanence :

> *Entre ces deux pôles, de la musique comme instrument qui fait le groupe et de la musique en boîte, il n'y a pas la discontinuité que suggèrent les mots, entre une forme vivante et une forme morte ; il y a eu toutes les étapes de la mise en objet de la musique :*

[91] HENNION Antoine, *La Passion musicale. Une sociologie de la médiation.* Editions Métailié, 1993, p. 285
[92] Ibid.
[93] Ibid. p. 286

*la codification d'un langage, la notation, la tonalité, l'érection de la scène entre les musiciens et le public, la normalisation d'un métier*[94] *[…]*

La musique circule entre une forme vivante (la performance) et une forme « morte » (objet, partition). Il n'y a pas de la transition immédiate d'un état à l'autre. Ce processus se passe progressivement par les états intermédiaires décrits par Hennion. Par exemple, pour que la musique de jazz soit pratiquée aujourd'hui il fallait d'abord la composer, enregistrer et jouer. Pour que la musique devienne une pratique sociale, il faut que quelqu'un la reproduit. Même si elle existe dans l'état d'objet, mais personne ne la joue devant le public, la transition à l'état d'une pratique sociale sera problématique, voire impossible – c'est la musique « morte ». Il faut passer à la musique comme une pratique sociale par la musique-performance.

Hennion parle de la musique comme de la « théorie de médiations »[95]. Mais il ne parle pas au sens intellectuel du terme « théorie ». Une théorie pour Antoine Hennion signifie la succession, l'enchaînement. Cette signification provient de Grèce antique : le mot « theoria » signifie la procession. Donc, comme la théorie des médiations, la musique est un enchaînement, la procession des médiations. Dans le cadre de notre sujet, pour renouveler le public, le festival de jazz doit créer un espace favorable pour la circulation de différentes médiations. Il doit d'abord les créer et ensuite mettre en relation pour qu'elles interagissent ensemble (par exemple l'organisation des concerts scolaires, leur enregistrement et la mise à disposition sur une chaîne YouTube combinés avec la distribution des partitions pendant ces concerts).

Pour continuer le sujet de la musique comme la succession des médiations Antoine Hennion parle de l'importance des institutions : « L'institution devient à la fois le centre et la cible favorite du milieu artistique, elle recouvre de son étroit maillage l'ensemble du tissu musical »[96]. L'importance des institutions s'accentue quand la musique passe dans l'état d'objet : « Dès que la musique essaie de décaler son rapport au public en intercalant des objets, elle doit multiplier les lieux et dispositifs capables de certifier sa présence invisible »[97]. Cela veut dire que la musique en état d'objet est décalée par rapport au public. Elle n'est plus en lien avec le public, c'est une musique morte. Pour qu'elle redevienne vivante (pour qu'elle passe dans l'état de performance ou de pratique sociale), il faut mobiliser les institutions (conservatoires, festivals, etc.). Grâce aux technologies numériques, aujourd'hui il y a beaucoup de la musique

[94] HENNION Antoine, *La Passion musicale. Une sociologie de la médiation.* Editions Métailié, 1993, p. 292
[95] Ibid. p. 285
[96] Ibid. p. 294
[97] Ibid. p. 294

morte (YouTube, CD, services de streaming, etc.), mais, malgré cette abondance, le rôle des institutions n'a pas diminué. La musique ne peut pas être produite et présentée aux publics sans les institutions. Les musiciens doivent coopérer avec les institutions pour que ses œuvres soient perçues. La musique n'existe pas pour l'auditeur sans passer par les différents états décrits ci-dessus. Dans ce contexte nous voyons l'importance des festivals de jazz comme des lieux des rencontres humaines et de performance. Au sein des festivals la musique redevienne vivante.

Selon Hennion « Quelqu'un ou quelque chose qui doit le faire vibrer de l'air, chaque fois. Un disque, un instrument, sinon pas de Bach. Il n'y a pas de musée de la musique, pas d'exposition, il faut chaque fois tout re-présenter »[98]. La musique est une forme d'expression qu'il faut reconstituer en permanence (contrairement à la peinture, par exemple).

Il faut :

> *[…] non seulement corriger des erreurs historiques, mais apprendre un répertoire, définir un style, fabriquer des instruments, former une génération de musiciens qui soient à nouveau familiers avec des diapasons, des tempos, des phrasés […]* [99]

La musique n'est pas quelque chose de fixé dans le temps. Selon Hennion « Il n'y a jamais de musique, il n'y a que les montreurs de musique »[100]. Pour conclure, il dit que « La musique est faite sur mesure pour une théorie de la médiation »[101]. Cette phrase signifie que la musique est un excellent exemple pour comprendre ce qu'est c'est la médiation. La médiation n'est pas un simple processus de communication ou de transmission d'un message prédéfini. Le message dans le cadre de médiation est en permanence redéfini (la musique doit être reconstituée, réinterprétée tout le temps). La même musique jouée par les différents musiciens ou à l'époque différente ne peut pas être exactement la même, en plus, elle ne peut pas être perçue de la même manière.

Ensuite Hennion parle des façons de mettre la musique en objet : « Musique vivante, musique écrite, musique médiatisée. Trois façons de mettre la musique en objet – et de produire en face d'elle un auditeur à qui elle demande chaque fois d'autres compétences »[102]. Pour interpréter les différents genres de la musique, selon Hennion, il faut comprendre comment ces trois façons d'objectiver la musique interagissent, observer comment la musique et son public changent en

[98] HENNION Antoine, *La Passion musicale. Une sociologie de la médiation.* Editions Métailié, 1993, p. 296
[99] Ibid. p. 296
[100] Ibid.
[101] Ibid.
[102] Ibid. p. 298

fonction de ces trois modes d'objectivation. Chaque genre musical privilège sa façon de mettre la musique en objet. Hennion donne un exemple :

> *Musiques ethniques dansantes de leur instrument, musiques classiques réfugiées dans les partitions, musiques populaires modernes disséminées dans la multitude de leurs supports médiatisés*[103].

Chaque genre de la musique privilège un support ou une combinaison des supports différents de quoi dépend l'interprétation de ces genres par les publics : « le classique privilège la partition, les musiciens ethniques l'instrument, le rock les médias et le disque »[104].

Pour le jazz le support privilégié est le concert. Jazz est une musique vivante qui doit être jouée. Mais ce n'est pas seulement la question du jeu, c'est la question d'interaction du musicien de jazz avec son instrument, c'est aussi le jeu du corps, « la continuité entre la performance humaine et ses instruments »[105], c'est aussi l'improvisation qui est au cœur du jazz depuis sa naissance. Le concert du jazz n'est pas du tout la même chose que l'écoute de disque, d'où vient l'importance des festivals spécialisés jazz pour l'existence de ce style.

En même temps, l'enregistrement sur le disque a permis de conserver l'histoire du jazz ce qui est aussi important : « Le disque a écrit au jazz sa bibliothèque, son histoire vivante est le produit de l'enregistrement mécanique »[106]. Donc, nous voyons qu'il n'y a pas d'une seule façon parfaite d'objectivation de la musique, chaque genre choisit sa propre combinaison.

Nous voudrions conclure par la citation d'Antoine Hennion :

> *La musique-pour-le-public, ou la musique-pour-la-musique ; le face-à-face ou la mise en objet ; le marché ou l'institution. Chacune de ces formes opposées emprunte à l'autre. L'accès direct avec un artiste idolâtré s'obtient en passant par tous les chemins balisés de la musique : langages, codes, instruments, médias, apprentissages*[107].

Antoine Hennion étudie la médiation de l'angle théorique. Il essaie de répondre à la question comment la musique existe dans les trois formes : musique objet, musique performance, musique pratique sociale. Tandis que pour les professionnels la médiation a une autre signification. Pour eux c'est quelque chose de plus concret, plus défini, c'est une action :

---

[103] HENNION Antoine, *La Passion musicale. Une sociologie de la médiation.* Editions Métailié, 1993, p. 298
[104] Ibid. p. 299
[105] Ibid. p. 312
[106] Ibid. p. 314
[107] Ibid. p. 315

rencontre avec les musiciens, des concerts scolaires, des stages, des manifestations aux hôpitaux etc. Les professionnels posent plutôt une question « comment et pour quelle raison organiser telle ou telle action », mais Antoine Hennion pose la question « pourquoi ça fonctionne ». Par exemple, pourquoi les concerts scolaires contribuent au renouvellement du public de festival ? Parce qu'au début le jazz est une musique morte pour les élèves, mais, si le jazz est joué devant eux, ils s'habituent et reçoivent cette éducation. Quand ces élèves viennent aux concerts ils comprennent cette musique, donc « la musique comme la performance » fonctionne bien. Les élèves sont arrivés à cet état par une série des méditations. Le professionnel ne construit pas une chaîne pareille dans sa tête quand il planifie le concert scolaire. Pour lui c'est une action, une technique qui doit avoir certains résultats à la fin.

Voici une définition de la médiation culturelle de point de vue professionnel :

> *On appelle « médiation culturelle » un ensemble d'actions visant, par le biais d'un intermédiaire – le médiateur, qui peut être un professionnel, mais aussi un artiste, un animateur ou un proche –, à mettre en relation un individu ou un groupe avec une proposition culturelle ou artistique (œuvre d'art singulière, exposition, concert, spectacle, etc.), afin de favoriser son appréhension, sa connaissance et son appréciation*[108].

Et encore une qui vient du monde de droit :

> *La médiation se définit comme l'action de mettre en relation, par un tiers appelé « médiateur », deux personnes physiques ou morales, appelées « médiées », sur la base de règles et de moyens librement acceptés par elles, en vue soit de la prévention d'un différend ou de sa résolution, soit de l'établissement ou du rétablissement d'une relation sociale*[109].

Dans ce contexte il nous paraît utile de donner quelques citations d'un professionnel qui parle de la médiation culturelle :

> *La particularité de mon travail de médiation, c'est de sensibiliser à l'art, donner le goût, apprendre à regarder, à observer, à analyser ce qui nous entoure. C'est de « nourrir » les personnes*[110].
>
> *Pour conclure, je dirais que l'ingrédient majeur de la médiation artistique et culturelle est l'accompagnement : celui des participants, des professionnels, mais également des institutions*[111].

[108] ABOUDRAR Bruno Nassim, MAIRESSE François, « *La médiation culturelle* », p. 3
[109] BRIANT Vincent, PALAU Yves, *La médiation. Définition, pratiques et perspectives*, p. 11
[110] GALLET Myriam, *« Une médiation artistique et culturelle. Le lien entre deux mondes »*, p. 111
[111] Ibid. p. 114

Comme nous voyons, Antoine Hennion réfléchis plus profondément. L'écoute de la musique pour Hennion et pour un professionnel signifie deux choses différentes, mais ces significations ne sont pas contradictoires : ce sont les deux faces d'une même médaille – la médiation.

Pour continuer, il nous paraît intéressant de nous adresser à une approche exprimée par Jean Caune et comparer son approche à la médiation avec celui d'Antoine Hennion.

Jean Caune étudie la notion de médiation dans son article « La médiation culturelle : une construction du lien social ». Il parle de trois approches que recouvre la médiation et qui « bien souvent, se superposent pour finir par se confondre »[112] :

- L'approche sociopolitique. La médiation joue une fonction idéologique. Dans ce cas elle sert à des institutions politiques, culturelles, pour « maintenir le contact avec ses administrés et imposer des représentations et des relations sociales »[113].
- L'approche théorique. Dans cette approche la médiation est un « phénomène qui permet de comprendre la diffusion de formes langagières ou symboliques, dans l'espace et le temps, pour produire une signification partagée dans une communauté »[114]. C'est une approche qu'Antoine Hennion utilise aussi pour comprendre comment la musique existe dans ses trois formes : objet, performance et pratique sociale.
- La médiation comme ensemble des pratiques sociales au sein des différentes institutions qui « visent à construire un espace déterminé et légitimé par les relations qui s'y manifestent »[115]. Dans ce cas, l'institution n'est pas seulement un lieu de transmission des messages ou des savoirs, mais aussi un espace des relations interpersonnelles.

Dans son article Jean Caune décrit le rôle de médiation dans notre société. Il parle de trois domaines (pratiques sociales) constitutifs de l'homme moderne : le travail, l'action politique et la création artistique. Selon Jean Caune les valeurs de ces trois domaines se sont transformées à cause d'introduction de technologies de l'information et des télécommunications. Les frontières entre ces domaines (entre le travail et le loisir, entre l'utilité et la beauté, entre les activités privées et publiques) se sont déplacées et il devient de plus en plus difficile à l'individu de « trouver les voies et les expressions de son épanouissement, de sa relation à l'autre, de son inscription dans une communauté »[116]. La médiation, selon Jean Caune, doit servir comme le

[112] CAUNE Jean, *« La médiation culturelle : une construction du lien social »*, p. 2
[113] Ibid. p. 2
[114] Ibid.
[115] Ibid.
[116] Ibid. p. 3

pont entre ces trois pratiques sociales : « la fonction de la culture étant de construire des médiations entre l'individu et le groupe sur la base de cette séparation d'activités »[117]. Il voit la culture comme « une série de médiations complexes et enchevêtrées entre l'individu et le groupe, l'imaginaire et le symbolique, le sujet et le monde »[118]. Cette compréhension se chevauche avec celle d'Antoine Hennion qui envisage la musique comme une série des médiations. Jean Caune généralise cette approche à toute la culture.

Ensuite il introduit les trois métaphores : le contact, le lien et la brèche qui « indiquent comment les subjectivités nouent des relations par la médiation des objets et des processus culturels »[119]. Selon J. Caune, le contact sert à attirer l'attention sensible, le lien sert à établir les relations entre l'objet et l'individu, la brèche vise à briser les mécanismes habituels de la perception et de signification. À notre avis c'est ça le rôle de médiation : favoriser le contact, établir le lien et faire la brèche dans la perception. Si on parle du festival de jazz, le rôle de médiation dans l'élargissement et le renouvellement du public est d'abord d'attirer l'attention des individus qui n'écoutaient la musique jazz auparavant (en effet, c'est aussi le rôle de communication), ensuite établir le lien avec eux et rompre leur perception habituelle du jazz (du genre « je n'écoute pas le jazz parce que c'est la musique compliquée ou archaïque »).

L'autre point de croisement entre la vision de Jean Caune et d'Antoine Hennion ce qu'ils ne considèrent pas la médiation comme la transmission du contenu (du message pour Antoine Hennion) prédéfini, mais comme « production du sens en fonction de la matérialité du support, de l'espace et des circonstances de réception »[120].

Jean Caune, comme Antoine Hennion, parle de la perception d'un œuvre culturel en fonction de l'expérience esthétique. Il oppose la notion « d'écart esthétique » [121] à la perception immédiate.

