Le Madame Sarfati Comedy Club et l'art du " pur stand-up " : professionnalisation et artification du stand-up en France

Paul Brunstein-Compard

▶ **To cite this version:**

Paul Brunstein-Compard. Le Madame Sarfati Comedy Club et l'art du " pur stand-up " : professionnalisation et artification du stand-up en France. Sciences de l'information et de la communication. 2020. dumas-03272345

HAL Id: dumas-03272345

https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03272345

Submitted on 28 Jun 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.

Copyright

Mémoire de Master 2

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Management et culture

Option : Magistère, management et culture

Le Madame Sarfati Comedy Club et l'art du « pur stand-up »

Professionnalisation et artification du stand-up en France

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Pauline Brouard

Nom, prénom : BRUNSTEIN-COMPARD Paul

Promotion : 2019-2020

Soutenu le : 05/11/2020

Mention du mémoire : Très bien

REMERCIEMENTS

Je tiens d'abord à remercier le CELSA, son équipe pédagogique et administrative, ses associations et ses élèves qui m'ont permis de vivre ces trois ans professionnellement éclairants, intellectuellement stimulants et humainement enrichissants que clôture ce mémoire.

Je tiens à remercier ma tutrice académique Pauline Brouard pour sa disponibilité et son exigence qui a enrichi ma démarche, ainsi que ma tutrice professionnelle Marion Mezadorian pour son enthousiasme communicatif, son intérêt et le partage d'expériences de terrain. C'est grâce à elles que j'ai pu aborder ce travail avec sérénité et motivation.

Je souhaite aussi remercier Sado Hassan Saed, Jennifer Soussan et Louis Dubourg qui ont accepté de consacrer un temps non négligeable pour des entretiens intéressants et enrichissants.

Je voudrais remercier mes collègues de JMD Production au contact desquels j'ai assimilé de nombreuses connaissances utiles à ma réflexion.

Merci à Joachim Charlot et Nathan Leroy, mes compagnons de galère dans l'aventure des plateaux d'amateur·rice·s.

Merci aussi à Clervie Guillemot qui a su m'apporter un soutien psychologique parfois nécessaire.

Enfin, merci à Jim Carrey, Bo Burnham et Andy Kaufmann de m'avoir inspiré dans cette réflexion sur le stand-up et de m'avoir donné envie d'en faire mon métier.

« Faire rire n'est ni anodin, ni anecdotique.
C'est un long travail sur vous-même
qui vous permettra d'émouvoir les autres. »
- Etienne de Balasy

Dessin de *Rendez-vous*, œuvre réalisée par JR, Takao Shiraishi et Diirby.

Note sur le jargon et les anglicismes

Le Stand-up, comme toute pratique culturelle, a développé avec son savoir-faire un vocabulaire spécifique ou « jargon », parfois difficilement compréhensible pour les non-initié·e·s.

Certaines expressions qui existent en français prennent un autre sens quand on les utilise dans un contexte de stand-up. Par exemple : « bider* » ou « faire un bide* ». De plus, étant donné que cette pratique culturelle vient des États-Unis, ce jargon a été élaboré d'abord en anglais et certaines expressions n'ont pas été traduites en français mais sont simplement passées dans la langue. Par exemple : le *set*. Enfin, certains termes, bien qu'ils semblent hérités de l'anglais, sont des créations ou des adaptations spécifiques à la France. Par exemple : en France on appelle « stand-upper ou stand-uppeuse »[1] les personnes qui pratiquent le stand-up, alors que le mot anglais est « *stand-up comic* » ou « *stand-up comedian* ».

Ces spécificités linguistiques m'ont poussé à dresser un glossaire[2], situé à la fin de mon mémoire, dont j'invite la consultation durant votre lecture. Tous les mots suivis d'un astérisque s'y voient définis.

Note sur l'écriture inclusive

Afin de ne pas reproduire dans ce mémoire un système de domination qui a cours dans notre société, et aussi dans le milieu du stand-up, il m'a fallu adapter mon discours pour y inclure les femmes.

Pour cela, j'ai choisi d'appliquer les principes de l'écriture inclusive[3] en accordant les noms de métier et des fonctions en genre et usant du féminin et du masculin via l'utilisation du point médian « · » ; ce qui permet notamment de ne pas appliquer la règle du « masculin l'emporte » qui invisibilise les femmes dans un groupe.
Cependant, je respecte le choix de ceux et celles qui n'ont pas recours à ce genre d'adaptation du langage, ainsi je ne traduirai pas en écriture inclusive les textes extérieurs à ma rédaction personnelle.

Du reste, je regrette que cet usage mène à des formes disgracieuses, telles que « stand-upper·use·s », néanmoins je reste convaincu qu'il s'agit d'un faible tribut à payer pour représenter dignement plus de la moitié de l'humanité.

---

[1] Wiktionnaire, « stand-upper », consulté le 05/10/2020. URL : https://fr.wiktionary.org/wiki/stand-upper
[2] Cf. Annexe n°11 : Glossaire.
[3] HADDAD Raphaël, *Manuel d'écriture inclusive : faites progresser l'égalité femmes / hommes par votre manière d'écrire*, dir. Carline Baric, Mots-clés, Paris, 2016.

AVANT-PROPOS

Un mémoire de recherche ne saurait être plus personnel : celui-ci traite d'une discipline que je pratique depuis plus d'un an et que j'ambitionne d'en faire mon métier, le stand-up, discipline qui consiste justement à parler de soi. Mon projet de vie se fonde sur le désir de faire rire, qui est constitutif de ma personnalité et qui a motivé l'écriture du présent mémoire. Ainsi, cette étude a pour vocation première et non dissimulée d'adresser des questionnements personnels, voire psychanalytiques, dont la question primordiale est : « Pourquoi veux-je faire rire ? ». Les questions d'ordre professionnel auxquelles je tente de répondre ici telle que « Comment s'organise l'écosystème des *comedy clubs* ? » sont des questions que je me pose à titre personnel et dont l'éclaircissement me sera utile dans ma carrière future. Même les questions académiques les plus abstraites comme « Qu'est-ce que le rire ? » me concernent de manière personnelle et intime, tant l'humour est constitutif de ma personnalité. Etant donnée ma démarche volontairement personnelle et ma relation de proximité avec mon thème de recherche, il convient d'expliciter le point de vue duquel je parle et ainsi de raconter succinctement ma relation à l'humour et au stand-up.

Mon enfance et mon adolescence ont été bercées, comme pour beaucoup, par les spectacles de one wo·man show tels que *L'Autre c'est moi* et *Papa est en haut* de Gad Elmaleh, ou *100% Debbouze* de Jamel Debbouze, mais aussi les sketchs des *Inconnus*. C'est bien plus tard, vers 2015, que je me suis intéressé au stand-up d'abord étatsunien et canadien, avec notamment *Unnatural Act* de Jim Carrey et *Louis C.K. : Live at the Comedy Store* de Louis C.K. sur Netflix. Mes origines étasuniennes et ma passion pour cette culture me permirent d'apprécier ce stand-up dans leur langue d'origine et d'en comprendre les références. Seulement quelques années après me suis-je penché sur le stand-up français en regardant des vidéos Youtube de Blanche Gardin, Kyan Khojandi et Roman Frayssinet. Au sortir d'une session de « professionnel·le·s » au Paname Art Café, j'ai décidé de tenter un plateau d'amateur. Après une année d'écriture de blagues, sans grande rigueur d'écriture, je montais pour la première fois sur scène pour faire du stand-up. C'était un lundi du mois de janvier 2018 à 17 heures dans le cadre du « Labo du rire », le plateau d'humoristes « amateur·rice·s » organisé par Nam Nam au Paname Art Café. Ma formation théâtrale de six ans n'a pu éteindre le trac de s'adonner à un art de la scène nouveau inédit. Là où la plupart des stand-upper·use·s jouent leurs premières scènes devant une poignée de personnes, j'avais réussi à faire venir une vingtaine d'ami·e·s et de membre de ma famille pour m'écouter raconter des blagues sur les écoles de communication et faire des imitations loufoques pendant cinq minutes. À plusieurs reprises j'ai réitéré l'expérience au Labo du rire, avant de partir pendant 6 mois à Berlin où j'ai fait des plateaux d'amateurs anglophones, devant des publics multiculturels allant jusqu'à 70 personnes. De retour à Paris j'ai continué à jouer dans des plateaux d'amateur·e·s de manière épisodique. J'estime à moins de 20 le total de mes représentations de stand-up, ce qui est très peu pour un an et demi.

Dans ma pratique du stand-up -qui n'est qu'à ses balbutiements- j'ai voulu être très expérimental : jusqu'à récemment ma politique était de ne jamais faire la même blague deux fois (notamment parce que les mêmes ami·e·s venaient me voir une fois sur l'autre), je joue des personnages, récite des poèmes, chante des chansons, lance des jingles avec mon portable collé au micro, fais des imitations, de la comédie de corps, j'improvise, je discute avec des membres du public et en fais parfois venir sur scène… Autant de pratiques qui s'apparentent plus au one

wo·man show qu'au stand-up[4]. J'ai principalement joué devant mes ami·e·s et les membres de ma famille, mais aussi devant de parfait·e·s inconnu·e·s, devant 5 comme devant 70 personnes, j'ai eu des bides* -à répétition même- j'ai eu des blancs*, des applaudissements, des rires bien entendu, j'ai créé des moments de gêne comme des moments de poésie.

J'ai aussi une expérience « de l'autre côté du rideau » en ce qui concerne l'humour et le stand-up puisque j'ai été, dans le cadre de mon stage de fin d'étude au CELSA, le chargé de communication du Festival d'Humour de Paris produit par Jean-Marc Dumontet Production. Il est important pour moi de mentionner cette expérience dès maintenant car l'institution que j'étudie dans le cadre de ce mémoire, le Madame Sarfati, a été fondée par un des artistes produits par JMD production, Fary, et parce qu'elle compte parmi ses investisseurs Jean-Marc Dumontet. J'ai décidé d'étudier le Madame Sarfati avant mon embauche au sein de JMD Production, et ce stage m'a aidé dans mon étude, que ce soit pour la compréhension du marché de l'humour ou pour rentrer en contact des professionnel·le·s.

Ma posture est donc celle d'un chercheur, mais j'ai aussi adopté durant mes recherches les postures du stand-upper et du communiquant en stand-up. Loin de la recherche d'une quelconque objectivité dans ma démarche, je me nourris des différents points de vue que me confèrent ces postures et crois que la mise en regard de ces points de vue enrichit ma réflexion.

[4] Nous reviendrons plus tard sur la distinction entre ces deux formes d'art de la scène.

INTRODUCTION

a) Le rire physique et social

Venons-en d'abord aux fondements théoriques du rire et de l'humour qui nous permettrons de dégager l'intérêt d'une étude du rire, de l'humour et du stand-up.

Le rire est d'abord le phénomène physique qui vient en réaction à une situation comique. Sans rentrer dans trop de détails, au niveau physiologique le rire est la stimulation du cerveau par le biais d'un ou plusieurs sens (l'ouïe, la vue, le toucher, voire même le goût et l'odorat) qui fait se contracter les muscles liés à la respiration et se détendre les autres muscles. Si cette stimulation est assez forte elle donne lieu à un son projeté par la contraction du diaphragme, sinon elle engendre simplement la contraction des muscules du visage entraînant un sourire. Inès Pasqueron De Fommervault décrit avec plus de précision ce phénomène :

> « La tête peut perdre le maintien de sa position verticale, les mains peuvent s'ouvrir, les jambes se décontracter et les sphincters se relâcher, tandis que d'autres petits muscles dits « striés » se déclenchent à leur tour. C'est ainsi que les muscles du visage, du larynx et de l'abdomen sont stimulés. C'est précisément la stimulation des muscles du visage qui crée l'expression rieuse, en attirant les coins de la bouche et des paupières vers le haut. »[5]

Cependant, on ne peut réduire le rire à sa dimension physiologique. En associant le rire à l'expression d'une émotion, Inès Pasqueron De Fommervault explique comment, en s'appuyant sur l'anthropologie des émotions, le rire est régi par des règles sociales.

> « L'anthropologie des émotions nous invite à cesser d'envisager le rire comme la dimension de l'expérience humaine la moins contrôlée, la moins construite, la moins apprise, la moins susceptible d'être appréhendée en termes de sociétés et de cultures. […] Les sociétés définissent elles-mêmes comment une émotion doit s'exprimer, qui doit la manifester, où et quand. »[6]

J'ai fait l'expérience de ces différences culturelles de l'expression du rire quand j'ai fait du stand-up à Berlin. Là-bas j'y ai constaté que, souvent, les allemand·e·s, au lieu de rire aux éclats, souriaient ou hochaient de la tête pour signifier qu'ils trouvaient une blague drôle ou bien pensée. Ce trait de la « germanité » était d'ailleurs souvent moqué par les maître·sse·s de cérémonie qui les invitaient à exprimer leur rire le plus vocalement possible.

En outre, le rire est un phénomène social non seulement dans son mode d'expression, mais dans son déclenchement. Le sociologue et philosophe Jason Rutter partage dans sa thèse[7] les résultats d'études psychosociales[8] des réactions de public au rire qui prouvent que l'on rit plus dans un contexte social que seul :

---

[5] PASQUERON DE FOMMERVAULT Inès, Je ris donc je suis. Le rire et l'humour au carrefour de deux processus identitaires : socialisation et individuation, mémoire de recherche en anthropologie sociale et ethnologie, Marseille, 2012.

[5] RUTTER Jason, *Stand-up as interaction performance and audience in comedy venues*, thèse de Sociologie, Université de Salford, 1997.

[6] PASQUERON DE FOMMERVAULT Inès, Je ris donc je suis. Le rire et l'humour au carrefour de deux processus identitaires : socialisation et individuation, mémoire de recherche en anthropologie sociale et ethnologie, Marseille, 2012.

[7] RUTTER Jason, *Stand-up as interaction performance and audience in comedy venues*, thèse de Sociologie, Université de Salford, 1997.

[8] PROVINE Robert & FISCHER Kenneth., "Laughing, Smiling, and Talking: Relation to Sleeping and Social Context in Humans", in *Ethology*, n°83, 1989, p.295 à 305.

> « Most relevant is the finding that - if interaction with media is excluded - people are thirty times more likely to laugh in social situations than in solitary ones. […] Either way it reinforces the observations of other researchers that laughter and smiling are not solitary activities but profoundly interactive and social one.[9]»[10]

Mais si les cultures définissent les endroits où, comment et de quoi l'on peut rire, il ne faudrait pas essentialiser le rire dicté par une culture nationale, régionale ou groupale. On peut aussi observer de manière empirique et quotidienne qu'il existe une idiosyncrasie du rire dans la mesure où chacun·e rit d'une manière différente, plus ou moins vocalement, avec un timbre de voix variable, avec une gestuelle spécifique. Il arrive parfois que les stand-upper·use·s qui entendent un membre du public rire de manière étrange le fassent remarquer et improviser à ce sujet pour faire rire. Pour autant, cette idiosyncrasie n'est pas à essentialiser, tant un individu pourra changer de rire dans une vie.

Le rire est donc une réaction physiologique au comique, cadré socialement, mais qui relève d'une idiosyncrasie. Néanmoins, cette réaction est en elle-même une communication, l'envoi du message « je trouve cette situation drôle ». Il y a donc une dimension communicationnelle et pragmatique au rire ajoute Inès Pasqueron de Fommervault :

> « Le rire est donc fondamentalement un moyen de communication non-verbal du moins facio-vocal, qui émet des messages affectifs exprimant des affects et des émotions. […] Le rire n'est pas seulement un accompagnement de la parole, il est une figure de l'action, rire c'est faire. »[11]

Dans une situation sociale, ce message non-verbal envoyé à l'autre signifie que la personne qui rit trouve la situation, et cela incite l'autre à rire. La pragmatique du rire est donc de faire l'autre rire, si l'on en croit la dimension sociale du rire évoquée plus haut. Cette autotélie du rire est d'ailleurs l'une des raisons pour lesquelles les « fous rires » existent, par exemple quand lors d'une représentation de théâtre une comédienne rit et entraîne son partenaire qui rit à son tour, faisant rire cette première…

Ainsi, la réaction physiologique qu'est le rire est cadrée culturellement, socialement, individuellement et constitue une expression communicationnelle. Nous avons parlé jusqu'ici de « comique » pour parler des événements qui provoquent le rire. Mais plus précisément que le comique, nous nous intéressons à un des phénomènes qui peut provoquer le rire : l'humour. Sans définir plus précisément ces termes, établissons une différence entre le comique et l'humour : ce dernier résulte spécifiquement d'un choix délibéré, d'une création, d'une volonté de faire rire.

---

[9] Traduction personnelle : « Le constat le plus pertinent est que -si l'on exclut l'interaction avec les médias- les gens ont trente fois plus de chances de rire dans des situations sociales que dans des situations solitaires. [...] Quoi qu'il en soit, cela renforce les observations d'autres chercheurs selon lesquelles le rire et le sourire ne sont pas des activités solitaires mais profondément interactives et sociales. »

[10] RUTTER Jason, *Stand-up as interaction performance and audience in comedy venues*, thèse de Sociologie, Université de Salford, 1997.

[11] PASQUERON DE FOMMERVAULT Inès, Je ris donc je suis. Le rire et l'humour au carrefour de deux processus identitaires : socialisation et individuation, mémoire de recherche en anthropologie sociale et ethnologie, Marseille, 2012.

b) Humour et société

Bien que nous nous intéressions précisément au rire engendré par l'humour, gardons à l'esprit que l'humour n'a pas pour seule réaction le rire. Premièrement, l'humour peut échouer dans son objectif de faire rire, c'est même souvent le cas, et donc provoquer l'incompréhension, la gêne ou la compassion. S'il y a une relation de causalité entre le rire et l'humour, l'humour n'est pas la seule cause du rire et le rire n'est pas le seul effet de l'humour.

