



La pratique festivalière

Louise-Marie Jouault

► To cite this version:

Louise-Marie Jouault. La pratique festivalière. Architecture, aménagement de l'espace. 2020. dumas-03137663

HAL Id: dumas-03137663

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03137663>

Submitted on 10 Feb 2021

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

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



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

La pratique festivalière

Louise-Marie Jouault

Mémoire de Master

École Nationale Supérieure d'Architecture de Nantes.

Directeur d'études : Laurent Lescop - Août 2020.

Domaine d'Étude N°4 – DE4 – NEF - Narrations Expérimentations Formelles

Remerciements

Merci à Laurent Lescop d'avoir suivi ce mémoire. Merci à mes amis de l'équipe Rafiot Keetang de m'avoir épaulé pendant ce semestre, et de m'avoir écouté parler de ce travail, et enfin merci à mes chers colocataires d'avoir su me motiver dans les derniers moments.

Un festival à la Ferté-Macé

Le 6&7 Septembre 2019, le festival La Revoyure a eu lieu à la Ferté-Macé. Issu d'une organisation qui a duré plus d'un an par les 12 membres du collectif Rafiot Keetang dont je fais partie. Il a accueilli sur deux jours 1200 personnes.

En Octobre 2017, je vois apparaître sur mon fil d'actualité Facebook un long post de Maxence, l'ami d'un ami. Il annonce qu'il souhaite réaliser un projet fou qui lui tient à cœur : organiser un festival dans la ville où il a grandi, La Ferté-Macé. C'est donc une invitation à travailler sur un projet de la divulgation de la culture au sein du territoire normand.

Des dizaines de personnes répondent et moi aussi. Finalement une rencontre a lieu en *Juillet 2018*, un an avant la date du festival.

En septembre, l'équipe semble se fixer à une dizaine de membres et s'appellera le collectif *Rafiot Keetang*. Le festival lui, s'appellera *La Revoyure*, en hommage au «tourbillon de la vie», à tous ces gens partis de la province puis revenus, puis repartis.

Lorsque je commence mon mémoire, le festival n'est qu'une ébauche, mais le collectif est bien actif. Nous réalisons quelques concerts pour commencer à se faire une expérience dans le monde de l'événementiel et débiter une trésorerie.

C'est à partir de ce moment là que je me rends compte du pouvoir que nous avons en tant qu'organiseurs. Celui de provoquer des rencontres avec des modalités qui correspondent à nos valeurs. Autrement dit c'est le pouvoir d'agir sur la situation de notre territoire de manière sociale et culturelle.

C'est ainsi que débutera mon travail de mémoire, portant sur l'impact d'un festival sur la fabrique d'un lieu.

CHAPITRE I. L'impact d'un festival

I. LE RAPPORT AU TERRITOIRE p.12

II. ÉTUDE DE LA REVOYURE ET DE SON ANCRAGE p.25

III. LA REVOYURE UNE EXPÉRIENCE SENSIBLE p.34

2. TERRITOIRE

I. LES PORTRAITS DE L'IDENTITÉ RURALE p.34

II. UN OUTIL URBANISTIQUE p.54

III. QUELLES POSSIBILITÉS p.63

Introduction

Aujourd'hui, dans un milieu rural comme la Normandie, les festivals rythment les calendriers. En été, ils sont officiellement inscrits dans le programme des vacances, synonymes de retrouvailles entre les habitants du bocage, famille et amis. Les plus âgés croisent des connaissances de longue date et les adolescents y voient fleurir leurs premiers émois. Voulé ou non, un lien complexe de fidélité s'est tissé entre les habitants ruraux et ces événements. Des milliers de personnes se réunissent chaque année dans les champs, un paradoxe lorsqu'on voit la manière dont les campagnes sont désertées. En effet, les espaces ruraux sont majoritairement en déclin, ils s'écrasent face à l'urbanisation massive qui s'étend depuis les métropoles.

La plupart des festivals, eux, semblent neutres face à cette dualité entre ville et campagne. Ils paraissent hors du temps et de l'espace, ils ne sont ni catégorisés urbains ni ruraux et se détachent du rythme de vie routinier. Pourtant, suite à l'organisation de l'un d'eux, j'ai saisi comment ils s'accrochaient au territoire. Un ancrage subtil, presque intangible mais puissant et encourageant. Malgré leur éphémérité, les festivals restent dans les esprits, ils ont réussi à conquérir bien plus que le public. Ils touchent le territoire dans son développement et sa gouvernance. Les festivals prennent parfois la forme de mastodontes économiques brassant des grosses quantités de ressources, impactant forcément les environs sur lesquels ils s'appuient.

Alors, étant donné la place que prennent les festivals en campagne, une idée a émergé : et si cet impact territorial pouvait être exploité pour aider le rural à s'affirmer face aux villes ? Autrement dit, est-ce possible d'envisager le festival au-delà du divertissement, comme une stratégie de renouvellement des lieux ?

Déjà, afin d'explorer cette idée, il s'agit de comprendre les tenants et aboutissants d'un festival, ainsi que les enjeux majeurs auxquels le rural fait face. Ce dernier est un sujet délicat, son identité est en prise dans un débat sans fin qui touche toutes les disciplines depuis des lustres.

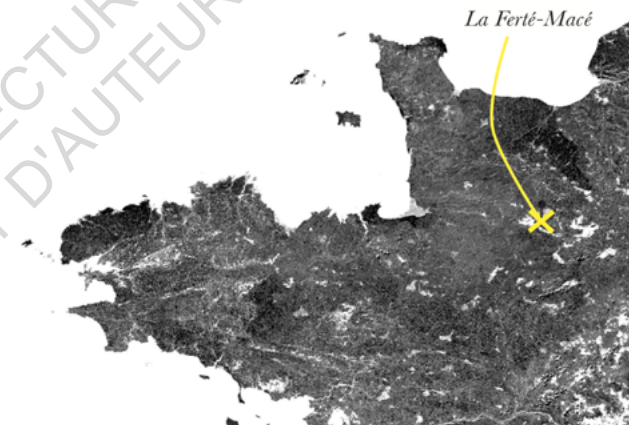
À l'inverse, les festivals sont beaucoup moins sujets aux débats. Pour l'instant ils semblent satisfaire tous les partis. Ils sont accessibles pour le public, proposent une expérience différente de la fête, offrent une visibilité conséquente pour le lieu qui les accueille et permettent aux artistes d'enchaîner les concerts. Pourtant, en observant la chose de plus près, on se rend compte qu'ils sont également touchés par la mondialisation et la globalisation. Les gros festivals se standardisent, ils favorisent les grosses industries musicales, et mettent en danger la culture musicale indépendante. Néanmoins, il existe des alternatives, des festivals optimistes qui luttent contre cette globalisation. C'est dans cette optique que la Revoyure, le festival auquel j'ai participé, souhaite s'inscrire.

Ainsi, grâce à cette expérience, ma connaissance de l'espace rural normand et ma posture d'architecte, j'ai pu entrevoir quelques pistes qui permettraient de joindre le festival à l'identité territoriale, l'urbanisme et en élargissant la recherche, à l'architecture. C'est-à-dire que le festival pourrait être vu comme un médium pour la fabrique urbaine rurale. En effet, son caractère éphémère lui confère une parenté avec l'urbanisme transitoire. Il stimule beaucoup d'acteurs locaux et pourrait permettre de collecter des données utiles à la conception urbaine. À partir de ce premier constat, on peut amorcer une réflexion sur un règlement utopique encadrant les festivals et les pratiques qui les entourent afin de favoriser les centre-villes délaissées.

Afin de développer mon propos, je m'appuierai premièrement sur mon expérience d'étudiante en architecture au sein de ce contexte de festival. Ce qui selon un premier état de l'art n'est pas courant. Deuxièmement, je m'appuierai également sur ma

vision et mes partis pris à propos du monde rural. Bien qu'elle soit subjective, c'est l'approche sensible qui a guidé mon rôle au sein de l'association Rafiot Keetang. C'est pourquoi elle a sa place dans cette réflexion. Enfin, c'est en croisant ces expériences avec des travaux théoriques sur la définition des festivals et l'identité rurale que je tenterai d'expliquer comment les festivals peuvent être vus autrement.

Ce travail de mémoire se développera en deux parties. La première traitera des festivals. Nous explorerons ce terme polysémique afin d'en saisir les modalités utiles dans un cadre urbanistique. Puis, j'aborderai la conception et la mise en place du Festival La Revoyure ainsi que mon retour postérieur afin de voir à l'échelle macronomique comment il s'ancre dans une ville, celle de La Ferté-Macé. Deuxièmement, nous parlerons de l'identité rurale, des différents récits qui la composent et de ses relations avec la pratique festive. Enfin, nous verrons quelles possibilités les festivals peuvent offrir pour l'avenir du rural.



La Ferté-Macé. Normandie, Orne (61), 5123 hab en 2019 (Ville-data.com)

Comment, suite à sa triple inscription dans les unités de temps, d'espace et d'action, ainsi que la répétition saisonnière et située, la pratique festivalière contribue à la construction d'une identité territoriale?

CHAPITRE I

L'impact d'un festival

« Un rideau qui se lève, au moment où il se lève, c'est l'aveu que nous sommes tous vivants au même endroit au même moment. »

Thomas Joly, Le 1, n°300
Comment revivre ensemble



ECOLE NATIONALE SUPÉRIEURE
DOCUMENT SOUMIS

I. LE RAPPORT AU TERRITOIRE

a. Quelle est la nature d'un festival ?

Est-il intrinsèquement lié à un territoire ?

Définition

Commençons par parler des fêtes. Partout, elles sont un langage des cultures. Elles appartiennent pleinement aux rites et aux coutumes et parlent pour le peuple duquel elles sont issues. Aimées pour les joies qu'elles procurent et détestées pour les vices qu'elles engendrent, elles révèlent les aspects de notre quotidien. Car la fête est une transgression, elle permet de se couper de la vie courante et de ses normes, c'est pourquoi elle est autant nécessaire, et si imprévue.

L'acte festif, lui, est propre à la société, aux coutumes et au territoire. Faire la fête fait entièrement partie du festival, l'un n'existe pas sans l'autre. Pourtant, ça n'est pas juste une fête, ça n'est pas une célébration sans conséquence ni lendemain. De par sa taille, la durée de son organisation, les acteurs investis et le budget requis, le festival tire doucement sur les cordes qui animent la société. Mais ses répercussions sont légères, car le festival agit à la petite échelle, celle d'une commune, ou d'un département selon sa taille.

Cependant, Le Ministère de la Culture et de la Communication définit le festival comme « Une manifestation où la référence à la fête, aux réjouissances éphémères, événementielles et renouvelées s'inscrivant dans la triple unité de temps, de lieu et d'action ». On peut également rappeler la définition de Luc Benito dans son ouvrage *Les festivals en France : marchés - enjeux et alchimie* : « Le festival est une forme de fête unique, célébration publique d'un genre artistique dans un espace-temps réduit ».

Ces définitions mentionnent le lieu ou le festival prend place, mais il n'est pas question de territoire. Le ministère omet que



Fig 1. Regroupement des pires caractéristiques d'un festival standardisé, la liste n'est si exclusive ni exhaustive

celui-ci en évoluant chaque année, impacte fortement son environnement. Le festival est abordé de manière désincarnée et désinvolté, comme n'importe quelle manifestation festive. La question se pose alors : pourquoi l'accent est-il mis seulement sur les festivités ?

On peut premièrement avancer l'hypothèse que la vie culturelle en France n'est pas souvent abordée sous le prisme du développement territorial, mais plus sous celui de l'économie du loisir et du divertissement. Les festivals comme bien d'autres événements culturels sont marchandisés. C'est-à-dire qu'ils sont jugés sur leur valeur marchande en tant que produit à consommer.

Cela contribue donc à appauvrir la culture, car au sein de la société de consommation, un produit marchandisé est un produit standardisé. Plus un festival est «standard» (voir fig 1.), plus il est rentable. Or, les événements culturels doivent-ils forcément être rentables ? Si le prix à payer, c'est de voir toujours les mêmes festivals, les mêmes artistes qui se recopient partout en France, voir dans le monde alors c'est la culture qui sera ruinée. Le marketing des festivals est un débat qui mérite d'être abordé, car il est important de changer de positionnement concernant ces événements exponentiellement présents et de les envisager comme des «exceptions culturelles» inclusives qui permettent de renouveler le territoire, car c'est dans leurs capacités.