À notre avis, et dans notre contexte, cela veut dire que la perception de la musique de jazz n'est pas quelque chose de constant et immédiat, elle varie en fonction d'expérience esthétique de l'individu et des différentes conditions externes. Le même concert d'un même musicien peut être perçu différemment au sein des différents festivals. En outre, la perception c'est le travail

[117] CAUNE Jean, *« La médiation culturelle : une construction du lien social »*, p. 3
[118] Ibid. p. 6
[119] Ibid. p. 8
[120] CAUNE Jean, *« La médiation culturelle : une construction du lien social »*, p. 9
[121] Ibid.

cognitif qui demande des efforts, qui demande la mobilisation des expériences précédentes. Et c'est le rôle de la médiation de former cette expérience esthétique.

Marie-Christine Bordeaux parle aussi de la dimension esthétique qui intervient dans les situations de médiation et qui distingue la médiation « d'autres formes de communication culturelle fondées sur la diffusion d'informations ou la mise à disposition de connaissances […] »[122]. À notre avis, pour le festival de jazz c'est la médiation et pas la communication qui doit être en tête dans le processus de renouvellement des publics. C'est le rôle de médiation de créer les nouvelles formes (ou de choisir les formes existantes) de communication (par exemple, spectacles scolaires sur l'histoire du jazz, stages, blogs, chaîne YouTube, newsletters, etc.) qui vont contribuer à la sensibilisation des publics. La médiation doit construire l'espace d'échange, de la production du sens commun, de la formation d'expérience esthétique. La communication, à son tour, est un élément important, voire indispensable, de cet espace.

Pour finaliser notre étude de la médiation, nous voudrions aborder les sujets plus pratiques, à savoir : les stratégies et les actions de médiation culturelle.

Bruno Nassim Aboudrar et François Mairesse définissent quatre modalités de rapports de médiation au monde : « c'est à partir d'elles que les actions de médiation sont conçues et développées »[123].

Ces modalités sont les suivants :

- Le rapport à la connaissance. Dans ce cas les actions de médiation servent pour la transmission des connaissances ou de l'information.
- Le rapport aux sens. Cette stratégie sous-entend souvent la présence et le travail de médiateur qui mobilise ses compétences oratoires ainsi que la communication non verbale pour aider dans la perception d'un œuvre culturel. C'est là où se passe la formation d'expérience esthétique, la construction du sens, le travail cognitif et sensoriel.
- Le rapport à l'autre. Ce rapport de médiation au monde englobe les actions qui visent à établir et maintenir le lien social ente le lieu de la culture et des populations qui ont des difficultés d'accès à la culture. Le médiateur dans ce cas « cherche d'abord à solliciter

[122] BORDEAUX Marie-Christine, *« La médiation culturelle en France, conditions d'émergence, enjeux politiques et théoriques »*, p. 54
[123] ABOUDRAR Bruno Nassim, MAIRESSE François, « *La médiation culturelle »*, pp. 21 - 47

l'échange à l'intérieur du groupe, à créer des liens entre chacun et à instaurer une relation globale entre l'objet […] et les différents individus venus dans le cadre de sa médiation »[124].

- Le rapport à l'argent. Chaque action de médiation a son coût, en même temps, que chaque lieu ou l'événement culturel a son budget de fonctionnement et ses enjeux économiques. Tout cela influence les actions de médiation en ce qui concerne son contenu et la durée.

L'utilisation de ces rapports par les stratégies de communication dépend des enjeux vis-à-vis des publics. Mais, à notre avis, pour que la stratégie soi efficace il faut combiner les actions de médiation de différentes catégories en cherchant le compromis entre le coût, le risque d'échec, le temps nécessaire pour l'obtention des résultats, etc.

Ensuite Bruno Nassim Aboudrar et François Mairesse parlent des types des actions de médiation. Ils décrivent trois pôles de médiation[125] :

- Médiations orales. Ce sont les médiations qui se basent sur la prise de parole par le médiateur. Les auteurs soulignent qu'il s'agit non seulement du cas simple, quand le public écoute le médiateur en silence, mais aussi des cas plus interactifs quand le public participe aussi dans le processus de médiation.
  Cette catégorie contient trois sous-catégories :
  - Médiation comme le discours : le médiateur prépare lui-même son discours
  - Médiation comme performance : la médiation est considérée comme un art dont le médiateur est un acteur
  - Médiation comme adaptation et improvisation : le médiateur s'adapte aux différentes situations lors d'une interaction avec le public
- Médiations techniques. Cette catégorie des médiations repose sur l'utilisation des différents supports d'information : physiques (papier) ou numériques. Les auteurs mentionnent deux sous-catégories de médiations techniques :
  - Médiation écrite : livre, brochure, plaquette du festival, etc.
  - Médiation enregistrée et électronique : la voix de l'audioguide enregistré, le panneau interactif qui transmet le vidéo, etc.

[124] ABOUDRAR Bruno Nassim, MAIRESSE François, « *La médiation culturelle* », pp. 21 - 47
[125] Ibid.

Cette catégorie sous-entend la frontière mince entre une simple communication et une médiation. Les auteurs se posent une question dans quel cas, par exemple, la diffusion des photos sur Facebook est une simple communication et dans quel cas c'est une médiation.

- Ateliers et projets culturels. Les actions de médiation de cette catégorie mobilisent la pédagogie et la formation ce qui suppose la répétition des gestes par les participants. La différence entre l'atelier et le projet se situe dans la durée de l'événement : la séance d'atelier peut durer quelques heures, en même temps que le projet peut durer quelques semaines ou mois.

Suite à notre étude de la notion de médiation dans les plans théorique et pratique, nous voyons son rôle primordial en ce qui concerne l'élargissement et le renouvellement des publics du festival de jazz. La médiation doit servir comme le pont entre les publics et le monde du jazz. En traversant ce pont, l'individu passe par la série des médiations qui contribuent dans l'élaboration de son expérience esthétique qui permet au final de mieux comprendre et apprécier le jazz avec ses styles multiples.

Nous allons voir dans une sous-partie suivante dans quelle mesure le Voiron Jazz Festival et le festival Détours de Babel utilisent les actions de communication et de médiation décrites ci-dessus.

## 2.2.2. La comparaison du Voiron Jazz Festival avec le festival Détours de Babel dans le cadre de ses actions de médiation et de communication destinées à élargir et à renouveler les publics

Dans cette sous-partie nous voudrions comparer les deux festivals isérois : Voiron Jazz Festival et le festival Détours de Babel. Ces deux événements de différent taille, durée, budget, thématique, sont très proches grâce à la volonté d'élargir, de fidéliser et de renouveler ses publics. Nous supposons que malgré toutes les différences dans la structure et l'organisation des deux festivals ils ont des points communs en ce qui concerne le travail avec ses publics.

**La description, le positionnement et les objectifs de deux festivals**

Nous avons déjà présenté le Voiron Jazz Festival dans la première partie de ce mémoire, donc, il nous paraît nécessaire de présenter brièvement le festival Détours de Babel.

Ce festival existe depuis l'année 2011. Il est organisé par le CIMN (Centre International des Musiques Nomades). Cette structure est le résultat de la fusion de Grenoble Jazz Festival et du festival 38e Rugissants. L'objectif principal de CIMN est de « faire se rencontrer et dialoguer les écritures musicales contemporaines et les grandes traditions orales du jazz et des musiques du monde »[126]. Donc, le CIMN ne se concentre pas uniquement sur le jazz, qui occupe, toutefois, la grande partie de son attention. L'entretien avec Jacques Panisset, le Conseiller pour le festival Détours de Babel et l'ancien Directeur de Grenoble Jazz Festival (Annexe 11), montre que le but de Détours de Babel est de supporter le jazz européen, tout en conservant l'orientation au multiculturalisme.

Selon Marie-Lys Courel de Direction de la vie culturelle de la Ville de Voiron (Annexe 10), une chose qui diffère deux festivals c'est leur esthétique : l'esthétique de Détours de Babel est « la recherche, le tour du monde ». L'objectif du festival Détours de Babel est de proposer aux publics la musique originale, qui n'est pas diffusée à la radio et qui souvent ne trouve pas sa place ailleurs (entretien avec Joséphine Grollemund, Annexe 11). L'objectif du festival vis-à-vis du territoire est d'attirer les publics différents, de déplacer la musique dans les communes qui n'ont pas l'habitude d'accueillir les concerts.

En outre, le festival Détours de Babel n'est pas un seul événement organisé par le CIMN. L'activité du Centre tourne chaque année autour d'une thématique dominante qui « entre en résonnance avec des questions de société »[127]. Le CIMN organise les commandes de création, production et diffusion des spectacles, les événements urbains, les actions d'éducation artistiques[128], etc. Le festival est la culmination de cette activité. Donc, CIMN est une organisation qui fonctionne sur la base permanente et qui a une structure traditionnelle avec le président, les services d'administration, de communication, etc.

En complément, nous voudrions donner quelques chiffres concernant les publics du festival Les Détours de Babel[129] :

- 74% de publics du festival habitent sur le territoire de Grenoble Métropole (40% à Grenoble)
- 66% de spectateurs sont actifs (ont l'emploi ou sont à la recherche d'emploi), 26% sont les retraités, 8% sont les élèves ou les étudiants

[126] http://detoursdebabel.fr/Le-CIMN
[127] CIMN, Rapport d'activités 2015 (n'est pas en libre accès)
[128] http://detoursdebabel.fr/Le-CIMN
[129] CIMN, Rapport d'activités 2016 (n'est pas en libre accès)

- 36% sont venus au festival pour la première fois, 17% sont les spectateurs fidèles (plus que 4 participations)
- Le bouche-à-oreille ainsi que les outils de communication imprimés sont les moyens de communication les plus utilisés par les spectateurs
- 37% des festivaliers viennent en couple, 37% avec les amis
- 96% du public est satisfait du festival, 76% des spectateurs ont l'intention de revenir pour la prochaine édition

Voiron Jazz Festival n'a pas la même structure que Les Détours de Babel. C'est plutôt un événement ponctuel, il n'a pas d'organisation rigide et constante. Bien évidemment, il y a le travail de planification et de programmation entre les deux éditions du festival, mais la plupart de gens qui participent dans l'organisation se réunissent spécifiquement pour la nouvelle édition et n'exercent pas d'autres activités liées au festival après sa fin.

La particularité de Voiron Jazz Festival est sa couverture territoriale. Il couvre 24 communes du Pays Voironnais. En effet, c'est l'un des buts principaux de ce festival. Ce n'est pas le festival « de Voiron » dans le sens direct, c'est plutôt le festival pour tout le Pays Voironnais. Suite à l'entretien avec Marie-Lys Courel (Annexe 10), l'enjeu principal de Voiron Jazz Festival vis-à-vis du territoire est de contribuer dans son développement, « poser la question de la participation du public » et faciliter l'accès à la culture pour tous les habitants. C'est l'avantage et l'inconvénient en même temps, parce que cela demande aussi une forte volonté des communes qui accueillent le festival. Certaines communes sont plus intéressées que d'autres. Si la commune est intéressée, il est plus facile de construire la communication et encourager le public de venir aux concerts, sinon il devient difficile de faire marcher le bouche-à-oreille. Le travail avec les communes est un vrai défi pour les organisateurs du Voiron Jazz Festival.

Le choix esthétique de Voiron Jazz Festival s'organise autour du jazz dans toutes ses formes d'expression. Selon l'entretien avec Anne Mahey, la Coordinatrice du Voiron Jazz Festival (Annexe 9), le but était de proposer au public un très grand choix de musique jazz de bonne qualité et amener le public qui n'est pas familier avec le jazz à faire découvrir le jazz innovant. La programmation de ce festival mélange les styles du jazz classique et plus populaire avec des styles plus exotiques. D'après Anne Mahey (Annexe 9), quand elle fait la programmation elle s'appuie sur le jazz classique pour amener le public vers le jazz innovant. Elle souligne l'importance de la présence des musiciens qui font leurs propres créations et la recherche.

Selon Anne Mahey (Annexe 9) Voiron Jazz Festival essaie de viser le public large (y compris familiale), mais surtout les jeunes (adolescents et les jeunes adultes) « pour bouger le jazz en profondeur ».

En ce qui concerne les budgets de festivals, nous pouvons supposer que celui de Voiron Jazz Festival est beaucoup plus modeste que le budget de Détours de Babel. La répartition des dépenses nous montre que les coûts artistiques occupent la plus grande partie pour les deux festivals (Tableau 2.1). Le deuxième objet des dépenses est le fonctionnement, suivi par la communication.

| | Voiron Jazz Festival (2017) | Détours de Babel (2016) |
|---|---|---|
| **Coûts artistiques** | **46%** | **60%** |
| **Fonctionnement** | **31%** | **17%** |
| **Communication** | **18%** | **13%** |
| **Autres dépenses** | **5%** | **10%** |

Tableau 2.1. La répartition des dépenses des festivals[130] [131]

Le financement de VJF est majoritairement public. Il reçoit les subventions de la région Auvergne Rhône-Alpes, du DRAC Auvergne Rhône-Alpes, du Département d'Isère, de la Ville de Voiron, du programme européen LEADER ainsi que les subventions de SPRD (Sociétés de Perception et Répartition des Droits), notamment SACEM. L'autre source des recettes de Voiron Jazz Festival est la billetterie.

La grande partie des recettes de Détours de Babel constituent aussi les subventions (la région Auvergne Rhône-Alpes, le DRAC Auvergne Rhône-Alpes, le Département d'Isère, la Ville de Grenoble, Grenoble Alpes Métropole). À tout cela s'ajoute la billetterie, les SPRD, les coproductions et le mécénat. Donc, nous voyons que les recettes de Détours de Babel sont plus diversifiées que celles de Voiron Jazz Festival.

Le Voiron Jazz Festival possède déjà un réseau des partenaires de différentes catégories[132] : les partenaires institutionnels déjà mentionnés ci-dessus, les partenaires Voironnais (le Grande Angle, la Médiathèque Philippe-Vial, le Jazz Club, les cafés et les restaurants), les communes du Pays Voironnais avec ses élus, etc. D'après l'entretien avec Anne Mahey (Annexe 9), le but est d'expliquer aux partenaires comment communiquer et diffuser l'information sur le festival et, donc, mobiliser les réseaux humains qui possède chaque partenaire pour élargir des publics.

[130] Documents internes de Voiron Jazz Festival
[131] CIMN, Rapport d'activités 2016 (n'est pas en libre accès)
[132] http://www.voiron-jazz.com/Partenaires

Pour cela Voiron Jazz Festival utilise la plateforme APIDAE qui automatise la distribution d'information auprès des médias et des offices de tourisme, etc. Donc, nous voyons que le travail avec les partenaires joue un rôle important dans l'élargissement des publics du festival.

Le festival Détours de Babel possède le réseau des partenaires beaucoup plus riche que le VJF. En 2016, ce réseau comptait 182 partenaires (institutionnels, régionaux, nationaux et internationaux[133]). Selon le rapport d'activités CIMN, la collaboration avec des partenaires permet au CIMN d'être présent dans les différents lieux culturels : musées, bibliothèques, hôpitaux, etc. Un point intéressant est le renouvellement des partenaires grâce à la thématique annuelle sur laquelle se base l'activité de CIMN. Chaque nouvelle thématique permet d'attirer les nouveaux partenaires. Selon l'entretien avec Joséphine Grollemund, qui s'occupe d'administration et des actions culturelles du festival Détours de Babel (Annexe 11), le rôle des partenaires dans l'élargissement et le renouvellement des publics est similaire à Voiron Jazz Festival, à savoir : mobiliser les réseaux humains de partenaires et augmenter la visibilité du festival pour la population.