Sans prétendre faire un état de l'art des recherches sur l'humour, on rappellera la difficulté qu'ont les théoricien·ne·s à définir l'humour. Béatrice Priego-Valverde[12] résume dans sa thèse les écueils que rencontrent ceux et celles qui se sont adonné·e·s à cet exercice, tant l'humour est un objet protéiforme qui semble échapper par nature à toute fixation définitionnelle et tant les définitions qui lui ont été données sont empreintes de la discipline qui les étudie :

> « En effet, si les chercheurs de différentes disciplines se sont intéressés à ce phénomène, tous n'en ont retenu qu'un aspect parmi d'autres. La psychanalyse par exemple a appréhendé l'humour comme un phénomène « intra-individuel » dont les motivations sont à chercher du côté du psychisme des individus. Certains linguistes inversement, privilégient, depuis peu, l'approche interactive, « inter-individuelle ». La rhétorique et la littérature quant à elles, observent plutôt les procédés et figures qui permettent la création d'humour. Les psychologues s'intéressent davantage au processus cognitif mis en place lors de la production et la réception d'un énoncé humoristique. Les sociologues enfin, tendent davantage à rechercher les fonctions sociales de l'humour. Si toutes ces approches ont un intérêt certain, elles sont trop indépendantes les unes des autres pour pouvoir apporter une vision globale de l'humour. »[13]

Renoncer à une définition générale de l'humour qui serait nécessairement réductrice ne nous empêche cependant pas de poser des principes d'analyse. Nous pouvons tout d'abord écarter l'hypothèse selon laquelle la relation de causalité entre rire et humour serait simplement un réflexe biologique. Le stimulus qui provoque le rire (sauf peut-être dans le cas du stimulus tactile que sont les chatouilles) est construit et influencé culturellement, comme l'explique l'anthropologue Mahavel Apte :

> « Humor is culture based in the sense that individual cultural systems significantly influence the mechanism that triggers the humor experience. Familiarity with cultural code is prerequisite for the spontaneous mental restructuring of elements that results in amusement and laughter or for the recognition of such restructuring in the sociocultural reality.[14]»[15]

Tout comme le rire, l'humour est un construit culturel. Pour comprendre, par exemple, une blague sur les belges très simple, mettons, il faut connaître : le stéréotype national derrière les belges, la structure de la blague en elle-même, les sous-entendus et jeux de mots qu'elle suppose, il faut savoir parler la langue dans laquelle la blague est

---

[12] PRIEGO-VALVERDE Béatrice, « L'Humour dans les interactions conversationnelles : jeux et enjeux », Thèse de Langage et Parole, Université d'Aix-Marseille, 1999.
[13] PRIEGO-VALVERDE Béatrice, « L'Humour dans les interactions conversationnelles : jeux et enjeux », Thèse de Langage et Parole, Université d'Aix-Marseille, 1999.
[14] Traduction personnelle : « L'humour est fondé sur la culture en ce sens que chaque système culturel influence de manière significative le mécanisme qui déclenche l'expérience de l'humour. La connaissance du code culturel est une condition préalable à la restructuration mentale spontanée des éléments qui aboutissent à l'amusement et au rire, ou à la reconnaissance de cette restructuration dans la réalité socioculturelle. »
[15] APTE Mahadev, *Humor and Laughter. An Anthropological Approach.*, Cornell University Press, Ithaca et Londres, 1985.

dite… Autant d'aspects culturels nécessaires pour « comprendre la blague » et pour que l'humour fonctionne. Le message humoristique doit être décodé, cela nécessite un certain travail intellectuel, fondé sur des références culturelles. Mais quels sont ces leviers intellectuels qui constituent l'humour ?

Le but n'est pas ici de retracer toute l'histoire des théories de l'humour, mais pour la résumer et pour reprendre la classification édifiée par Béatrice Priego-Valverde[16], il existe trois familles de théories de l'humour : premièrement, les théories de la supériorité, théories critiques, selon lesquelles l'humour consiste essentiellement en une personne qui, par orgueil, se moque d'une cible ; deuxièmement, les théories du contraste, qui postulent que l'humour consiste en un écart, un décalage par rapport à des normes sociales, esthétiques, éthiques, émotionnelles *et cætera* qui crée la surprise qui provoquera le rire ; et, enfin, les théories dites de la « décharge » qui voient l'humour comme un moyen cathartique de se défaire d'une tension émotionnelle ou énergétique. Sans préférer une théorie à une autre nous aurons recours à chacune indifféremment.

Que ce soit par supériorité, par incongruité ou par « décharge », l'humour est un processus communicationnel qui a pour but de faire rire. Avec Claude Chabrol[17] on considère l'humour comme un acte linguistique dans lequel l'effet perlocutionnaire de créer le rire prédomine l'acte illocutionnaire :

> « Ce qui oppose l'acte humoristique à l'acte de langage de John Langshaw Austin[18] serait cette prédominance de l'effet visé « perlocutionnaire », cet état mental de connivence, souvent lié à des affects et à des émotions, que l'on vise à produire chez autrui. Il diffère de l'acte « illocutionnaire » fait en parlant (informer de, évaluer quelque chose, ordonner de faire, etc.), et de l'acte locutionnaire phrastique réalisé par la production d'un énoncé doté d'une structure linguistique donnée, syntaxique et lexicale. »[19]

Pour reprendre notre exemple de la blague belge, l'important n'est pas l'acte illocutionnaire qu'est le récit d'un belge qui est dans un avion avec un français et un américain, et on doit lâcher du lest sinon l'avion va se cracher, donc tout le monde doit jeter un objet par le hublot *et cætera*, mais l'effet perlocutionnaire qu'est le rire. Cependant ces remarques sur le rire souffrent d'un certain logocentrisme, tant on peut faire de l'humour seulement avec notre corps (pensons aux chutes burlesques de Pierre Richard) et tant même l'humour langagier ne peut se considérer sans éléments extralinguistiques (le ton, la gestuelle, les déplacements, le débit…).

Plus qu'un acte langagier, l'acte humoristique est une énonciation. L'humour est une parole, des gestes, mimiques… qui visent un·e ou plusieurs destinataire·s. En s'appuyant sur Patrick Charaudeau[20], on voit comment l'acte humoristique institue une mise en scène tripartite :

> « Avec Patrick Charaudeau, on posera que « l'acte humoristique, comme acte d'énonciation, met en scène trois protagonistes : le "locuteur", le "destinataire" et la "cible" », et dépendra des rôles que chacun assumera dans la situation de communication. »[21]

Nous sortirons cependant du modèle binaire de stimulus-réponse et linguistique avec Jason Rutter pour considérer les cadres sociaux et matériels comme faisant partie intégrante de l'expérience humoristique :

---

[16] PRIEGO-VALVERDE Béatrice, « L'Humour dans les interactions conversationnelles : jeux et enjeux », Thèse de Langage et Parole, Université d'Aix-Marseille, 1999.
[17] CHABROL Claude, « Humour et médias », *Questions de communication* [En ligne], n°10, 2006.
[18] AUSTIN John Langshaw, Quand dire, c'est faire, trad. Gilles Lane, Le Seuil, Paris, 1970.
[19] RUTTER Jason, *Stand-up as interaction performance and audience in comedy venues*, thèse de Sociologie, Université de Salford, 1997.
[20] MAINGUENEAU Dominique « L'ironie », in Dictionnaire d'analyse du discours, dir. Patrick Charaudeau et Dominique Maingueneau, Le Seuil, Paris, 2002, p. 330.
[21] CHABROL Claude, « Humour et médias », *Questions de communication* [En ligne], n°10, 2006.

> « However, the departure from traditional concerns of the humour researcher that I'm suggesting and has been seen to have begun to develop, does echo the history of development in audience research. It too has begun to move from a paradigm based in notions of cause and effect (the humour research equivalent of what I have labelled the stimulus → response model) through to a current view of media as an item which is used in a real world context. [22]»[23]

Suivant la méthodologie de Jason Rutter, nous considèrerons ainsi l'humour tel qu'il a lieu dans un cadre matériel et symbolique. Dans le cas du stand-up que nous étudions, le cadre en est le comedy club. Ainsi, l'humour, terme indéfinissable dans sa généralité, est un acte langagier qui a pour but de provoquer le rire. Il place les acteurs dans une situation de communication et se voit influencé par le cadre dans lequel il opère. Penchons-nous dorénavant plus précisément sur le type d'humour qui concerne notre étude : le stand-up.

c) Qu'est-ce que le stand-up ?

La question de la définition du stand-up pose débat. Sans en être la définition parfaite, considérons d'abord ces traits constitutifs du stand-up exposés par Thomas Lafontaine (et adaptés de la définition qu'en donne l'Encyclopedia Britannica en 2015) qui nous donnent les clefs de compréhension de ce qu'est le stand-up :

> 1) un humour scripté 2) performé par une personne seule 3) devant public, 4) s'adressant directement à lui 5) à partir d'un ton qui semble spontané et familier.[24]

Souvent quand on définit le stand-up, dans le langage courant comme dans les définitions universitaires, on parle en termes négatifs ou restrictifs. On dit ce que le stand-up *n'est pas* ou en quoi il est très peu de chose. Par exemple, la définition qu'en donne Etienne de Balasy :

> Faire du stand-up nécessite seulement deux choses : un micro et un propos. Un humoriste ne se cache pas, ou rarement, derrière le texte d'un autre. Il n'a ni costume, ni maquillage, ni effets spéciaux : il entre avec ses propres mots sur une scène vide et doit construire à lui seul son décor et ses personnages.[25]

Ainsi, le stand-up se définit-il par l'absence : de partenaire de jeu, de personnage à jouer, de grand dramaturge duquel interpréter le texte, l'absence du dit « quatrième mur », de costume, de grands effets de régie, de décor, de maquillage... C'est un art de la simplicité et de la rigueur qui en devient presque ascétique. Cette définition négative est fondée sur les conventions du genre canonique d'où est tiré le stand-up : le théâtre. Lucie Villeneuve distingue ainsi le travail d'interprétation théâtral de la performance de stand-up :

> Contrairement au comédien de théâtre qui, tout en incarnant un personnage, doit ressentir et communiquer l'émotion du moment, la présence du stand up comique sur la scène se justifie uniquement par ses effets,

---

[22] Traduction personnelle : « Toutefois, l'écart par rapport aux préoccupations traditionnelles du chercheur en humour, que je suggère et qui a commencé à se développer, fait écho à l'histoire du développement de la recherche sur l'audience. Elle a également commencé à passer d'un paradigme basé sur les notions de cause et d'effet (l'équivalent en recherche humoristique de ce que j'ai appelé le modèle stimulus → réponse) à une vision actuelle des médias comme un élément utilisé dans un contexte réel. »

[23] RUTTER Jason, *Stand-up as interaction performance and audience in comedy venues*, thèse de Sociologie, Université de Salford, 1997.

[24] LAFONTAINE Thomas, *Le Stand-up comme espace de résistance et de transformation*, Mémoire de recherche en études littéraires, Université du Québec, Montréal, 2016.

[25] DE BALASY Etienne, *Le guide (presque) complet du (presque) parfait stand-up et one man show*, Cherche Midi, Paris, 2020.

> par la fonction qu'il s'est donnée : faire rire. Il ne peut se contenter d'une belle présence ; il doit être efficace, provoquer le rire, le plus sonore possible bien entendu.[26]

L'auteure oppose une vision ontologique du jeu d'acteur à une conception de l'efficace du stand-up. La raison d'être du stand-up est le rôle qu'il endosse, faire rire un public, ainsi il ne peut exister sans public qui rit. C'est l'art d'être seul·e avec un public dans le but d'être drôle, là où être drôle est définit par « provoquer le rire »[27]. Le stand-up est donc aussi défini négativement par ses effets : il ne doit chercher *que* le rire, tous les autres effets possibles (communiquer une émotion, convaincre, sensibiliser, inciter l'empathie…) étant superflus. Même si, comme nous l'avons vu avec l'anthropologie des émotions[28], le rire est un phénomène complexe qui peut être provoqué par une grande gamme d'émotions et dont les effets sont multiples, le rire est le seul but du stand-up. Selon John Limon le stand-up n'a même pas vocation à tenir un propos (contredisant ainsi la définition qu'en donne Etienne de Balasy[29] plus haut) : « Stand-up comedy does not require plot, closure, or point. Jokes may be as short as ingenuity allows, and there need not be anything but jokes. [30]»[31] Ce travail de définition par élimination, fait entrer certains auteurs dans une logique de purisme dans leur définition, allant jusqu'à parler de « pure stand-up »[32] et la directrice artistique du Madame Sarfati utilise aussi cette expression. Ce terme a surtout pour vocation, du moins en France, de distinguer le stand-up de deux arts de la scène qui lui sont proches : le one wo·man show et le seul·e en scène. Ce dernier diffère du stand-up en ce qu'il est plus proche du théâtre. Comme nous l'expose Etienne de Balasy, le seul·e en scène n'a pas vocation à faire rire, il peut avoir un décor élaboré, un propos construit et son format est plus long :

> Le seul en scène […] offre la possibilité à des acteurs purs et durs de raconter une histoire structurée qui se déroule pendant une heure et demie. Ce type de spectacle s'inspire très fortement du théâtre et de ses codes. [33]

À titre d'exemple, le récent spectacle d'Edouard Baer *Les élucubrations d'un homme soudain frappé par la grâce* est un seul en scène. En ce qui concerne le one wo·man show, il est plus proche du stand-up que ne l'est le seul en scène, qui tient plus du théâtre. Toujours selon Etienne de Balasy, le one wo·man show (malgré sa dénomination anglaise) est une invention française, alors que le stand-up vient des États-Unis. Si le one wo·man show est aussi un art de la scène où un·e artiste seul·e face un public doit le faire rire, avec peu de décor, costume et accessoire, la différence centrale semble être l'incarnation d'un personnage. Là où le·a stand-upper·use fait des blagues ou le récit d'une histoire ponctuée de blagues en tant que stand-upper·use, faire du one wo·man show permet à l'humoriste de donner à voir des personnages en quittant son « soi ». Etienne de Balasy décrit ainsi l'état d'esprit du one wo·man show : « Vous trouvez sympa de raconter des histoires, mais qu'en être le héros c'est mieux. »[34].

---

[26] VILLENEUVE Lucie, « Le stand up comique : le rire à tout prix », in *Jeu*, n°55, 1990, p. 106 à 107.
[27] VILLENEUVE Lucie, « Le stand up comique : le rire à tout prix », in *Jeu*, n°55, 1990, p. 106 à 107.
[28] PASQUERON DE FOMMERVAULT Inès, *Je ris donc je suis. Le rire et l'humour au carrefour de deux processus identitaires : socialisation et individuation*, mémoire de recherche en anthropologie sociale et ethnologie, Marseille, 2012.
[29] DE BALASY Etienne, *Le guide (presque) complet du (presque) parfait stand-up et one man show*, Cherche Midi, Paris, 2020.
[30] Traduction personnelle : « La comédie en stand-up ne nécessite pas d'intrigue, de conclusion ou de message. Les blagues peuvent être aussi courtes que l'ingéniosité le permet, et il n'est pas nécessaire qu'il y ait autre chose que des blagues. »
[31] LIMON John, *Stand-up Comedy in Theory or Abjection in America*, Duke University Press, Durham et Londres, 2000.
[32] STEBBINS Robert, *The Laugh Makers. Stand-up comedy as art, Business, and Life Style*, McGill-Queen's University Press, London, 1990.
[33] DE BALASY Etienne, *Le guide (presque) complet du (presque) parfait stand-up et one man show*, Cherche Midi, Paris, 2020.
[34] DE BALASY Etienne, *Le guide (presque) complet du (presque) parfait stand-up et one man show*, Cherche Midi, Paris, 2020.

À titre d'exemple, on peut penser aux nombreux personnages qui ont fait la notoriété de Gad Elmaleh (le blond, chouchou, coco…). Un one wo·man show est donc composé de sketchs dans lesquels des personnages sont incarnés, alors qu'un spectacle de stand-up est composé de *bits** où le stand-upper·use raconte une histoire à travers des blagues. De plus, le but d'efficacité du rire propre au stand-up lui impose une structure stricte composée d'une prémisse* puis d'une punchline* qui fait aussi sa particularité[35].

Pour mieux comprendre cette distinction et comment le stand-up est devenu ce qu'il est aujourd'hui, revenons sur l'histoire du stand-up aux Etats-Unis et en France.

d) Histoire du stand-up et des comedy clubs aux Etats-Unis

Le stand-up trouve son origine aux Etats-Unis dans le spectacle de variété de la fin du 19ème siècle (« variety arts »)[36] et se rapproche plus spécifiquement de cinq formes de comique de variété : le monologue éthique, le « storytelling », la satire et l'imitation. Robert Stebbins décrit ici ces genres :

> « The types of variety comedy that can be classed as quasi-stand-up comedy resemble pure stand-up in being primarily verbal. The ethical monologue is one. It is the closest cousin of pure stand-up, and the two are sometimes difficult to distinguish. It consists of a lengthy, coherent treatment of a single subject that packs a message of some kind, and can be contrasted with the shorter, more disconnected jokes, anecdotes, one-liners, and descriptive monologues of the typical comic of the 1980s. Closely related to the ethical monologue is storytelling, long yarns and anecdotes, each with an identifiable plot. Then there is satire, a monologue the aim of which is to ridicule some person or practice through irony and sarcasm. There are also impersonations of particular individuals or types of individuals, which become parodies when the aim is to satirize or caricature.[37]»[38]

L'imitation est un genre qui ressemblerait plus au one wo·man show (mais ce genre est spécifique à la France). En ce qui concerne l'origine du mot « stand-up » (qui pouvait s'écrire « standup » ou « stand-up »), il viendrait originairement selon Olivier Double[39] de la distinction entre les chansons comiques jouées debout (standing up) derrière un micro et celles jouées assises derrière un piano. Mais à partir et au-delà de cette différence d'accompagnement, le terme stand-up en vient à définir un nouveau type de monologue comique que nous connaissons aujourd'hui sous le terme de stand-up.