Histoire

L'ancêtre du festival en France émerge dans les années 1830-1840 grâce au mouvement Orphéonique.¹ Les Orphéons sont des groupes de chorales œuvrant dans les villes, souvent pour des concours. Leur différence avec les autres festivités se présente dans le caractère itinérant et leur détachement des coutumes chrétiennes. Ces mouvements sont promus par les artistes eux-mêmes dans un but de diffusion artistique. Parallèlement, ce sont également les fêtes agraires (dont nous parlerons dans le chapitre 2.) qui ont évolué pour devenir les célébrations de

musique populaire que nous connaissons aujourd'hui. Les festivals de campagne ont débuté informellement grâce à quelques musiciens. Puis, la construction des festivals se précise selon les thèmes et les ressources locales, et l'itinérance devient une exception. Après la période de forte croissance des années cinquante les festivals se sont démocratisés dans le monde vers les années quatre-vingt-dix ². Leur essor important s'explique par l'intérêt à la fois économique, médiatique et touristique qu'ils procurent aux collectivités territoriales qui les accueillent.³ En effet, les festivals ont contribué à la renommée de plusieurs villes comme Cannes ou Avignon. Autrefois des initiatives privées, les festivals sont maintenant grandement soutenus par le domaine

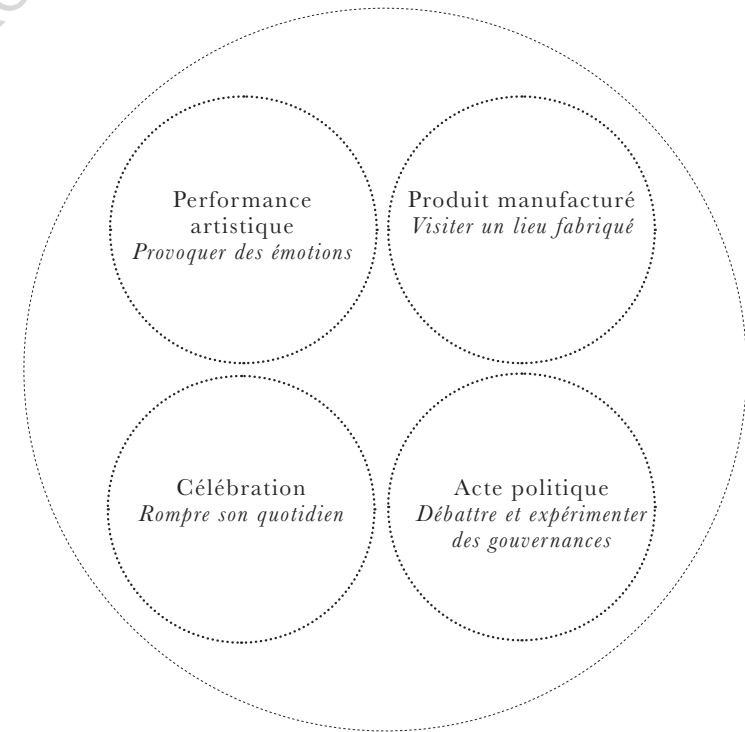


Fig 2. Ce qu'on appelle un festival aujourd'hui

1. Le Petit Journal, 5 mars 1867, p. 2, 3e colonne.

2. OWE RONSTRÖM, Festivals et festivalisations, 2014

public, car l'intérêt économique pour le territoire est indéniable.

Nomenclature

Les festivals présentent une grande diversité typologique ce qui les rend difficiles à classer. Ils touchent tous les arts, durent entre une journée et deux semaines, ils ont lieu partout, réunissent autant un petit groupement de passionnés que des millions de personnes. Alors comment les comprendre et les comparer ?

Le festival, par sa multiplicité, satisfait des intérêts différents. Le terme paraît finalement réducteur quand on envisage tout ce qu'il peut accomplir. Il se situe entre la pièce de théâtre, la manifestation politique engagée, la fête foraine, et l'œuvre d'art éphémère (*voir fig 2*). Selon Sophie Mercier et Diane Bouchard, ce qui différencie les festivals, c'est l'acte fondateur. Ce sont leurs objectifs, leur politique, ce qu'ils veulent revendiquer, promouvoir et montrer. Se distinguent alors quatre grandes catégories de festivals qui ne sont pas exclusives : les festivals de création, les festivals touristiques, les festivals d'image et les festivals de diffusion.³

Si ces catégories permettent de mieux cerner l'objet, la question de l'impact territorial auréole toujours, peu importe la classification. Car la relation avec les lieux est plus subtile. Si un événement se nomme «Festival touristique de la terre bretonne» et qu'il est organisé par des Parisiens qui veulent promouvoir un hôtel à caractère patrimonial, le développement durable de la région n'en sera que très peu affecté. Ce n'est non pas dans son existence en tant qu'objet éphémère que le festival est impactant localement, mais dans son assise intangible au sein de la culture locale.

Si le festival est renouvelé au sein du même lieu, il modifie insidieusement les habitudes, les envies et les souvenirs. Finalement, il appartient au territoire, à titre presque patrimonial, peu importe sa catégorie. Cette modification des comportements issue de la présence d'un festival, nous l'appelleront la pratique festivalière.

b. La pratique festivalière

...Peut-elle engendrer des pratiques coutumières ?

La pratique festivalière c'est le fait d'avoir un comportement lié aux festivals en tant qu'individu. C'est pratiquer le festival directement et indirectement. Cela regroupe toutes les activités économiques, juridiques et sociales qu'un citoyen ou qu'une institution déploie pour un festival. Comme par exemple, l'organisation, le bénévolat, la scénographie, la communication et les démarches pour une association. Le sponsoring pour un commerce, le bénévolat ou l'achat d'un billet pour un citoyen ou la création musicale pour un artiste. Si isolément, ces actes sont anodins, le fait qu'ils aient lieu simultanément par un grand nombre de personnes pour un même but démontre la place que prennent les festivals dans la vie contemporaine.

Ces activités sont inscrites dans un espace physique et virtuel : dans la réalité, c'est un réseau d'acteurs mobiles qui se réunissent régulièrement pour signer, planifier ou prototyper.

Virtuellement, c'est une communauté active de festivaliers sur les réseaux sociaux qui relayent du contenu : des photos, des affiches, des musiques ect...

Grâce à la mobilité et à la communication moderne, ces activités festivalières touchent énormément d'individus. Cette pratique s'affirme à la manière d'un culte pour une partie de la génération de 15-30 ans. Leurs comportements, liés à la fête, à la musique et au tourisme, ont évolué avec l'apparition des festivals. -

Ce constat nous amène vers un questionnement, dans quelles mesures ces pratiques évoluent avec les mœurs locales ? Plus précisément, comment ces pratiques s'insèrent dans les habitudes rurales.

Les pratiques citoyennes locales

Le festival des « Vieilles charrues » trouve son origine dans « une kermesse au bord de l'eau, avec très peu de musique et beaucoup de bonne franquette, des grillades et des jeux incroyables (...) à Landeleau, près de Carhaix. »².

C'est au cœur de la spontanéité que la magie se crée, chaque habitant se sent concerné, et trouve une volonté d'aider à l'existence d'une telle fête. La population se mobilise, les grand-mères cousent des fanions, les tracteurs débroussaillent les champs et les accordéonistes répètent leurs gammes. Partout dans le bourg, ou en campagne, un rôle se crée pour aider. Et chaque année, ce schéma recommence. Ces pratiques font partie de la pratique festivalière, car ce sont des habitudes récurrentes.

Cependant, chaque festival est entouré de pratiques différentes. Lorsqu'on prend l'exemple des festivals standards qui se répètent comme des marchandises, alors toutes les actions qui l'entourent sont tout aussi standard : la mise en place d'un festival peut être vu comme un protocole que l'on répète sans distinction de lieu ni de période et qui fonctionne partout comme ailleurs. Effectivement, c'est le cas pour certains événements, dans un souci de rapidité d'exécution et de rentabilité. Dans ce cas de figure, rien n'est coutumier, l'événement serait le même dans une salle de concert parisienne que dans un champ en Normandie.

Néanmoins, un festival ou un petit événement peut être organisé par quiconque, donc beaucoup de variations sur la forme et le fond de l'événement sont possibles. Il est seulement soumis à quelques règles nationales concernant son lieu et sa distribution d'alcool, mais reste un rassemblement libre.

Dès lors, les alternatives sont nombreuses et les protocoles qui régissent le monde du spectacle et de l'événementiel s'effacent doucement.

Ainsi, c'est dans cette absence d'autorité et d'école que naissent les pratiques spécifiques. Les manières d'accueillir du public par exemple, sont forcément différentes d'un lieu à l'autre, la

notion d'hospitalité et de confort étant très subjective : c'est principalement ce qui va jouer sur les dispositifs mis en place comme la taille du site, du camping, la nourriture servie, l'aspect décoratif, ou le programme musical. Plus il y a une marge d'improvisation laissée aux bénévoles plus les pratiques liées aux festivals sont spécifiques au lieu.

On peut donc avancer que le festival épouse son environnement en fonction de sa gouvernance. Celle-ci est souvent orchestrée par une association, qui possède déjà un parti-pris, une envie qui sous-tend l'existence de l'événement.

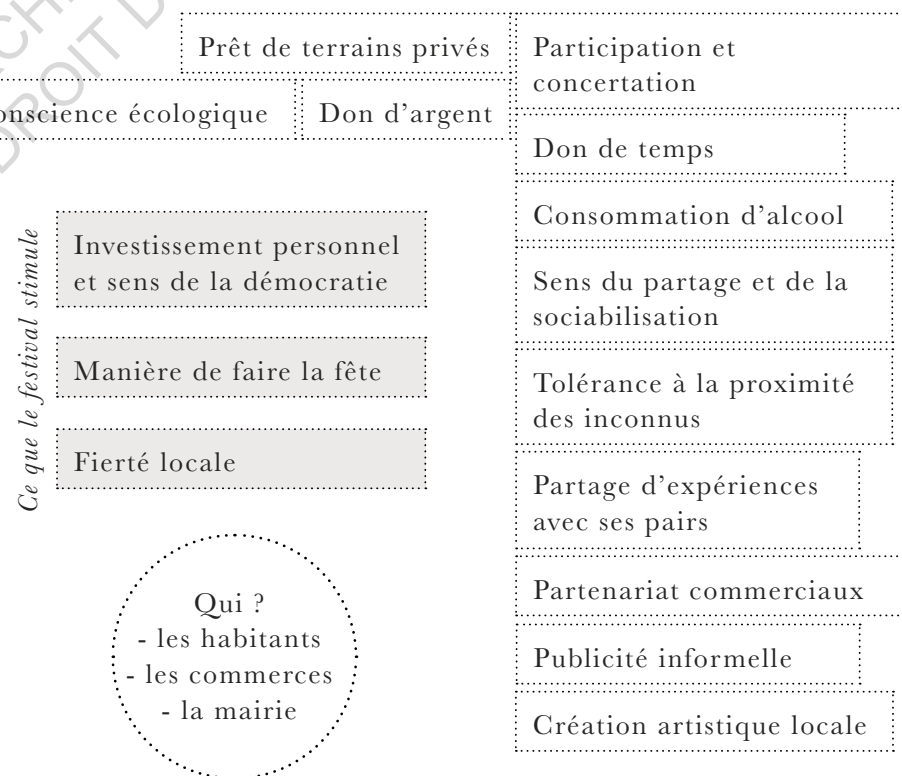


Fig 3. La pratique festivalière, une question de mentalité et de point de vue.

c. Le festival instrumentalise le territoire

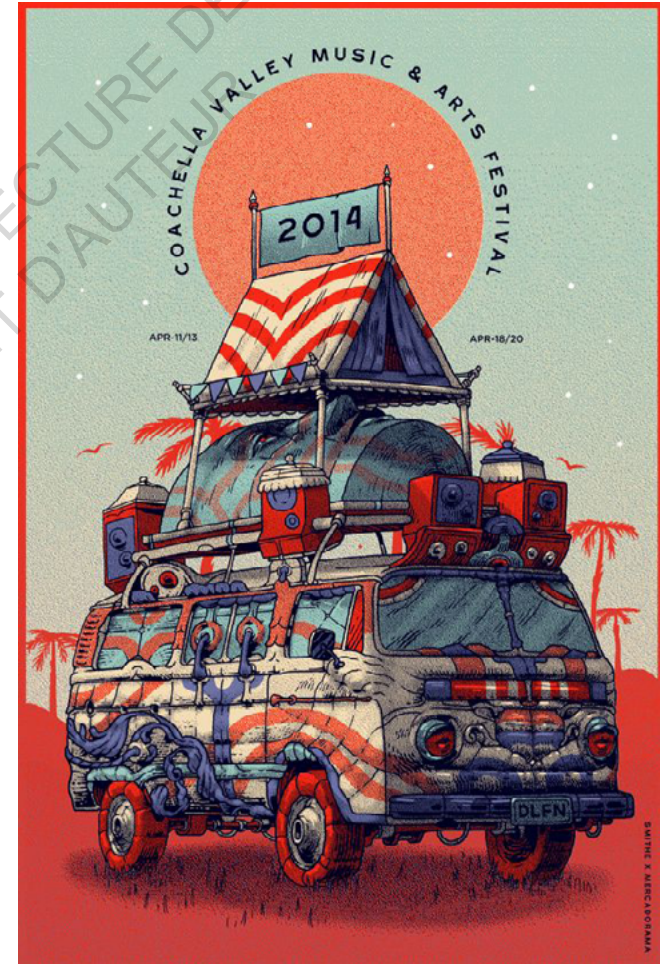
Est-ce le festival qui construit le territoire ou l'inverse?

« À partir du moment où tu te mets dans une perspective de marque, forcément t'as une perspective de récit. Récit de ce que tu vas venir trouver de spécifique dans un festival. Si ton image c'est Woodstock, tu vas faire un récit très gadoue, liberté, sex and sun ect... »

Troisièmement, nous allons voir comment les festivals sont ancrés dans un récit et sont idéalisés. En effet, quand on prend une posture commerciale, les festivals sont des produits éphémères. Ils rentrent dans le champ du service culturel, c'est-à-dire que le consommateur paye en échange de son temps, il vient chercher une expérience culturelle. Cette partie sera illustrée par l'interview de Daphnée qui a organisé un festival de musique de répertoire en Lorraine. Elle nous raconte dans ces extraits les rouages de la communication promotionnelle de l'événement.