L'autre élément important d'organisation du Voiron Jazz Festival est le travail avec les bénévoles. Pour le festival avec un budget limité la présence des bénévoles est très important. L'appui sur les bénévoles permet de réduire les coûts de fonctionnement du festival, en gardant son aspect social. Le rôle des bénévoles est plus profond qu'une simple réduction des coûts. C'est aussi la création du lien social. Pour les festivals comme VJF les bénévoles contribuent largement dans la création d'un espace de médiation qui facilite les échanges autour du jazz. Dans la plupart des cas les bénévoles sont les personnes intéressées, passionnées et ouvertes. En participant dans l'organisation du festival, ils obtiennent une formation esthétique nécessaire pour apprécier le jazz et partager cet esprit avec leur entourage. Donc, la contribution des bénévoles dans l'élargissement et le renouvellement des publics est considérable.

À son tour, le festival Détours de Babel collabore aussi avec des bénévoles. Selon Joséphine Grollemund (Annexe 11), l'équipe des bénévoles contient 40 - 50 personnes. Le rôle des bénévoles pour le renouvellement et élargissement des publics est le même que pour VJF.

Finalement, il est important d'étudier la politique tarifaire de deux festivals.

L'accessibilité aux différentes catégories des publics est l'une des conditions essentielles de fonctionnement du Voiron Jazz Festival. Les événements payants et gratuits cohabitent au sein

[133] CIMN, Rapport d'activités 2016 (n'est pas en libre accès)

du festival avec la prédominance des événements gratuits. Pour les concerts payants les prix sont abordables et restent autour de 5-12 euros. Les concerts les plus chers sont évidemment de « têtes d'affiche » qui peuvent coûter jusqu'au 40 euros. La politique tarifaire contribue dans l'élargissement et le renouvellement des publics dans la mesure qu'elle puisse accélérer ou freiner ces processus. S'il y a beaucoup d'événements payants, cela va contribuer à l'élitisation du festival, mais s'il y a trop des événements gratuits, cela peut non seulement dévaloriser les manifestations du festival, mais aussi poser des problèmes économiques (puisque la billetterie est une source des recettes). Donc il faut maintenir cet équilibre en fonction des objectifs. À notre avis, le Voiron Jazz Festival a trouvé un bon compromis entre les événements gratuits et payants en restant accessible à toutes les catégories des publics ce qui s'inscrit parfaitement dans ses objectifs.

La politique tarifaire du festival de Détours de Babel est plus diversifiée que la politique de Voiron Jazz. Selon le rapport d'activité CIMN[134] ainsi que l'entretien avec Joséphine Grollemund (Annexe 11) il y a quatre types des tarifs proposés :

- Tarif gratuit
- Tarif payant : volontairement bas (prix moyen 9.5 euros)
- Tarif libre : le spectateur paie une somme libre pour l'événement. Selon Joséphine Grollemund (Annexe 11) ce tarif a un grand susses chez le public et attire les centaines de nouveaux visiteurs.
- Tarif solidaire : une personne qui achète son billet achète aussi un billet pour quelqu'un qui ne peut pas se permettre d'aller au concert. Ce tarif n'est pas proposé chaque année.

Nous voyons que grâce à son budget plus élevé, le festival Détours de Babel peut utiliser la politique tarifaire plus diversifiée. À notre avis pour le cas de deux festivals la politique tarifaire est bien adaptée aux différents publics et permet d'attirer les nouveaux visiteurs.

**Les actions de médiation des festivals**

Ensuite nous voudrions étudier les actions de médiation dans le cadre de chaque festival. Le Voiron Jazz Festival organise les actions de médiation suivantes :

- Concerts scolaires
- Jazz Parade
- Les concerts à l'hôpital

[134] CIMN, Rapport d'activités 2016 (n'est pas en libre accès)

- Une animation à l'EHPAD de Coublevie et au logis de Grand Champ (un foyer pour les personnes en difficulté)
- Les concerts dans les fermes

D'après l'entretien avec Anne Mahey (Annexe 9), le but de ces actions de médiation est d'amener la musique dans un lieu où on peut sensibiliser les gens.

Voiron Jazz Festival porte beaucoup d'attention aux actions éducatives. Il y a deux catégories des actions éducatives organisées dans le cadre du festival : les actions scolaires et les actions pour les amateurs. Les deux ont une grande importance et un grand succès chez les publics.

Les concerts scolaires permettent de sensibiliser les enfants. Ces actions de médiation donnent la formation esthétique sur laquelle nous avons arrêté dans une partie précédente. Ils permettent le passage de la musique de l'état objet à l'état de performance – le jazz devient vivant, plus compréhensible et plus accessible pour les élèves. C'est le travail pour le futur – l'éducation de nouveau public. Ce type de médiation mobilise les trois métaphores de Jean Caune étudiés dans la section 2.2.1 : elle attire l'attention, crée le lien avec les élèves et fait la brèche dans sa perception habituelle du jazz. Selon Anne Mahey (Annexe 9), le potentiel renouvellement des publics peut se passer par les parents d'élèves qui assistent de fois aux concerts scolaires.

Les stages pour les musiciens amateurs contribuent également au renouvellement du public. Dans ce cas ils favorisent le passage de la musique d'un état d'objet à l'état de pratique sociale. Les amateurs qui écoutent et pratiquent le jazz souvent ont ses propres publics. D'après l'entretien avec Anne Mahey (Annexe 9), si les amateurs utilisent les connaissances obtenues pendant les stages et jouent la musique jazz devant ses publics ils les encouragent de venir découvrir le Voiron Jazz Festival.

Donc, nous voyons que les actions éducatives de VJF ne sont pas destinées à la transmission simple des connaissances dans le sens de communication. Ce sont les médiations qui créent l'espace d'échange autour de la musique de jazz.

Du même principe, le festival Détours de Babel porte aussi une grande attention aux actions scolaires et éducatives (concerts dans les écoles, conférences, colloques, etc.). La question du renouvellement des publics est aussi au « centre des préoccupations » (entretien avec Jacques Panisset, Annexe 11) pour les organisateurs du festival. Pour Jacques Panisset le festival lui-même a un rôle éducatif et favorise la découverte des musiques inconnues.

Nous voudrions citer Jacques Panisset (Annexe 11) :

> *Programmer un projet artistique quelque part c'est à la fois l'objet artistique lui-même dans son territoire et en même temps avec toutes les implications sur la relation entre le spectateur potentiel qu'il peut y avoir. Il faut retrouver le bon endroit, le bon moment, le bon projet, le bon tarif et la proposition la plus pertinente. Sachant qu'un festival doit aussi viser non seulement l'excellence, mais aussi l'originalité.*

En plus des concerts scolaires, CIMN organise aussi :

- Les dimanches au Musée Dauphinois qui « permettent aux spectateurs de découvrir les formes musicales insolites dans une ambiance conviviale »[135]
- Les bals qui permettent de « créer des ponts avec le secteur des musiques actuelles »[136]
- Les salons de musique qui se déroulent dans le cadre des salons de l'Hôtel de Lesdiguières. Les musiciens jouent « dans un rapport de proximité avec le public »[137]
- Les concerts de proximité dans les hôpitaux et les bibliothèques
- Les projets participatifs. Par exemple, la proposition aux grenoblois de décrire les légendes des statues
- Les tournées dans les communes de l'Isère : les concerts hors agglomération grenobloise (il y avait 5 concerts en 2016[138])

Cependant, même si le festival Détours de Babel cherche à attirer les jeunes publics, il défend toujours son esthétique musicale. Selon l'entretien avec Joséphine Grollemund (Annexe 11), l'objectif de Détours de Babel c'est « tout en continuant à défendre notre esthétique musicale d'aller chercher un public plus jeune, plus populaire ».

Donc, nous voyons la même approche que pour le Voiron Jazz Festival : grâce aux différentes actions de médiation le festival vise à créer un espace d'échange autour de la musique, construire et maintenir les liens sociaux entre les individus et contribuer au développement de son expérience esthétique qui permettra de percevoir autrement les œuvres musicales.

Selon l'entretien avec Joséphine Grollemund (Annexe 11) toutes ces actions ont un très grand succès dans le cadre de Détours de Babel.

**La programmation des évènements de festivals**

Ensuite, il nous paraît nécessaire de toucher la question de programmation.

[135] CIMN, Rapport d'activités 2016 (n'est pas en libre accès)
[136] Ibid.
[137] Ibid.
[138] Ibid.

À notre avis, la programmation peut avoir une grande influence sur le renouvellement et l'élargissement des publics. Pendant une des conversations avec Jacques Panisset nous avons abordé une question suivante : dans quelle mesure est-il possible de considérer la programmation pour le festival comme un acte de médiation ? À notre avis, la programmation juste comme un processus de planification des concerts n'est pas une médiation. Mais si on regarde plus globalement, le choix des styles musicaux pour les concerts, des lieux de ces concerts peuvent créer une ambiance spécifique du festival. La programmation peut servir comme un guide pour l'auditeur et peut l'amener d'un style à l'autre et, donc, faire découvrir et développer son goût esthétique. Dans ce sens, on peut considérer la programmation comme un acte de médiation. Selon Anne Mahey (Annexe 9), il est indispensable de prendre en compte le public en liaison avec le lieu du concert (par exemple, la salle Grand Angle c'est plutôt le public large et populaire, les salles de fêtes attirent plus de jeunes publics, etc.).

En ce qui concerne les personnes qui participent dans la programmation pour le Voiron Jazz c'est plus particulièrement la Coordinatrice du festival qui propose des événements aux différents partenaires qui participent dans l'organisation des concerts. Par exemple, elle fait des propositions aux élus de la commune, discute avec les bibliothécaires qui s'occupent de la culture, etc. (entretien avec Anne Mahey, Annexe 9). Le choix d'un tel ou tel concert dépend des plusieurs facteurs : disponibilité des artistes, choix de la commune et ses publics et, bien sûr, du budget.

À son tour, la programmation pour le festival Détours de Babel est créée par le directeur artistique qui la discute aussi avec des partenaires (encore un point commun avec le Voiron Jazz Festival). D'après Jacques Panisset (Annexe 11), la programmation est construite de telle façon qu'elle soit adaptée pour les différentes catégories des spectateurs (pour les jeunes, les familles, les personnes âgées, etc.). Donc, pour le Détours de Babel la programmation joue aussi le rôle de médiation dans une certaine mesure.

Selon Jacques Panisset, en construisant la programmation il faut prendre en compte les relations avec des partenaires qui soutiennent le festival pour les différentes raisons :

- L'état : pour la soutenance des créations par le festival
- La région : parce que le festival s'accentue le dynamisme de la région
- Le département : parce que le Détours de Babel alimente le territoire Isérois
- La Ville de Grenoble : parce que le festival amène la dynamique culturelle à Grenoble

- Les sociétés civiles (SPEDIDAM, SACEM) : parce que le CIMN donne le travail aux musiciens et favorise la création des nouveaux répertoires

En même temps, le directeur artistique de Détours de Babel a une liberté de choix pour la programmation, il n'a pas des contraintes politiques de la part d'état, d'une ville, du département, etc. (entretien avec Joséphine Grollemund, Annexe 11).

**Les outils de communication des festivals**

Finalement, nous voudrions aborder le sujet des outils de communication utilisés par les festivals.

Selon Anne Mahey (Annexe 9), les moyens de communication dits traditionnels (sur le support papier : affiche, flyer, plaquette, etc.) ont joué le rôle primordial au moment de la création du festival. Aujourd'hui ils constituent toujours la base de la communication, mais ils jouent plutôt le rôle d'affirmation du public, ils maintiennent les habitudes du public envers le festival.

L'une des actions de communication qui est obligatoire au sein de Voiron Jazz festival c'est l'envoi des paquets avec les différents moyens de communication papier (plaquettes, cartes postales, flyers, etc.) aux différentes institutions des communes du Pays Voironnais. Cela fait une partie de la politique de communication du festival vis-à-vis le territoire.

Nous constatons à partir d'entretien avec Anne Mahey qu'il a un problème d'affichage et distribution des moyens de communication sur le support papier. Cela demande des ressources humaines (par exemple, pour distribuer les affiches) et financières (souvent, l'emplacement pour une affiche coûte beaucoup d'argent).

En ce qui concerne le renouvellement et l'élargissement des publics, les regards des organisateurs du Voiron Jazz festival se dirigent plutôt vers les outils de communication numériques comme le site web, mais surtout vers les réseaux sociaux (Facebook, YouTube). Le site web fait partie du festival depuis l'année 2015 et contient les rubriques différentes destinées à informer les gens sur le festival : présentation du festival, programmation pour l'édition en cours, l'information sur les concerts scolaires, l'information sur les évènements autour du festival (concerts apéro, jazz parade, etc.), les archives du festival et la liste des partenaires. Comme nous constatons en analysant les résultats de notre étude statistique, le site web est souvent utilisé par les festivaliers comme la source d'information. Cependant, a notre avis, les outils de communication qui contribuent le plus dans l'élargissement et le renouvellement des publics sont les réseaux sociaux.

Le développement de ces outils au sein de Voiron Jazz Festival a commencé dans l'année 2016 (création des pages Facebook[139] et YouTube[140]). Les réseaux sociaux sont les lieux de fréquentation par les jeunes, c'est pourquoi il est important de les développer pour attirer « la masse critique » des abonnées pour qu'elle commence à générer assez du bruit informationnel en bon sens de ce mot. Pour l'instant, Facebook sert à Voiron Jazz Festival plutôt comme un outil de communication – c'est le lieu de distribution des photos ainsi que de promotion des différents évènements du festival. Cette année nous étions concentrées sur la qualité (les photos de haute résolution faites avec le matériel professionnel) et l'actualité du contenu de la page Facebook en essayant de toucher la plus grande quantité des évènements possible. Il y déjà environ 400 d'abonnées Facebook ce qui, à notre avis, est le bon début pour le festival comme Voiron Jazz. Grâce aux nombreuses fonctionnalités interactives de Facebook, ce réseau social peut devenir plus qu'un outil de communication, mais aussi de médiation. Il est possible de créer les différentes médiations sur la base de Facebook (par exemple, le concours photo) ce qui va créer l'espace de discussion et d'échange autour du festival et contribuer à élargissement et le renouvellement des publics.

La même situation s'observe pour la page YouTube de Voiron Jazz. Aujourd'hui c'est plutôt l'endroit pour archiver les vidéos des différentes manifestations du festival, mais ce n'est que le début. En combinant Facebook et YouTube (et, éventuellement, les autres réseaux sociaux) Voiron Jazz Festival peut avancer considérablement dans le changement d'image du jazz pour les différentes catégories des jeunes publics.