> « Today's [stand-up] comedians evolved from the comic singers of music hall and vaudeville. It may be that the term 'stand up' is used here merely to distinguish songs sung standing up, as opposed to those sung seated at the piano, but the inverted commas perhaps hint that the term *stand up* was being used more widely to denote a different way of performing songs – just as the same style of punctuation was

---

[35] Pour plus de précision, voir page ***

[36] STEBBINS, Robert A., *The Laugh Makers. Stand-up comedy as art, Business, and Life Style*, McGill-Queen's University Press, London, 1990.

[37] Traduction personnelle : « Les types de comédies de variétés que l'on peut qualifier de comédies quasi-stand-up ressemblent à du pur stand-up en ce qu'elles sont essentiellement verbales. Le monologue éthique en est un. C'est le cousin le plus proche du stand-up pur, et les deux sont parfois difficiles à distinguer. Il consiste en un traitement long et cohérent d'un seul sujet qui contient un message quelconque, et peut être comparé aux blagues, anecdotes, monologues descriptifs et one-liners plus courts et plus déconnectés de la bande dessinée typique des années 1980. Les récits, les longs récits et les anecdotes, chacun avec une intrigue identifiable, sont étroitement liés au monologue éthique. Il y a ensuite la satire, un monologue dont le but est de ridiculiser une personne ou une pratique par l'ironie et le sarcasme. Il existe également des imitations d'individus ou de types d'individus particuliers, qui deviennent des parodies lorsque le but est de faire une satire ou une caricature. »

[38] STEBBINS, Robert A., *The Laugh Makers. Stand-up comedy as art, Business, and Life Style*, McGill-Queen's University Press, London, 1990.

[39] DOUBLE Oliver, "The origin of the term 'stand-up comedy'", in *Comedy Studies*, n°8, 2017.

> used to welcome in the comparatively new term "stand up" comedian in America in the early 1950's. If so, the "stand up" common ditties' of early Twentieth Century Britain might just be the ancestors of the routines performed by 'stand-up comic' Lou Holtz at Slapsy Maxie's in 1948, thus give us the earliest origin of the term.[40] »[41]

Le stand-up est donc d'abord caractérisé par la posture de la personne qui l'interprète : debout et statique (contrairement aux comédien·ne·s de théâtre qui sont plus dynamiques). L'auteur retrace la première utilisation de ce mot pour désigner un type d'art de la scène à 1948 dans le magazine américain *Variety*, il est alors question de 'stand-up comic' : « When not at his trade of stand-up comic, [Lou] Holtz is ringmaster of the floor show[42]»[43]. Même si le stand-up a connu un essor au Royaume-Uni en même temps qu'aux Etats-Unis, il semble selon l'auteur, que le terme ait été utilisé pour la première fois dans la presse étasunienne[44]. Après son apparition dans la presse de variété américaine, il est utilisé dans la presse nationale (New-York Times en 1954, The Guardian en 1967)[45]. Mais comment les spectacles de variété devinrent-ils le stand-up que nous connaissons aujourd'hui ? Les spectacles de variétés que sont le vaudeville et le burlesque ont connu un grand succès notamment (et c'est le cas du stand-up aujourd'hui) parce qu'ils nécessitaient un très faible coût de production, mais ils ne purent survivre à l'arrivée des médias de masse au tournant du siècle :

> Les spectacles de variétés à faible budget avaient fait leurs preuves comme forme de divertissement. À la différence des *minstrel* shows, ces deux arts de la scène privilégiaient un maître de cérémonie dont l'animation humoristique se déployait sous forme de monologues plutôt que de chants. Le burlesque se distinguait quant à lui du vaudeville par sa scène plus petite et intime permettant un style d'animation interactif avec l'auditoire. À partir du début du 20ème siècle, le développement de la radio, du film et de la télévision sonna progressivement le glas de ces arts de la scène. Les humoristes se tournent alors vers la scène musicale effervescente où les boîtes de nuit cherchaient à combler les entractes entre les numéros par des animations humoristiques. L'espace temporel et physique réduit dans lequel les humoristes devaient à présent évoluer les conduisirent à abandonner les éléments de vaudeville pour se concentrer encore davantage sur le monologue.[46]

C'est ainsi que les spectacles de variétés investirent les lieux qui deviendraient les comedy clubs. Le stand-up commençait à poindre et à se distinguer des spectacles de variétés par deux facteurs que nous expose Thomas Lafontaine : « 1) un humoriste qui n'incarne pas un personnage ; 2) un humour qui se déploie non pas à partir de

---

[40] Traduction personnelle : « Les comédiens [de stand-up] d'aujourd'hui ont évolué à partir des chanteurs comiques du music-hall et du vaudeville. Il se peut que le terme "stand up" soit utilisé ici uniquement pour distinguer les chansons chantées debout de celles chantées assis au piano, mais les guillemets laissent peut-être entendre que le terme "stand up" était utilisé plus largement pour désigner une façon différente d'interpréter les chansons - tout comme le même style de ponctuation était utilisé pour accueillir le terme relativement nouveau de comédien "stand up" en Amérique au début des années 1950. Si c'est le cas, les "chansonnettes communes" du début du XXe siècle en Grande-Bretagne pourraient bien être les ancêtres des numéros interprétés par le "stand-up comic" Lou Holtz au Slapsy Maxie's en 1948, ce qui nous donne l'origine la plus ancienne du terme. »

[41] DOUBLE Oliver, "The origin of the term 'stand-up comedy'", in *Comedy Studies*, n°8, 2017.

[42] Traduction personnelle : « Lorsqu'il n'est pas à son métier de dessinateur de stand-up, [Lou] Holtz est le maître d'œuvre du spectacle en salle »

[43] Anonyme, "Night Club Reviews", *Variety*, 23/06/1948, p. 38.

[44] DOUBLE Oliver, "The origin of the term 'stand-up comedy'", in *Comedy Studies*, n°8, 2017.

[45] DOUBLE Oliver, "The origin of the term 'stand-up comedy'", in *Comedy Studies*, n°8, 2017.

[46] LAFONTAINE Thomas, *Le Stand-up comme espace de résistance et de transformation*, Mémoire de recherche en études littéraires, Université du Québec, Montréal, 2016.

mise en scène théâtrale, mais bien à partir d'observations ou de commentaires portant sur le quotidien. »[47] En effet, l'impossibilité de jouer des personnages amène les stand-upper·use·s à parler du quotidien, puisqu'ils et elles ne peuvent pas mettre en scène un imaginaire fantastique avec des costumes de chevalier et des décors féériques, par exemple. Puisque le stand-up se limite au « moi » du ou de la stand-upper·use et doit jouer avec des techniques de plateaux simples, il se concentre sur le quotidien, le présent et le récit de la vie du ou de la stand-upper·use.

Une autre avancée technique vit l'émergence du stand-up –élément qui est souvent cité quand on le définit et qui fait partie de l'imaginaire[48] du stand-up : le microphone. Ian Brodie mêle l'histoire du stand-up à celle de l'amplification microphonique : « the use of amplification allowed for comic performances in a voice that did not have to struggle to be heard above a crowd. Short one-liners could give way to longer pieces. Whispers, mutterings, and going off on tangents become possible again.[49] »[50] L'amplification microphonique permit aux humoristes de s'écarter d'une expression théâtrale qui obligeait à pousser la voix pour être entendu·e dans un grand espace. Le micro leur permit de raconter le quotidien sur un mode plus conversationnel.

Sans rentrer dans les détails des différents mouvements du stand-up aux Etats-Unis[51], dans les années 1960 se développe la structure « prémisse*/*punch line** » pour un stand-up empreint de commentaires sociaux. C'est dans les années 70 qu'ouvrent les comedy clubs emblématiques comme le *Comedy Store* et l'*Improv*, tous deux à Los Angeles. Puis les années 70 et 80 marquent l'âge d'or du stand-up dans un pays qui compte plus de 300 *comedy clubs* et où les stand-upper·use·s jouent devant des stades de plusieurs milliers de personnes. Le stand-up, qui reste sur l'observation du quotidien, lasse le public qui se tourne vers un style plus vaudevillesque durant les années 90. Depuis les années 2000, le stand-up se diversifie et s'adapte à sa nouvelle forme de diffusion sur les chaînes payantes et les plateformes sur internet. Le but du et de la stand-upper·use est de créer une communauté autour d'un humour spécifique.

Après avoir établi les origines du stand-up, ce qui nous aide à comprendre de quels événements historiques et technologiques le stand-up d'aujourd'hui tire sa forme, voyons maintenant comment ce modèle s'est développé et a été modifié en France.

e) Histoire du stand-up et des comedy clubs en France

La France connaît une histoire parallèle à celle des Etats-Unis. En France, le one wo·man show et le stand-up trouvent leur origine dans le monologue fumiste[52]. Ce genre de monologue humoristique apparu à la fin du 19ème siècle traitait lui aussi du quotidien :

> Sa souplesse, sa brièveté participent à ce succès. Les monologues sont autant d'images d'Épinal de la vie parisienne fin-de siècle. Le public déguste ces morceaux choisis de leur quotidien. Outre l'apport sociographique et historiographique d'une telle forme, le monologue fumiste fin-de-siècle propose une

---

[47] LAFONTAINE Thomas, *Le Stand-up comme espace de résistance et de transformation*, Mémoire de recherche en études littéraires, Université du Québec, Montréal, 2016.
[48] Pour prendre un exemple français : la soirée du Festival d'Humour de Paris dédiée au stand-up est symbolisée par un microphone, le mythique shure SM58.
[49] Traduction personnelle : « l'utilisation de l'amplification a permis de réaliser des performances comiques avec une voix qui n'a pas eu à lutter pour être entendue au-dessus de la foule. Les courtes phrases d'une ligne pouvaient laisser place à des morceaux plus longs. Les chuchotements, les marmonnements et les tangentes redeviennent possibles. »
[50] BRODIE Ian, *A Vulgar Art, A New Approach to Stand-Up Comedy*, University Press of Mississippi. Jackson, 2014.
[51] Le tableau dressé par Thomas Lafontaine en est un bon résumé. Cf. Annexe n°10 : Schémas.
[52] VIOLAINE François, « Le spectacle du quotidien. Les monologues fumistes fin-de-siècle », in *Autour de Vallès*, n°48, dir. Marie-Astrid Charlier, "Ecrire le quotidien", 2018, p. 133 à 151.

> solution au défi de taille que représente l'écriture du quotidien à l'heure des esthétiques réalistes. En faisant le choix de la performance, le récit des jours se garde du risque de l'à-plat narratif que court la démarche naturaliste.[53]

Le monologue fumiste est le parent français du one wo·man show et du stand-up. Ce type de monologue se jouait notamment dans les cabarets, dont Etienne de Balasy nous fait ici la description :

> À partir de années 1930 vint le temps des cabarets [qui] ont permis à de nombreux interprètes de one man show de roder leurs premières blagues. Une soirée type voyait défiler cinq ou six comédiens : les petits nouveaux avaient dix minutes pour convaincre et chauffer la salle avant l'arrivée des vedettes qui disposaient de leur « vingt minutes ».[54]

On retrouve ici les éléments fondateurs du stand-up : un bar dans lequel jouent plusieurs humoristes qui testent leurs blagues lors d'une soirée animée par un·e maître·sse de cérémonie. Cependant, les cabarets ne donnaient pas à voir du stand-up à proprement parler, mais du one wo·man show (bien qu'on ne l'appelait pas comme ça à l'époque) ; de plus les cabarets présentaient aussi de la musique et des spectacles de charme.

Il faut attendre Jamel Debbouze pour l'introduction du stand-up en France et 2008 pour voir l'implantation du premier comedy club[55] en France sur le modèle américain : le *Comedy Club* qui s'est surtout fait connaître avec l'émission du Jamel *Comedy Club* dès 2006 et pour 8 saisons sur Canal +. Etienne de Balasy raconte comment les humoristes développent une « une nouvelle forme de narration »[56], pour la première fois diffusée au grand public à télévision française. Ce ne sont plus des sketchs, ni des situations développées, encore moins des personnages, mais un enchaînement de blagues généralement construites sous la forme d'une très courte prémisse […] suivie de la vanne proprement dite. »[57]. Depuis, quatre *comedy clubs* ont ouvert à Paris : le Paname Art Café (2008), le Barbès Comedy Club (2019), le Madame Sarfati (2019) et le Fridge Comedy Club (2020). Après le Jamel *Comedy Club*, le stand-up a bénéficié d'une autre plateforme avec une grande visibilité entre 2010 et 2014 avec l'émission télévisée quotidienne présentée par Laurent Ruquier « On ne demande qu'à en rire », émission compétitive qui mélangeait one wo·man show et stand-up et qui lança beaucoup d'humoristes aujourd'hui célèbres. Notamment grâce à cette émission, aujourd'hui et surtout depuis la fin des années 2010, le stand-up connaît un vrai essor en France : les plateaux d'amateurs et comedy clubs se multiplient, les artistes diffusent leur *special** sur Netflix et remplissent même des stades[58]. Des stand-upper·use·s passent régulièrement à la radio nationale, comme Marina Rollman ou plus récemment Alexis le Rossignol, tous deux sur France Inter ; d'autres à la télévision, comme les fameux passages de Roman Frayssinet dans l'émission « Clique » sur Canal +. Si cette nouvelle génération d'humoristes est très portée sur le stand-up, au regard de l'ensemble des humoristes (qui sont plus de 2.000 en France aujourd'hui[59]) le stand-up reste une pratique minoritaire.

---

[53] VIOLAINE François, « Le spectacle du quotidien. Les monologues fumistes fin-de-siècle », in *Autour de Vallès*, n°48, dir. Marie-Astrid Charlier, "Ecrire le quotidien", 2018, p. 133 à 151.
[54] DE BALASY Etienne, *Le guide (presque) complet du (presque) parfait stand-up et one man show*, Cherche Midi, Paris, 2020.
[55] Exception faite du Café Oscar qui est un café-théâtre qui s'est converti tardivement en comedy club.
[56] DE BALASY Etienne, *Le guide (presque) complet du (presque) parfait stand-up et one man show*, Cherche Midi, Paris, 2020.
[57] DE BALASY Etienne, *Le guide (presque) complet du (presque) parfait stand-up et one man show*, Cherche Midi, Paris, 2020.
[58] Ce fût le cas de Fary, qui fit une date exceptionnelle à Bercy le 1er mars 2019.
[59] La SACEM et la SACD en répertorient officiellement 2.000 en 2018.

f) Etat des lieux de la recherche sur le Stand-up

S'il existe une littérature conséquente et séculaire qui étudie le rire, l'humour et la comédie, le stand-up en tant que pratique n'a pas donné lieu à des recherches poussées avant les années 1990. C'est dans son pays natal, les Etats-Unis que le stand-up a été le plus étudié, mais le Canada et notamment le Québec produit une littérature conséquente sur le stand-up. On mentionnera par exemple le Centre d'étude de l'Ecole Nationale de l'Humour à Montréal. Etant donné que le stand-up en tant que sujet d'étude académique n'est pas encore très développé en France, certains des livres et toutes les thèses sur le stand-up en langue anglaise n'ont pas été traduits en français. Pour que ce mémoire reste compréhensible pour les non-anglophones, des traductions de mon cru seront systématiquement disponibles en notes de bas de page, mais je ne peux pas en garantir la parfaite exactitude. En outre, puisque l'intérêt pour l'étude académique du stand-up est nouveau en France, j'ai dû également me fonder sur des travaux français de type mémoire ; même s'il ne faut pas les mettre sur le même niveau que les travaux de recherche plus poussés, ils constituent néanmoins un travail de très bonne facture qui m'a été très utile dans ma réflexion.

Néanmoins, il existe en France une recherche naissante au sujet du stand-up : on notera, par exemple, que le Centre de recherches interdisciplinaires et transculturelles organise en 2021 à la Faculté de lettres de l'Université Bourgogne-Franche-Comté (Besançon) une journée d'étude consacrée au stand-up intitulée « Vous la connaissez, non ? Le stand up aujourd'hui : interaction, circulation, hybridation. ».

Le stand-up est étudié de différents points de vue selon la discipline qui l'étudie et selon les objectifs de l'ouvrage. Une approche psychanalytique[60], des livres éducatifs qui expliquent techniquement comment faire du stand-up[61], des approches politiques qui étudient l'impact des transgressions des stand-upper·use·s[6263], des approches linguistiques[6465], une approche d'étude folklorique[66], une approche sociologique[67], une approche plus économique[68], une approche comparative avec le théâtre[69] et même une approche spirituelle[70].

Certaines de ces études sont menées par des personnes qui pratiquent le stand-up comme Gary Dean, Jay Sankey et Lucie Villeneuve ; celles-ci ont une dimension pratique de « conseils » que n'ont pas les études académiques.

g) Pourquoi le Madame Sarfati ?