En effet, pour se démarquer des autres services culturels comme un concert au Zénith ou le théâtre, le festival va se construire une identité qu'il veut unique, et ce, malgré le nombre croissant de festivals existants. Car selon la loi du marché, plus il est

« Je remets le contexte, on est en Lorraine, en plein milieu du mois de Juillet. Donc autant dire qu'on ne bénéficie pas d'une tonne et demie de touristes qui viendraient par hasard et qui diraient : « oh bah tiens si je faisais un saut au concert ce soir ! ». Ça n'existe pas. Donc d'abord et avant tout pour pouvoir répondre à des préoccupations de nature économique, tu es obligé de faire confiance à ton fond de commerce, c'est à dire les locaux. »



Affiche du festival Coachella, qui illustre bien par son affiche le récit qu'il souhaite communiquer

rare plus il peut se permettre d'être cher. Le festival se doit de travailler son histoire. Dès lors, souvent, le premier argument avancé est celui du territoire, car c'est la seule chose unique exploitable.

Le storytelling est une technique courante de marketing pour convaincre le consommateur d'acheter un produit. Le festival y a recours, car il est obligé d'avoir un public conséquent pour exister et pour subsister. Ainsi, l'histoire fabriquée à des fins promotionnelle se répand dans les environs, on se demande donc quelle est sa contribution à l'image du territoire ? Malgré son caractère publicitaire, une histoire est crue par qui veut bien la croire.

« Exemple, La sonate de Frank, au piano, souvent on dit que c'est la sonate qu'on voit dans Proust, la sonate de Verteuil de chez Proust, et il y a beaucoup de gens qui disent que le modèle de cette sonate inventée c'est la sonate de Frank.

Donc tu racontes cette anecdote de l'histoire de la musique, tu n'expliques pas la sonate ni qui était monsieur Frank ni quoi que ce soit mais tu dis que c'est la sonate de Verteuil de Proust et d'ailleurs Proust, ce sont les madeleines, il se trouve que les madeleines sont commercialisées en Lorraine.

Du coup, tu écris l'anecdote, tu vas lier un partenariat avec un vendeur de madeleine qui t'en donne 300 en paquets, tu lui fais sa com et tu les donnes à l'entrée du concert avec un petit truc de thé. Et tu leur dit : «voilà on va jouer à si on était Proust, ambiance début 20ème vous avez votre thé vous avez votre madeleine vous avez la sonate de Verteuil et on va jouer à Proust. »(...)

Ce qui m'amène à mon troisième récit, le récit territorial. Car forcément, tu es en rapport avec une mairie, un département, une commune, une région, et tu as un contrat d'objectif. Surtout nous en été en Lorraine, c'est une catastrophe. Comme je te le disais, ce n'est pas le lieu touristique le plus fréquenté.

Encore en Normandie, on peut entendre la mer, on peut imaginer à un moment ou à un autre qu'il y a des vagues, mais là, si je te dis Lorraine, on voit des terrils et des hauts fourneaux, c'est tout ce que tu vois, et la pluie.

Il s'avère que Nancy ce n'est pas du tout ça, c'est une ville extrêmement patrimoniale, ou t'a trois grandes époques, celles des ducs de Lorraine, George de la Tour, avec le patrimoine architectural qui va avec, tu as l'époque Stanislas 18e avec la place Stanislas qui est classée patrimoine mondial de l'Unesco et de l'humanité qui est l'une des belles places du monde. Et t'as le patrimoine art nouveau qui est Jean Prouvé, Daum, Gallé et compagnie, tout ça c'est des Lorrains. Donc tu as cette mission-là de dire ok le patrimoine tout seul ça ne va pas se vendre, la musique toute seule ça ne va pas se vendre, donc on essaye de créer des récits touristiques, de vendre des packages. L'intérêt qu'est ce que c'est ?

À Nancy par exemple, on peut imaginer que tu fais l'aller-retour dans la journée, que tu viens voir la place Stanislas et que tu rentres. En général, quand tu rentres dans ces récits-là territoriaux ou de marketing territorial, tu vas sur l'Insee, tu regardes les données sur les hôtels, les restaurants. Et tu perçois aussi quel est le but de ton récit, qu'est-ce que le client consomme : une nuit d'hôtel et un restaurant avec.

Donc tu te mets en relation avec les acteurs patrimoniaux du coin et tu construis ton objet en fonction de ce qu'eux-même ont envie de vendre. Nous par exemple, on faisait des visites thématiques en plein été qui racontait l'histoire du patrimoine local et mondial et ça créait un nouvel intérêt autour du concert. Ce qui fait que même les gens qui s'en fichent de la musique, ils y voient un package complet. »

II. ÉTUDE DE LA REVOYURE ET DE SON ANCRAGE

Introduction

Cette partie rend compte de l'étude préalable d'un projet éphémère, celui du Festival La Revoyure, se déroulant le 6 et 7 septembre 2019. Il s'agit ici de hiérarchiser et représenter via des textes et des dessins, l'organisation et la conception de l'événement dans le temps long (la préparation) et également le temps court qui est celui de l'événement (deux jours).

Le but est de mieux saisir les relations entre les principales composantes de l'objet, c'est-à-dire le temps, le public et le lieu. Trois éléments qui, ensemble, permettent à l'événement d'exister pendant deux jours. Lorsque l'on parlera du lieu ici, il s'agira du lieu même du festival, le site de l'événement, c'est-à-dire le stade municipal. Nous n'aborderons pas encore la relation par rapport à l'ensemble de la ville.

Ensuite, à la manière d'une équation, nous détaillerons dans cette partie les articulations et les facteurs de ces éléments qui conduisent à la réussite de l'événement. Par exemple, pendant une plage de temps T, tout le public devra être localisé dans un endroit A, si le public est à un endroit B pendant cette même plage de temps, alors le potentiel maximum de l'événement n'est pas atteint.

Cette équation sera illustrée à travers différents langages graphiques allant de la carte au dessin, permettant de détailler au mieux les lieux et les activités du public. Au moment du dessin, le festival n'est pas encore réalisé, tout n'est donc que de la théorie.

À gauche, une photo de deux bénévoles prises pendant l'installation du festival



a. Manifeste et valeurs

Les esquisses d'un récit

Présentation du collectif

La quête du collectif Rafiot Keetang est d'exister par la production, la création et l'intervention dans le réel. Le groupe réunit une quinzaine de membres qui se rejoignent dans leurs valeurs et leur volonté de collaborer pour aboutir à des résultats qui correspondent à ces mêmes valeurs. De l'architecture à la musicologie, en passant par l'économie, les compétences du groupe sont variées. Cependant, en dehors du bagage universitaire, la principale qualité de collectif, c'est l'investissement de chacun de ses membres ainsi que leur connaissance du territoire duquel ils sont issus et pour lequel ils agissent.

De ces ambitions, est née une idée, celle de créer quelque chose de grand et de marquant. Un événement phare durant lequel rayonnera ce que le collectif souhaite communiquer : la rencontre, le partage, le respect, l'écologie, la culture.

Le festival La Revoyure

Le projet part d'un constat sur notre environnement : le rural se flétrit. Les communes vieillissent, pâtiennent d'un développement ralenti. Nous souhaitons stimuler cette campagne en y amenant notre spontanéité, et provoquer des rencontres en élargissant l'offre culturelle.

Le Festival se situera à la Ferté-Macé, une commune française située dans le département de l'Orne en région Normandie, peuplée de 5 393 habitants (2016). Il s'implantera à la périphérie de l'agglomération sur des terrains sportifs comprenant des équipements alimentés en eau et électricité, facile d'accès pour les habitants à pieds et pour ceux qui sont motorisés.

Les espaces

L'événement souhaite tabler sur la mixité des propositions : trois espaces principaux, un espace concert, un espace village et un camping. Chacun de ces endroits aura, en plus de sa

fonctionnalité propre, vocation à être sublimé et animé. Grâce à l'architecture éphémère, la scénographie et la gestion des animations dans le temps, le public aura la possibilité de vivre le moment de manière autant active que passive, tout en restant immergé dans la magie des festivités.

Enfin, l'événement se place dans une démarche de développement durable, tant au niveau environnemental que social. L'usage unique n'a pas d'intérêt, ni d'effet sur un territoire comme celui-ci, où ce sont les temps longs qui ont façonné les maisons et les visages. Les moyens déployés doivent être pensés pour subsister durablement dans l'espace et dans les mémoires, en produisant le moins possible de déchets.

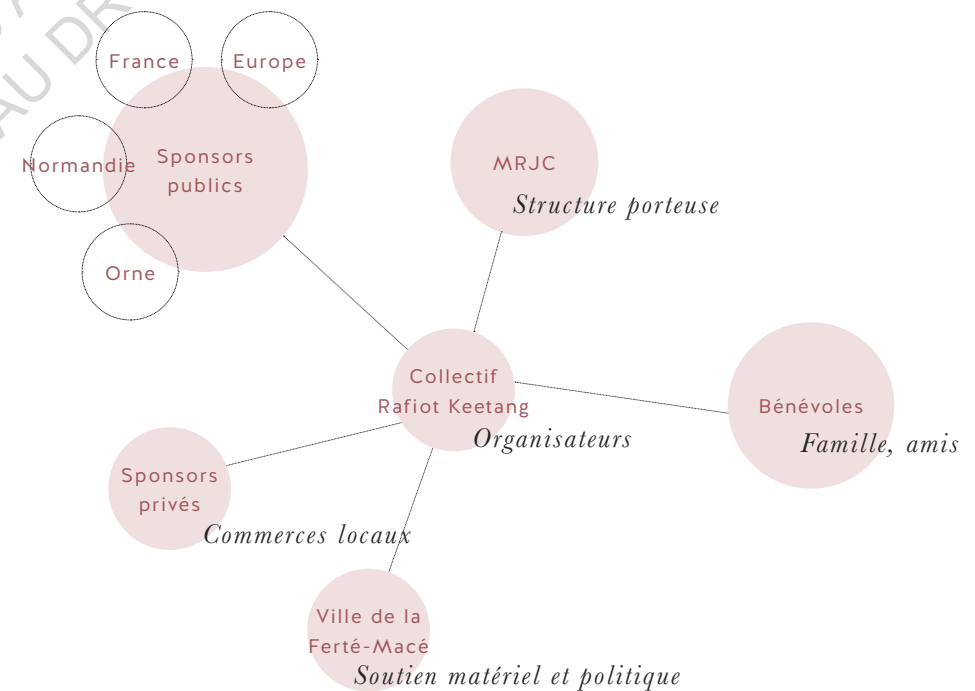


Figure 1
Organigramme d'acteurs

b. Préparation dans le long terme

Traduire l'événement en chiffres

À partir du moment où l'idée du festival émerge, jusqu'à sa réalisation, plusieurs mois s'écoulent. Cette durée est nécessaire pour qu'elle se concrétise premièrement auprès de l'équipe d'organisation puis auprès du public visé (communication du projet).

Concernant l'équipe, ce temps permet à l'idée de se discuter, de mûrir et surtout de se traduire dans d'autres langages afin de la cerner au mieux. Car, qu'est-ce qu'un festival ? C'est un réseau d'acteurs engagés (*Fig 1*), un calendrier millimétré, c'est un budget conséquent, mais également des ressources matérielles en quantité. Ces composants définissent le festival avant qu'il n'apparaisse, et s'écrivent de différentes manières : par organigrammes de personnes physiques et morales, par des tableaux budgétaires, des rétroplannings, des inventaires de matériaux...

Préparer le public : la communication

La communication de l'événement a pour but de faire connaître celui-ci auprès d'un public potentiel. Il s'agit alors de se démarquer face à la concurrence rude des festivals dans l'Ouest français. En effet entre juillet et septembre, une vingtaine de festivals ont lieu dans la région, et une poignée de nouveaux festival émergent chaque année.

L'enjeu est donc de trouver des arguments motivants et de les publier stratégiquement tout au long de la période antérieure au festival. La programmation musicale fait l'objet d'une attention particulière, elle doit être diffusée pertinemment au bon public en temps voulu. C'est-à-dire que les artistes orientés musicalement en Rap doivent être publiés sur des plateformes adaptées à un public plus jeune, à un moment de dent creuse : quand les autres festivals du même genre n'ont pas encore ou alors ont déjà publié leurs artistes.

Comme nous l'avons vu dans l'entretien précédent, il s'agit de trouver un récit convaincant. Heureusement, dans le cas présent, la concurrence n'est pas vraiment un problème, car le festival est de petite ampleur : sa capacité ne dépasse pas 1500 personnes en tout.

Le public

Pour être bénéficiaire, le festival nécessite au moins 600 personnes par soir, en sachant que les capacités matérielles et humaines d'accueil sont de 1500 personnes, si la communication a été bien réalisée au préalable, le nombre du public se situera donc dans cette fourchette.

De plus, nous comptons accueillir un public connaisseur des festivals. La population aura l'habitude du timing, de l'enchaînement des concerts et des autres activités, donc elle voudra se laisser guider par les événements sans vouloir réfléchir. L'enjeu pour nous sera de respecter cette envie du festivalier, de l'accompagner de manière fluide dans sa déambulation au sein du site.