Si on parle sur les moyens de communication comme la presse papier, nous pouvons constater que la presse à une grande importance pour le Voiron Jazz Festival. Cependant, elle sert plutôt comme le moyen de transmission d'informations ainsi que la promotion. À notre avis, son rôle pour l'élargissement et le renouvellement des publics est important au début du développement du festival. Aujourd'hui la presse papier est plutôt l'outil d'affirmation des publics comme les moyens de communication traditionnels. Cependant, le Voiron Jazz Festival crée et rempli le dossier de presse durant chaque édition du festival. Selon Anne Mahey, le travail avec la presse est une partie importante de la stratégie de communication pour le Voiron Jazz Festival (Annexe 9).

[139] https://www.facebook.com/VoironJazzFestival/
[140] https://www.youtube.com/channel/UCGvPvCxEX-7h3k3JwHPbGog

Nous observons la situation similaire avec les médias (TV, radio). Ils sont utilisés plutôt comme les moyens d'information pour l'affirmation des publics. À notre avis, les médias ont le grand potentiel en ce qui concerne le renouvellement et l'élargissement des publics, mais ils demandent beaucoup des ressources financières et humaines. Le budget de Voiron Jazz Festival est limité, c'est pourquoi il est plus logique de se focaliser sur les outils de communication qui ont le meilleur rapport « qualité – prix » tout en conservant la présence d'information sur le festival à la télé ou à la radio.

En ce qui concerne le festival Détours de Babel, les moyens de communication traditionnels jouent aussi le grand rôle pour l'affirmation des publics.

Nous voudrions noter que, comme pour le Voiron Jazz Festival, la politique de communication de Détours de Babel comprend l'envoi des outils de communication papiers aux différentes institutions du territoire, comme les salles des concerts, offices de tourisme, etc. (entretien avec Joséphine Grollemund, Annexe 11). Le festival essaie de travailler ensemble avec les communes du territoire, de discuter les projets, les objectifs et les attentes avec les élus. Tout cela fait partie de la politique de communication vis-à-vis de territoire.

Par contre, les outils de communication numériques sont plus développés pour Détours de Babel. Le festival utilise non seulement le site Internet[141], Facebook[142] et YouTube[143], mais aussi Instagram[144] et Flickr[145] (pour stocker des photos et les rendre accessibles aux journalistes).

Selon l'entretien avec Sarah Favre, le responsable de communication du festival Détours de Babel (Annexe 11), les principales motivations pour l'utilisation des réseaux sociaux sont : toucher le public jeune ainsi que le public qui n'a pas d'habitude d'utiliser les moyens de communication papier. Comme pour le Voiron Jazz Festival le but d'utilisation des réseaux sociaux est de former la communauté du festival, et organiser le processus d'échange à l'intérieur de la communauté qui va se continuer dans les lieux du festival.

D'après l'entretien avec Sarah Favre, le site web pour le Détours de Babel est le principal support de communication numérique, et son interactivité est un grand avantage par rapport aux moyens de communication papier. En complément du site web, l'équipe du festival utilise aussi la newsletter qui permet d'informer les abonnées sur les actualités et les inciter de visiter le site

[141] http://www.detoursdebabel.fr/
[142] https://www.facebook.com/DetoursdeBabel/?ref=page_internal
[143] https://www.youtube.com/user/lesdetoursdebabel
[144] https://www.instagram.com/lesdetoursdebabel/
[145] https://www.flickr.com/photos/115332199@N08/

ou les réseaux sociaux. Finalement, l'équipe de Détours de Babel crée des web reportages[146] pour les évènements du festival. Ils sont disponibles le lendemain sur la page YouTube et sur le site web du festival.

Nous constatons que l'infrastructure numérique de Détours de Babel est plus développée que pour le Voiron Jazz, ce qui est logique vu l'existence de service de communication séparé au sein de CIMN. La page Facebook de Détours de Babel compte plus de 1100 abonnées avec plus de 9000 visites pendant le festival[147].

Finalement, grâce au budget plus élevé le festival Détours de Babel a une collaboration plus développée avec les médias qui organisent la télédiffusion de certains évènements du festival (plus de 1600 télétransmissions au niveau national et international[148]). Parmi les partenaires il y a les chaînes suivantes : Mezzo, TéléGrenoble, TéléNormandie, etc.

À notre avis, malgré l'infrastructure plus développée des outils de communication numériques ainsi que la couverture médiatique large, les deux festivals utilisent les mêmes approches communicationnelles destinées à l'élargissement et le renouvellement des publics.

Pour conclure cette section, nous voudrions constater que suite à l'information sur les deux festivals reçus de différentes sources (les rapports d'activités, les observations et surtout les entretiens avec les représentants des festivals) nous voyons plus des choses communes que des différences en ce qui concerne les actions de médiation et de communication. Les festivals ont les différentes tailles, budgets et esthétiques, mais, comme nous avons vu, ils utilisent les approches très similaires en en ce qui concerne les stratégies d'élargissement et de renouvellement des publics. Notamment, les deux festivals contribuent à la création des nouvelles œuvres artistiques, essaient de diversifier leurs actions de médiation pour sensibiliser le plus grand nombre des habitants du territoire, et maintiennent l'accessibilité de la culture pour toutes les catégories des publics ce qui correspond aux deux objectifs principaux de la politique culturelle de la France selon Xavier Greffe et Sylvie Pflieger[149] :

- Création et diversité culturelles ce qui comprend le soutien et la formation des artistes ainsi que le soutien des différentes entreprises et institutions culturelles.

[146] http://detoursdebabel.fr/webdoc/2017/
[147] CIMN, Rapport d'activités 2015 (n'est pas en libre accès)
[148] CIMN, Rapport d'activités 2015 (n'est pas en libre accès)
[149] GREFFE Xavier, PFLIEGER Sylvie, *La politique culturelle en France*, La documentation française, Paris, 2009, pp. 43 - 44

- Accès de tous à la culture, démocratie et démocratisation. L'accès égal de tous les Français à la culture est garanti par la Constitution française. En France « la culture fait partie intégrante d'un développement global. La culture est ainsi le facteur-clé pour assurer la qualité de vie et l'accomplissement de chaque individu »[150].

[150] GREFFE Xavier, PFLIEGER Sylvie, *La politique culturelle en France*, La documentation française, Paris, 2009, p.44

## 2.3. L'enquête sur les publics et les moyens de communication dans le cadre de Voiron Jazz Festival, 7$^{éme}$ édition

Pour recueillir les données statistiques nous avons réalisé l'enquête (Annexe 13) sur des publics de Voiron Jazz Festival. 182 réponses ont été recueillies lors de trois événements (trois concerts professionnels : Soirée Plein Jazz avec Sandra Nkaké, Duo Dominique Pifarély et Vincent Courtois et le concert de *Sextet de Sassenage* et *Feyzin Groove Orchestra*).

À noter que les répondants pouvaient choisir plusieurs réponses à la question numéro 1 : Par quels moyens de communication êtes-vous informés des événements du Festival ?

Les données brutes ont été codées et regroupées dans un fichier Excel. Ensuite les calculs ont été effectués pour obtenir les résultats d'analyse qui sont présentés ci-dessous.

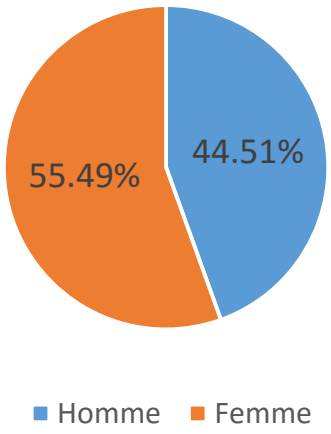



Figure 2.3. Répartition des visiteurs par sexe

Figure 2.3 montre que parmi les auditeurs du festival les femmes sont plus nombreuses que les hommes : 55,49% contre 45,51%.

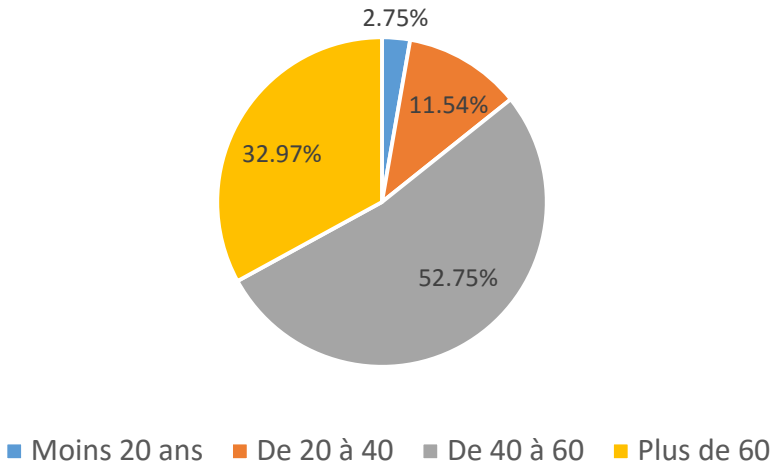



Figure 2.4. Répartition des visiteurs par âge

Si on analyse le public du festival par son âge (Figure 2.4), nous voyons clairement la domination de la catégorie « de 40 à 60 ans » (52,75%) suivie par la catégorie « plus de 60 ans » (32,97%). Au total ces deux tranches d'âge représentent 85,72% du public du festival. Le jeune public (« moins de 20 ans » et « de 20 à 40 ans ») constitue seulement 14,29%. À noter que la catégorie d'âge « moins de 20 ans » ne représente que 2,75% du public. Tout cela confirme encore une fois l'hypothèse qu'aujourd'hui il y a une sorte de vieillissement des amateurs de jazz. Ce fait n'annule pas la nécessité de sensibilisation de jeune public. Il faut continuer les efforts pour éduquer cette catégorie du public pour qu'il puisse percevoir le jazz avec plus d'intérêt.

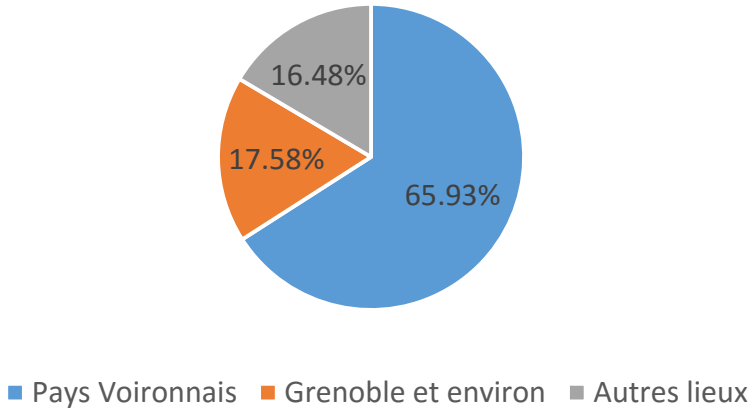



Figure 2.5. Répartition des visiteurs par lieux de domicile

Les chiffres sur la Figure 2.5 nous montrent que la plupart des visiteurs du festival habitent dans le Pays Voironnais (65,93%) ce qui nous paraît logique. Cependant, 34,06% du public vient de

Grenoble et environ, ou d'autres lieux (17,58% et 16,48% respectivement) ce qui n'est pas négligeable. Nous avons proposé de répondre au questionnaire pendant les concerts professionnels, ce qui peut influencer sur le résultat, puisque les concerts professionnels, notamment avec les têtes d'affiche, attirent plus d'attention du public des territoires plus éloignés. 34,06% des visiteurs « externes » montrent l'intérêt du public au festival ainsi qu'un grand potentiel en ce qui concerne le renouvellement et élargissement du public.

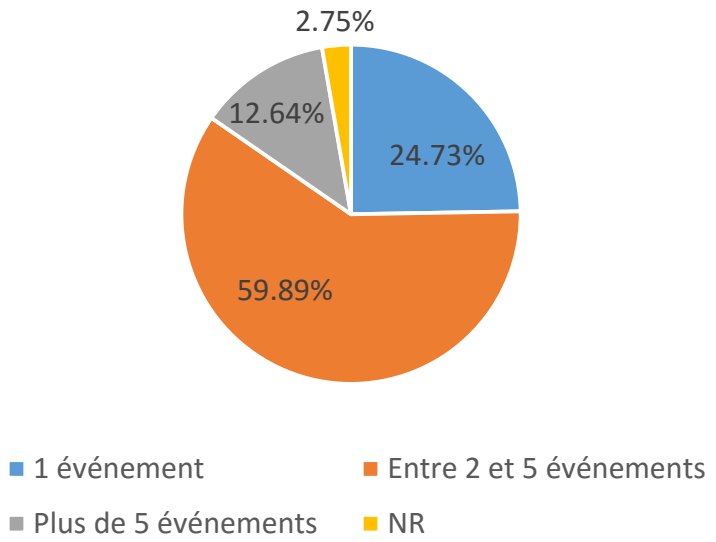



Figure 2.6. Répartition des visiteurs par le nombre des événements planifiés à visiter

En ce qui concerne le nombre des visites planifiées aux événements du festival (Figure 2.6), 59,89% du public vise entre 2 et 5 événements, 24,73% veulent assister à un seul événement et 12,64% planifient d'assister à plus de 5 événements. Si on ajoute les deux catégories suivantes : « entre 2 et 5 événements » et « plus de 5 événements » nous obtenons 72,53% du public. Ces résultats montrent qu'en générale nos publics sont intéressés par des manifestations que nous organisons dans le cadre du Voiron Jazz Festival. À notre avis, il faudrait continuer les actions de fidélisation du public.

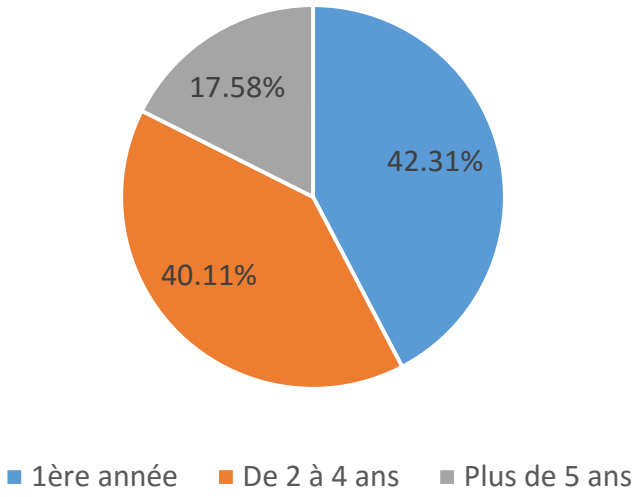



Figure 2.7. Répartition des visiteurs par l'ancienneté de la fréquentation du festival

La Figure 2.7 présente les résultats intéressants : 42,31% des nouveaux publics du festival, 40,11% des visiteurs plus ou moins fidèles (ancienneté de 2 à 4 ans) et 17,58% de publics très fidèles du festival. Comme pour la Figure 2.3.3, on peut supposer qu'il y a une sorte d'influence d'une tête d'affiche qui attire évidemment plus du monde. Malgré ce fait nous voyons que le taux du nouveau public est considérable. En même temps, le festival a déjà son public fidèle (57,69%) qui est revenu au moins une fois. Tout cela indique un grand potentiel pour Voiron Jazz festival en ce qui concerne l'élargissement et la fidélisation du public. Il faut continuer d'effectuer les actions dans cette direction.