J'ai découvert le Madame Sarfati, qui a ouvert le 27 novembre 2019, par le biais d'une vidéo promotionnelle[71] qui m'a personnellement touchée et m'a amenée, en tant que stand-upper amateur, à me poser la question de la

---

[60] MACRURY Iain, "Humor as social dreaming: Stand-up comedy as therapeutic performance", in *Psychoanalysis Culture & Society*, n°17, 2012, p. 185 à 203.
[61] DEAN Greg, *Step by step to Stand-up Comedy*, Heinemann Drama, Los Angeles, 2000.
[62] LAFONTAINE Thomas, *Le Stand-up comme espace de résistance et de transformation*, Mémoire de recherche en études littéraires, Université du Québec, Montréal, 2016.
[63] BERU Laurent, « Des codes pour rire : Le cas de l'émission télévisée Jamel Comedy Club », in *Communication & langages*, n° 159, 2009, p. 43 à 55.
[64] SCHWARZ Jeannine, *Linguistic Aspects of Verbal Humor in Stand-up Comedy*, thèse de linguistique, Université de la Sarre, 2010.
[65] CHAUVIN Catherine, « Passer d'un thème à l'autre : construction de la cohésion / cohérence dans la stand-up comedy », in *Études de stylistique anglaise* [En ligne], N°7, 2014, p. 141 à 164.
[66] BRODIE Ian, *A Vulgar Art, A New Approach to Stand-Up Comedy*, University Press of Mississippi. Jackson, 2014.
[67] RUTTER Jason, Stand-up as interaction performance and audience in comedy venues, thèse de Sociologie, Université de Salford, 1997.
[68] STEBBINS, Robert A., The Laugh Makers. Stand-up comedy as art, Business, and Life Style, McGill-Queen's University Press, London, 1990.
[69] VILLENEUVE Lucie, « Le stand up comique : le rire à tout prix », *Jeu*, in n°55, 1990, p. 106 à 107.
[70] SANKEY Jay, *Zen and the Art of Stand-Up Comedy*, Routledge, Abingdon-on-Thames, 1998.
[71] Analyse poussée de cette vidéo en II.A/d)

différence entre professionnalisme et amateurisme en stand-up. Comment différencier l'amateur·rice de et de la professionnel·le dans un art où le but est de paraître spontané·e ?

Au-delà de ce choc, ce qui m'a intéressé en observant leur communication était la mention d'art que je trouvais personnellement superflue, puisqu'il allait de soi pour moi que le stand-up était de l'art. Je pris alors conscience de cette présupposition, alors que la dimension artistique du stand-up est sujette à débat. En effet, si on voit le stand-up comme une discussion humoristique qui s'adapte à chaque public et contient des parts d'improvisation, cela ressemble plus à un bavardage que chacun·e fait quotidiennement avec son groupe d'ami·e·s plutôt qu'à un grand format de David exposé au Louvre.

Enfin, sa communication m'a attirée par sa richesse et son esthétisme très différents de celle des autres *comedy clubs* parisiens et même nord-américains.

h) Méthodologie

Ma démarche théorique se nourrie d'une pratique du stand-up, dont je ne peux prétendre qu'elle n'influence pas mes recherches. Je suis, dans le cas de cette étude du stand-up, dans une démarche d'« enaction » comme la définit Philippe Hert, c'est-à-dire que mon savoir n'est pas défini à partir de :

> « l'idée de représentation, mais à partir de la corporéité de la pensée comme un lien circulaire entre action et savoir, dans le mouvement d'interprétation, ce qui signifie que le savoir ne peut pas simplement faire l'objet d'un discours qu'il s'agit de recevoir plus ou moins passivement (comme dans la vulgarisation scientifique), mais qu'il s'inscrit plus généralement dans l'expérience individuelle. »[72]

Ma démarche est nourrie d'un vécu de cette pratique qui guide mon regard en tant qu'enquêteur sur le terrain et qui cadre ma pensée dans son développement. Par exemple : quand je vois un·e stand-upper·use bider* sur scène, j'éprouve une vive empathie, et essaye de remonter le moral de mon·a « camarade » en me forçant à rire, ou bien (pour ne pas fausser le test* que constitue l'exercice du comedy club) je ne ris pas mais arbore un sourire d'encouragement.

Le cadre théorique que je pose est hétéroclite et parcourt toutes les disciplines de sciences humaines et sociales qui ont abordé le stand-up : linguistique, sociologie, psychologie, psychanalyse… Je confronterai ces différentes démarches pour avoir le point de vue le plus global sur les objets que j'étudie. Ainsi, je réunis des textes qui ont pour seul point commun leur sujet, comme s'ils faisaient partie des *Stand-up Studies*. De plus, pour mieux comprendre certains aspects du stand-up je me réfèrerai à des ouvrages sur l'économie, le management et le marketing.

J'ai choisi pour étudier les textes construits à partir de mon terrain, l'analyse de contenu. Cette approche permet d'explorer les imaginaires invoqués par les stand-upper et de mettre en lumière les leviers humoristiques utilisés par celui-ci. Malheureusement les contraintes de mon terrain ne me permettent pas de mener une étude visuelle −pourtant si importante dans le stand-up− des mimiques, gestes, postures, mimes et déplacements ; tant il m'est impossible de filmer ou bien de récupérer des séquences filmées au Madame Sarfati dû à l'interdiction formelle de capter des images dans la salle de spectacle. J'ai néanmoins noté de mémoire les quelques aspects visuels dont j'ai pu me souvenir.

---

[72] HERT, Philippe, « Le corps du savoir : qualifier le savoir incarné du terrain », in *Études de communication* [En ligne], n°42, 2014.

i) Corpus

Mon corpus se compose de tous les objets communicationnels produits et partagés par les réseaux sociaux de Madame Sarfati. Pour les objets hors-ligne, j'ai pris en photo les affichages métro (février 2020) que j'ai croisé, et scanné les cartes de visites, les billets et le menu du Madame Sarfati. J'ai fait des impressions-écrans datées de la page Facebook, du compte Instagram et du site internet. J'ai retranscrit en textes les interviews sous forme vidéo ou podcast qui y figurent. Je me suis limité aux articles référencés, jugeant qu'ils correspondaient le mieux à la stratégie du Madame Sarfati, mais il en existe d'autres. Cela ne retire en rien le fait que je suis dans une démarche critique vis-à-vis de leur communication. Cependant, malgré plusieurs tentatives, je n'ai pas pu échanger avec l'agence Mathilde et Geoffrey qui gèrent la communication du Madame Sarfati.

Pour étudier le stand-up lui-même, j'ai mené une participation observante[73] lors d'une soirée de stand-up le 8 juillet à 21 :30. J'ai prévenu la direction de ma venue, fait un enregistrement audio caché (pour les personnes dans la salle) avec mon téléphone portable, réagi selon les propositions du stand-upper et ma personnalité. Après la participation, j'ai parlé avec le maître de cérémonie. Après cela, j'ai rédigé des notes à chaud. Le récit complet de cette soirée, ainsi que la retranscription de l'enregistrement dans sa totalité sont présents en annexe[74].

À la suite de ce travail d'enquête, j'ai mené trois entretiens semi-directifs avec des professionnel·le·s travaillant pour le Madame Sarfati que je considère « clefs » : Louis Dubourg, le maître de cérémonie qui jouait lors de la session que j'ai observée, Jennifer Soussan, la gérante et Sado Hassan Saed, la directrice artistique. J'ai rédigé des guides d'entretien[75] spécifiques à chaque professionnel·le pour leur poser les questions auxquelles je pensais qu'il ou elles auraient les réponses et pour orienter la discussion sur mes thèmes de recherches : la définition, le professionnalisme et la dimension artistique du stand-up. Malheureusement, ils et elles n'ont pas souhaité·e·s que je retranscrive ces entretiens dans leur intégralité, j'ai néanmoins fait figurer dans mes annexes une compilation thématique de citations tirées de ces échanges.

j) Problématique et hypothèses

Suivant l'intuition première que j'ai eu en découvrant le Madame Sarfati, nous allons nous questionner sur trois thèmes qui me sont apparus comme constitutifs de l'identité de ce comedy club : la rationalisation par le marketing, le professionnalisme et la dimension artistique. Cela nous mène à nous poser la question suivante :

> Comment le Madame Sarfati professionnalise-t-il le stand-up en le rationalisant avec des techniques marketing et en appuyant une certaine vision artistique du stand-up ?

Pour répondre à cette problématique, voici trois hypothèses, sous formes de questions, qui abordent chacun de ces thèmes :

---

[73] Cette pratique insiste sur la participation de l'enquêteur·rice dans son terrain et comment même la simple présence de celui·celle-ci peut le modifier. Cf. SOULE Bastien, « Observation participante ou participation observante ? Usages et justifications de la notion de participation observante en sciences sociales », in *Recherche qualitative*, vol. 27, n°1, 2007, p. 127 à 140.

[74] Cf. Annexe n°1 : Retranscription d'une session au Madame Sarfati

[75] Je n'ai pas jugé nécessaire de faire figurer ces guides en annexe, tant ils m'ont surtout servi à revenir sur mes thèmes de recherches quand je me perdais dans la discussion.

1) En quoi le stand-up du Madame Sarfati est-il un processus de communication interactif aux prises d'une surveillance marketing ?
2) Comment la sélection des stand-upper·use·s professionnel·le·s opérée par le Madame Sarfati professionnalise-t-elle le stand-up ?
3) En quoi le Madame Sarfati est-il un lieu d'art qui revendique que le stand-up est un art ?

Nous allons d'abord établir en quoi le stand-up est un processus de communication qui constitue un dialogue entre le·a stand-upper·use et les membres du public qui a pour but de faire rire ces derniers. Dans cette interaction se joue un jeu de regard qui définit un rapport de pouvoir entre les membres du public, le·a stand-upper·use, le maître de cérémonie, la directrice artistique, et entre la gérante et les serveuses. Les stand-upper·use·s s'inscrivent par le *test** dans une logique de surveillance marketing, tout comme la directrice artistique qui observe l'interaction qu'ils et elles ont avec le public. Ce jeu de surveillance marketing a, deuxièmement, un but précis : professionnaliser le stand-up. Le Madame Sarfati n'accueille que les stand-upper·use·s les plus expérimenté·e·s pour leur offrir un cadre propice au *test** et une source de rémunération stable. Cette stratégie inédite dans l'écosystème des *comedy clubs* parisiens permet à l'établissement de définir ses propres normes pour le stand-up. Cette position lui permet de mener campagne, enfin, pour que le stand-up soit perçu comme un art par les stand-upper·use·s, leurs publics, ainsi que le grand public. Le Madame Sarfati a été construit pour l'expérience esthétique qu'il procure : la salle où a lieu le stand-up a été construite par des artistes de renommée internationale et la communication autour du lieu insiste sur cette dimension artistique. Par une stratégie de relation presse et d'influence de célébrités, la directrice artistique et le fondateur Fary travaillent pour que le stand-up soit reconnu comme un art. Mais au-delà d'un débat théorique sur ce qu'est l'art, cette dénomination est utilisée pour que le stand-up gagne en puissance sur le marché de l'humour, contre le one wo·man show d'une part et, d'autre part, contre tout ce qui ne relève, pas selon, eux du « pure stand-up ».

SOMMAIRE

Note sur le jargon et les anglicismes 4

Note sur l'écriture inclusive 4

AVANT-PROPOS 5

INTRODUCTION 7

a) Le rire physique et social 7

b) Humour et société 9

c) Qu'est-ce que le stand-up ? 11

d) Histoire du stand-up et des comedy clubs aux Etats-Unis 13

e) Histoire du stand-up et des comedy clubs en France 15

f) Etat des lieux de la recherche sur le Stand-up 17

g) Pourquoi le Madame Sarfati ? 17

h) Méthodologie 18

i) Corpus 19

j) Problématique et hypothèses 19

I. Le Stand-up au Madame Sarfati est un dialogue semi-interactif entre le·a stand-upper·use et le public où se joue une surveillance marketing 23

A. Le Stand-up est un processus de communication entre le·a stand-upper·use et le public encadré par le·a maître·sse de cérémonie 23

a) Stand-up, un processus de communication 23

b) Le contexte du comedy club 25

c) L'interaction*, partie intégrante du stand-up 25

d) Le·a maître·sse de cérémonie, arbitre de l'interaction* 27

B. La salle du Madame Sarfati est parcourue de regards qui sont dans une logique de surveillance marketing 28

a) Le·a stand-upper·use surveille les réactions du public dans une discipline du rire 28

b) Le public surveille le·a stand-upper·use pour voir s'il ou elle répond aux attentes 31

c) La directrice artistique surveille et discipline les stand-upper·use·s 32

d) La gérante surveille les serveuses pour ne pas gêner les passages 33

II. La sélection des stand-upper·use·s professionnel·le·s confirmé·e·s différencie le Madame Sarfati et professionnalise l'écosystème des *comedy clubs* parisiens 35

A. Sélection de certain·e·s stand-upper·use·s professionnel·le·s confirmé·e·s 36

a) Définition du comedy club 36

b) Qu'est-ce qu'un·e professionnel·le de stand-up ? 37

c) Quel·le·s professionnel·le·s pour le Madame Sarfati ? 39

d) Le·a professionnel·le et l'amateur·rice mis·e·s en scène dans la communication 41

B. Le Madame Sarfati impose des normes à la « coopétition » entre les *comedy clubs* 44

a) Des comedy clubs en « coopétition » 44

b) Professionnalisation du milieu du stand-up par la sélection ? 46

c) Régularisation du mode de paiement et gestion 47

d) Standardisation de la durée et du type de session 48

III. Le Madame Sarfati agit par son esthétisation et sa direction artistique pour faire reconnaître le stand-up comme un art 50

A. Le Madame Sarfati est un lieu marchand inscrit dans une démarche artistique 51

a) Définitions de l'art 51

b) La salle de spectacle est une œuvre d'art 52

c) Une expérience consommateur au service de l'art 55

d) Une communication au service de l'art 56

B. Le Madame Sarfati campagne pour faire reconnaitre le stand-up comme un art et le promouvoir auprès du grand public 57

a) Travail d'écriture et illusion de spontanéité 57

b) « Usiner de la blague » ou passer un message ? la question de l'interprétation 60

c) Stand-up et interaction : distinction avec le one wo·man show 61

d) Education et influence : « Parlerez-vous stand-up ? » 62

CONCLUSION 64

BIBLIOGRAPHIE 69

I. Le Stand-up au Madame Sarfati est un dialogue semi-interactif entre le·a stand-upper·use et le public où se joue une surveillance marketing

A. Le Stand-up est un processus de communication entre le·a stand-upper·use et le public encadré par le·a maître·sse de cérémonie

« Supposez que vous racontiez une blague
dans la forêt et qu'elle ne fasse rire personne,
était-ce bien une blague ? »
-Steven Wright

a) Stand-up, un processus de communication

Le stand-up relève de la communication en ce qu'il consiste en un échange de messages codés entre le·a stand-upper·use et le public. Voici comment Ian Brodie définit cette communication :

> "This event is, first of all, communicative. There is at least one "encoder" (performer) and at least one "decoder" (audience member) between whom there is direct, person-to-person communication, and communication happens through a coded message—using linguistic, paralinguistic, and kinesic codes—transmitted through audio and visual channels, which generate continuous perceptual responses interpreted by performer and audience as feedback[76]"[77]

Cette définition est éclairante, en ce qu'elle pose les deux acteur·rice·s de la communication, les canaux et qu'elle intègre une notion de *feedback*. Cependant, on voit comment cette vision de la communication hérite du modèle mathématique de Shannon et Weaver[78], bien qu'il intègre des éléments non-verbaux.

Complétons donc cette vision de la communication en intégrant la notion de « processus de communication ». Voici comment le Groupe de Recherches Interdisciplinaires sur les Processus d'Information et de Communication qualifie ces processus : « Issus de processus concrets de médiatisation, de la rencontre d'une pluralité d'acteurs, de la mise en œuvre de techniques et de stratégies complexes. »[79] Ainsi, il faut aussi considérer que le stand-up a recours à des techniques complexes et qu'il constitue un « processus concret de médiatisation ». Le processus de communication qu'est le stand-up déploie en effet une technique complexe, une mécanique remarquable qui vise à faire rire un public. Chaque stand-upper·use s'approprie, bien évidemment, cette mécanique et même la détourne, mais elle constitue le fondement du stand-up comme il s'est développé aux Etats-Unis dans les années 1960 : la structure prémisse*/*punch line**.

Gary Dean[80] explique de manière très synthétique cette mécanique. Se fondant sur les théories de l'incongruité, il remarque que le rire est engendré par la surprise provoquée par le fait que les suppositions que

---

[76] Traduction personnelle : "Cet événement est, avant tout, communicatif. Il y a au moins un "codeur" (artiste) et au moins un "décodeur" (membre du public) entre lesquels il y a une communication directe, de personne à personne, et la communication se fait par un message codé - utilisant des codes linguistiques, paralinguistiques et cinétiques - transmis par des canaux audio et visuels, qui génèrent des réponses perceptuelles continues interprétées par l'artiste et le public comme un feedback".
[77] BRODIE Ian, *A Vulgar Art, A New Approach to Stand-Up Comedy*, University Press of Mississippi. Jackson, 2014.
[78] WEAVER Waren & SHANNON Claude Elwood, *The Mathematical Theory of Communication*, University of Illinois Press, Illinois, 1963.
[79] Site du Groupe de Recherches Interdisciplinaires sur les Processus d'Information et de Communication, onglet « Positionnement scientifique ». URL : http://www.gripic.fr/page/positionnement-scientifique
[80] DEAN Greg, *Step by step to Stand-up Comedy*, Heinemann Drama, Los Angeles, 2000.

l'on formule (inconsciemment) sur une situation s'avèrent fausses. Le but pour le·a stand-upper·use est ainsi de créer une situation (par le biais de ce qu'on appellera une prémisse*) où le public est amené à faire une certaine interprétation, puis soudain avec une phrase courte et efficace (qu'on appelle une *punch line** ou un *punch**) il ou elle dévoile une seconde interprétation qui infirme cette première, créant ainsi l'effet de surprise. Le rire vient du décalage entre la « première histoire » imaginée par le public et la « deuxième histoire » qui fait irruption par le biais du *punch**.