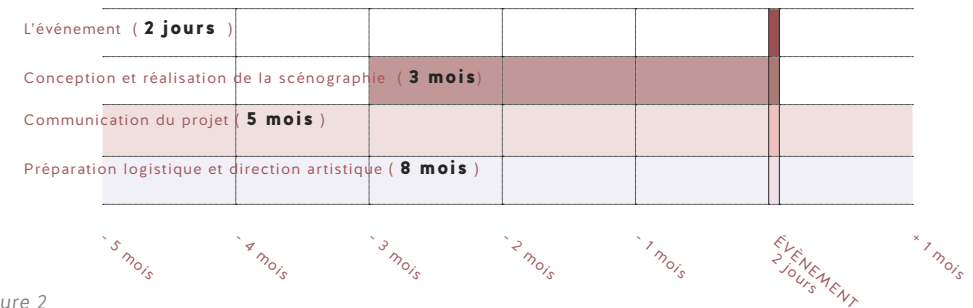


Figure 2
Retro-planning

c. L'espace et le temps

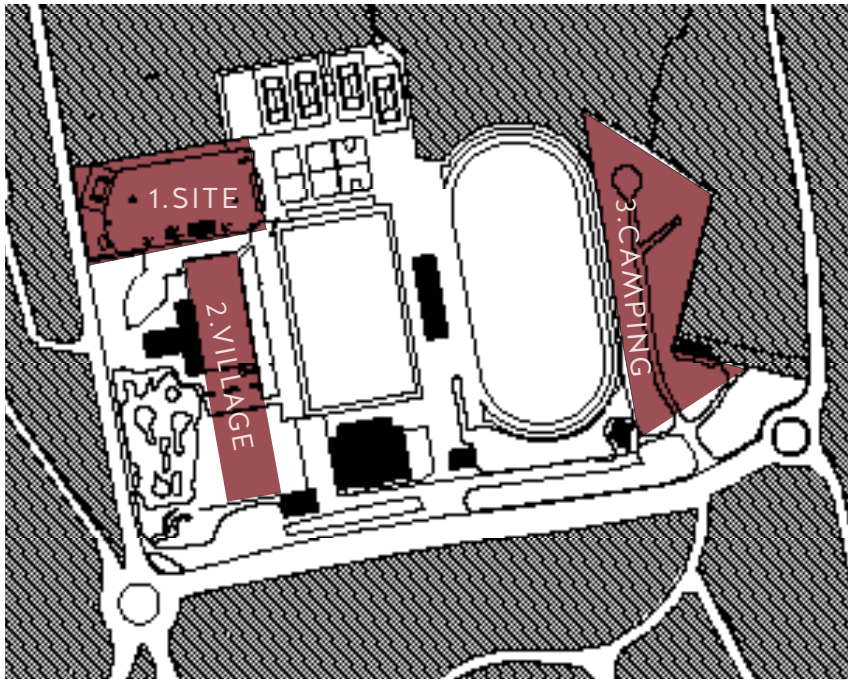


Figure 3

Carte du lieu d'accueil du festival: Le complexe sportif de la Ferté-Macé

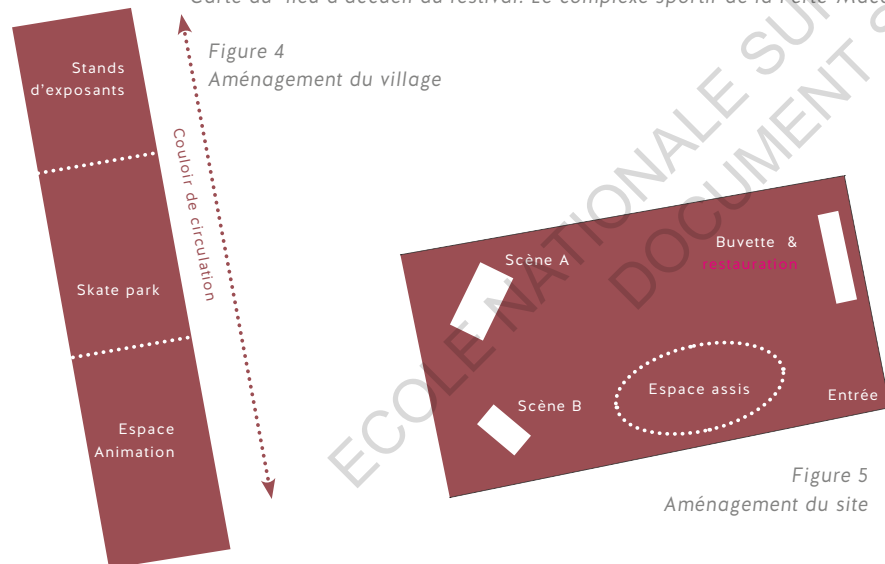


Figure 4
Aménagement du village

Figure 5
Aménagement du site

Ces descriptions tentent de capturer le but de chaque espace, les activités qui l'animeront, les flux internes pendant sa période d'ouverture et l'ambiance qu'il générera.

Le festival est composé de trois espaces majeurs : le site ouvert durant la soirée, le village ouvert pendant la journée et le camping ouvert constamment.

Le site ouvert de 18h à 3h

C'est le lieu phare du festival, celui de la nuit, où se dérouleront les concerts sur les deux scènes. Au sein de l'espace, les festivaliers graviteront entre trois activités : danser, manger, se reposer.

Le lieu possède un pouvoir d'attractivité dû principalement à la musique qui ne s'arrêtera pas de 19h à 3h. De plus, il sera décoré et aménagé pour sublimer ces instants de fête. Sublimer la nuit, l'espace et les corps pour que la danse, et les mouvements soient des actions motrices de la vie du lieu : les festivaliers se verront danser et s'amuser entre eux, s'influencent eux-mêmes dans cette activité.

Le village ouvert de 10h à 18h

Le village sera un espace gratuit accessible à tout le monde en journée, permettant aux festivaliers et aux habitants de la ville de passer du temps entourés, de partager des activités ou de découvrir des stands. Le lieu est attractif car c'est là où il concentre toute l'activité en journée, et est de plus gratuit.

Camping ouvert non-stop

Le troisième lieu est celui du camping. Ouvert non stop, il accueille les festivaliers en continu. Seulement, en festival, le camping n'est pas un lieu de repos. C'est l'endroit qui permet à tout le monde de prendre l'apéro, de se réunir entre amis, de crier, discuter, rencontrer des gens.

C'est d'autant plus le lieu où on se lève, on reste, c'est difficile d'en sortir. L'objectif est donc de rendre ce lieu non attractif, de faire bouger les gens, car c'est la facilité de rester au camping. C'est d'ailleurs en taille le lieu le plus gros de tout le festival et le moins aménagé.

Flux 1. Du village vers le site

L'intensité monte

L'intérêt de ce changement de lieux c'est d'augmenter son rythme, de vouloir se sentir plus confiné, plus entouré. De vivre les choses plus fortement. Le public donc, change, après avoir passé du temps sur un lieu comme le village plutôt bon enfant, plutôt calme, tout le monde ne veut pas passer à la vitesse supérieure. Certains rentrent, et d'autres commencent à s'animer.

Flux 2. Du camping vers le site

Se défouler

À la différence du Flux 1, le changement n'est pas progressif, mais abrupt. Pas entre le calme et l'activité, car le camping n'est pas un lieu calme. Mais dans les interactions entre les gens, au camping on discute, on s'assoit, on mange, tandis que sur le site on bouge beaucoup, on se déplace dans l'espace, on danse.

Flux 3. Du camping vers le village

Se réveiller

Le changement d'ambiance va du « je ne fais pas d'activité » à « je fais quelque chose » il faut vouloir démarrer une activité doucement, et sortir de l'ambiance posée du camping.

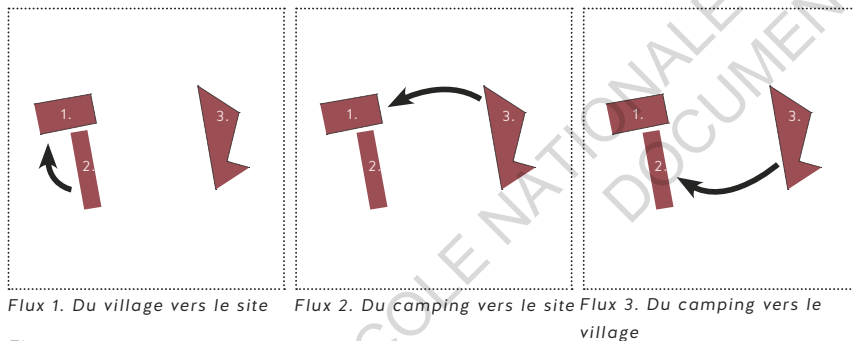


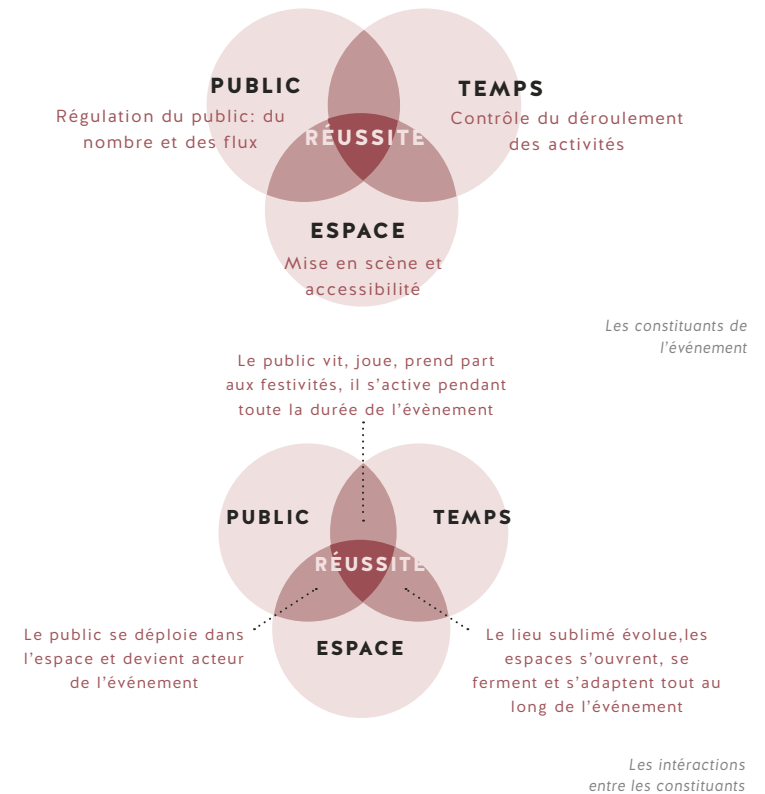
Figure 6
Différents flux possibles

Conclusion

Comme le montre le schéma ci-dessous, l'événement s'équilibre entre la gestion de trois composants : le public, l'espace et le temps. C'est à partir de ce constat que les ressources humaines sont réparties lors de l'événement.

Le trajet en fig 6 représente le squelette du récit souhaité pour les festivaliers. Ensuite, à partir de ces trajectoires, chaque espace sera animé en fonction, pour qu'ils conservent leur attractivité.

Cette théorie offre une première base pour construire les lieux, puis l'histoire s'écrit d'elle-même.



III. RETOURS POSTÉRIEURS

a. Le chantier éphémère commun

La construction du lieu devient-elle une implication commune ?
L'exemple du bénévolat

J-7 La première équipe de bénévoles arrive à la Ferté-Macé. C'est avec eux que la grande installation commence. Le travail consiste pour l'instant à peindre des petits panneaux « parking » aux grandes enseignes qui désignent le bar. Ceux qui nous aident viennent de partout, amis, famille, habitants inconnus de la ville qui désirent s'impliquer ou d'autres organisateurs de festivals qui souhaitent être solidaires.

J-2 Le gros du travail commence : le site est ouvert. Une course contre la montre démarre. La scène et toutes les barrières doivent être montées en deux jours. L'équipe de l'installation est à son effectif maximum, une petite centaine de personnes qui sera complétée par les techniciens de scène qui supervisent le montage des deux estrades. Sur le stade, tout commence par quelques marquages au sol à 8h du matin, puis tout s'enchaîne très rapidement. Des chaînes humaines se créent pour cadrer l'emplacement de l'événement. Tout le monde aide selon ses capacités. Que ce soit par le prêt d'une remorque ou la fabrication de quelques fanions. Très vite, le site prend forme, les deux scènes et les barrières sont debout. L'installation se déroule rapidement et sans encombre hormis les plaintes d'une voisine qui n'aime pas le bruit.

H-1 C'est l'heure de l'arrivée de commission de sécurité. Ils sont là pour vérifier que tout est en ordre, que les sorties de secours sont au bon endroit et que les structures de la scénographie ne tomberont pas pendant l'événement. Chacun retient son souffle,

car en cas de non-respect de la sécurité, le festival peut être annulé.

HH. La commission a donné son feu vert. Le festival est lancé, les premières bières sont ouvertes, chacun est à son poste, prêt à accueillir le public. Non sans un regard de fierté sur ce qui vient d'être installé en si peu de temps.

Le festival s'est déroulé sur un lieu familier des habitants : le stade municipal que les familles et les enfants connaissent déjà bien grâce aux activités extra-scolaires. Alors facilement, la première pensée venue se rapproche de la lassitude. Comment paraître original lorsque des centaines d'événements ont déjà tenu place sur le même sol ? Il s'agit donc d'un véritable défi pour l'équipe d'organisation de renouveler le lieu, de le transformer et le sublimer pour justement s'échapper de cet horizon fondu dans les habitudes. Néanmoins, malgré ses utilisations répétées, le lieu a pour mérite d'être familier. C'est pourquoi les bénévoles ne manquent pas à l'appel. Au-delà de venir à l'événement, c'est la promesse de voir le stade autrement qui stimule le public. C'est ainsi ce qui motive dans un premier lieu à travailler ensemble.

C'est d'ailleurs un des grands avantages du statut associatif : existant dans un but non-lucratif, l'appel au bénévolat fonctionne grâce à la confiance que les habitants ont en les organisateurs. Car la création finale existe pour le bien commun.

La communication rapide due à la petite taille de la ville permet également une réponse rapide des bénévoles. De plus, on peut supposer que la rareté des événements encourage l'engagement général. Un festival terminé, il est inscrit comme un souvenir commun dans l'esprit de tous ceux qui y ont participé. Et dans le cas présent, ils furent nombreux.

b. L'imprévu dans le récit

La liberté des uns s'arrête là ou commence celle des autres.