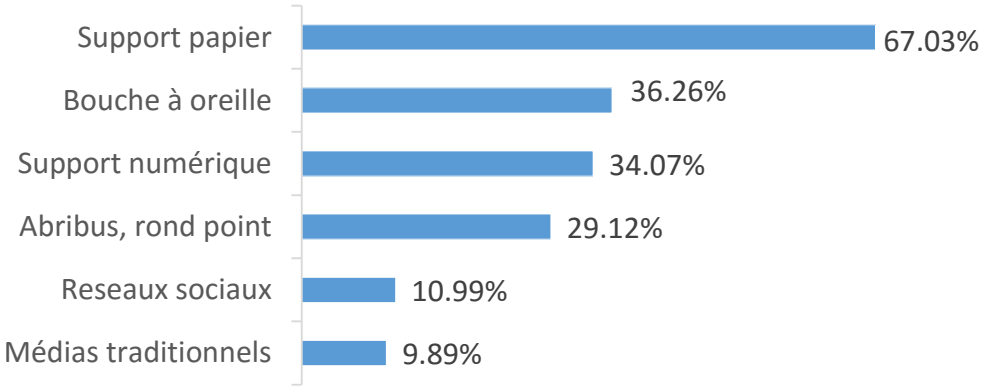



Figure 2.8. Répartition des visiteurs par la catégorie de moyens de communication utilisés

En ce qui concerne les moyens de communication (Figure 2.8), surtout quand on parle des supports papier, on peut observer que les visiteurs sont très accrochés à des supports papier (brochures, flyers, affiches) ce qui représente 67,03% des enquêtes. « Bouche-à-oreille »

occupe la deuxième position avec plus de 36,26%, suivi par des supports numériques (environ 34%). Les réseaux sociaux et les médias traditionnels ne sont utilisés que dans 10,99% et 9,89% des cas respectivement. Ces résultats montrent l'importance des moyens de communication dits traditionnels, mais aussi l'importance du développement des réseaux sociaux qui sont privilégiés par de jeunes générations. Il est important de porter attention aux stratégies de communication sur des réseaux sociaux pour développer une image du festival.

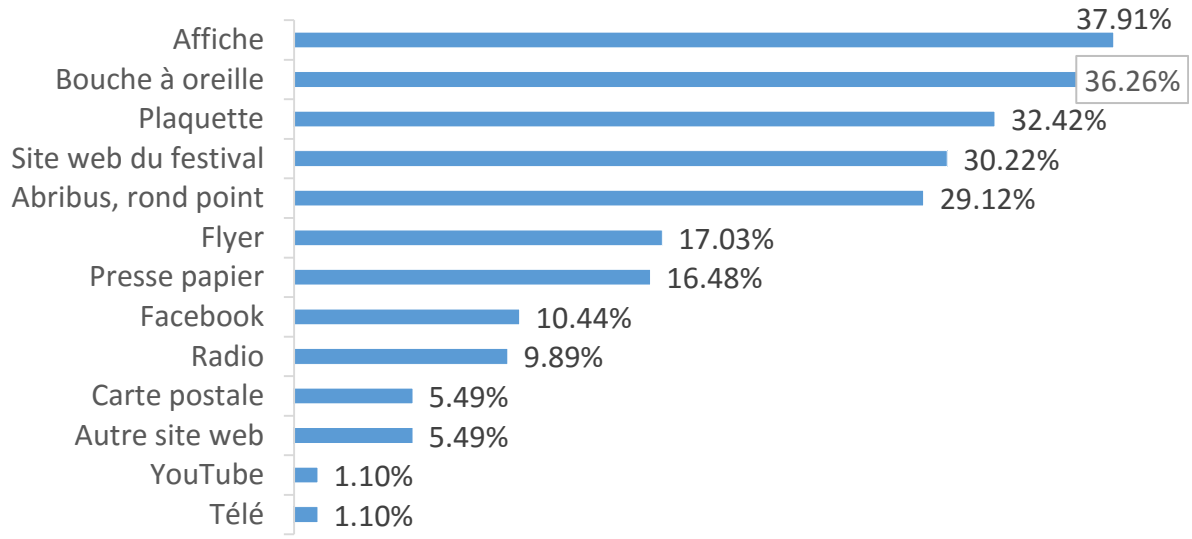



Figure 2.9. Répartition des visiteurs par les moyens de communication

Quand on regarde les moyens de communication plus en détail (Figure 2.9), nous constatons que l'affiche (37,91%), bouche-à-oreille (36,26%) et plaquette (32,42%) sont les moyens de communication préférés par les auditeurs. Le site web du festival était mentionné dans 30,22% des cas, suivi par l'abribus et le rond-point. D'autres moyens de communication sont moins utilisés, notamment, Facebook (10,44%) et la radio (9,89%). Vu que la page Facebook du Voiron Jazz Festival était lancée en 2015, on peut espérer d'avoir plus de progrès l'année prochaine. YouTube et télévision ne sont presque jamais utilisés comme la source d'information sur le festival. Néanmoins, notre chaîne YouTube se développe progressivement et offre des vidéos de chaque concert professionnel du Voiron Jazz Festival. Nous voyons aussi l'utilisation modérée de la presse papier (16,48%). Les résultats nous montrent que les moyens de communication papier occupent la place centrale ce qui paraît tout à fait logique et normal. Cependant, les outils numériques autres que le site web du festival (tels que Facebook et YouTube) sont moins utilisés. L'utilisation du site web est un bon signe. Malgré tout, il est primordial de développer les outils numériques afin de renouveler les publics, de les rajeunir et diversifier.

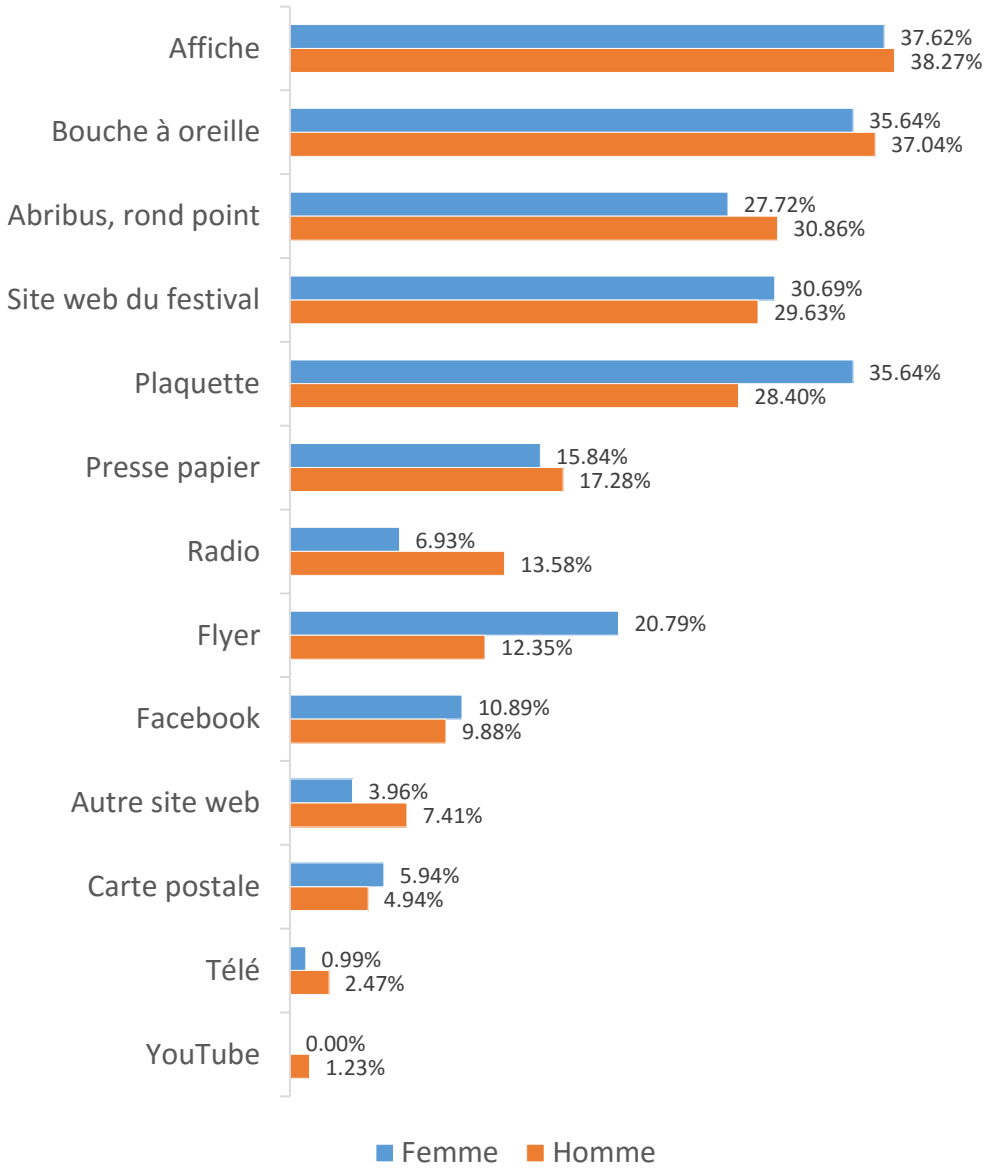



Figure 2.10. Répartition des visiteurs par le moyen de communication utilisé (comparaison par sexe)

Si on compare l'utilisation des moyens de communication par sexe (Figure 2.10) nous constatons que plus de femmes ont mentionné la plaquette comme source d'information (35,64% des femmes contre 28,40% des hommes) et le flyer (20,79% des femmes contre 12,35% des hommes). Les résultats pour les affiches, le bouche-à-oreille, le site web du festival, la presse papier, la page Facebook et la carte postale sont très proches (la différence de dépasse pas 1% - 1,5%). Cependant, les hommes portent un peu plus d'attention aux abribus et aux ronds-points (30,86% des hommes contre 27,72% des femmes) et écoutent souvent la radio (13,58% contre 6,93%), fréquentent d'autres sites web qui parlent du festival (7,41% contre

3,96%). L'utilisation de la télé (2,47% pour les hommes contre 0,99% pour les femmes) et de chaîne YouTube (1,23% pour les hommes contre 0% pour les femmes) reste marginale pour les deux catégories.

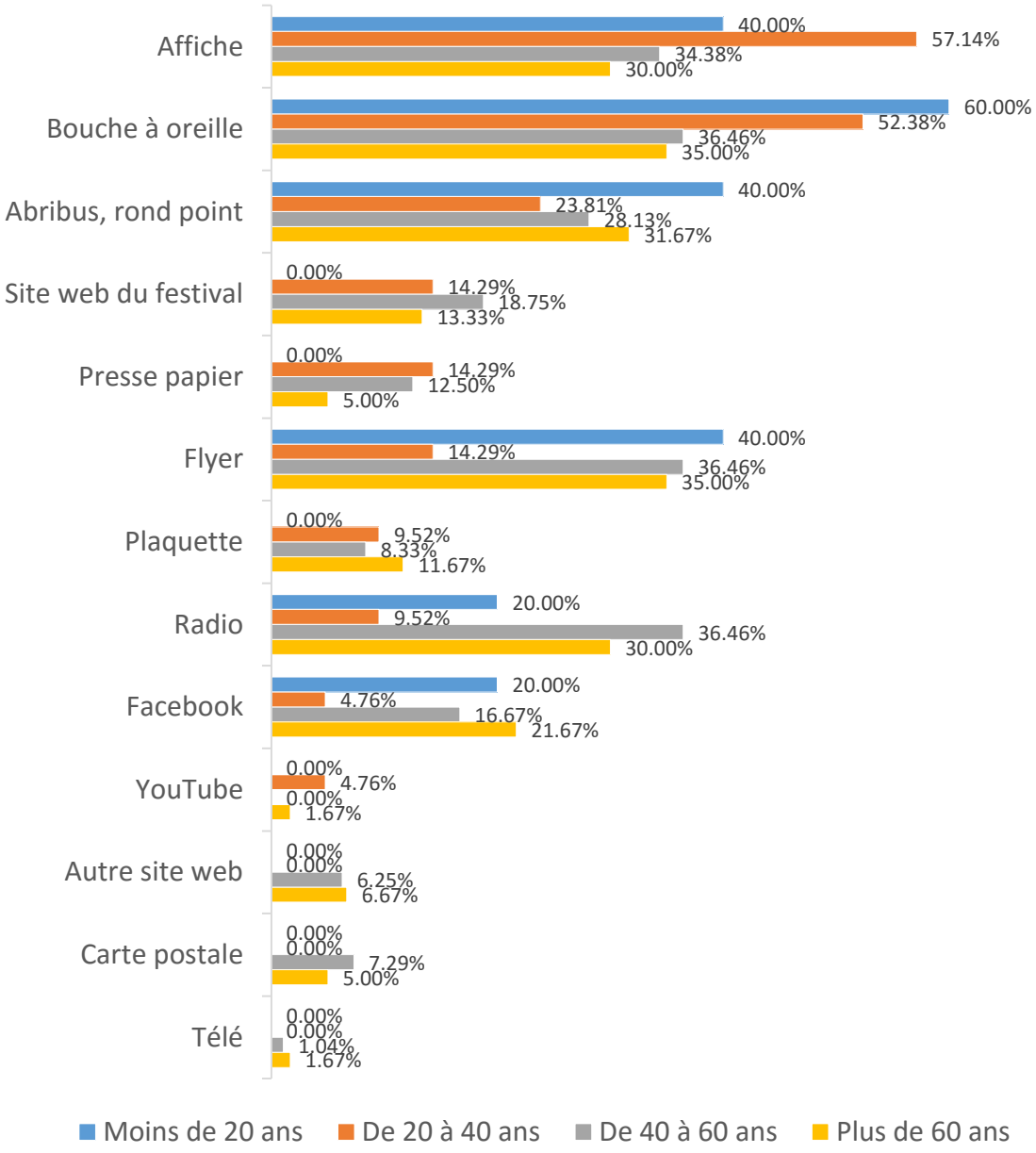



Figure 2.11. Répartition des visiteurs par le moyen de communication utilisé (comparaison par âge)

Nous voudrions noter qu'un public de moins de 20 ans n'est représenté que par 5 répondants, donc, nous ne pouvons pas considérer cette catégorie comme représentative pour notre analyse suivante, même si nous affichons les données correspondantes sur le graphique.