Prenons un exemple issu du manuel de Gary Dean[81] pour clarifier cette structure (que je traduis ici directement) : « Mon grand-père est mort paisiblement dans son sommeil. Mais les enfants dans son bus hurlaient. »[82] La première phrase qui compose la prémisse* pose l'histoire et dirige le public vers une interprétation-cible : « Le grand-père est mort dans son lit ». De cette interprétation, le public développe une « première histoire », assez paisible, qu'on peut formuler ainsi : « Le grand-père dormait chez lui quand il est mort de causes naturelles. ». Mais le stand-upper (en l'occurrence Gary Dean) vient casser cette « première histoire » avec le *punch* que compose la deuxième phrase « Mais les enfants dans son bus hurlaient. ». Ce *punch* part d'une réinterprétation incompatible avec l'interprétation-cible qui est que « Le grand-père s'est endormi au volant d'un bus. ». À partir de cette réinterprétation se forme une « seconde histoire », bien plus noire que celle imaginée précédemment : « Le grand-père est mort dans un accident de bus après s'être endormi au volant, ce qui fît hurler les enfants qu'il conduisait. ».[83]

Le public doit donc décoder le message envoyé par le·a stand-upper·use, qui a pour but de susciter la réaction qu'est le rire. Ce *feedback* recherché fait partie intégrante du stand-up qui l'intègre d'une manière qui vient jusqu'à modifier sa structure-même. Le rythme entre les blagues et les silences est très savamment dosé. Quasiment systématiquement, un temps de silence est observé à la fin d'une *punch line**, non seulement pour indiquer qu'il s'agit de la fin de la blague, mais aussi pour laisser place au rire[84].

C'est ainsi que les stand-upper·use·s mettent en œuvre des « techniques et des stratégies complexes »[85] pour intégrer le rire dans sa structure. Cependant, cette blague « Mon grand-père est mort paisiblement dans son sommeil. Mais les enfants dans son bus hurlaient. » prononcée, par exemple, dans une campagne de prévention contre le sommeil au volant ou lors d'une session d'un cercle des familles de victimes des accidents de la route, prend une toute autre dimension. Elle peut même cesser d'être une blague et devenir un slogan ou bien un témoignage poignant. Si la structure des blagues est cruciale dans le stand-up, on ne peut pas en faire le seul critère, tant le contexte où est dit la blague importe.

En quoi le stand-up relève-t-il d'un « processus concret de médiatisation » ? Après nous être intéressé aux acteurs et aux processus du stand-up, penchons-nous sur le dispositif dans lequel il a lieu : le *comedy club*[86].

---

[81] DEAN Greg, *Step by step to Stand-up Comedy*, Heinemann Drama, Los Angeles, 2000.
[82] Le diagramme qui présente la structure de cette blague est disponible en annexe. Cf. Annexe n°10 : Schémas.
[83] Un *set** de stand-up n'est pas composé que de blagues, bien entendu. Les transitions entre les blagues, les *call back**, le développement de personnages en sont aussi des parties intégrantes.
[84] Gary Dean met ainsi en garde les aspirant·e·s stand-upper·use·s contre le fait de « marcher sur ses rires », c'est-à-dire de continuer de parler quand le public rit. Cela mène, selon l'auteur, le public à s'empêcher de rire pour ne pas manquer des informations qu'ils n'auraient pas pu entendre à cause du bruit des rires. Marcher sur ses rires à répétition entraînerait ainsi le public à ne plus rire pour simplement écouter.
[85] Site du Groupe de Recherches Interdisciplinaires sur les Processus d'Information et de Communication, onglet « Positionnement scientifique ». URL : http://www.gripic.fr/page/positionnement-scientifique
[86] Le stand-up a aussi lieu dans les théâtres, cafés-théâtres, bars, péniches, dans la rue… mais nous nous intéressons précisément au stand-up de *comedy club*.

b) Le contexte du comedy club

Pour comprendre ce qu'est un *comedy club* comparons-le à son ancêtre : le théâtre. On remarque d'abord que le *comedy club* n'a pas de coulisses[87], que les stand-upper·use·s doivent fendre la foule pour monter sur scène (ce qui donne l'impression symbolique qu'ils sont « parmi nous »). La scène du Madame Sarfati a été pensé dans cette intention, comme Fary le dit dans son interview pour Hypebeast[88] : « Je voulais absolument que la scène soit à 180° parce que c'est ce que tu préfères quand tu es un stand-upper, c'est être dans le public. ». Cette impression est renforcée par le fait que la scène est souvent basse, voire au même niveau que les spectateur·rice·s. Le stand-upper·use s'adresse de manière continue directement au public, parfois à des membres en particulier. Tous les membres du public sont au même niveau, il n'y a pas de balcon ou de corbeille. La régie joue un autre rôle que dans le théâtre aussi : la régie sert essentiellement à cadrer le temps des performances en allumant une lumière 1 minute avant la fin du temps imparti pour les stand-upper·use·s, puis à la fin de leur temps de jeu. Cette lumière qui se veut discrète est généralement invisible du public. Cette proximité avec le public est aussi suggérée par l'utilisation du micro, qui permet, comme nous l'avons vu avec Ian Brodie[89], l'expression d'une voix moins théâtrale. Le schéma en annexe résume ce processus de communication[90].

Tous ces éléments participent à créer une sensation de proximité avec le public, ce qui le met dans de bonne condition pour rire. Ce « genre de l'intimité »[91] donne ainsi l'impression au public d'être proche du ou de la stand-upper·use et la disposition du *comedy club* lève les barrières physiques et symboliques qui empêchaient le public de théâtre d'interagir avec le ou la comédien·ne. De quelle manière a lieu cette interaction ?

c) L'interaction, partie intégrante du stand-up*

L'interaction* est le moment où un signal (la plupart du temps des mots) attire l'attention du ou de la stand-upper·use qui modifie son matériel* prévu pour rentrer dans une phase de dialogue. L'interaction peut être sollicitée ou bien le·a stand-upper·use peut rebondir sur une intervention du public. Prenons un exemple dans la session du Madame Sarfati observée, où Pierre Thévenoux a une courte interaction avec mon père :

> « Y'a des gens qui ont des enfants ? [<Oui>] [Quelques membres du public répondent, dont mon père]
>
> {S'adressant à mon père} Tu t'fous une race un mercredi dans un grenier, t'en as rien à foutre de tes enfants ! [R] »[92]

On voit que cette interaction sollicitée a permis à Pierre Thévenoux de faire une blague sur mon père, déjà perçu par le public comme quelqu'un de « bourré », car il l'avait dit lors d'une courte phase d'interaction* avec Louis Dubourg[93]. Mais les passages d'interaction peuvent être non sollicités, comme celui-ci avec Jason Brokerss :

> « Même si vous ne le savez pas mesdames, vous *voulez* que votre mari il meurt avant, c'est ça que vous voulez au fond de vous, c'est ça. C'est ce qui- [La femme à la table du premier rang

---

[87] Une *green room** est parfois présente dans les *comedy clubs*, il en existe une au sous-sol du Madame Sarfati, mais elle équivaut à une loge et non à une coulisse.
[88] Cf. Annexe n°9 : Articles de presse. HYPEBEAST – « UN COMEDY CLUB D'UN NOUVEAU GENRE À PARIS ».
[89] Cf. INTRODUCTION. *d) Histoire du stand-up et des comedy clubs aux Etats-Unis*. et Cf. BRODIE Ian, *A Vulgar Art, A New Approach to Stand-Up Comedy*, University Press of Mississippi. Jackson, 2014.
[90] Cf. Annexe n°10 : Schémas.
[91] Comme le baptise Ian Brodie. Cf. BRODIE Ian, "Stand-up Comedy as a Genre of Intimacy", in *Ethnologies*, vol. 30, n°2, 2008, p. 153 à 180.
[92] Cf. Annexe n°1 : Retranscription d'une session au Madame Sarfati. *Pierre Thévenoux.*
[93] Cf. Annexe n°1 : Retranscription d'une session au Madame Sarfati. *Louis Dubourg (MC)*

discute de manière inintelligible avec ses voisins de table] {très sérieusement} Merci pour les chiffres Mada- [R] {Jason Brokerss rit}

C'est un spectacle d'humour, Madame très premier degrés {d'une voix aigüe} |Statistiquement c'est ce qui se passe de toute manière donc euh| [R] »[94]

Ces deux exemples montrent deux sensibilités à l'interaction différentes : Pierre Thévenoux pose de nombreuses questions et discute parfois avec des membres du public, alors que Jason Brokerss ne sollicite jamais de réponse, du moins dans ce set*. Il est dans l'état d'esprit que décrit Jason Davidson dans le documentaire pour la BBC[95] : "I don't want a dialogue : I talk, they laugh. That's it.[96]". Mais même si cette interaction avait pour but de couper tout dialogue, (ou du moins de faire en sorte que cette table du premier rang arrête de bavarder) elle reste néanmoins une interaction entre le public et le stand-upper. Cette intégration des interventions du public dans la performance est un trait caractéristique du stand-up, comme nous le dit Ian Brodie : "Stand-up comedy is a form of talk. It implies a context that allows for reaction, participation, and engagement on the part of those to whom the stand-up comedian is speaking. […] However heavily one-sided, it is nevertheless a dialogic form, performed not *to* but *with* an audience.[97]"[98]

Ce dialogisme est d'autant plus visible si l'on adopte une définition large de la « performance » qui intègre des signaux non-verbaux. L'interaction a alors lieu, quelle que soit la sensibilité du ou de la stand-upper·use. La notion de performance développée par Goffman s'applique aussi bien aux performances artistiques qu'à la vie sociale. Voici la définition qu'il en donne : « J'ai utilisé le terme "performance" pour désigner toute activité d'un individu qui se déroule pendant une période marquée par sa présence continue devant un ensemble d'observateurs particuliers et qui a une certaine influence sur ces observateurs. »[99] C'est donc la présence d'autrui et l'observation qui constituent la performance et non pas un statut prédéfini de l'individu, si bien qu'un membre du public peut donc lui-même être en performance si l'observation se tourne vers lui. Pour reprendre les observations de l'Ecole de Palo Alto[100], les individus qui composent le public communiquent malgré eux et sans qu'ils aient besoin de parler. Leur langage proxémique, gestuel, leurs habits, leurs mimiques, racontent malgré eux quelque chose sur eux.

Bien sûr ce dialogue n'est pas égalitaire dans son expression et le·a stand-upper·use a plus de pouvoir grâce à l'amplification et l'architecture de la scène. Mais si chaque stand-upper·use interagit plus ou moins avec le public, l'interaction* fait partie intégrante du stand-up et en fait une performance fondamentalement dialogique. Cependant cette interaction n'est pas libre et suppose des règles qu'énoncent le·a maître·sse de cérémonie.

---

[94] Cf. Annexe n°1 : Retranscription d'une session au Madame Sarfati. *Jason Brokerss.*
[95] YENTOB Alan, "The Art of Stand-up", BBC, 2011.
[96] Traduction personnelle : « Je ne veux pas de dialogue : je parle, ils rient. C'est tout. »
[97] Traduction personnelle : « La comédie est une forme de discours. Elle implique un contexte qui permet la réaction, la participation et l'engagement de la part de ceux à qui le comédien s'adresse. [...] Même si elle est fortement unilatérale, c'est néanmoins une forme de dialogue, exécutée non pas devant un public mais avec lui. »
[98] BRODIE Ian, *A Vulgar Art, A New Approach to Stand-Up Comedy*, University Press of Mississippi. Jackson, 2014.
[99] GOFFMAN Ervin, *The Presentation of Self in Everyday Life*, Doubleday, New York, 1959.
[100] BATESON Gregory, GOFFMAN Erwin, HALL Edward et al, *La nouvelle communication*, dir. Yves Winkin, Editions du Seuil, Paris 1981.

*d) Le·a maître·sse de cérémonie, arbitre de l'interaction**

Le·a maître·sse de cérémonie (ou MC[101]) dans une soirée de stand-up a un rôle analogue à celui qu'il ou elle avait dans le vaudeville : il ou elle présente les numéros, chauffe la salle et fait un monologue humoristique. Dans notre étude de l'interaction*, le·a maître·sse de cérémonie agit de trois manières : il ou elle a) jauge la volonté du public à interagir, b) pose les règles de l'interaction* et c) donne un exemple de stand-up sans interaction. Premièrement, il ou elle « prend la température » pour savoir si un public sera enclin à interagir, comme l'explique la directrice artistique du Madame Sarfati :

> « Le MC est obligé de faire de l'interaction, parce qu'il faut qu'il jauge l'ambiance de la salle. […] Si demain Louis [Dubourg] dit 'Qui est déjà venu ?' et que tu entends 'Moi, moi !' bah tu sens qu'ils veulent parler ; quand il dit 'Qui est-ce qui est déjà venu ?' et qu'ils lèvent la main, tu sens que c'est un public qui est vraiment plus posé et qui ne veut pas d'interaction. Et ça c'est au maître de cérémonie de le juger. Mais le public c'est eux qui nous expriment quelque chose et on le sait. »[102]

Ce premier test permet aux stand-upper·use·s de voir si le public sera sensible à l'interaction* et leur indique s'il vaut mieux qu'ils changent le matériel pour rester dans le récit. Encore une forme de *feedback* qui prouve l'aspect dialogique du stand-up.

Deuxièmement, le rôle du ou de la maître·sse de cérémonie est de poser les règles de cette interaction[103]. Louis Dubourg résume ainsi son rôle de MC au Madame Sarfati :

> « Surtout en France, le stand-up on ne sait pas trop ce que c'est, donc le but c'est […] qu'à la fois les gens bah je leur explique les règles au début, après je leur parle un petit peu pour les concerner dans le spectacle, pour pas qu'ils aient l'impression de voir du one man show c'est-à-dire […] casser le quatrième mur montrer qu'on est là devant eux en tant que- voilà (ça c'est le but de parler). Et finir sur un texte de 4, 5, 6 minutes où je fais du stand-up *stand-up* sans parler avec eux pour qu'ils voient ce que c'est aussi et du coup c'est un peu une espèce de 3 en 1 où tu essayes de modeler tout ça pour que ce soit cohérent et un peu digeste et ça permet aux gens de savoir à quoi s'attendre, d'avoir un peu rigolé, moi je me suis un peu entraîné et j'annonce le premier. »[104]

Le·a maître·sse de cérémonie incite donc le public à interagir (pour rompre avec les conventions théâtrales), puis fait un *set** de stand-up où il n'y a pas d'interaction, pour l'habituer à ne pas interagir. Si le·a maître·sse de cérémonie reste dans l'interaction jusqu'à l'annonce du premier passage, le public sera habitué à interagir, mais pas à écouter. Il ou elle doit donc bien jauger le public et négocier avec lui pour qu'un dialogue sain se noue. Ainsi, le public se sentira libre de s'exprimer s'il en ressent le besoin et/ou si on le sollicite, mais dans le respect de la performance et sans accaparer toute l'attention[105]. Jay Sankey, appliquant les principes du Zen, résume bien cet équilibre à trouver entre la place qu'on laisse au public via l'interaction et qui peut faire dériver l'attention, et le contrôle parfois étouffant d'un texte trop automatique :

---

[101] Bien que l'on parle plus souvent de MC, je préfèrerai l'utilisation de la version complète « maître·sse de cérémonie » qui n'invisibilise pas les femmes.
[102] Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.
[103] Les règles qu'il ou elle énonce ne concernent pas que l'interaction : Louis Dubourg rappelle de ne pas prendre de photo, de lever la main pour commander à manger ou à boire…
[104] Cf. Annexe n°2 : Entretien avec Louis Dubourg.
[105] La problématique qui sous-tend ce débat est celle des *hecklers* ou fauteur·use·s de trouble qui se moquent des stand-upper·use·s sur scène ou font des blagues à leur place.

> "If the performer is too controlling and the connection becomes inflexible or brittle, it may well snap, and the audience will be lost. And if the performer is too casual, failing to assert himself and expend a concentrated energy, even an initially "caught" audience may grow distant from him and eventually get away. As with all things, success lies in a sensitive, responsive balance[106]."[107]

Ainsi, le rôle du et de la maître·sse de cérémonie est de négocier avec le public une interaction saine en jaugeant le public, posant des règles et donnant un exemple de passage avec, puis sans interaction*[108].

B. La salle du Madame Sarfati est parcourue de regards qui sont dans une logique de surveillance marketing

Il peut paraître étonnant d'affirmer qu'il y ait de la surveillance et de la discipline dans une pratique aussi gaie et apparemment peu contraignante que le stand-up. S'il règne au Madame Sarfati (et dans d'autres *comedy clubs*) une ambiance chaleureuse et légère, cette ambiance est strictement observée et contrôlée par des professionnel·le·s, qui s'inscrivent dans une logique économique. C'est ainsi que les séances de stand-up sont surveillées et disciplinées, au sens foucaldien du terme, par les stand-upper·use·s, la directrice artistique et la gérante. Ce jeu des regards et d'autant plus fort que la salle du Madame Sarfati est un lieu où les photos et les vidéos sont interdites.

a) Le·a stand-upper·use surveille les réactions du public dans une discipline du rire

Le·a stand-upper·use sur scène est la personne dans la salle qui est rendue la plus visible et audible par le dispositif : tous les sièges sont tournés vers elle, les spots l'éclairent, le micro l'amplifie, elle est debout. Et ce que surveille le·a stand-upper·use, c'est le public.