Vendredi soir, minuit. Le festival est bien lancé, quand une rumeur circule parmi les bénévoles. Une voiture se serait introduite sur le camping, manquant de renverser les festivaliers présents.

Immédiatement, les responsables de la sécurité se dirigent vers le lieu afin de régler la cause de l'agitation. Quelques minutes plus tard, la voiture en question arrive juste devant l'entrée du festival. Le responsable du bar quitte alors son poste pour leur dire de repartir, car aucune voiture à part celle des artistes n'est censée circuler sur le site. À son arrivée, la portière s'ouvre, et deux hommes surgissent menaçant les bénévoles avec un couteau. Ils s'étaient vu refuser l'entrée au festival une heure plus tôt. Finalement, les agents de sécurité les neutralisent, et la police est alertée.

Seulement, le mal est fait, l'agitation causée au camping et à l'entrée a fait désertier la moitié des bénévoles. Chacun a tenté de résoudre au compte goutte les problèmes causés ou simplement d'aller voir ce qui se passe par curiosité. La structure hiérarchique qui organise l'événement s'est désintégrée et ce à chaque endroit phare du festival.

Au niveau de la scène par exemple, les barrières manquent de tomber, car la foule est en délire à cause du concert qui s'y déroule. De plus, la queue pour échanger sa monnaie contre des jetons s'allonge de plus en plus. Les toilettes sont encombrées, car plus personne n'est là pour les nettoyer. Au bar, les fûts ne sont pas changés et les clients

alcoolisés s'impatientent, enchaînant alors les âneries plus loufoques les unes que les autres pour tuer le temps. Entraînant quelques festivaliers à se retrouver debout sur un touret renversé, roulant vers le bar. Dès lors, ce public incontrôlable ainsi que l'organisation générale mis plus de deux heures à revenir à la normale.

Comme nous l'avons vu dans le pont précédent, en théorie certaines modalités de flux peuvent être contrôlées. Puis, les individualités suivent leur parcours. En d'autres termes, le festival fonctionne dans un paradoxe entre contrôle et liberté. Au début, tout est fait pour que le festivalier se pose très peu de questions. Il faut qu'il ait constamment un lieu où se rendre parmi ce que le festival propose. Son choix le plus important est premièrement de se rendre au festival. Puis, il n'a plus qu'à se laisser porter par l'enchaînement des événements et des activités conçues par le festival : c'est la programmation temporelle.

C'est pourquoi les grosses dérives sont rares et permettent de voir les failles dans la conception, notamment en ce qui concerne la sécurité du lieu. La présence des fraudeurs est problématique mais non dangereuse. Elle ouvre cependant les yeux sur la difficulté de sécuriser un lieu éphémère.

Ce qui soulève des questions, c'est la scission provoquée par des barrières qui sont franchissables uniquement en payant une entrée. Ce type d'imprévu force le programme préalablement conçu à se cogner à la réalité urbaine. La place d'un événement de ce type dans la ville est questionnée et le public qu'il inclut ou exclut également.

Les retours postérieurs au festival appuient le fait que le récit ne s'arrête pas aux limites physiques de l'événement.

c. Les effets d'une promesse réussie

Une fois terminé, comment les souvenirs de l'événement impactent encore le comportement ?

Bertrand est un homme célibataire de 40 ans vivant à la Ferté-Macé. On pourrait le décrire comme socialement isolé, avec des problématiques psychologiques. C'est la première fois qu'il se manifestait en tant que bénévole pour nous.

Il est arrivé pour nous aider dès le premier jour de la semaine d'installation. Puis, pendant le festival, il a travaillé tout le week-end en tant que bénévole sécurité. Il était posté à l'entrée de la salle des fêtes du stade qui fut le lieu central de l'organisation : c'était là où étaient les loges des artistes, notre lieu de stockage pour la restauration et le bar, et enfin notre loge à nous, organisateurs, d'où nous supervisions tout.

Son rôle était donc de filtrer les arrivants selon leur badge et de s'assurer qu'aucun festivalier ne rentre dans la salle. Ainsi, pendant ses créneaux, il voyait tout le monde passer et ne manquait pas une chance de lancer une petite blague dès qu'on rentrait.

Le festival terminé, il nous a même aidé à tout désinstaller, ce qui a pris trois jours. Il a par la suite gardé contact avec l'association proposant son aide dès que possible. C'est pourquoi lors de la soirée de remerciement des bénévoles qui a eu lieu un mois plus tard, il était le premier présent. Il voulait revoir les membres de l'association pour également les remercier, car en plus du temps qu'il a apprécié, il a rencontré sa future épouse lors de notre festival !

En tant que première édition, on ne s'attendait pas à un tel don d'investissement, ni à être vecteur d'accomplissements pour quelques individus. Leur engagement leur fut autant bénéfique à eux qu'à nous. Mais évidemment cela ne fonctionne pas pour tous, pour certains le bénévolat est un devoir voir une corvée.

La mobilisation en tant que bénévole est relative selon les personnes et leur pratique des festivals. Les intérêts sont différents, parfois le statut de bénévole vient juste du désir de ne pas payer son entrée en échange de ses services, parfois, c'est par envie de vivre le festival autrement, ou juste pour avoir de la compagnie.

Cependant, on a souvent des exemples de personnes qui se sont investis dans le festival et qui ont découvert une satisfaction et une fierté. Autrement dit un accomplissement. L'exemple de Bertrand illustre comment le festival a été synonyme de lien social pour lui. L'investissement dans un projet collectif suivi de la reconnaissance que nous lui avons donné fut gratifiant et bénéfique pour lui.

À cause de la situation géographique du milieu rural, c'est une opportunité rare pour une catégorie de profils. L'isolement est fréquent et les rencontres sont réduites. Alors, le festival présente une alternative. Si les prix ne sont pas forcément accessibles pour tous, le bénévolat lui accueille tout le monde et s'adapte selon les publics.

Évidemment, ce type d'événement n'est pas une mesure miracle et durable contre l'isolement, car il reste basé sur la volonté des gens, et la longévité du festival est imprévisible. En effet, l'événement ne va pas lui-même chercher les cas isolés pour en faire des bénévoles. Mais lorsque cela arrive, il peut contribuer à modifier quelques vies. Et à changer les regards sur ce que veut réellement dire isolement en campagne.

En effet, les regroupements sont si rares qu'il est facile d'oublier qu'ils existent. Or, les festivals étant si populaires, ont cette capacité à mixer et révéler les publics ruraux. Dès lors, la fête attirant la fête, les comportements festifs évoluent.

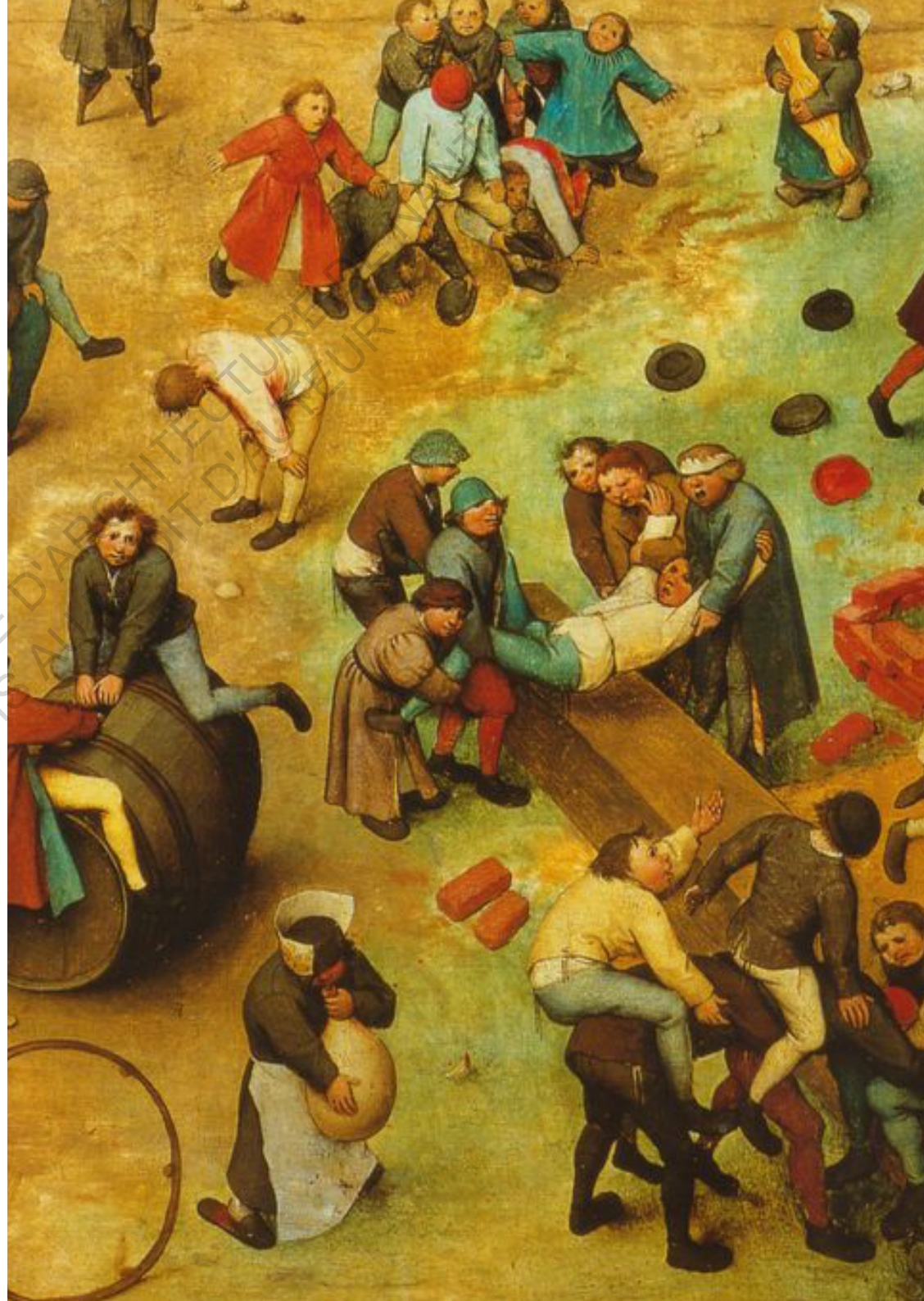
CHAPITRE II

L'identité du territoire et sa fabrique

«Les paysans de Normandie aiment vivre. Boire le bon cidre, chantant dans les verres et goulayant au palais, et manger, et aimer sans péchers, telle est la sainte fête»

Paysans de Normandie De Armand Frémont,
Flammarion 2007

Les extraits de peintures viennent des toiles de Pieter Bruegel . Peintre de l'école flamande, il fût attaché à représenter la vie paysanne



I. LES PORTRAITS DE L'IDENTITÉ RURALE

INTRODUCTION

L'identité est un concept complexe qui touche toute l'humanité. Car savoir qui nous sommes, c'est nécessaire lorsqu'on se retrouve face à un dilemme. Peu importe la situation, notre identité nous sert à nous légitimer dans nos choix. Cette action fonctionne pour un individu, mais également pour un groupe, une entreprise, un pays.

C'est d'ailleurs une technique très utilisée par les politiciens pour appuyer un propos : « Les Français sont ... la France est ... donc c'est pour ça que nous devons faire tel ou telle action ». Alors on se demande, est-ce parce qu'un politicien dit que la France est par exemple un pays libre qu'elle l'est ? À partir de quels discours se dessine l'identité ? Surtout lorsqu'on parle d'un territoire, est-ce le récit de ceux qui y vivent et le pratiquent, ou celui de ceux qui le dirigent et en connaissent les enjeux ?

La sociologue Nathalie Heinich nous propose une première réponse : l'identité se construit à partir de trois discours qui s'influencent : l'image vécue, l'image véhiculée et l'image perçue. Autrement dit l'identité, c'est l'image de soi tournée vers soi-même et vers autrui.

Premièrement l'auto-perception qui est l'image vécue, nos propres affirmations sur nous-même. Puis la présentation : l'image véhiculée de nous-même, celle que l'on raconte aux autres. Enfin, la désignation : l'image perçue par les autres.¹

Dans cette première partie, nous allons tenter d'appliquer cette définition à l'identité rurale. C'est-à-dire que nous allons explorer trois discours différents à-propos de la ruralité qui s'influencent entre eux. Premièrement le récit urbanocentré, car la définition du rural se situe par rapport à un paradoxe insolvable : la dualité ville-campagne. L'identité d'une chose se spécifie dans ce qu'elle a de semblable ou ce qu'elle a de différent. Comme

nous dit Julien Aldhuy « Il est important que ce paradoxe ne soit pas résolu, car c'est dans la tension entre ces deux polarités que ce concept prend tout son intérêt »². Deuxièmement, nous allons esquisser un portrait des habitants ruraux, qui sont ils ? Pourquoi et comment sont ils devenus ruraux ? Enfin, nous parlerons du discours institutionnel qui tend à romaniser la campagne, à l'idéaliser à des fins instrumentalistes.

Nous ne rentrerons pas dans la définition juridico-administrative de la ruralité (Plan local d'urbanisme, zones agricoles, aires urbaines, aires rurales...ect) car elle possède un caractère arbitraire qui ne prend pas en compte les habitants, leurs initiatives, et leurs usages.