La comparaison de l'utilisation des moyens de communication par âge (Figure 2.11) montre qu'un public de 20 à 40 ans utilise beaucoup plus souvent une affiche (57,14%) et bouche-à-oreille (52,38%) que les deux autres catégories des visiteurs (« de 40 à 60 ans » et « plus de 60 ans » qui sont autour de 30% - 36%). Cette même catégorie utilise plus souvent le YouTube (4,76% des réponses contre 0% - 1,67% pour le public plus âgé). Par contre, les auditeurs du festival âgés de plus de 40 ans utilisent beaucoup plus souvent la radio (30% - 36,46% contre 9,52% pour la catégorie « de 20 à 40 ans ») et le flyer (35% - 36,46% contre 14,29%). Le taux d'utilisation de la plaquette est presque le même pour les trois catégories (de 8,33% au 11,67%). Ce qui est intéressant c'est l'utilisation du Facebook qui augmente avec l'âge. Nous voyons que le jeune public mentionne Facebook dans leurs réponses deux fois moins qu'un public plus âgé (4,76% contre 16,67% 21,67% pour les catégories « de 40 à 60 ans » et « plus de 60 ans »).

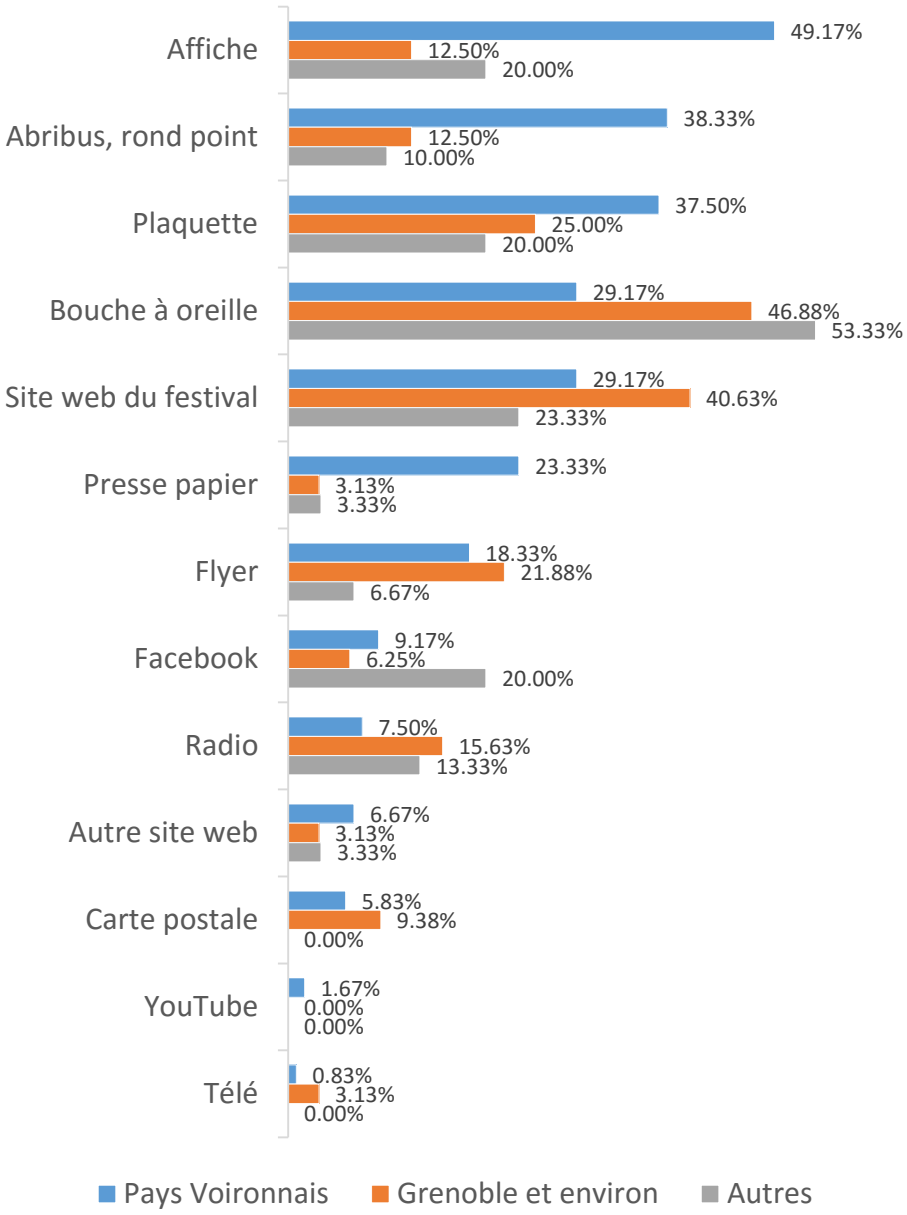



Figure 2.12. Répartition des visiteurs par le moyen de communication utilisé (comparaison par lieu de domicile)

La comparaison d'utilisation des moyens de communication par lieu de domicile (Figure 2.12) montre que pour les habitants du Pays Voironnais les moyens de communication privilégiés sont suivants :

- Affiche (49,17% contre 12,50% - 20% pour les autres lieux)
- Abribus/rond-point (38,33% contre 10% - 12,50%)
- Plaquette (37,50% contre 20% - 25%)
- Presse papier (23,33% contre 3,13% - 3,33%)

Nous voyons clairement que ces moyens sont mentionnés par les habitants du Pays Voironnais beaucoup plus souvent que par les habitants de Grenoble et environ, et les autres lieux. Cela paraît bien logique parce que la communication visait plutôt les habitants du Pays Voironnais et pas des grenoblois.

En même temps l'importance de « bouche-à-oreille » augmente avec la distance (de 29,17% pour le Pays Voironnais au 46,88% et 53,33% pour Grenoble et environ ainsi que d'autres lieux respectivement). L'importance des moyens de communication numériques augmente également pour des auditeurs externes, notamment, 40,63% des répondants qui habitent à Grenoble et environ et 23,33% des gens des autres lieux ont mentionné le site web du festival comme un outil de communication privilégié. Pour les grenoblois c'est la 2ème source de l'information après le bouche-à-oreille. Facebook joue un rôle plus important pour les habitants des autres lieux que pour les voironnais et les grenoblois (20% contre 9,1% et 6,25% respectivement). Les résultats pour les supports numériques et les réseaux sociaux montrent l'importance de ces outils de communication pour la sensibilisation du public externe. Là où les supports physiques ne marchent plus, les technologies numériques prennent le relais.

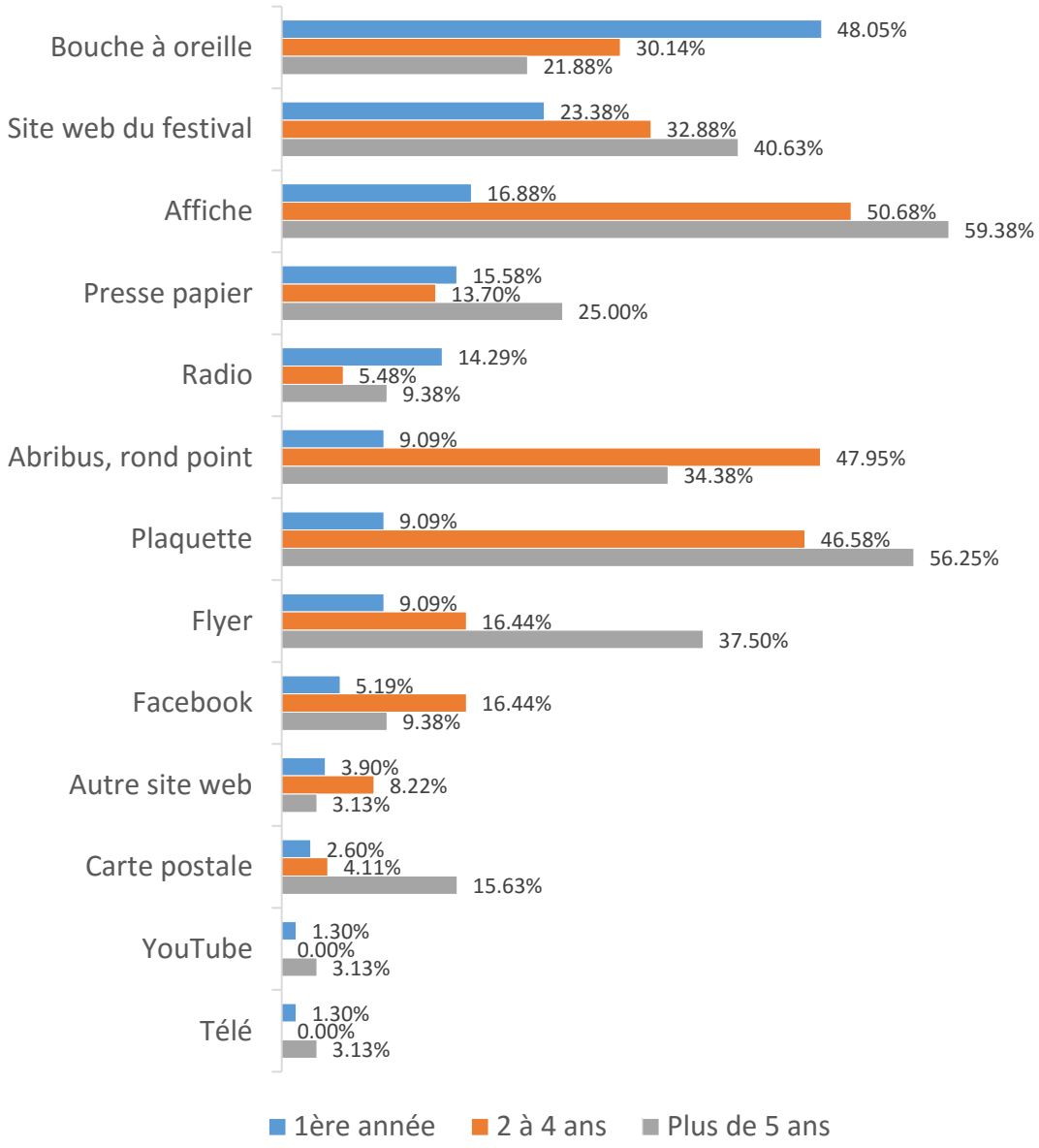



Figure 2.13. Répartition des visiteurs par le moyen de communication utilisé (comparaison par l'ancienneté de la fréquentation)

Ensuite nous avons analysé la répartition des auditeurs par le moyen de communication utilisé en fonction de l'ancienneté de la fréquentation (Figure 2.13). Nous constatons que l'utilisation de tels moyens de communication comme l'affiche, la plaquette, le flyer, la carte postale et le site web du festival augmente avec l'augmentation de l'ancienneté. Par exemple l'affiche a été mentionnée par 59.38% des auditeurs avec l'ancienneté de plus de 5 ans, par 50.68% du public avec l'ancienneté de 2 à 4 ans et seulement par 16,88% des nouveaux visiteurs. La même situation est observée pour le site web du festival (40,63%, 32.88%, 23,38% respectivement). Cela peut être expliqué par la supposition qu'un public fidèle sait déjà quand et où il faut

regarder, ils sont des « habitués » de notre festival. Cette supposition obtient encore plus de poids si on regarde les résultats pour le « bouche-à-oreille » : l'utilisation de ce moyen de communication diminue avec l'augmentation de l'ancienneté. 48,05% de nouveaux visiteurs ont mentionné « bouche-à-oreille » comme un des moyens privilégiés pour recevoir des informations sur le festival. C'est la source majeure de l'information pour cette catégorie. Le bouche-à-oreille comme moyen de communication est moins important pour les deux autres catégories des auditeurs (30,14% pour le public avec l'ancienneté « de 2 à 4 ans » et 21,88% pour la catégorie « plus de 5 ans »). Le site web du festival est une source d'information importante pour nos visiteurs, d'où vient la nécessité de son développement et modernisation afin de proposer l'interface utilisateur plus interactive et le contenu riche. Le site web actuel ne permet pas une interactivité souhaitée ni de version adaptée aux mobiles. La transition vers le système de management du contenu WordPress a été proposée pour l'année prochaine. En ce qui concerne la page Facebook, le public avec l'ancienneté de 2 à 4 ans l'utilise plus souvent que les autres (16,44% contre 9,38% pour la catégorie de « plus de 5 ans » et 5,19% pour les nouveaux visiteurs). À notre avis, il est indispensable de partager le lien vers notre page Facebook pour qu'elle soit mieux visible afin d'augmenter la quantité des abonnées. En même temps, le contenu de la page Facebook doit être mis à jour systématiquement avec des produits médiatiques pour stimuler l'abonnement des nouveaux internautes.

Finalement, il nous paraît intéressant de faire une analyse de réparation des auditeurs du festival par les moyens de communication dans le cas où ils n'ont mentionné qu'un seul moyen de communication. Au total, il y avait 74 réponses, ce qui constitue 40,66% du public interrogé. Les résultats sont présentés sur la Figure 2.14.

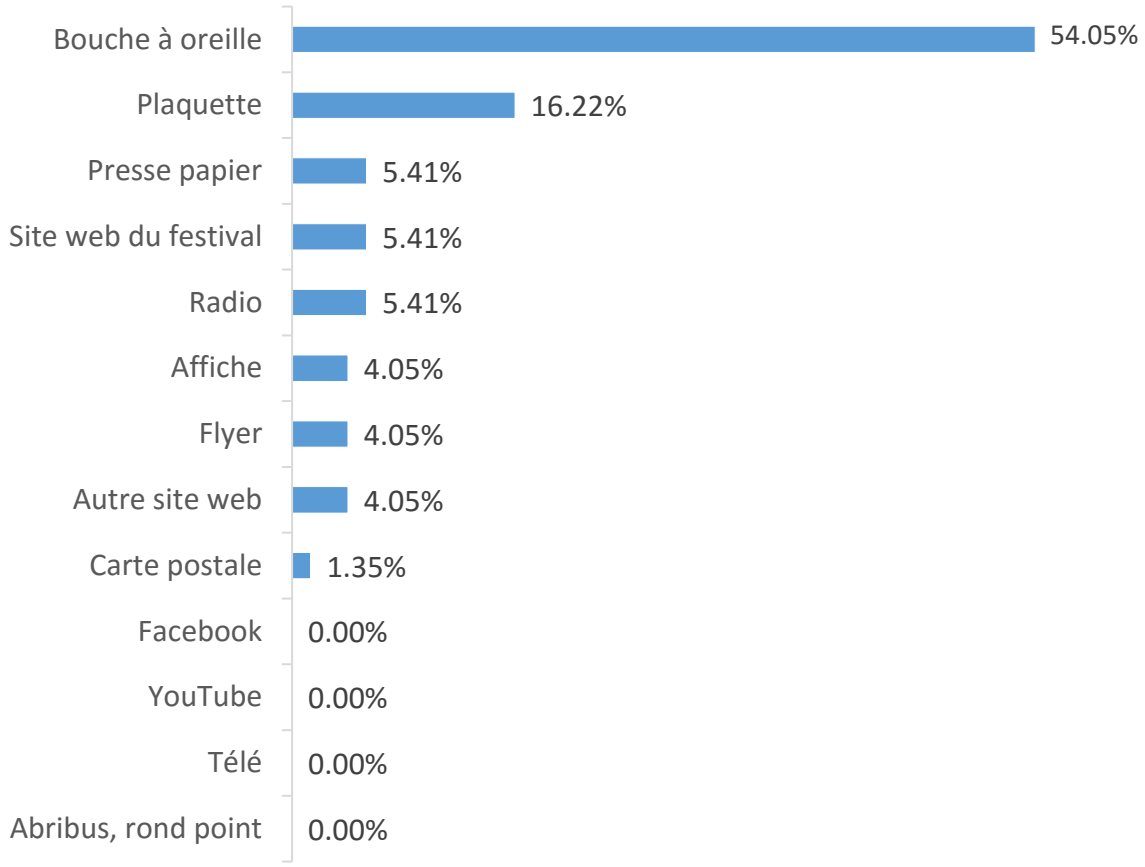



Figure 2.14. Répartition des visiteurs avec un seul moyen de communication utilisé

En regardant les résultats, nous voyons que « bouche-à-oreille » domine largement par rapport aux autres moyens de communication (54,05%). La plaquette (16,22%) occupe la deuxième place suivie par la presse papier, le site web du festival, la radio (5.41% chacun), affiche, flyer et autre site web (4,05% chacun). Les réseaux sociaux ne sont pas présents ainsi que la télé et l'abribus, rond-point. Ce phénomène ne s'explique pas facilement. Après une analyse plus profonde, nous avons découvert que 68,92% de répondants qui ont indiqué qu'un seul moyen de communication appartient à la catégorie des visiteurs qui sont venus au festival pour la première fois. Pour eux le fait de s'informer par le bouche-à-oreille semble complètement logique ainsi que la non-utilisation des réseaux sociaux.