Michel Foucault explique que la surveillance et la discipline sont exercés dans un contexte où les regards sont contraints : « L'exercice de la discipline suppose un dispositif qui contraigne par le jeu du regard ; un appareil où les techniques qui permettent de voir induisent des effets de pouvoir. »[109] La position du et de la stand-upper·use sur scène lui permet d'être vu·e de toutes et tous, mais aussi de voir chaque membre du public. Plus que dans une salle de théâtre, dans les *comedy clubs* le public est visible et proche, ce qui permet cette surveillance. L'architecture a d'ailleurs été pensée à cet effet, comme l'explique Fary dans son interview pour Hypebeast[110] : « Je voulais absolument que la scène soit à 180° parce que c'est ce que tu préfères quand tu es un stand-upper, c'est être dans le public. » On peut dire que la scène du Madame Sarfati se rapproche de la notion foucaldienne d'établissement panoptique[111] : elle est construite pour que le·a stand-upper·use puisse surveiller chaque membre du public placé en arc de cercle autour de lui ou d'elle et que l'amplification microphonique lui permet de créer un comportement de rire. La différence majeure étant que les membres du public peuvent voir le·a stand-upper·use, alors que les détenu·e·s du panopticon ne peuvent pas voir le·a surveillant·e. Au Madame Sarfati, une surveillance

---

[106] Traduction personnelle : « Si l'interprète est trop dans le contrôle et que la connexion devient rigide ou fragile, elle peut se rompre et le public sera perdu. Et si l'artiste est trop désinvolte, ne s'affirme pas et ne dépense pas une énergie concentrée, même un public initialement "acquis" peut s'éloigner de lui et finir par s'enfuir. Comme pour toute chose, le succès réside dans un équilibre sensible et réactif. »

[107] SANKEY, Jay, *Zen and the Art of Stand-Up Comedy,* Routledge, Abingdon-on-Thames, 1998

[108] Au Madame Sarfati, les maîtres de cérémonie (systématiquement des hommes) sont payés plus cher que leur collègues stand-upper·use·s du fait de cette responsabilité supplémentaire, et aussi parce qu'ils sont retenus durant une heure entière.

[109] FOUCAULT Michel, *Surveiller et punir. Naissance de la prison*, Gallimard, Paris, 1975.

[110] Cf. Annexe n°9 : Articles de presse. *HYPEBEAST – « UN COMEDY CLUB D'UN NOUVEAU GENRE À PARIS ».*

[111] Michel Foucault se fonde sur un modèle de prison conceptualisé par Bentham nommé « Panopticon » dans lequel un surveillant, situé dans une tour placée au centre, observe les détenus enfermés dans des cellules individuelles.

invisible est effectuée par le biais des MC et des prochain·e·s stand-upper·use à passer qui regardent les passages et les réactions du publics[112].

Pour comprendre en quoi il ne s'agit pas d'une simple surveillance mais bien de surveillance *marketing*, revenons aux motivations qui font qu'un·e stand-upper·use fait un passage dans un *comedy club*. Puisque le stand-up est une pratique dialogique, le travail d'écriture doit se faire en présence du public[113] : le matériel* doit être testé auprès de nombreux publics avant de constituer un spectacle entier. Chaque blague est testée plusieurs fois, devant plusieurs publics différents dont le·a stand-upper·use surveille la réaction pour changer légèrement la blague ou non. Le but de cette démarche est de créer du « sûr* », c'est-à-dire des blagues qui ont été testées assez souvent devant assez de personnes différentes pour faire rire quasi-systématiquement. Voici un exemple tiré de la soirée observée où cet aspect du test est rendu visible par le stand-upper Pierre Thévenoux qui annonce au public que son test a échoué, étant donné qu'il n'a pas reçu, selon lui, une réponse assez forte. Voici le *bit** en entier :

> « Euh. Tiens, j'veux donner mon avis sur un sujet que j'connais pas. Euh les violences policières. Ohlala [R]
>
> J'tais pas au courant. J'suis blanc, j'ai pas de problème moi. Des fois y'a la WIFI qui déconne, bon bah voilà : je débranche, je rebranche, c'est réglé. [R]
>
> Nan mais c'est vrai- j'ai pas trop la-pfff t'sais quoi, j'ai pas trop la gueule du mec qui a des problèmes avec la police. Des gens très bien, des gens charmants, la main sur le cœur. Moi j'adore ces gens, écoute s'il y a une embrouille dans la rue les flics ils arrivent ils me voient, ils m'disent |eh fréro, files un coup de main| ils me passent un tazer [<R>].
>
> Moi j'aurais pas pu être flic j'pense. Bah parce que dès que tu m'donnes du pouvoir j'fais d'la merde. Quand j'te dis j'avais un stagiaire j'l'appelais 'La Chose'. [R]
>
> Tu me files un tazer mon gars je vide la batterie en 5 minutes. [R]
>
> Avoue ça a l'air marrant, ça a l'air marrant comme objet. T'appuies sur un bouton l'autre il dance la tecktonik ça a l'air pas mal. [R]
>
> Ah j'ferais tellement d'merde. Et puis heureusement en France t'sais il n'y a pas le port d'arme, t'sais le tazer et tout c'est illégal. Aux *States* tu fais ce que tu veux, mais heureusement parce qu'en France on n'est pas un peuple assez patient. [S]
>
> Nan y'aurait des métiers beaucoup trop dangereux. Genre en période de grève SNCF. Le mec sur les quais avec le gilet rouge où y'a marqué 'SNCF information' là. En vrai y'a écrit 'Pisses-moi dessus parce que j'y suis pour rien' [R]
>
> C'est ça qu'il y a écrit. Eh lui mon gars tous les jours il en boufferait. Il prendrait des coups de tazer putain, il rentre chez lui putain c'est un groupe électrogène. [<R>]
>
> Ohlàlà non, bah non elle est pas drôle. Tant pis [<R>] »[114]

Pierre Thévenoux aborde beaucoup de thèmes connexes (son rapport problématique au pouvoir, son privilège blanc face aux violences policières…), mais il est plus particulièrement à la recherche de blagues portant sur le

---

[112] Cette pratique n'est pas l'apanage du Madame Sarfati bien entendu. Dans le sous-sol du Paname Art Café par exemple, les stand-upper·use·s peuvent regarder le public à travers un rideau avant leur passage.
[113] On notera quelques rares exceptions à cette règle comme l'étasunien Bo Burnham et l'ancienne celsienne Nora Hamzawi. Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed. *Femme et Stand-up.*
[114] Cf. Annexe n°1 : Retranscription d'une session au Madame Sarfati. *Pierre Thévenoux.*

tazer. La dernière blague de ce *bit** sur les tazer ne récolte qu'un rire d'une minorité de personnes dans le public et il fait ce que Jay Sankey appelle *"calling the situation"*[115], c'est-à-dire statuer et énoncer la situation présente pour la désamorcer et tenter de récolter un rire, ce qu'il réussit à faire. Mais le test* peut porter sur plus d'une seule blague, il peut porter sur tout une situation. Voici exemple de ce genre de test* à plus grande échelle avec Pierre Thévenoux, qui juste après le *bit** sur le tazer parle du bruit des ambulances qui le gêne quand il téléphone dans la rue :

> « Humm… Tiens j'ai remarqué un truc. J'ai euh- J'suis euh, j'suis vraiment devenu un parisien, t'sais une mauvaise personne. Parce que j'suis dans la rue, j'suis au téléphone, y'a une *ambulance* qui passe avec le gyrophare et la sirène, ça *m'vénère*. [R]
> Ca veut dire y'a un mec- c'est un son pour dire {timidement} |Excuse-moi, ça te dérange de te pousser un- c'est juste je vais essayer de sauver la vie de quelqu'un|. Moi j'suis là {énervé} |Mais putain j'vais de voir répété c'que j'ai dis quoi !| [S]
> Ho ho ho ok poubelle quoi aller ! [R] »

On remarque que la réponse du public est proportionnelle à sa réaction précédente : là où il récoltait deux rires de faible intensité « [<R>] » pour la blague sur le tazer, ici pour la blague de l'ambulance il récolte un silence « [S] », puis un rire de la majorité de la salle « [R] ». Le retour réflexif que fait Pierre Thévenoux sur la réaction à sa blague est aussi plus forte dans le deuxième test*, il se désolidarise d'autant plus de sa blague (« Ho ho ho ok poubelle quoi aller ! [R] ») ce qui peut expliquer le rire plus prononcé[116]. On voit avec ces deux exemples comment les blagues sont formées dans un dialogue entre les stand-upper·use·s et le public. La surveillance du public qu'effectue le·a stand-upper·use est primordiale, car elle lui permet de savoir si la blague est validée par ce public et de rebondir en cas de bide*.

Sans en être la seule motivation, cette pratique expérimentale d'itération et de correction a une fin commerciale : composer avec ces séquences sûres* un spectacle personnel, bref créer une offre. Cette démarche du test dans les *comedy club* s'inscrit dans la logique marketing de l'*A/B testing* ici définit :

> « *L'A/B testing* est une pratique, utilisée depuis longtemps en marketing direct, qui consiste à soumettre à un échantillon de consommateurs plusieurs versions d'un message qui diffèrent sur un seul critère puis à mesurer quelle version a produit les meilleurs résultats. […] *L'A/B testing*, en raison de la méthodologie qu'il impose et de sa vocation itérative, est un excellent moyen d'identifier ce qui fonctionne ou non auprès de différents segments d'audience. »[117]

Trouver « ce qui fonctionne » dans l'humour est exactement ce que les stand-upper·use en test* recherchent, tels des professionnel·le·s du marketing observent le comportement d'un groupe test derrière une vitre teintée. Ainsi, le regard du et de la stand-upper·use est une observation du comportement du public qui vise à le modifier pour engendrer le rire. C'est d'ailleurs l'une des fonctions du Panopticon qui « peut être utilisé comme une machine à faire des expériences, à modifier le comportement, à dresser ou à redresser les individus »[118]. Les stand-upper·use·s, qui bénéficient grâce au dispositif du *comedy club* d'une attention et d'un pouvoir, émettent des

---

[115] SANKEY, Jay, *Zen and the Art of Stand-Up Comedy,* Routledge, Abingdon-on-Thames, 1998
[116] L'effet de répétition d'une blague qu'il décide de « jeter » devant le public joue aussi certainement, étant donné que ces deux *bits** se suivent.
[117] AUBERT Rémi et BREBION Anthony, *Intégrer l'A/B testing à sa stratégie d'optimisation des conversions*, AB tasty (entreprise), 2014.
[118] FOUCAULT Michel, *Surveiller et punir. Naissance de la prison, Gallimard*, Paris, 1975.

« inputs » pour voir la réaction corporelle[119] du public : s'il rit ou pas, ce qui détermine la réussite de l'expérience. Ces chercheurs et chercheuses du rire mènent donc des expériences sociales à chaque fois qu'ils et elles font des tests*. Cette dimension de recherche apparaît clairement dans les exemples avec Pierre Thévenoux. La différence majeure avec les expériences scientifiques ou l'*A/B testing* en marketing est que là où ces derniers sont onéreux, les passages dans les *comedy club* sont rémunérés.

Le·a stand-upper·use surveille et discipline le public pour le faire rire. Mais la discipline s'applique aussi au et à la stand-upper·use qui modifie son comportement en fonction des publics pour faire rire, et ce dans une démarche très rationnelle de production de rires. C'est l'état dans lequel semble être Louis Dubourg qui répond, quand je lui demande s'il considère que le stand-up est un art : « Pour moi à la base c'est une *discipline* où tu dois- en plus c'est quasiment à l'opposé de l'art parce que tu dois usiner de la blague et usiner de la réaction. »[120]. Il conçoit le stand-up dans un modèle binaire (dont il concède lui-même les limites) ce qui permet de le rationaliser et d'en faire une discipline du rire. Louis Dubourg porte aussi une attention particulière au nombre de rires par minutes, pour ses propres performances et celles de ses pairs[121]. Voici donc un autre élément qui fait partie de la « discipline » du stand-up : la quantification. Comme le système de notation dont Michel Foucault nous explique le développement au sein de l'école[122], le stand-up quantifie ses performances et hiérarchise ainsi les stand-upper·use·s. Un exemple édifiant de la quantification nous est fourni par le webzine *Column 5*[123] qui détermine qu'un passage standard de 5 minutes doit comporter au moins 20 *punchlines* et 18 secondes de rires par minute, classant ensuite les stand-uppers connus selon leur nombre de secondes de rire par minute.

Les stand-upper·use·s surveillent ainsi le public, cherchant par itération à modifier leur comportement pour les faire rire. Mais dans ce dispositif où les stand-upper·use·s sont mis·e·s en avant c'est aussi le public qui surveille la performance.

b) Le public surveille le·a stand-upper·use pour voir s'il ou elle répond aux attentes

Le lieu et l'institution, qu'est un *comedy club*, forment chez le public une attente du rire. C'est d'ailleurs pour cela qu'il est très gênant de voir un·e stand-upper·use·s bider*, parce que justement cette attente n'est pas remplie. Le rire, qui dépend en grande partie de la performance des stand-upper·use·s, est l'élément central du contrat tacite passé entre le public et le *comedy club*. Ainsi, le public surveille le·a stand-upper·use·s et l'autorise à continuer son *set** par les rires, autorisation ponctuellement mise à jour après chaque *punch line**. Ian Brodie explique ce phénomène en parlant de « responsabilité communicative » : "Performance makes one communicatively accountable; it assigns to an audience the responsibility of evaluating the relative skill and effectiveness of the performer's accomplishment. [124]"[125] Le public aussi mesure l'efficacité du et de la stand-upper·use·s et envoie des signaux (rires, applaudissements…) pour autoriser le dialogue à continuer. Bien entendu, cette surveillance n'est

[119] Nous avons vu en introduction à quel point le rire était un phénomène physique.
[120] Cf. Annexe n°2 : Entretien avec Louis Dubourg.
[121] Pour nuancer son propos, Louis Dubourg dit qu'il ne compte pas ses rires « en mode Rain Man »
[122] FOUCAULT Michel, *Surveiller et punir. Naissance de la prison, Gallimard*, Paris, 1975.
[123] Cf. Annexe n°10 : Schémas.
[124] Traduction personnelle : « La performance rend une personne responsable sur le plan de la communication ; elle attribue à un public la responsabilité d'évaluer la compétence relative et l'efficacité de l'accomplissement de l'artiste. »
[125] BRODIE Ian, *A Vulgar Art, A New Approach to Stand-Up Comedy*, University Press of Mississippi. Jackson, 2014.

pas (ou très rarement[126]) malveillante, mais il semble que le public aussi ait intégré ce souci d'efficacité quantitative du rire.

Étant donné la dimension sociale du rire, cette évaluation continue que le·a stand-upper·use reçoit en permanence est un cercle vertueux si le rire est présent, mais un cercle vicieux s'il est absent. Ian Brodie va jusqu'à parler de jugement du public : "Laughter and, to a lesser extent, applause further propel the text forward. The audience makes a judgment of the performer's right to engage with them and validates that right throughout the successful performance, indicating that the stand-up comedian's responsibility to provide a comic performance is being met.[127]"[128] Sans l'aval du public, le *set** ne peut continuer. Et le public peut très bien refuser le dialogue qu'est le stand-up, s'il juge que la performance à laquelle il assiste n'est pas drôle. Alors, son attention n'est plus captivée par le·a stand-upper·use et il arrive qu'il ne réponde plus aux questions, regarde autre part, bavarde ou parfois même exprime vocalement son mécontentement[129].

Ainsi le public surveille la performance du et de la stand-upper·use et son rire permet la continuation du *set** et valide que le contrat économique est bien rempli. Mais, pour en revenir plus précisément au Madame Sarfati, parlons maintenant de la garante de ce contrat, qu'on ne voit pas en tant que spectateur·rice, mais qui pourtant surveille chaque performance : la directrice artistique Sado Hassan Saed.

c) La directrice artistique surveille et discipline les stand-upper·use·s

Durant nos entretiens, Sado Hassan Saed insistait longuement sur la bonne entente qui régnait entre elle et les artistes[130]. Sans remettre en cause cette bonne entente indéniable qui peut régner dans les relations avec les artistes, je veux ici évoquer le sujet des relations et des rapports de pouvoir qui existent entre une directrice artistique et les stand-upper·use·s qu'elle programme. Le fait est qu'elle surveille chaque passage de stand-upper·use depuis le fond de la salle :

> « [Durant les sessions] je suis soit à la table des artistes quand c'est complet, soit à la régie, j'ai un petit tabouret spécifiquement pour moi {elle ricane}. La table des artistes c'est la table qui est collée à la régie. […] Dès fois je fais des allers-retours depuis la cuisine pour voir comment la salle [c'est-à-dire le public] elle est. »[131]

Il apparaît clairement en quoi ce regard relève d'une surveillance marketing : elle vérifie que le·a stand-upper·use qu'elle a programmé remplit bien sa part du contrat de prestation et fait rire le public. S'ajoute à cette surveillance de la directrice artistique, celle indirecte du fondateur Fary, puisque cette dernière lui envoie un compte-rendu de chaque session : « Je regarde tous les passages et tous les soirs je fais un retour à Fary. [un sms de 5 lignes par stand-upper·use]. […] On se dit 'c'est cool, c'est pas cool', il dit aux artistes 'Sado m'a dit que…' »[132] Le fait que

---

[126] Jay Sankey parle d'un certain public dans des *open mics* aux Etats-Unis qui se moque des performances hésitantes des amateur·rice·s. Mais cela est très rare, d'autant plus en France. Cf. SANKEY, Jay, *Zen and the Art of Stand-Up Comedy*, Routledge, Abingdon-on-Thames, 1998.