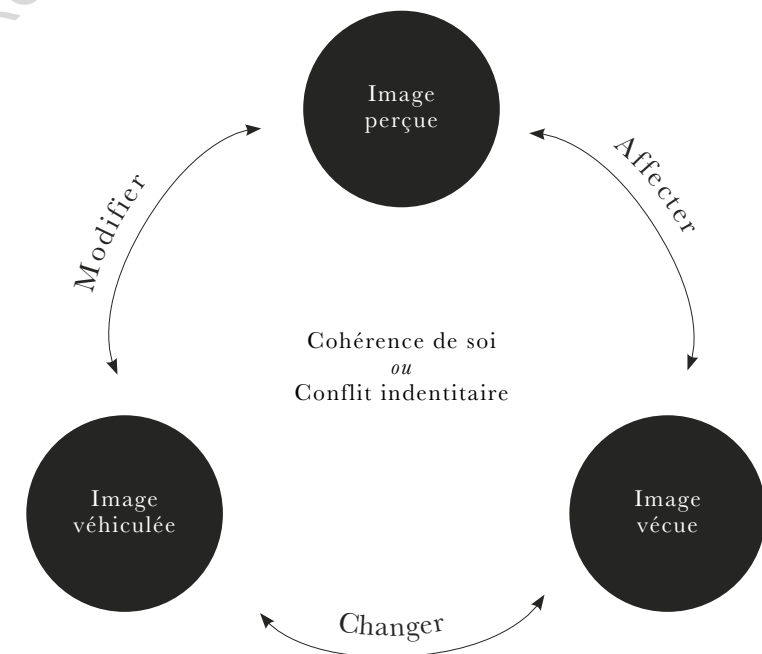


Fig 1. Schéma sur l'identité, tiré du mémoire de Marine Frachon, l'identité culturelle de Marseille.

2. Identité, catégorisation socio-spatiale et mobilité : être urbain et se penser rural ? Julien Aldhuy

1. Nathalie Heinich, ce que n'est pas l'identité

a. De l'urbano-centrisme au peri-urbain

« Le rural est toujours perçu comme l'envers du décor »

Le 1 n°201 Les nouveaux visages de la campagne

Nous allons commencer par aborder l'identité rurale en considérant que la campagne, c'est le « rien » face au « tout » des villes. C'est-à-dire que nous allons emprunter un point de vue urbano-centré: le rural n'a pas de définition, c'est juste ce qui n'est pas urbain.

« Notre société est entraînée par une révolution numérique, collaborative et culturelle qui concentre l'innovation, la mobilité, la liberté individuelle et la richesse dans une classe créative au cœur des très grandes métropoles. Là est produit 61 % du PIB français. On y est Vélib' et high-tech, low cost, usage plus que propriété, université, start-up, communication, colocation, finance, COP21... On y est nomade et mondialisé. »

Jean Viard, La périphérie contre le centre, Le 1 n°87

Comme le montre cette citation, nous qualifions la ville comme un lieu de productivité et de créativité. Les métropoles sont rapides et pleines d'espoir. À leur cœur, la capitale est la reine de toutes, c'est le théâtre de ceux et celles qui font avancer la société. En effet, les centres de décisions économiques, les structures institutionnelles, les niches de créateurs sont implantés dans les villes. Alors, à l'évocation de la vie urbaine, ce sont des idées de

vitesse, de jeunesse, et action qui nous viennent à l'esprit. Par conséquent, la vie non-urbaine représente à contrario le calme, la solitude et la retraite. La pensée dichotomique est inévitable.

Cependant, au milieu de ce duel s'est formé une zone qui calme le conflit autant qu'elle le nourrit. Il s'agit du périurbain. C'est un entre deux qui permet de questionner les limites de la ville et de la campagne. En effet, l'espace périurbain qui s'étale autour des villes propose un continuum entre ces deux mondes, comme si tout l'espace devait s'urbaniser. Ce qui remet en question le terme urbanisation. Car selon le point de vue du continuum urbain, l'espace d'un territoire est divisé arbitrairement en deux: les lieux fortement urbanisés et les no man's land.

« Villes et campagne sont deux entités que la tradition veut distinctes, mais que les évolutions sociales, économiques, professionnelles récentes tendent à rapprocher »

Mathieu N., 2004, « Relations ville-campagne : quel sens, quelle évolution ? », Revue Pour, n° 182.

C'est là que réside la limite de l'urbanocentrisme, ce point de vue ignore les pratiques habitantes. Car c'est seulement en s'intéressant à la diversité des habitants et des pratiques au sein de ces espaces périurbains que le terme de « l'urbanisation » se révèle. C'est un spectre englobant les activités des individus. De nombreux ménages résident à la campagne, mais travaillent et consomment en ville, leurs loisirs et leurs relations sociales sont dans les deux espaces. C'est une division spatiale de l'espace vécu.

Il est possible d'habiter en ville et vivre comme un «campagnard» et habiter en campagne et vivre comme un «citadin».

Cette formulation paraît bien subjective et pourtant, elle est parlante. Selon Rodolphe Dodier dans son étude basée sur des entretiens en péri-urbain¹, il existe un esprit, ou bien des valeurs rurales qui « font campagne », « font village ».

1.Dossier : Recomposition des espaces ruraux, Rodolphe Dodier, Quelle articulation entre identité campagnarde et identité urbaine dans les ménages « périurbains »?

b. Que nous disent les ruraux ?

« On pense encore à tort que la ruralité, c'est une paire de sabots ! » s'exclame-t-il, en allumant sa énième cigarette de la matinée. « C'est une vision réductrice qui a détruit la confiance d'une partie du monde rural. » Chaque jour, il s'échine à lutter contre le cliché d'une France à la Pernaut »

La citation ci-dessus parle d'« une paire de sabots » pour stéréotyper la campagne. Cette vieille paire de chaussures évoque le rustique, l'arriéré. Comme si le temps s'était arrêté et que les anciennes mœurs s'éternisaient depuis un demi-siècle. Isolée, la campagne est alors un espace-temps en soi, et le rustique est une manière de vivre. Mais comparée aux villes brillantes qui revendiquent leurs avancées haut et fort, la paire de sabots devient péjorative. Elle devient un défaut dont les campagnards finissent par avoir honte. Autrement dit, la ville oppresse le rural et les ruraux. Ce territoire a donc fini par lui-même interioriser son infériorité face aux villes.

Comme nous pouvons le voir sur les chiffres de l'image suivante, 46% des ruraux s'estiment « un peu loin de tout ». Ce discours montre comment l'urbanocentrisme n'est pas réservé aux citadins, mais également aux ruraux. Cette phrase dénigre le rural en appuyant le fait que les villes sont le « tout » dont il faut se rapprocher. Alors on se demande, comment vivent ceux qui sont « loin » ? Quels sont les modes de vies des 20 % de Français qui vivent dans la ruralité ?



En raison de l'environnement, la première idée serait que la majorité des habitants en campagne vivent au rythme de la terre et exercent des métiers qui s'y rattachent. Or, c'est seulement 6 % des actifs ruraux qui sont agriculteurs. Et pourtant, leurs luttes sont grandes. Comme le dit le réalisateur d'*Au nom de la terre* : « Les paysans sont broyés par un système qu'ils n'ont pas voulu »². Les paysans sont les premières victimes de la volonté écrasante des citadins : des dizaines de millions de consommateurs qui veulent manger sain et pas cher sans se rendre compte des conséquences sur les producteurs.

Ensuite, le cliché vieillot vient également de la part de retraités qui vivent en campagne. En effet, 26% d'entre eux ont plus de 65 ans, ils ont pour la plupart connu un parcours résidentiel très court, beaucoup ne connaissent pas la vie citadine. Par conséquent, ils entretiennent le discours dichotomique qui associe la ruralité avec la « rusticité » opposée à la « civilité » des villes. Soit c'est un discours auto-répressif et dévalorisant envers soi-même, soit c'est un discours agressif envers la ville.

Grâce à la démocratisation de la mobilité et de la communication, le point de vue change de génération en génération. La dualité est toujours présente mais différente, c'est seulement à partir des années 70 que cette vision binaire commence à être questionnée³ puis valorisée. Petit à petit, la campagne rustre devient champêtre et bucolique, elle tend vers une nouvelle image de liberté et d'épanouissement qui répond aux nouveaux enjeux d'aménagement. Alors aujourd'hui répondants à ces enjeux, les habitants de la campagne se nomment les néo-ruraux, ils représentent les problèmes contemporains et désignent une variété de profils. L'étude de ces « nouveaux » arrivants illustre les possibilités qu'offre la campagne, et les défauts de la ville.

Les néoruraux d'aujourd'hui ne sont plus les petites communautés hippies d'hier, Outre les retraités, il y a les familles en mal de nature qui ont suivi une reconversion professionnelle pour s'installer en libéral. Ce sont aussi des couples qui choisissent de partager leur vie entre ville et campagne, grâce aux RTT et aux transports en commun, aux possibilités nouvelles de télétravail et à l'arrivée progressive du haut débit dans les communes rurales. Ce sont enfin des exclus des grands pôles urbains, qui n'ont pas trouvé à s'y loger. Des familles qui viennent « accéder à la propriété », ou louer à des tarifs plus doux.

Enquête de Julie Gacon, «Les néo-ruraux bousculent les villages», Le 1 n°201. 2018

2. Récit d'Edouard Bergeon, «Arrêtons l'agribashing». Le 1 n°271. 2019

3 Laurent Rieutort, « Du rural aux nouvelles ruralités »

c. L'image romantique de la campagne

« De Rousseau à Fourier, l'image romantique du monde rural, d'un âge d'or primitif, harmonieux où les hommes vivraient libres, égaux et selon une organisation sociale de «solidarité naturelle» a véhiculé un système de valeurs qui s'oppose au capitalisme, incarné par l'industrialisation et la centralisation urbaine »

Madeleine Sallustio. Le « retour à la terre » : entre utopie et nostalgie
Le cas des collectifs de néo-paysans en France,

L'image idéale de la vie à la campagne en France a commencé après les événements de mai 68. Les effets de la société industrielle et progressive des années 50 a fait émerger des envies d'émancipation individuelles et collectives. Alors, ceux qui défendent une manière de vivre différente souhaitent faire un pas « de côté » qui ne semble possible qu'à la campagne, loin des infrastructures urbaines massives, représentatives de la société capitaliste. Le nom de ce mouvement revendiquait alors un retour à la terre et une valorisation des savoirs locaux incarné par l'auto-suffisance et l'auto-construction. Dès lors, on nommait déjà ce courant la néo-ruralité.

Dependant qu'en est-il des néo-ruraux contemporains, les néo-néo ? L'époque est différente et les points de vues sur la crise écologique également. Le discours venant des politiques se veut volontairement plus alarmiste, provoquant alors un « impératif d'urgence »⁴. La crise de « l'effondrement », ou « l'urgence » écologique par exemple, sont des termes qui suscitent un stress chez les générations actuelles, entraînant subséquemment une vision dystopique du monde. C'est là que l'utopie et la nostalgie interviennent. Elles sont naturellement des émotions issues d'une incertitude et d'une incapacité de se projeter dans le futur. De surcroît naît le fantasme, qui s'incarne ici dans l'envie de créer un cocon indépendant rempli de talents alternatifs qui pourront faire face à la crise qui arrive.

Par ailleurs, si la campagne devient salvatrice de ces maux qui planent au-dessus de nous, alors les institutions rurales n'hésitent pas à appuyer cet argument à leur avantage. Elles entretiennent cet imaginaire pour attirer les touristes et de potentiels habitants. C'est de là que sont nés les labels territoriaux comme «Plus beaux détours de France» ou «Villes et villages fleuris». La campagne se revêt alors d'un caractère nostalgique, elle se place elle-même sur un socle, comme une statue à conserver. Seulement, cette patrimonialisation de la campagne ne fait que figer encore plus son image, à la manière d'une ruine.

4. DUBAR, Claude, « Temps de crises et crise des temps », *Temporalités*, vol. 13, 2011, pp. 1-9.

En somme, ce dernier portrait de la campagne est issu d'un discours politique ainsi que d'une communication venant des institutions. Aussi, à l'ère de la communication et de la mobilité, cette image de la campagne comme un paradis perdu prend de plus en plus de légitimité. Malheureusement, elle est perçue grâce aux photos et aux médias, lui conférant un aspect lisse et impersonnel auprès du grand public. Une image qui continue d'être entretenue par les festivals et leur médiatisation. L'aspect romantique est en effet un bon moteur de marketing

«C'est le devoir moral de sauvegarder un patrimoine matériel et immatériel qui suscite l'intérêt des pouvoirs publics et des labels. Relayée par les secteurs marchands et touristiques, l'image du monde rural et de ses spécificités en matière d'artisanat ou de spécialités culinaires se fond ainsi dans un imaginaire collectif nostalgique qui considère les savoirs et savoir-faire passés comme un signe de rareté et de qualité. »

Madeleine Sallustio

Conclusion - Les ruralités

« La ruralité n'est pas un « donné » mais une construction sociale du monde, reposant sur des perceptions et des pratiques évolutives à identifier et à interpréter. »

Laurent Rieutort, « Du rural aux nouvelles ruralités » 2012

Finalement, comme tous territoires la ruralité dépasse évidemment les clichés. Elle est riche en profils et en modes d'habiter, mais ce n'est pas ce que cette partie cherche à prouver. C'est plutôt la marginalité dans laquelle ces morceaux de France sont ancrés, à cause des discours qui ne leur appartiennent pas.

L'identité du territoire rural n'a pas la place de s'exprimer face à celle des villes. La ville se revendiquant supérieure et prioritaire, elle capte la lumière et les investissements. Alors, le rural est laissé pour compte faute d'être compris. Heureusement, il existe bien sûr des valeurs et des luttes propres à chaque région, à chaque commune et à chaque habitant qui contredisent l'urbanocentrisme. Des manières de faire et des modes d'habiter qui continuent de subsister et de faire évoluer le territoire. Pour B. Kayser, « la ruralité n'est ni le contraire de l'urbanité, ni son prolongement, ni la dégradation de son état ancien, ni sa résurgence » mais bien une forme de rapport à l'espace, une inscription dans le « local », voire une « familiarité des lieux ».