Pour conclure, nous voudrions souligner que c'était une première tentative de collecter et d'analyser quantitativement les informations sur les publics du Voiron Jazz Festival. Même si cette tentative n'est pas parfaite (idéalement, il faudrait collecter plus des réponses lors de différents types de manifestations), elle donne une certaine vision sur les publics du festival. Nous avons remarqué quelques tendances et en tiré quelques idées et recommandations décrites ci-dessus, notamment, la nécessité de sensibiliser et fidéliser le jeune public ce qui est

étroitement lié avec le besoin du développement et d'amélioration des outils numériques de communication comme le site web du festival, Facebook et YouTube. Il est aussi intéressant de démarrer le compte Instagram du festival pour donner l'impression d'instantanéité et de présence lors du festival avec multiples productions photo et vidéo systématiquement déposées pour attirer l'attention des jeunes publics. Il faudrait aussi construire une bonne stratégie de communication et mobiliser le management afin d'augmenter l'efficacité de chaque réseau social et d'obtenir beaucoup de followers qui vont potentiellement devenir les nouveaux auditeurs du festival. Toutes ces actions à mettre en œuvre peuvent améliorer et véhiculer une bonne image de Voiron Jazz Festival.

# Conclusion

Le stage en communication culturelle dans le cadre du Voiron Jazz Festival au sein du Conservatoire de Voiron m'a beaucoup inspiré et ouvert l'univers festivalier. Ce travail m'a apporté de diverses rencontres avec des gens férus de jazz avec lesquels j'ai partagé des moments précieux tout au long de ces quatre mois. J'ai découvert de multiples lieux culturels du Pays Voironnais, des artistes talentueux et des organisateurs du festival passionnés de la musique qui investissent leur temps et tout leur savoir-faire pour créer un espace de rencontre et d'échange autour de jazz.

J'ai plongé dans le monde de jazz avec ses multiples styles et courants, j'ai découvert l'histoire et l'évolution du jazz ce qui m'a permis d'apprécier ce genre musical et de repenser ma vision de jazz.

Le travail sur l'organisation du festival, l'analyse de différentes sources d'information, les entretiens avec les organisateurs du Voiron Jazz Festival et du festival Détours de Babel, ainsi que l'analyse des résultats d'enquête sur les publics et les outils de communication nous ont permis de répondre à la question centrale de ce mémoire : **quel est le rôle de médiation et de communication dans l'élargissement et le renouvellement des publics du festival de jazz ?**

La recherche de la réponse nous a demandé d'analyser les différents aspects liés à la musique de jazz, les publics des festivals, les actions de médiation et de la communication.

Tout d'abord, nous avons compris le statut et l'image de jazz aujourd'hui. Nous avons conclu que ce style de musique a subi plusieurs transformations depuis son apparition au début du XX$^{e}$ siècle. Étant la musique populaire au début de son histoire et jusqu'à la fin les années 1950, je jazz à subi le processus de sacralisation et, donc, la transformation en musique savante. En même temps, le jazz n'était jamais la musique entièrement populaire ou savante. Grâce à son aptitude d'adaptation aux différentes époques, jazz empruntait et utilisait les éléments de deux mondes. Cela a permis de survivre et trouver les amateurs de différents âges et de catégories sociales.

Ce qui distingue le jazz de plusieurs autres styles de musique c'est que le jazz est une musique vivante qui demande d'être jouée devant le public. En même temps, ce n'est pas seulement la musique, c'est aussi l'interaction des musiciens et ses instruments. C'est pourquoi le jazz a trouvé sa place dans les nombreux festivals : c'est une musique parfaitement adaptée aux festivals.

En ce qui concerne les publics de jazz, ils ont évolué de la même façon. Sur une pique de sa popularité, le jazz était plutôt la musique pour les jeunes, les membres des classes populaires. La sacralisation de jazz, la perte d'aspect de la fête et de danse a entraîné la transformation de ses publics.

Comme nous avons vu, nous observons le processus d'élitisation, de vieillissement et de ruralisation des publics de jazz. Notre étude statistique confirme cette tendance. C'est pourquoi la question de renouvellement et d'élargissement des publics est l'une des questions primordiales pour les organisateurs du festival. Il est nécessaire de trouver les moyens de sensibiliser le plus grand nombre de gens de différents âges, professions et catégories sociaux, et surtout le jeune public.

Pour faire face à ce défi, les organisateurs du festival de jazz font appel à la médiation et à la communication. Nous avons compris que la médiation et la communication jouent le rôle de moteur en ce qui concerne le renouvellement et l'élargissement des publics. La médiation permet de créer une espace d'échange autour du jazz. En passant par la série de plus petites médiations l'individu développe son goût esthétique ce qui permet de percevoir le jazz d'une manière différente. Comme nous avons déjà mentionné, le rôle de médiation est d'attirer l'attention des gens qui n'écoutaient pas le jazz auparavant, établir le lien avec eux et rompre leur perception habituelle du jazz. L'étude d'ouvrage d'Antoine Hennion nous a permis de comprendre que grâce à la série des médiations la musique circule en permanence entre la forme vivante (performance) et la forme morte (objet). Ce n'est pas une simple transmission d'informations. La médiation permet de préparer les publics à percevoir le jazz. La musique ne peut pas être perçue immédiatement juste parce qu'elle est belle, il faut avoir certaine expérience musicale. La médiation permet de construire cette expérience.

La communication travaille étroitement avec la médiation dans le processus de renouvellement et élargissement des publics. Les entretiens avec nos interlocuteurs ainsi que notre étude statistique ont montré que les outils de communication classiques (affiches, flyers, etc.) continuent de jouer le rôle important pour le festival. Cependant, dès que le festival a développé une certaine image, ces outils servent plutôt comme les moyens d'affirmation des publics. À cette étape les outils de communication numériques commencent à jouer le rôle plus important pour le renouvellement et l'élargissement des publics. Le développement du site web et des réseaux sociaux (Facebook, YouTube) contribuent dans l'enrichissement d'une espace d'échange autour du festival et attirent le public jeune. C'est pourquoi le Voiron Jazz Festival ainsi que le festival Détours de Babel accordent de plus en plus d'attention aux outils de

communication numériques. Ses nombreuses fonctionnalités interactives permettent non seulement de transmettre les informations concernant le festival, mais aussi de créer les médiations en ligne.

Nous pouvons constater que grâce aux différentes actions de médiation le festival devient n'est pas seulement un évènement ponctuel, mais plutôt le projet de long terme, c'est le travail pour le futur. Les grains semés par les médiations aujourd'hui vont pousser demain sous la forme des nouveaux publics capables de percevoir le jazz consciemment.

Le stage sur Voiron Jazz Festival marque le point final de ce Master 2. Ce travail m'a permis d'appliquer et d'approfondir mes connaissances en médiation et communication obtenues durant ma formation, ainsi que de répondre à mes nombreuses questions non seulement du point de vue théorique, mais aussi pratique. Les compétences techniques acquises pendant le stage, notamment : la prise et le traitement des photos et des vidéos, la préparation et la mise en disposition du contenu pour le site internet et les réseaux sociaux – vont sans doute me servir dans mon activité professionnelle qui sera liée avec le domaine d'information et de communication.

Finalement, j'ai apprécié énormément la possibilité de travailler dans une équipe des passionnés de la musique, de contribuer dans le développement du festival et du territoire, de me sentir utile et de voir les résultats de mon travail. Voir les adultes et les enfants satisfaits après les concerts était la plus grande récompense.

# Bibliographie

## ARTICLES :


1. *« Actualisation du projet de territoire durable du Pays Voironnais 2020. Version Janvier 2015 »*. Communauté du Pays Voironnais, 56 pages **[Document en ligne]**. Disponible sur : <http://www.paysvoironnais.com/documents/Documents/INSTITUTION/Projet_territoire_CPV_2015_BD.pdf> (consulté le 5 mai 2017)
2. BABE Laurent. « *Les publics du jazz : Exploitation de la base d'enquête du DEPS «Les pratiques culturelles des Français à l'ère du numérique - Année 2008 »*. Ministère de la Culture et de la Communication. Direction générale de la création artistique. Bureau de l'observation, de la performance et du contrôle de gestion. Repères DGCA. n° 6-07, 15 pages, octobre 2012. **[Document en ligne]**. Disponible sur : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/content/download/94845/852560/version/1/file/6-07_Rep%C3%A8res%20Jazz.pdf> (mise en ligne le 01 octobre 2012) (consulté le 10 avril 2017)
3. BORDEAUX Marie-Christine, *« La médiation culturelle en France, conditions d'émergence, enjeux politiques et théoriques »*. Culture pour tous. Actes du Colloque international sur la médiation culturelle. Montréal - Décembre 2008, p. 46 - 55. **[Document en ligne]**. Disponible sur : <http://www.cricnord.com/uploads/library/documents/5093dfb9158a3.pdf> (consulté le 5 mai 2017)
4. CAUNE Jean, *« La médiation culturelle : une construction du lien social »*, 10 pages, 1999. **[Document en ligne]**. Disponible sur : <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2000/Caune/Caune.pdf> (mise en ligne le 22 novembre 1999) (consulté le 5 mai 2017)
5. GALLET Myriam, *« Une médiation artistique et culturelle. Le lien entre deux mondes »*. **[Document en ligne]** *Le sociographe*, 2015/1 (n° 49), p. 111-114. Disponible sur : <http://www.cairn.info/revue-le-sociographe-2015-1-page-111.htm> (consulté le 20 avril 2017)
6. *« La Lettre Analyses : Voironnais : un territoire structuré autour de Voiron, mais sous forte influence grenobloise »*, Insee Rhône-Alpes, n° 227, avril 2014, 8 pages. **[Document en ligne]** Disponible sur :

<http://www.paysvoironnais.com/documents/Documents/MAISON_EMPLOI/Portrait_PV_2014_VF.pdf> (consulté le 5 mai 2017)

7. LIZE Wenceslas, ROUEFF Olivier. *Étude sur les publics et les « non-publics » du jazz en Bourgogne : la Synthèse.* Réalisé pour le Centre Régional du Jazz en Bourgogne, 40 pages, 2010. **[Document en ligne]**. Disponible sur : <http://www.crjbourgognefranchecomte.org/fileadmin/user_upload/contenus/5-Mediatheque/EtudesOuvrages/SyntheseEtudePublicJazzBourgogneWeb.pdf> (consulté le 15 avril 2017)
8. *« Le Pays Voironnais. Un territoire privilégié pour les entrepreneurs »*. Présences, supplément mars 2017, N° 279. **[Document en ligne]**. Disponible sur : <http://www.paysvoironnais.com/documents/Documents/ECONOMIE/version_finale_-_sup_presences.pdf> (consulté le 5 mai 2017)
9. *« Rapport d'étape sur la situation de la filière du jazz en France »*. Rapport au ministre de la Culture et de la Communication, 18 pages, Décembre 2011. **[Document en ligne]**. Disponible sur : <https://www.ajc-jazz.eu/images/admin/rapport_filiere_jazz.pdf> (consulté le 6 mai 2017)

**OUVRAGES**

10. ABOUDRAR Bruno Nassim, MAIRESSE François, *La médiation culturelle.* Presses Universitaires de France, « Que sais-je ? », 2016, 128 pages. **[Document en ligne]**. Disponible sur : <http://www.cairn.info/la-mediation-culturelle--9782130732549.htm> (consulté le 05 mai 2017)

11. BRIANT Vincent, PALAU Yves, *La médiation. Définition, pratiques et perspectives.* Editions Nathan / HER, 1999, 128 pages. Collection « 128 », domaine Droit / Science politique

12. GREFFE Xavier, PFLIEGER Sylvie, *La politique culturelle en France*, La documentation française, Paris, 2009, 287 pages

13. HENNION Antoine, *La Passion musicale. Une sociologie de la médiation.* Éditions Métailié, 1993, 416 pages. Collection « Leçons de choses »

14. LEVINE Lawrence W., *Culture d'en haut, culture d'en bas. L'émergence des hiérarchies culturelles aux États-Unis*, La Découverte, 2010, 314 pages. Collection « Textes à l'appui »

15. NEGRIER Emmanuel, GUERIN Michel, BONET Lluis, *« Festivals de musiques, un monde en mutation. Une comparaison internationale »*. Editions Michel de Maule, novembre 2013, 333 pages

16. SAEZ Guy, SAEZ Jean-Pierre, *Les nouveaux enjeux des politiques culturelles. Dynamiques européennes*, La Découverte, 2012, 398 pages. Collection « Recherches »

**DICTIONNAIRES**

17. Petit Larousse illustré 2011. *Dictionnaire de la langue française*, Larousse, 2010, 1811 pages

**SITOGRAPHIE**

18. http://www.ajc-jazz.eu
19. http://www.apidae-tourisme.com
20. http://www.classicandjazz.net
21. http://www.crjbourgognefranchecomte.org
22. http://www.culturecommunication.gouv.fr
23. http://www.detoursdebabel.fr
24. http://edition.cnn.com
25. http://www.irma.asso.fr
26. http://www.la-mairie.com
27. http://www.larousse.fr
28. https://www.legifrance.gouv.fr
29. http://www.le-grand-angle.fr
30. http://www.ouest-france.fr
31. http://www.paysvoironnais.com
32. http://www.plaisirsdujazz.fr
33. https://research.google.com
34. http://s0.thejazzline.com
35. https://fr.wikipedia.org
36. https://www.voiron.fr
37. http://www.voiron-jazz.com