[127] Traduction personnelle : « Les rires et, dans une moindre mesure, les applaudissements font encore avancer le texte. Le public porte un jugement sur le droit de l'interprète à s'engager avec lui et valide ce droit tout au long de la représentation réussie, indiquant que la responsabilité du comédien de stand-up de fournir une performance comique est remplie. »

[128] BRODIE Ian, *A Vulgar Art, A New Approach to Stand-Up Comedy*, University Press of Mississippi. Jackson, 2014.

[129] Je n'ai jamais été témoin de ce genre de refus du dialogue dans un *comedy club*, mais c'est malheureusement des choses qui se passent dans les plateaux d'amateur·rice·s.

[130] J'ai pu observer cette relation amicale, par hasard, lorsque durant notre entretien, Pierre Thévenoux est passé devant la terrasse où nous discutions. Je les ai vu échanger de manière très cordiale et presque moqueuse, ce qui témoigne d'une certaine amitié. Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed. *Contexte d'entretien.*

[131] Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.

[132] Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.

Fary parle aux stand-upper·use de leur performance indique qu'ils ont conscience de cette double surveillance marketing. Du reste, ce regard n'est pas malveillant, et la directrice artistique comme Fary (qui est aussi et avant tout un stand-upper) savent que les *bides** font partie du *test**.

Puisque Sado Hassan Saed n'est pas une simple programmatrice, mais une directrice artistique sa surveillance s'accompagne de commentaires, de corrections de comportement, bref d'une discipline. Elle conseille les stand-upper·use·s et les reprend quand ils ont fait, selon elle, une erreur. Par exemple : « Je dis aux MC 'Vous pouvez discuter avec le public, mais à une condition, c'est que vous fassiez un passage derrière'. ».[133] Il semble cependant qu'elle ne se permet cette discipline qu'avec les MC qui n'ont pas le même niveau que les autres stand-upper·use·s. Elle conseille aussi les stand-upper·use·s qu'elle produit comme le jeune et néanmoins talentueux Paul Mirabel, à qui elle conseille de prendre en compte tout le public en se tournant : « Il ne se tourne pas, c'est dommage, je lui ai dit 'tourne-toi'. ».[134] On voit comment à partir de la surveillance marketing, son but est de discipliner le corps de certain·e·s stand-upper·use·s.

Mais, le comedy étant un lieu hybride, la surveillance ne se joue pas seulement au niveau du spectacle, mais aussi à celui de la restauration, qui est la principale source de revenu[135], comme me l'explique Jennifer Soussan, la gérante qui coordonne, entre autres, la partie restauration du Madame Sarfati.

d) La gérante surveille les serveuses[136] pour ne pas gêner les passages

Au-delà d'effets d'ambiances ou de modes de relations au sein des équipes restauration du Madame Sarfati[137], ce que j'étudie ici est la manière avec laquelle est distribué et exercé le pouvoir au sein de l'équipe de service en salle. Ma thèse est que le système que Jennifer Soussan a élaboré (avec d'autres) est une discipline qui a pour but de permettre aux spectateur·rice·s de consommer sans que leur attention soit détournée de la performance de stand-up. Le dispositif qui rend les stand-upper·use·s visibles permet aussi que les serveuses puissent être surveillées à tout moment. Ainsi, durant notre entretien, Jennifer Soussan m'expliquait comment, lors de chaque session, elle s'assoie sur une banquette en fond de salle, là où elle peut tout observer, aussi bien les serveuses que les stand-upper·use·s, que le régisseur :

> « Ça va être ma façon de vérifier que tout va bien, donc je me pose comme un spectateur et du coup j'arrive à voir : est-ce que les serveuses gênent ou pas ? est-ce que y'a quelque chose qu'on peut améliorer ? Je vérifie la lumière, je vérifie que les artistes remarquent bien quand le régisseur les flashe* pour le temps et que ça ne gêne pas les spectateurs, donc en fait c'est en me mettant au *milieu* que j'arrive à voir tout ce qui dénote. […] J'aime avoir une vue globale sur ce qui se trame. »[138]

L'expression « c'est en me mettant au milieu que j'arrive à voir tout ce qui dénote » est d'une grande richesse dans l'explication de sa démarche et inscrit son regard dans une triple dimension : a) d'abord une démarche de surveillance, son but étant de voir ; b) puis, panoptique, dans le sens où elle se place « au milieu » pour « voir tout » ; c) et enfin disciplinaire, étant donné que son attention est portée sur « tout ce qui dénote ».

---

[133] Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.
[134] Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.
[135] Jennifer Soussan m'expliquait que le Madame Sarfati ne faisait aucun bénéfice avec les recettes de la billetterie, qu'ils arrivent tout juste à l'équilibre. Cf. Annexe n°3 : Entretien avec Jennifer Soussan.
[136] Il s'agit exclusivement de jeunes femmes.
[137] La gérante m'a assuré qu'elle était dans une entente cordiale avec ses équipes et qu'il y régnait même une ambiance presque familiale, sans être trop intrusive. Voici une affirmation que je ne peux confirmer ou infirmer, ce n'est d'ailleurs pas ce qui m'intéresse ici. Cf. Annexe n°3 : Entretien avec Jennifer Soussan.
[138] Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.

Pour comprendre comment cette discipline s'exprime, attardons-nous sur la première fonction disciplinaire que dégage Foucault celle du « quadrillage » : « Il s'agit d'établir les présences et les absences, de savoir où et comment retrouver les individus, d'instaurer les communications utiles, d'interrompre les autres, de pouvoir à chaque instant surveiller la conduite de chacun, l'apprécier, la sanctionner, de qualifier les mérites. »[139] On retrouve cette fonction disciplinaire de quadrillage dans le récit que fait Jennifer Soussan. Voici un exemple de cette instauration de « communications utiles » :

> « J'ai dit à mes serveuses en entretien d'embauche : 'Vous êtes dans un *comedy club*. Ce n'est pas comme la restauration traditionnelle, tout est dans le *moins* de communication possible avec le client' […] l'idée c'est d'être ultra efficace, de limiter les échanges et du coup de pas le *déranger*. […] Lucia[140] [une serveuse] ça l'amuse de réussir cet exercice, elle va tapoter [l'épaule] et tendre la machine à carte, bah la personne comprend quoi. Y'a pas besoin de dire 'excusez-moi est-ce que j'peux vous encaisser ?'. Et comme tout ça c'est avec le sourire, hop elle fait le sans contact, truc, {chuchoté} 'merci', elle part bah en fait c'est génial parce qu'elle n'a pas *interrompu* tant que ça la personne qui comprend que mine de rien faut qu'elle fasse son taff, mais elle a montré qu'elle faisait tout pour ne pas vous déranger. »[141]

Tout est pensé pour que le service soit le plus rapide et discret possible (d'où le choix par défaut du 'sans contact' pour éviter de taper le code de carte bleue, ce qui prendrait du temps) tout en gardant une certaine politesse. Cette discrétion se déroule dans une chorégraphie de communications non-verbales d'une remarquable virtuosité : tapoter l'épaule du ou de la client·e pour prendre contact, montrer la machine à carte pour signifier qu'il faut payer, sourire pour signifier sa gratitude sans dire mot. Cette précision du geste que témoigne Lucia[142] n'échappe pas au regard de Jennifer Soussan, qui l'apprécie beaucoup. Elle fait attention aux moindres gestes de ses serveuses qu'elle scrute et qu'elle corrige par la suite :

> « Je vais être assise et passer mon temps à balayer la salle et les serveuses là, parce que je vais capter des choses que je vais devoir leur dire 'regarde fais attention peut-être, quand tu passes là, il faut que tu passes moins souvent, que tu fasses moins d'aller-retours'. Des petits détails que je vais *voir* dans leur façon de poser des assiettes. De leur dire 'anticipez un peu plus'. […] Même quand elles marchent le long du couloir, où du coup elles ne passent devant absolument personne, ça reste pour le spectateur un objet qui bouge quoi, une distraction, on sent une présence. »[143]

On voit comment le regard disciplinaire accompagné d'une correction du comportement instaure cette économie du geste le plus efficace et le moins nuisible possible. Le regard et la correction portant la même attention aux « petits détails », cela conduit à une discipline du corps très rigoureuse. Le sujet de la discipline est ici le corps des serveuses qui doivent opérer la transaction marchande sans gêner le spectacle. Le corps peut gêner de trois manières : visuellement, en faisant écran (voilà pourquoi la gérante demande à ses serveuses de se baisser et de marcher accroupies lors du service des premiers rangs), auditivement (ainsi elles parlent le moins possible, et elles s'accroupies pour chuchoter à l'oreille du ou de la client·e) et par sa simple présence (puisque que, selon la gérante,

---

[139] FOUCAULT Michel, *Surveiller et punir. Naissance de la prison*, Gallimard, Paris, 1975.
[140] Prénom anonymisé.
[141] Cf. Annexe n°3 : Entretien avec Jennifer Soussan.
[142] J'ai été moi-même servi par cette serveuse et peut témoigner personnellement de cette virtuosité. Cf. Annexe n°1 : Retranscription d'une session au Madame Sarfati. *Avant le spectacle.*
[143] Cf. Annexe n°3 : Entretien avec Jennifer Soussan.

« on sent une présence » quand les serveuses se déplacent -même sans nuisance visuelle ou sonore- elles doivent se mouvoir le moins possible).

Cette discrétion vise à offrir des conditions de jeu optimales pour les stand-upper·use·s et des conditions de spectacle agréables pour les client·e·s. Ce travail, si vertueux pour le bon déroulement du spectacle, est invisible des spectateur·rice·s et témoigne d'une exigence dans le service rare dans les *comedy clubs*.

Ainsi, le stand-up est un dialogue, parfois interactionnel, entre le·a stand-upper·use et le public, et dont le·a maître·sse de cérémonie est le modérateur. Ce dialogue a lieu dans un *comedy club*, lieu qui crée de la proximité et institue les attentes du rire. Au Madame Sarfati, un système de surveillance marketing et de discipline a été mis en place pour que ces attentes soient remplies : le·a stand-upper·use surveille les réactions du public ; le public surveille la performance, afin de s'assurer que le contrat économique soit bien rempli ; la directrice artistique surveille les performances et les corrige en donnant des conseils ; et enfin, la gérante surveille les serveuses pour que le public puisse consommer sans gêner le spectacle. Ce jeu de regards disciplinaires à des fins spécifiques à chaque partie prenante témoigne d'une « rencontre d'une pluralité d'acteurs, de la mise en œuvre de techniques et de stratégies complexes. »[144].

La raison pour laquelle les attentes du public sont si élevées et la surveillance de la directrice artistique si précise est que les stand-upper·use·s qui jouent au Madame Sarfati sont des professionnel·le·s trié·e·s sur le volet qui sont censé·e·s être les meilleur·e·s (du moins en France)[145]. Cette rigueur vient donc d'une ambition affichée du Madame Sarfati, que nous allons maintenant étudier : professionnaliser le stand-up français.

II. La sélection des stand-upper·use·s professionnel·le·s confirmé·e·s différencie le Madame Sarfati et professionnalise l'écosystème des *comedy clubs* parisiens

Le fait de sélectionner les professionnel·le·s qui participent aux sessions de stand-up sans proposer de plateaux ouverts aux amateur·rice·s est quelque chose d'inédit dans l'écosystème des *comedy clubs* français. Cette stratégie du Madame Sarfati a un but marketing de se différencier des autres *comedy clubs* et de professionnaliser les stand-upper·use·s. Cette sélection a aussi pour effet de promouvoir une certaine vision du stand-up, celle défendue par Sado Hassan Saed et Fary, la directrice artistique et le fondateur.

[144] Site du Groupe de Recherches Interdisciplinaires sur les Processus d'Information et de Communication, onglet « Positionnement scientifique ». URL : http://www.gripic.fr/page/positionnement-scientifique
[145] Cf. Annexe n°7 : Page Facebook. *Histoire*.

A. Sélection de certain·e·s stand-upper·use·s professionnel·le·s confirmé·e·s

a) Définition du comedy club

Avant d'étudier la sélection qu'opère le Madame Sarfati, revenons sur ce qu'est un *comedy club* et particulièrement ce qu'il n'est pas. Premièrement, un *comedy club* n'est pas un théâtre. Comme nous l'avons vu plus haut, la disposition physique de la scène est différente (public et stand-upper·use sont au même niveau), la scène est prévue pour accueillir des décors parfois conséquents, avec une régie son et lumière lourde et adaptable à tout projet. Certes les théâtres accueillent parfois du stand-up ou du one wo·man show, mais pas toujours ; c'est aussi parfois un lieu où l'on peut manger ou boire, mais pas en regardant le spectacle. Enfin, ce n'est pas un endroit où les stand-upper·use·s testent* leur matériel*, mais celui où ils produisent leur spectacle.

Le *comedy club* est aussi à différencier des bars et restaurants qui accueillent des soirées d'humour. Dans ce cas, la programmation de spectacle n'est pas une motivation première du lieu, c'est une démarche opportuniste (et non moins louable). La programmation est occasionnelle et irrégulière[146]. Le lieu n'est pas conçu ou organisé pour le stand-up, ce qui peut rendre les performances compliquées. Certaines soirées de stand-up dans des bars portent le nom de *comedy club*, mais un bon indicateur pour les différencier est alors de constater tout simplement que le nom de la soirée diffère du nom du bar ou restaurant[147].

Le stand-up peut avoir lieu dans beaucoup d'endroits[148], mais celui qui se rapproche le plus du *comedy club* est le café-théâtre. La différence majeure est que le café-théâtre est de tradition française, alors que les *comedy clubs* viennent des Etats-Unis. À la différence de ces derniers[149], les cafés-théâtres ne jouent pas que du one wo·man show et du stand-up, mais aussi des spectacles musicaux, des seul·e·s en scène, des lectures, des pièces de théâtres… Je donnerai ici trois exemples parisiens : le Café-théâtre Popul'air, le Kibélé ou encore Le Lieu.

À partir de ces distinctions, on peut donner la définition suivante : le *comedy club* est un lieu hybride avec une fonction marchande (souvent un bar et/ou un restaurant) organisé pour pratiquer exclusivement du one wo·man show et du stand-up, et notamment tester* son matériel*. Beaucoup de lieux correspondent à ces critères en France[150], mais nous nous concentrerons sur Paris, car c'est là qu'ils sont le plus nombreux et qu'ils rentrent en concurrence directe avec le Madame Sarfati. Ils sont au nombre de six : Le Café Oscar fondé par Monika Bachowska en 1993, le *Comedy Club* fondé par Jamel Debbouze en 2008, le Paname Art Café fondé par Kader Aoun en 2008, le Barbès *Comedy Club* fondé par Shirley Souagnon en octobre 2019, le Madame Sarfati fondé en novembre 2019 par Fary, le *Fridge Comedy Club* fondé par Kev Adams en septembre 2020. On remarque que les *comedy clubs* sont créés par des acteurs déjà influents dans le milieu de l'humour[151] : soit des stand-upper·use·s, ou bien le producteur, auteur et metteur-en-scène Kader Aoun. Cette notoriété donne une légitimité au lieu et permet d'attirer les spectateur·rice·s au début, l'enjeu étant de continuer à les faire venir découvrir d'autres stand-upper·use·s, parfois même des moins confirmé·e·s.

---

[146] Cela ne remet pas en cause le niveau du stand-up qui s'y produit. On citera en exemples le Dimanche marrant qui a lieu au sommet de la Brasserie Barbès et le One More Joke dans le bar One More qui donnent une scène aux grands noms du stand-up francophone.
[147] Par exemple : le West Side Comedy Club de Nantes a lieu dans le bar Dock Yard.
[148] Par exemple : le Comedy Sauvage a lieu dans une péniche, la Maison One more dans des appartements, le Buttes Chaumont Comedy Club dans un parc, Le Sept Comedy dans un bar à chicha, WeComedy sur un roof top, il paraît même qu'il y a des *open mic* dans les arènes de Lutèce…
[149] On notera que Facebook catégorise, en français du moins, les *comedy clubs* comme « café-théâtre » ou « bar ».
[150] Notamment le Spotlight de Lille, pour prendre un exemple hors de Paris.
[151] Exception faite du Café Oscar.

Autre point commun, les *comedy clubs* accueillent tous des « amateur·rice·s » lors de plateaux d'amateur·rice·s (les « Auditions publiques » pour le Café Oscar, le « Debjam *Comedy Club* » au *Comedy Club*, les « Labo du rire » pour le Paname Art Café, les « Micros ouverts » du Barbès *Comedy Club* et le « *Fridge Open Night* » au *Fridge*) ; tous, sauf le Madame Sarfati. Ainsi les autres *comedy clubs* ont une double offre de sessions professionnelles et plateaux d'amateur·rice·s. Mais qu'est-ce au juste qu'un·e professionnel·le du stand-up ?

b) Qu'est-ce qu'un·e professionnel·le de stand-up ?

Avant de définir ce qu'est un·e stand-upper·use professionnel·le, voyons quel est le cadre légal qui entoure le stand-up.