C'est justement ce que les festivals et autres événements doivent exploiter pour quitter les standards et ainsi créer un nouveau discours sur la campagne. Car pour l'instant, la communication, le tourisme et le marketing des festivals ruraux agit de manière urbanocentrée. Elle châtie la ville afin d'attirer le public dans les champs, ce qui conforte l'idée que la campagne profonde ne serait qu'un espace vide ou l'on peut faire ce que la ville rejette.

II. LA FÊTE, UN OUTIL URBANISTIQUE

a. Une ruralité qui se fête

«La fête s'élabore autour d'un thème mythique particulier et organise, sinon un désordre, du moins des dérogations à l'ordre, pour obtenir ou réactualiser dans la conscience collective l'assentiment à l'ordre préconisé.»

Thinès-Lemp.1975.

Les fêtes agraires

Depuis le moyen-âge, dû à l'activité du monde agricole, la vie en milieu rural est rythmée par des événements saisonniers. Étant au départ des fêtes suivant les récoltes, elles ont évolué au cours de l'histoire en foires autour de l'élevage bovin, et de la culture locale.

Malgré leur disparition au siècle dernier à cause de l'arrivée des machines agricoles et de l'exode rural, des fragments informels de cette culture de «fête du village» sont restés, amorçant l'installation des festivals.

Les foires Saint-Jean, Saint-Martin et autres fêtes itinérantes

Cependant, on distinguera ces foires locales des foires itinérantes, celles qui prennent l'éphéméride du jour où elles s'installent annuellement. Celles qui font venir manèges et pommes d'amour. Bien que très populaires, elles ne possèdent comme seul point commun la récurrence annuelle.

La différence se trouve dans les intérêts des organisateurs. En raison de leur caractère nomade, ces événements s'installent dans chaque ville de manière protocolaire, créant un monde à part, et repartant avec. Ils se répètent donc, jusqu'à ce que les rouages des machines soient abîmés. C'est un lieu en soi, le contexte est omis. Par conséquent ces événements ne permettent pas un travail de continuité qui nourrit une culture et une ville, année par année comme une fête de village typique ou un festival pourrait le faire.



Les habitudes économiques issues des anciennes fêtes

Il perdure aujourd'hui une solidarité envers la production locale. Formels ou informels, les circuits courts sont de rigueur lors d'un événement local. La production du «terroir» est soutenue car elle nourrit une fierté régionale. Car c'est par ses spécialités et ses producteurs que l'image d'un territoire s'affiche. Au-delà du soutien économique, on retrouve également une gestion coopérative des terrains agricoles pour les événements, basée sur la confiance.

Les habitudes socio-culturelles restantes

En campagne se retrouve une pratique festive qui porte en elle le besoin de sentir la foule, de fuir la solitude. Le besoin de subvertir le paysage et les habitudes justement très rythmés par l'agriculture et les saisons. Alors, les individus se rassemblent, souvent et en grand nombre pour une longue journée puis une longue nuit. C'est ce que démontrent les multiples événements privés et familiaux qui ont lieu dans les champs ou les salles des fêtes, été comme hiver. Distinguables facilement des sorties citadines, plus courtes et en plus petit nombre. Tout les prétextes sont bons pour ponctuer une étape de vie et chacun y met du sien. La fête c'est pour tout le monde et avec tout le monde. Alors, à la manière d'un bien général, le bénévolat est un automatisme. Mettre la «main à la pâte» fait autant partie de l'événement que la fête elle-même.

En somme, cette pratique de la fête active, longue, et récurrente cherche à désordonner le caractère solitaire et monotone que l'on attribue aux espaces ruraux. Ce n'est pas seulement l'événement en lui-même qui crée une balance avec le quotidien, mais toute l'activité que l'on trouve autour, l'investissement qu'on y met. C'est là la différence avec la fête citadine. En ville, le divertissement est présent partout, sans effort, on le consomme de manière passive. Tandis qu'en campagne, la pratique dynamique de tous est nécessaire pour la réalisation de l'événement.

b. Un patrimoine intangible

« Je suis un enfant de la décentralisation, du service public culturel. L'option théâtre dans les lycées, la Fête de la musique, les musées nationaux gratuits le dimanche, toute cette politique Lang-Mitterrand a fait de moi quelqu'un avant d'être un artiste »

Thomas Joly, Le 1, n°300 *Comment revivre ensemble*, 2020

Le marketing territorial et marketing culturel

L'exode rural couplé à l'apparition d'Internet a fait naître une nouvelle image de la campagne. Soit elle est déserte et stigmatisée, soit elle est touristique et séduisante. On n'y va plus pour s'installer et y vivre, mais en vacances ou en week-end. Seulement, pour celles qui ne possèdent ni patrimoine architectural ni fleurs, l'imagination est de rigueur pour se démarquer. Et c'est là qu'intervient l'événementiel. La culture devient alors la solution la plus efficace pour se reconstituer un patrimoine. Elle est plus accessible que jamais. Populaire ou élitiste, elle constitue aujourd'hui un marché considérable dans le budget des français. Cependant, de quelle culture parle-t-on? Comme nous l'avons vu, l'identité rurale est difficile à cerner car les points de vue sont urbano-centrés. Les petites communes tombent facilement dans le piège de ne pas exploiter leur propre culture locale par peur d'être impopulaire.

Les festivals, un instrument de politique locale

Les festivals sont rapidement devenus à partir des années 90 la forme de production culturelle la plus efficace pour propulser des bourgades oubliées sur le devant de la scène.¹ Peu importe

1. Festivals et festivalisations, OWE RONSTRÖM 2014 *Cahiers d'ethnomusicologie*

le penchant politique, la municipalité offre son soutien, avide de redorer leur image pour sortir du cliché fondé de la campagne ennuyeuse et inactive. Le soutien est financier, mais surtout publicitaire, aidé du bouche-à-oreille qui fonctionne très bien dans les petites villes : la population locale est facilement unie autour de l'idée d'un événement. L'effet boule de neige agit ensuite grâce aux outils de communication moderne. Les photos et les vidéos sont des preuves à l'appui de « la bonne ambiance du lieu », ce qui contribue à élargir le public.

Cependant, si le festival semble être un outil gagnant pour la ville il n'est que très peu envisagé via un point de vue urbanistique et géographique par les collectivités.

Premièrement car «l'urbanisme rural» manque d'études et de stratégies et deuxièmement car l'enjeu touristique et économique devient prioritaire face au développement culturel.

La production artistique locale comme liant

L'œuvre des artistes du bocage est une première piste pour relancer la réflexion sur l'identité locale. On peut imaginer par exemple un passage de loi qui favorise la diffusion des musiques régionales ou départementales. Comme par exemple la loi sur les quotas de musique française sur les radios nationales qui ont permis l'installation et la popularité du rap français.

Cela pourrait permettre de recréer une identité spécifique qui accentuerait la fierté personnelle du territoire. Il est important quitter les représentations informelles «provinciales» et d'aller vers une forme de légitimité. Proposer aux artistes qui résident à la campagne les mêmes moyens de se développer qu'en ville. Car si les festivals représentent ces artistes, elle ne les produit pas. C'est plutôt la ville et son investissement dans ses infrastructures culturelles et événementielles qui construit l'artiste.

c. Fédérer le territoire grâce aux associations

«Les associations, ce sont des dizaines de milliers d'amicales, des milliers de théâtres, de musées, de salles de concert, des milliers de cinémas, de bibliothèques, des médiathèques, des MJC sur lesquels repose une grande part de l'animation socio-culturelle locale.

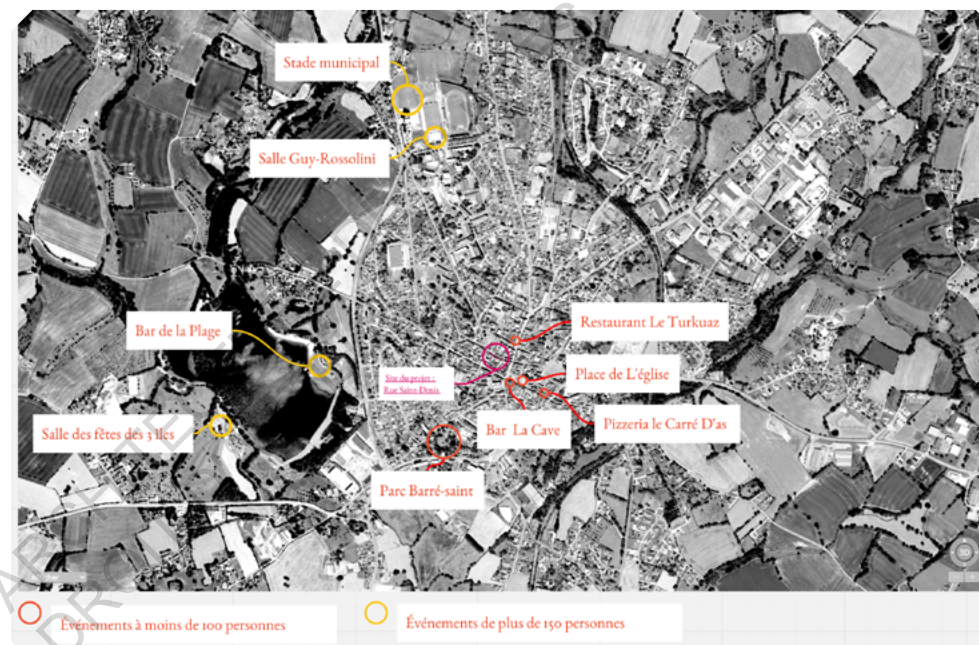
C'est largement grâce aux associations que la culture, le sport et les loisirs pour tous les âges se sont démocratisés.(...) En détectant les besoins sociaux émergents et en défendant les causes les plus diverses (l'environnement, l'éducation à l'école), elles sont des agents actifs du changement des mentalités et de la société.»

*Repères sur les associations en France
MARS 2012, La voix du mouvement associatif*

Le pouvoir des associations, une énergie collective

C'est à partir des associations d'événementiel que la pratique festivalière débute. C'est l'équipe qui est en tête du projet qui coordonne toutes les activités et les ressources humaines.

La création d'une association est le premier outil pour joindre ses forces, obtenir des droits et une légitimité. Outre la force de motivation non-lucrative de ses adhérents, les avantages sont nombreux : le nombre de membres est infini, la possibilité de faire appel à des bénévoles, et enfin l'adhésion à une association concerne tout le monde, des étudiants comme des jeunes actifs ou des retraités.



Le tissu associatif à la Ferté-Macé

Pour continuer, nous prendrons l'exemple de la Ferté-Macé, la ville qui a accueilli le festival de la Revoyure. Il existe 100 associations à la Ferté, dont la plupart n'ont pas de QG, pour 5123 habitants. Ce qui fait un taux de 1,95, légèrement au-dessus de la moyenne nationale de 1,5¹.

On peut voir sur la carte que la plupart des QG sont partagés selon le domaine de l'association et de son lieu effectif (le stade pour les sportifs par exemple).

Il existe à ce jour, deux associations d'événementiel et d'animation au sein de la ville: l'association Rafiot Keetang et le MRJC dont les locaux sont inexistants pour la première et inadaptés pour la deuxième (voir la carte ci dessus).

Or pour une association d'événementiel, les lieux utiles sont répartis en ville comme le montre la carte de la page suivante. On peut donc facilement envisager un QG au centre-ville, là où l'activité économique est la plus présente et par conséquent, la communication entre les habitants est facilitée.

L'événementiel : une activité qui requiert une énergie urbaine

Au-delà de l'investissement humain, l'événementiel nécessite des ressources territoriales et architecturales. Des espaces-temps dédiés à la fête.

C'est là que le groupement d'associations intervient. Ce réseau permet une mise en commun des connaissances du territoire. Sur la carte ci-dessus, on peut voir que c'est en périphérie de la ville que se trouvent les lieux qui peuvent accueillir un public en grand nombre. Tandis que la majorité des QG associatifs, notamment ceux concernant la culture, se trouvent en centre-ville. On est donc premièrement sur une problématique de mobilité étant donné qu'elle exclut le public non-motorisé. Puis, contre-intuitive pour les associations d'animation locale au regard de toute l'installation logistique et technique que nécessite un événement musical. De plus, la communication à réaliser pour un événement hors du centre est moins efficace, ne serait-ce que pour expliquer où se trouve la salle.

Des lieux associatifs

Deuxièmement, ce sont les quartiers généraux des associations en eux même qui sont inadaptés. Ils regroupent parfois plusieurs équipes dans un même lieu. De plus, ce sont des lieux souvent très anciens appartenant aux associations doyennes de la ville, donc la plupart du temps inadaptés à l'émergence de nouvelles pratiques.

Photo du local associatif du MRJC Orne. Une des associations les plus ancienne de la ville, accueillant des membres d'autres associations



III. QUELLES POSSIBILITÉS ?

a. Les données apportées par le festival

De la même manière que les zones d'urbanisme transitoire, les événements éphémères permettent de collecter des données à propos du territoire. Évidemment, pour exploiter ces données par la suite, un protocole doit être mis en place pour traduire de simples observations sur des pratiques libres en véritables statistiques. Néanmoins, les festivals proposent un terrain d'expérience intéressant dont nous pouvons ici dresser quelques pistes de réflexions pour des recherches futures. Ces données sont potentiellement exploitables pour la fabrique de la ville, car le festival dépeint la réalité de la vie socio-culturelle.