# Table des annexes

Annexe 1. Offre de stage ..... 103
Annexe 2. Affiche de Voiron Jazz Festival, 7ème édition ..... 103
Annexe 3. Affiche pour le concert de Sandra Nkaké ..... 103
Annexe 4. Affiche pour le Jazz Parade ..... 103
Annexe 5. Les éléments du site web de Voiron Jazz Festival ..... 103
Annexe 6. Les exemples des publications sur la page Facebook de Voiron Jazz Festival .... 103
Annexe 7. La page YouTube de Voiron Jazz Festival ..... 103
Annexe 8. La liste des questions pour les entretiens avec les représentants du Voiron Jazz Festival et du festival Détours de Babel ..... 104
Annexe 9. La retranscription d'entretien avec Anne Mahey – la Coordinatrice de Voiron Jazz Festival ..... 106
Annexe 10. La retranscription d'entretien avec Marie-Lys Courel – la Directrice du service de la vie culturelle de la Ville de Voiron ..... 106
Annexe 11. Les retranscriptions d'entretiens avec les membres d'équipe du festival Détours de Babel ..... 106
Annexe 12. Les données statistiques sur les publics de jazz (études externes) ..... 107
Annexe 13. Le questionnaire pour le public de Voiron Jazz Festival ..... 109
Annexe 14. Les exemples des photos prises pendant les concerts de Voiron Jazz Festival .. 110

**Annexe 1. Offre de stage**

**Annexe 2. Affiche de Voiron Jazz Festival, 7ème édition**

**Annexe 3. Affiche pour le concert de Sandra Nkaké**

**Annexe 4. Affiche pour le Jazz Parade**

**Annexe 5. Les éléments du site web de Voiron Jazz Festival**

**Annexe 6. Les exemples des publications sur la page Facebook de Voiron Jazz Festival**

**Annexe 7. La page YouTube de Voiron Jazz Festival**

# Annexe 8. La liste des questions pour les entretiens avec les représentants du Voiron Jazz Festival et du festival Détours de Babel

**La musique jazz :**

1. Quelle est votre opinion en ce qui concerne le statut du jazz aujourd'hui : culture savante ou la culture populaire ?
2. À votre avis quelle est l'image du jazz pour les publics aujourd'hui ?
3. Quels ont été vos choix esthétiques et artistiques à l'origine du festival et pourquoi ?
4. Comment voyez-vous le jazz dans le futur ?
5. Pour votre programmation, quel style de jazz vous semble le mieux adapté : un jazz s'appuyant sur les grandes lignes historiques ou un jazz innovant ?

**Stratégies de communication vis-à-vis des publics :**

6. Quels sont les enjeux principaux de votre festival vis-à-vis des publics ?
7. Quelles sont vos stratégies de communication vis-à-vis des publics ?
8. Quelles sont les questions majeures qui se posent pour votre festival en ce qui concerne les publics ?
9. Quel est le rôle des médias (TV, radio, presse papier) dans le renouvellement des publics de votre festival ?
10. Quel est le rôle des outils de la communication « traditionnelles » (les affiches, les flyers, etc.) dans le renouvellement des publics de votre festival ?
11. Quel est le rôle des partenaires du festival dans le renouvellement des publics ?
12. Quel est le rôle des bénévoles du festival dans le renouvellement des publics ?
13. Quelle est votre politique tarifaire de votre festival et son influence sur le renouvellement des publics ?
14. Est-ce que les actions en direction de scolaire contribuent au renouvellement des publics ?
15. Comment évaluez-vous le succès ou l'échec de vos stratégies de communication ?

**Les actions de médiation (programmation, actions éducatives, etc.) :**

16. Quelles actions de médiation organisez-vous dans le cadre de votre festival ? Pourquoi avez-vous choisi telle ou telle action ?
17. Quel est le rôle de la programmation dans le renouvellement des publics dans le cadre de votre festival ?

18. Comment s'organise la programmation du festival : qui y participe et quels facteurs sont pris en compte ?
19. Est-ce que les actions en direction de scolaire peuvent influencer au renouvellement des publics ?
20. Quel impact a le type de financement (public ou autre) pour le choix de la programmation ?
21. Quel est le rôle des actions éducatives dans le renouvellement des publics dans le cadre de votre festival ?
22. Comment évaluez-vous le succès ou l'échec de vos actions de médiation ?

**Les outils numériques de la communication (les réseaux sociaux, le site Internet, etc.) :**

23. Quel est le rôle des réseaux sociaux dans le renouvellement des publics dans le cadre de votre festival ?
24. Quel est le rôle du site Internet dans le renouvellement des publics dans le cadre de votre festival ?
25. Comment évaluez-vous le succès ou l'échec de vos outils de communication ?

**Annexe 9. La retranscription d'entretien avec la Coordinatrice de Voiron Jazz Festival**

**Annexe 10. La retranscription d'entretien avec la Directrice du service de la vie culturelle de la Ville de Voiron**

**Annexe 11. Les retranscriptions d'entretiens avec les membres d'équipe du festival Détours de Babel**

# Annexe 12. Les données statistiques sur les publics de jazz (études externes)

Figure 12.1. Distribution par sexe du public des concerts de jazz en 1989, 1997 et 2008[151]

Figure 12.2. Distribution par âge du public des concerts de jazz en 1989, 1997 et 2008[152]

Figure 12.3. Distribution par PCS du chef de ménage du public des concerts de jazz[153]

Figure 12.4. Distribution par niveau de diplôme du public des concerts de jazz en 1989, 1997 et 2008[154]

Figure 12.5. Distribution du public des concerts de jazz selon la taille de l'agglomération en 1989, 1997 et 2008[155]

Figure. 12.6 Rapport à la musique[156]

Figure 12.7. Quatre degrés d'intensité de la jazzophilie[157]

Figure 12.8. Styles de jazz écoutés le plus souvent (%)[158]

Figure 12.9. Familiarité avec le lieu[159]

Figure 12.10. Modes d'information selon la familiarité (%)[160]

Figure 12.11. Situation familiale du « non-public » selon le sexe et la plage horaire (%)[161]

Figure 12.12. Profession du « non-public » (%)[162]

Figure 12.13. Rapport aux sorties du « non-public » (%)[163]

Figure 12.14. Intensité du rapport à la musique (%)[164]

[151] LIZE Wenceslas, ROUEFF Olivier. *Étude sur les publics et les « non-publics » du jazz en Bourgogne : la Synthèse*, p. 10
[152] Ibid. p. 11
[153] Ibid. p. 13
[154] Ibid. p. 14
[155] Ibid. p. 15
[156] Ibid. p. 21
[157] Ibid. p. 24
[158] Ibid. p. 25
[159] Ibid. p. 27
[160] Ibid. p. 28
[161] Ibid. p. 29
[162] Ibid. p. 29
[163] Ibid. p. 31
[164] Ibid.

Figure 12.15. Genres écoutés le plus souvent par le « non-public » (%)[165]

Figure 12.16. Les trois types de spectateurs[166]

[165] LIZE Wenceslas, ROUEFF Olivier. *Étude sur les publics et les « non-publics » du jazz en Bourgogne : la Synthèse*, p. 32
[166] Ibid. p. 34

# Annexe 13. Le questionnaire pour le public de Voiron Jazz Festival

## VOIRON JAZZ FESTIVAL 2017

1. Par quels moyens de communication êtes-vous informés des événements du Festival ?

   - ❖ Support de communication papier :
     - □ Presse papier
     - □ Affiche
     - □ Flyer
     - □ Plaquette
     - □ Carte postale
   - ❖ Support numérique/digital :
     - □ Site Web du Festival (www.voiron-jazz.com)
     - □ Autres sites Web : _____
   - ❖ Réseaux sociaux :
     - □ Facebook
     - □ YouTube
   - ❖ Médias :
     - □ Télé
     - □ Radio
   - ❖ Affichage public :
     - □ Abribus, rond-point
   - ❖ □ Bouche à oreille

2. Depuis combien d'éditions venez-vous au Festival ?

   - □ 1ère année
   - □ De 2 à 4 ans
   - □ Plus de 5 ans

3. A combien d'événements pensez-vous assister ?
   - □ 1
   - □ Entre 2 et 5
   - □ Plus de 5

4. D'où venez-vous ?

   Pays Voironnais : _____
   Grenoble et environ : _____
   Autres lieux : _____

5. Vous êtes ?

   - □ Un homme
   - □ Une femme

6. Quelle est votre tranche d'âge ?

   - □ Moins de 20 ans
   - □ De 20 à 40 ans
   - □ De 40 à 60 ans
   - □ Plus de 60 ans

Vous pouvez également envoyer ce questionnaire par mail : **voironjazzfestival@gmail.com**

Merci d'avoir répondu à notre questionnaire.
**Bon concert et bon Festival ☺**

## Annexe 14. Les exemples des photos prises pendant les concerts de Voiron Jazz Festival

# Table des illustrations (dans le texte)

Figure 1.1. Le plan du Pays Voironnais ..... 12
Figure 1.2. L'organigramme de Direction de la vie culturelle de la Ville de Voiron ..... 16
Figure 1.3. L'évolution du nombre d'événements du festival ..... 24
Figure 1.4. L'évolution du nombre de partenaires ..... 24
Figure 1.5. L'évolution du nombre de musiciens professionnels qui ont participé au festival 24
Figure 1.6. L'évolution du nombre de musiciens amateurs qui ont participé au festival ..... 24
Figure 1.7. L'évolution du nombre de visiteurs du festival ..... 25
Figure 1.8. L'évolution du nombre de concerts scolaires ..... 25
Figure 1.9. L'organigramme de l'équipe du Voiron Jazz Festival..... 26
Figure 2.1. L'évolution de la popularité des différents genres musicaux selon le projet Google Music Timeline..... 51
Figure 2.2. L'évolution de la popularité du jazz selon le projet Google Music Timeline..... 51
Figure 2.3. Répartition des visiteurs par sexe ..... 82
Figure 2.4. Répartition des visiteurs par âge ..... 83
Figure 2.5. Répartition des visiteurs par lieux de domicile..... 83
Figure 2.6. Répartition des visiteurs par le nombre des événements planifiés à visiter..... 84
Figure 2.7. Répartition des visiteurs par l'ancienneté de la fréquentation du festival ..... 85
Figure 2.8. Répartition des visiteurs par la catégorie de moyens de communication utilisés.. 85
Figure 2.9. Répartition des visiteurs par les moyens de communication ..... 86
Figure 2.10. Répartition des visiteurs par le moyen de communication utilisé (comparaison par sexe)..... 87
Figure 2.11. Répartition des visiteurs par le moyen de communication utilisé (comparaison par âge) ..... 88
Figure 2.12. Répartition des visiteurs par le moyen de communication utilisé (comparaison par lieu de domicile)..... 90
Figure 2.13. Répartition des visiteurs par le moyen de communication utilisé (comparaison par l'ancienneté de la fréquentation) ..... 92
Figure 2.14. Répartition des visiteurs avec un seul moyen de communication utilisé..... 94

## Sigles et abréviations utilisés

DEPS : Le Département des études de la prospective et des statistiques

EPCC : Établissement Public de Coopération Culturel

CAPV : Communauté d'agglomération du Pays Voironnais

CCAS : Centre communal d’action sociale

CCPV : Communauté de Communes du Pays Voironnais

CIMN : Centre International des Musiques Nomades

CMS : Content management system

CNL : Centre Nature et Loisirs

CRCV : Conservatoire à rayonnement communal de Voiron

JT : Journal télévisé

LEADER : Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale

SACEM : Société des Auteurs, Compositeurs et Éditeurs de Musique

SMAV : Syndicat mixte d'aménagement du Voironnais

SPEDIDAM : Société de perception et de distribution des droits des artistes-interprètes

SPRD : Société de perception et répartition des droits

## Glossaire

**Swing** – Qualité rythmique caractéristique de la musique sud-américaine, essentielle pour qu'une œuvre appartienne au monde du jazz.

**MOTS-CLÉS** : médiation, communication, jazz, festival, public, renouvellement, élargissement

# RÉSUMÉ

Ce mémoire présente le travail sur le sujet **« Le rôle de médiation et de communication dans le renouvellement et l'élargissement des publics du festival de jazz. Le cas du Voiron Jazz Festival et du festival Détours de Babel »**.

Il est composé de deux parties. La première partie est dédiée à la description du stage sur l'organisation de Voiron Jazz Festival. Cette partie contient la présentation de la structure d'accueil et du service au sein duquel le stage a été effectué ainsi que la description des missions réalisées pendant le stage, ses résultats, les apports pour la structure d'accueil et pour le stagiaire, les recommandations.

La deuxième partie se concentre sur la réponse à la question : **quel est le rôle de médiation et de communication dans l'élargissement et le renouvellement des publics du festival de jazz ?** Elle est basée sur l'analyse des sources scientifiques et statistiques ainsi que sur l'analyse des entretiens avec les différents acteurs impliqués dans l'organisation du Voiron Jazz Festival et du festival Détours de Babel. Les sujets principaux développés dans cette partie sont : le statut et l'image de jazz aujourd'hui, les publics de jazz, la médiation et la communication du point de vue théorique et pratique. Cette partie contient la comparaison de deux festivals isérois en ce qui concerne les actions de médiation et de communication destinées au renouvellement et l'élargissement des publics, ainsi que les résultats d'une étude statistique sur les publics et les moyens de communication de Voiron Jazz Festival.

Les annexes contiennent les retranscriptions des entretiens avec les différents interlocuteurs ainsi que les informations additionnelles concernant le travail pendant le stage : les exemples des affiches, des photos, les copies d'écrans du site web et des réseaux sociaux du Voiron Jazz Festival.

**KEYWORDS**: mediation, communication, jazz, festival, audience, renewal, development

# ABSTRACT

This document presents the work on the next subject: « **The role of mediation and communication in the renewal and development of the jazz festival audience. The case of Voiron Jazz Festival and Détours de Babel festival**. »

It is composed of two parts. The first part is dedicated to the description of the internship on the organisation of Voiron Jazz Festival. This part contains the presentation of the host structure and the department in which the internship was carried out and also the description of the missions accomplished during the internship, its results, the contribution to the host structure and for the intern, the recommendations.

The second part is concentrated on the answer to the next question: **which is the role of mediation and communication in the renewal and the development of the jazz festival audiences?** It is based on the analysis of scientific and statistical sources and also on the analysis of interviews with different actors involved in the organisation of the Voiron Jazz Festival and the Détours de Babel festival. The main subjects developed in this part are: the status and the image of jazz today, the audiences of jazz, the mediation and the communication from the theoretical and practical points of view. This part contains the comparison of two festivals from Isère department with regard to the mediation and communication actions intended for the renewal and the development of the audiences. It also contains the results of statistical study on the audiences and the communication means of the Voiron Jazz Festival.

The appendix contains the interview transcripts and also the different additional information related to the work during the internship: the posters and flyers examples, the screenshots of the Web site and social networks of the Voiron Jazz Festival.