Un recensement du public

Comme nous l'avons évoqué plus haut, les festivals accueillent un public varié aux intérêts différents : des commerçants, des artistes, des bénévoles, des spectateurs ou des techniciens. Seulement, quel est le profil de chacune de ces catégories ? Quelle est la part de retraités, de familles ou d'étudiants ? À qui le festival s'adresse-t-il et aux besoins de qui répond-il ? Si par exemple, on se rend compte que le public n'est composé que d'étudiants, alors on peut se demander où sont tous les retraités sachant que le festival se situe en terre rurale. Si les bénévoles sont tous salariés et aisés, ou sont les personnes exclues et isolées ? En tenant compte de ces observations, et en ayant conscience de la réalité de la vie rurale, le festival peut adapter ses activités au public local afin de mieux s'intégrer au territoire.

Les pratiques libres

Le festival offre également des indices sur la pratique de la fête rurale, et notamment ses vices. De la consommation de drogues jusqu'au harcèlement, le monde festif est à lui-même un flagrant délit contre lequel nous avons peu de pouvoir. Au-delà, l'espace festif nous montre comment les groupes se comportent : l'importance des pairs dans les festivals de campagne est notable

lorsqu'on compare à l'acte festif citadin. Toutes ces manières de se comporter, ces coutumes sont visibles dans l'espace. Observées puis dessinées, cela nous offre une piste d'usages, de programme et d'arrangement spatial qui peuvent être bénéfiques au territoire.

Les mobilités

La mise en place d'un événement de 1500 personnes force à penser et repenser ses limites et son signallement. L'événement existe, car le public transitionne entre son quotidien et l'événement. C'est-à-dire que le festival et son récit prend son sens lorsqu'il se démarque du reste. Dès lors, il est primordial de réfléchir à l'accompagnement de cette transition : les panneaux, les routes, les entrées, les barrières, le parking, les files d'attente. On quitte le domaine de l'aménagement de l'espace pour rentrer dans celui de la gestion des foules. Cependant, une fois qu'elle est lancée, la foule est intenable, si une pierre manque à l'édifice la foule peut tout détruire. Alors, le récit qui émerveille le public devient un simple détail face à la peur de l'intrusion et du danger. Le festival apporte donc des informations sur le comportement de la foule et surtout sur la ville : comment habiller temporairement cette ville pour guider celui qui déambule vers le spectacle ?

Finalement, chaque édition du festival est une expérience qui apporte sur le comportement du public. D'année en année, cela permet d'améliorer le festival en lui-même, mais également notre connaissance du territoire. Ce qui dans une posture urbanistique et architecturale ne peut qu'être bénéfique.

Vue de La Ferté-Macé



b. Programmer la ville via la pratique festivalière

À travers l'expérience que le collectif a vécu pour l'organisation du festival, une connaissance générale de la ville s'est construite. C'est en y vivant, mais aussi en démarchant les commerçants, en recherchant des lieux pour les événements qu'un regard critique s'est développé. La ville de la Ferté-Macé possède du potentiel, comment l'exploiter ?

La pratique festive propose une manière insolite d'appréhender les espaces, car les usages sont flous et imprévisibles. Néanmoins, dans sa totalité, la pratique festivalière propose un programme plus précis. Pourquoi pas le prendre comme fil conducteur pour re stimuler des espaces perdus ? Si l'idée peut paraître utopique, les usages et les pratiques que le festival requiert sont bien présents et peuvent nous ouvrir de nouvelles portes.

Les infrastructures culturelles rurales

Dans les communes rurales, les lieux culturels sont rares. Souvent, c'est des espaces désuets comme des salles des fêtes, ou salles communales datant des années 70-80. Ces espaces qualifiés comme « polyvalents » sont pourtant spatialement pauvres. À vouloir être absolument multifonction, ces salles sont excentrées, énormes, et difficiles à entretenir. Alors on se demande, que peuvent-elles devenir ? Car malgré cela, ces salles sont toujours utilisées, seulement, elles excluent une partie du public : celle qui n'est pas motorisée.

Les espaces vacants d'une ville en déclin

Paradoxalement, dans le bourg de la Ferté-Macé comme dans bien d'autres communes, le centre-ville est délaissé (voir les photos ci-contre). Les petits commerces mettent la clé sous la porte face aux gros centres commerciaux en périphérie. Alors, une première hypothèse serait de repenser la place des usages. Et si les espaces dédiés à la fête et aux retrouvailles seraient en centre-ville ? Comment profiter du dynamisme de l'événementiel pour réinvestir le centre ?



Les locaux désertés du centre-ville de La Ferté-Macé

c. L'utopie des événements comme stratégie urbaine

Accueillir et promouvoir les associations événementielles

Ces précédentes questions poussent à esquisser un programme : celui d'une activité qui tirerait profit de l'énergie issue des événements. Autrement dit, un programme qui installerait les associations événementielles et leur permettrait de subsister. Car comme nous l'avons démontré plus haut, les festivals et leurs formes d'événements dérivés font appel aux acteurs urbains majeurs : les citoyens, les commerces ou les institutions.

L'hypothèse serait de mettre en valeur le tissu associatif. Lui donner des lieux pour innover dans son activité. Ce sont tout d'abord des endroits pour faire des événements et également posséder une indépendance financière. Par exemple, une activité commerciale comme un bar ou un restaurant, et des espaces scéniques. Puis, ce sont des espaces qui permettent d'accueillir tous les acteurs du projet : partenaires, artistes, l'association en elle-même. C'est-à-dire des salles de travail et de réunion pour les associations, ainsi que des lieux de création artistique pour les artistes. Cependant, ces acteurs s'installent dans le projet en trois temporalités : le moment du travail, le moment de la représentation, et enfin le moment du repos. Ainsi, ce programme se verra également accueillir des hébergements pour les artistes invités.

Ce qui dynamise le bourg aujourd'hui

Actuellement, nous constatons que les activités qui dynamisent le centre sont les commerces restants, quelques bars et les marchés hebdomadaires. Hormis le marché, ce sont des entités privées et indépendantes de la ville.

Imaginons qu'un nouveau programme s'insère au cœur de la ville, il serait stimulé par plusieurs associations de toutes sortes. Celles qui possèdent déjà une ancienneté et un réseau ainsi que les nouvelles qui débutent. Quelle serait la différence ?

Une politique urbaine différente

Une association possède une éthique différente d'un commerce, car elles sont par nature anticapitalistes. Selon la loi 1901, une association est d'intérêt général ainsi qu'à but non-lucratif. C'est-à-dire qu'elles peuvent avoir une activité économique, mais ne peuvent pas capitaliser leurs biens. L'association existe tant que ses membres existent et ses membres ne peuvent pas s'octroyer les bénéfices de l'association, cependant, ils peuvent se salarier eux-mêmes si leur activité est justifiée et écrite dans les statuts associatifs rédigés avec tous les membres.

Les avantages de cette position permettent une liberté dans les activités qu'exerce l'association. Celle-ci peut être énorme, faire appel à des nombreux bénévoles, changer ses pratiques et sa politique du jour au lendemain, autrement dit elle peut se renouveler sans cesse et facilement. Évidemment, ce n'est pas parce qu'elle le peut que le fait forcément, mais son existence étant attelée au quotidien de ses membres, par défaut elle évolue avec eux. En effet, sa longévité dépend non pas de sa rentabilité et de sa stratégie commerciale, mais de sa cause et son utilité sociale. Tant qu'il y aura des citoyens pour soutenir des luttes, il y aura des associations.

Comment les insérer dans la politique urbaine ?

Admettons que la politique de la ville et la vie associative marchent main dans la main. La ville aurait acquit les terrains et locaux usagés depuis plusieurs années, puis dans un but de renouvellement urbain, elle examinerait des dossiers soumis par les associations. Si le projet proposé est dans une optique de développement de territoire, alors la ville peut lui permettre de s'installer. Aujourd'hui, c'est le principe qu'utilisent toutes les associations pour obtenir des subventions, elles envoient un dossier de projet détaillé sur leurs causes et leur manière d'y remédier et la ville, le département, voir l'Europe leur alloue un montant qui leur permettra d'exercer. Car chaque institution possède déjà une enveloppe destinée aux associations et aux luttes sociales, ou socio-culturelles.

L'impact sur l'espace urbain

Dès lors, il est intéressant d'imaginer que cette aide apportée par les institutions ne soit pas seulement monétaire, mais physique, en allouant un local ou un terrain. La ville et plus particulièrement l'espace rural serait transformé. Car les communes de campagne possèdent un taux élevé d'associations par rapport aux autres activités urbaines. Les rues seraient abreuvées différemment, et par conséquent l'attractivité du centre changerait aussi. Par ailleurs, il serait ensuite intéressant de travailler avec ces associations et leurs locaux pour créer un nouveau récit urbain. La ville posséderait alors sa propre romance et l'urbanisme serait spécifique au territoire au lieu d'être « l'envers du décor », c'est-à-dire d'être une pâle copie de l'urbanisme citadin.

Exploiter les événements pour reconstruire la ville

Si les associations sont la première étape pour changer l'aspect et l'activité des lieux, c'est néanmoins l'événementiel qui permettra de cultiver un nouveau récit spécifique à une commune. Comme nous l'avons vu dans la partie sur le festival, les événements apportent une connaissance de la ville non-négligeable. En investissant la ville récurrentement, les associations pourraient créer un savoir commun qui permettrait d'adapter le programme

urbain aux besoins des habitants. De plus, utiliser les événements permet de redonner une identité à la ville, celle-ci posséderait une nouvelle image festive visible sur tous les fronts. Imaginons que la pratique festivalière est ancrée physiquement en ville, l'espace changerait considérablement d'ambiance.

Les arguments contre

Cette manière alternative de penser la ville proposée précédemment n'est aujourd'hui qu'une piste de réflexion qui permet de décentrer son regard sur la fabrique urbaine actuelle. En pratique, cela soulève des questions sur la viabilité de l'idée : une association est, pour beaucoup, une activité de second plan, entretenue par des travailleurs ou des étudiants. L'adhérence repose sur la base du bénévolat et très peu de membres associatifs sont salariés. Ce qui peut paraître incertain. De plus, cette idée part aussi du principe que ce sont les institutions qui aident les projets associatifs à se réaliser. Or, les élections ont lieu tous les 5 ans, et aujourd'hui l'urbanisme et les programmes sont beaucoup plus lents à se concrétiser. L'idée possède bien des zones d'ombre, mais permet malgré tout de se rendre compte que la politique actuelle concernant la fabrique des zones rurales se doit d'être reconsidérée, et remise au goût du jour. Le déclin des bourgades de campagne n'est pas une fatalité.

« Ne pouvant reproduire tout ce qui fait la richesse des villes, chaque village devrait chercher à développer quelques activités spécifiques dans lesquelles il peut exister. »

Jean Chatelut, chroniques d'un vivant village

Conclusion

Si j'évoque le terme utopie dans ces dernière parties, c'est car je suis consciente du nombre de changements politiques, économiques et sociétaux qui sont nécessaire. Néanmoins, rien n'est impossible, une ville où les associations jouent un rôle majeur n'est pas une idée toute neuve. Dans certaines communes, elles prennent déjà beaucoup de place via la présence de nombreux cafés associatifs et surtout grâce à l'engagement moteur des adhérents.

Cependant, l'enjeu vraiment utopique est de fédérer les campagnes vers une affirmation culturelle et de redonner confiance aux habitants ruraux. En effet, le jour où l'espace rural aura vraiment cultivé une spécificité au point que l'urbanocentrisme n'existe plus, là le défi sera réussi.

Ce travail de recherche m'aura permis pour la première fois de réfléchir à la situation urbaine dans les milieux ruraux. J'y ai pourtant passé 18 années, mais j'en ai oublié les enjeux à l'instant où j'ai vécu en ville. C'est heureusement mon expérience associative qui m'a ré-ouvert les yeux sur le terrain de jeux que la ruralité nous offre, pour un architecte comme pour un sociologue.

Ruralité

- Paysans de Normandie, Armand Frémont, Flammarion, 2007
- Chronique d'un vivant village, Jean Chatelut, éditions payse, 2008, 204p
- Rural, Etienne Davodeau, Delcourt, 2018, 139p
- Hebdomadaire Le 1, *Les nouveaux visages de la campagne* n°201, 09 mai 2018
- Hebdomadaire Le 1, *Comment sauver les paysans* n°271, 06 novembre 2019

Festival

- Festivals et festivalisations, OWE RONSTRÖM, Cahiers d'ethnomusicologie, n°27, 2014
- LE RENOUVELLEMENT DES FÊTES ET DES FESTIVALS, SES IMPLICATIONS GÉOGRAPHIQUES, Guy Di Méo, Annales de géographie, 2005/3 n° 643 | pages 227 à 243
- LA FÊTE ET LE FESTIVAL, ÉLÉMENTS DE PROMOTION DES ESPACES ET REPRÉSENTATION D'UNE SOCIÉTÉ IDÉALE, Isabelle Garat, Annales de géographie, 2005/3 n° 643 pages 265 à 284

Urbanisme et politique

- Les projets culturels de territoires, Emmanuel Négrier et Philippe Teillet, PUG et UGA éditions, 2019
- Les villages du futurs, la 27e région, La documentation française, 2016
- Reconquérir les rues, Nicolas Soulier, ULMER, 2012

Médiagraphie

- <https://lafertemace.fr/>
- <https://www.normandie-tourisme.fr>
- <https://www.vieillescharrues.bzh>

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

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