La Société des Auteurs, Compositeurs et Editeurs de Musique (SACEM) et la Société des Auteurs et Compositeurs Dramatiques (SACD) reconnaissent le stand-up comme activité à part entière, qu'ils associent au one wo·man show, et reversent des droits aux auteur·e·s et interprètes de stand-up. Les Professions et Catégories Socioprofessionnelles ou PCS éditées par l'INSSE ne font pas, quant à elles, explicitement mention de l'activité du ou de la stand-upper·use (ou même d'humoriste ou du comique). La profession qui en est la plus proche est la Profession 354c nommée « Artiste dramatique ». En voici la description :

> « Artistes dirigeant ou interprétant, à l'aide de techniques d'expression gestuelle ou orale, des œuvres dramatiques dans le cadre d'un spectacle vivant ou audiovisuel.
>
> La rubrique inclut aussi bien des interprètes jouant seuls que des artistes réunis en une formation particulière (troupe théâtrale) ou dirigeant cette dernière. Elle inclut donc les activités de direction dramatique et de mise en scène (notamment direction d'acteurs) et de conseil artistique dans le domaine dramatique (dramaturges), excepté dans le cas où ces activités sont exercées de manière accessoire en complément d'une fonction de direction générale ou de conduite d'entreprise. »[152]

Cette profession inclut les activités de « comédien », « artiste dramatique », « Intermittent du spectacle <théâtre, art dramatique> » et « Metteur en scène <théâtre, théâtre lyrique> » qui composent principalement le métier de stand-upper·use.

Quant aux maître·sse·s de cérémonie, on ne peut les ranger dans la profession « Artiste Dramatique » qui exclue explicitement l'activité de « Présentateur animateur <spectacles divers> ». Cette activité, le plus souvent assurée par des stand-upper·use·s, se rapproche plus de la Profession 354d nommée « Artistes de la danse, du cirque et des spectacles divers » et dont la description est la suivante :

> « Artistes créant, dirigeant ou interprétant des œuvres chorégraphiques de tout genre, dans le cadre d'un spectacle vivant ou audiovisuel. La rubrique inclut aussi bien des interprètes jouant seuls que des artistes réunis en une formation particulière (danseurs de ballet) ou dirigeant cette dernière (maître de ballet). Elle inclut également les activités de chorégraphie et de conseil en chorégraphie, excepté dans le cas où ces activités sont exercées de manière accessoire en complément d'une activité de direction générale ou de conduite d'entreprise.
>
> La rubrique inclut aussi les artistes intervenant dans des domaines qui n'entraînent pas l'exercice exclusif ou privilégié de l'une des spécialités artistiques classées dans les rubriques précédentes ou pratiquant leur

[152] INSEE, *Nomenclature des professions et catégories socioprofessionnelle*, 3ème édition, Version du 21/11/2016, 2003.

art dans des conditions particulières (cirque, spectacles de plein air) rendant difficile un tel classement. »[153]

Cette Profession 354d est plus axée sur la danse et le cirque semble moins correspondre au métier de stand-upper·use, mais elle a pour vertu d'inclure les métiers de « Speaker » et de « Présentateur ».

Après avoir vu comment définir l'activité du stand-upper·use, qu'est-ce qui fait qu'un·e stand-upper·use va être considéré·e comme professionnel·le ? Jay Sankey[154] donne deux caractéristiques du professionnalisme en stand-up, toutes deux indépendantes de l'efficacité de la performance : le·a professionnel·le mène une campagne de communication et respecte une certaine éthique. Par exemple, le·a professionnel·le joue seulement durant le temps imparti, ne se moque pas ouvertement de l'équipe du *comedy club*… Mais on voit que cette définition ne saurait suffire. Il s'agit plus ici de professionnalisme, dans l'idée d'une déontologie, d'un code comportemental qu'observe une profession, plutôt qu'une définition de ce qu'est un·e professionnel·le opposé·e aux amateur·rice·s.

Louis Dubourg donne une définition (on ne peut plus précise) qui concerne spécifiquement la performance du ou de la stand-upper·use. Selon lui, être professionnel·le dans le stand-up « c'est juste faire rire 9 fois sur 10 (et c'est encore mieux si c'est 19 fois sur 20) une fois toutes les 30 secondes (et c'est mieux si c'est une fois toute les 15 secondes). »[155]. Cette réponse prouve encore une fois l'esprit numérique et l'approche quantitative que Louis Dubourg a du stand-up et indique, tout simplement, que le·a stand-upper·use professionnel·le fait plus rire et de plus nombreuses fois que l'amateur·rice.

La question du professionnalisme a cela d'intéressant qu'elle nous amène à nous questionner sur la « compétence » propre au stand-up. La difficulté dans la détermination de ce qui relève de l'amateurisme et du professionnalisme est due au fait que le stand-up donne cette impression de naturel et de spontanéité dans le ton, impression qui est extrêmement travaillée. Pierre-Michel Menger, qui étudie le travail créateur, décrit ainsi cette dualité : « La valeur de ce qui nous apparaît être la réussite d'une œuvre est toujours double : la facture de l'œuvre était imprévisible –l'originalité est la signature de la surprise, c'est une valeur cardinale, considérablement estimée par notre culture– et pourtant, telle qu'elle se présente, l'œuvre réussie impose un caractère d'inévitabilité –au sens où elle ne peut être autrement. »[156]. Un set* de stand-up professionnel, imprévisible et inévitable à la fois, ressemblera à une conversation improvisée, en étant simultanément très écrit. À cet égard il est difficile de différencier un set* amateur et professionnel seulement sur la base de son aspect stylistique.

Mais on ne peut réduire la définition du professionnalisme à la simple compétence de l'artiste. Louis Dubourg fournit à cet égard une réponse qui est de l'ordre du sens commun, mais qui est très éclairante : « Être professionnel ça veut dire quoi ? Pour moi ça veut dire gagner ta vie en faisant ce que tu fais. »[157]. Cette remarque introduit un but économique dans la définition du professionnalisme. Cependant, le stand-up est une activité qui est difficilement rémunératrice et les personnes qui la pratiquent prennent des années avant de gagner leur vie avec, pour les chanceux·ses qui y arrivent. Cette définition prend aussi en compte des éléments qui sont extérieurs à la performance-même, comme la communication, la production, les contacts, la chance… Pierre-Michel Menger décrit ainsi ce travail stratégique de l'artiste :

---

[153] INSEE, Nomenclature des professions et catégories socioprofessionnelle, 3ème édition, Version du 21/11/2016, 2003.
[154] Cf. SANKEY Jay, *Zen and the Art of Stand-Up Comedy,* Routledge, Abingdon-on-Thames, 1998.
[155] Cf. Annexe n°2 : Entretien avec Louis Dubourg.
[156] HINTIKKA Jaako, *L'intentionnalité et les mondes possibles*, trad. Nadine Lavand, Presses universitaires de Lille, Lille, 1989, p. 148. Cité dans MENGER Pierre-Michel, *Être Artiste, Œuvrer dans l'incertitude*, Cahiers du Midi, Bruxelles, 2012.
[157] Cf. Annexe n°2 : Entretien avec Louis Dubourg.

> « L'artiste forme des évaluations (par pondération probabiliste des éléments soumis à son jugement) sur le cours préférable de son activité, selon le degré de contrôle qu'il peut exercer, et sur les issues préférables de ses interactions avec autrui. Ces évaluations constituent un sentier d'apprentissage : l'artiste émet des jugements sur son travail, reçoit des jugements d'autrui, réagit, interprète les informations qu'il obtient. Il corrige ainsi et révise ses croyances et ses jugements en fonction des informations nouvellement acquises. »[158]

Le·a stand-upper·use met en jeux beaucoup de compétences pour atteindre le succès, dont certaines qui sont bien loin de la simple pratique du stand-up. Ainsi, la définition relève de compétences diverses : d'abord, simplement faire rire un public, mais aussi tenter d'atteindre des objectifs économiques par cette activité, et cela en déployant des compétences connexes en communication, stratégie et développement personnel. Mais penchons-nous sur la définition qu'en donne le Madame Sarfati, déterminante dans sa direction artistique.

c) Quel·le·s professionnel·le·s pour le Madame Sarfati ?

Le Madame Sarfati a sa propre définition du et de la stand-upper·use professionnel·le, définition qui a son importance, puisqu'elle détermine qui est susceptible de figurer sur la programmation. La définition la plus représentative est à trouver chez la directrice artistique justement, car c'est elle qui a le dernier mot (même avant Fary[159]) sur la programmation des sessions. Sado Hassan Saed, elle aussi dans la perspective d'un « chemin d'apprentissage »[160], n'utilise pas la distinction professionnel/amateur, mais distingue les « artiste en développement » des « artistes confirmé-e-s » : « Je n'aime pas le terme amateur, mais tu pourrais dire par exemple 'les artistes *en développement*'. Ça veut dire que petit à petit ils sont en train de se mettre en place, de voir si ça fonctionne. […] Je n'aime pas dire que [le Madame Sarfati] c'est pour les professionnels du spectacle, parce qu'ils sont tous professionnels pour moi. »[161]. Cet ajustement dans les termes, qui place les stand-upper·use·s amateur·rice·s dans une perspective évolutive, ne change pas le fond de la distinction qui est opérée.

Voici la définition que donne Sado Hassan Saed des stand-upper·use·s confirmé·e·s : « Le Madame Sarfati c'est pour les artistes confirmés avec un 15 minutes* très très fort, une promo* et une heure de spectacle. »[162]. Il y a donc un critère quantitatif : un passage de « 15 minutes » (pour respecter le format du Madame Sarfati) un spectacle d'« une heure » ; et un critère qualitatif : le passage doit être « très très fort » donc être efficace, faire rire. La « promo » veut simplement dire que le·a stand-upper·use fait la promotion (traditionnellement à la fin de la session) de son spectacle d'une heure. Ainsi, le passage est un avant-goût[163], un échantillon du spectacle entier, qui est censé être gage de qualité pour le·a stand-upper·use·s. Après tout, si l'artiste a une heure de matériel* assez sûr* pour remplir un théâtre où les places sont payantes, c'est qu'il ou elle a un certain niveau. Pour avoir un ordre d'idée, Louis Dubourg[164] considère qu'un·e stand-upper·use doit faire au moins 3 ans de scène pour arriver à ce niveau.

---

[158] MENGER Pierre-Michel, *Être Artiste, Œuvrer dans l'incertitude*, Cahiers du Midi, Bruxelles, 2012.
[159] Le fondateur doit d'ailleurs passer, comme n'importe quel·le stand-upper·use par la directrice artistique pour être placé là où il y a de la place pour lui.
[160] MENGER Pierre-Michel, *Être Artiste, Œuvrer dans l'incertitude*, Cahiers du Midi, Bruxelles, 2012.
[161] Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.
[162] Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.
[163] Parfois les stand-upper·use·s disent explicitement dans leur *set** qu'il s'agit d'un teaser de leur spectacle.
[164] Cf. Annexe n°2 : Entretien avec Louis Dubourg.

Le critère du « une heure de spectacle » [165]est utile, car il permet d'éviter de juger un·e stand-upper·use seulement sur la qualité de sa prestation, sur son « 15 minutes très *très* fort »[166]. D'autant plus qu'on a tendance à juger de la qualité d'un artiste par rapport à un autre et non en valeur absolue, ce qu'explique Pierre-Michel Menger : « La difficulté de définir le talent vient de ce qu'il est non pas une valeur arbitraire, mais une qualité purement différentielle. Enfin, les carrières distribuent les professionnels par hiérarchie de réputation, en fonction de leurs réalisations passées. »[167]. On comprend que le critère fondé sur les « réalisations passées »[168], ici le spectacle en tournée, soit plus stable et plus juste qu'opérer une simple distinction fondée sur la compétence.

Pourtant, Louis Dubourg n'a pas de spectacle d'une heure qu'il présente dans un théâtre, Paul Dechavanne non plus[169]. Pour les maîtres de cérémonie et quelques stand-upper·use·s[170], Sado Hassan Saed fait donc une exception : « Il y a des artistes comme Paul Dechavanne qui n'ont pas de spectacle, mais ils sont *en cours* de spectacle et ils ont un 15 à 20 minutes très fort, et en plus ça change. »[171]. Mais les MC du Madame Sarfati font aussi parfois des passages. Le fait de dire « en cours de spectacle » suppose que le but de tout stand-upper·use qui teste* est d'écrire un 1 heure*, ce qui n'est pas le cas, par exemple, de Louis Dubourg. La sélection de ces stand-upper·use·s « presque confirmé·e·s » se fait donc par affinité, par réseaux et parce qu'ils et elles correspondent à la ligne de programmation du Madame Sarfati. C'est ainsi, par exemple, que Louis Dubourg a été choisi par Fary la veille de l'inauguration du Madame Sarfati, parce qu'il avait été séduit par sa première partie du spectacle de Panayotis Pascot, avec lequel il collabore[172].

Les critères pour jouer au Madame Sarfati ne portent donc pas seulement sur l'efficacité de l'humoriste, mais aussi sur son style d'humour. C'est là une différence majeure d'avec les *comedy clubs* parisiens : c'est le seul *comedy club* à avoir un·e directeur·rice artistique, et pas uniquement un·e programmateur·rice. Sado Hassan Saed respecte une ligne artistique dans la programmation qu'elle met en place : « Y'a des artistes qui disent que je suis compliquée, je ne suis pas compliquée, c'est juste que je connais l'image qu'on veut donner, je connais l'éthique du lieu, donc je sais qui je peux programmer qui je ne peux pas programmer. »[173]. Au-delà du simple remplissage de sa grille de programmation avec des humoristes drôles, elle veille donc au respect d'un style de programmation (« l'éthique du lieu ») et d'une stratégie communicationnelle (« l'image qu'on veut se donner ») propres au Madame Sarfati. Elle ajoute : « J'ai une liste de gens connus qui me demandent de jouer parce que je *sais* que ça ne fonctionnera pas au Sarfati parce qu'ils ne vont pas donner la prestation que le client- euh que le public attend, parce que c'est pas du *pur* stand-up. »[174]. Sado Hassan Saed est ainsi dans une logique de purisme au sein même du genre qu'est le stand-up, qu'elle prend soin de distinguer du one wo·man show. Il y a donc un vrai enjeu définitionnel à statuer sur ce qu'est le stand-up et de surcroit le « pur stand-up ».

Cette définition puriste du stand-up est le vrai critère de sélection pour jouer au Madame Sarfati, la condition *sine qua non* : puisque certain·e·s humoristes qui n'ont pas atteint ce niveau de rire et qui n'ont pas de spectacle sont programmé·e·s ; alors que certain·e·s qui ont atteint ce niveau et ont un ou plusieurs spectacles,

---

[165] Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.
[166] Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.
[167] MENGER Pierre-Michel, *Être Artiste, Œuvrer dans l'incertitude*, Cahiers du Midi, Bruxelles, 2012.
[168] MENGER Pierre-Michel, *Être Artiste, Œuvrer dans l'incertitude*, Cahiers du Midi, Bruxelles, 2012.
[169] Bien qu'il soit co-auteur du spectacle de Jason Brokerss « 21ème seconde ».
[170] Ils et elles se compte sur les doigts d'une main.
[171] Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.
[172] Fary a mis en scène et co-écrit le premier spectacle de Panayotis Pascot. Ils sont tous deux produits par JMD Production.
[173] Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.
[174] Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.

mais ne correspondent pas au « *pur* stand-up » ne sont pas accepté·e·s au Madame Sarfati. Le one man show étant interdit, Elie Kakou ne pourrait pas jouer Madame Sarfati sur la scène du Madame Sarfati.

Cela dit, si l'on s'en fie à la programmation du Madame Sarfati, la définition du « pur stand-up » sur laquelle se fonde Sado Hassan Saed pour faire sa sélection est assez large et englobe beaucoup de stand-upper·use·s. Il est difficile de connaître précisément la programmation du Madame Sarfati, puisque qu'elle n'est jamais communiquée, afin que le public sache seulement qu'il va voir du stand-up. Cependant, voici une liste de noms que j'ai dressé des stand-upper·use·s jouant au Madame Sarfati : Kheiron, John Sulo, Bun Hay Mean, Haroun, Tom Villa, Lenny M'Bunga, Kyan Khojandi, Panayotis Pascot, Roman Frayssinet, Pierre Thévenoux, Paul Dechavanne, Hakim Jemili, Jason Brokerss, Paul Mirabel, Laura Domenge, Fary, Baptiste Lecaplain, Ahmed Sparrow, Djimo, Redouane Bougheraba, Tareek, Tania Dutel, Rémi Boyes... C'est une trentaine de stand-upper·use·s confirmé·e·s qui jouent régulièrement au Madame Sarfati.

Après avoir étudié la politique de sélection effectuée par la directrice artistique à partir de notre entretien, attardons-nous maintenant sur le sujet de ces professionnel·le·s dans la communication du Madame Sarfati au grand public. Le Madame Sarfati utilise la spécificité de cette sélection comme argument commercial et gage de la qualité du stand-up qu'il propose, et cela dans une logique marketing de différenciation des lieux qui proposent du stand-up amateur.

d) Le·a professionnel·le et l'amateur·rice mis·e·s en scène dans la communication

Nous pouvons d'abord observer que le critère de sélection puriste n'apparaît pas la communication du Madame Sarfati, ni l'exception faite pour les MC quant à la nécessité d'avoir déjà un spectacle. La définition la plus proche de celle que m'a fourni la directrice artistique est dans un l'article Sortir à Paris (disponible sur le site du *comedy club*) :

> « Par stand-uppers confirmés, on entend ici des artistes qui ont déjà au moins un spectacle entier écrit et avec lequel ils tournent. »[175]

S'il est ici question de « stand-uppers confirmés »[176], les termes utilisés dans la communication du Madame Sarfati pour parler de leur professionnel·le·s sont très variés. Du plus précis au moins précis, on parle de « stand-uppers »[177], d'« humoristes confirmés »[178], parfois d'« humoristes »[179], d'« artistes (les plus talentueux) »[180], « les plus beaux talents de l'humour français. »[181]. Mais certains objets communicationnels utilisent le terme « professionnels »[182] et c'est à l'un d'entre eux que nous allons nous intéresser, une vidéo promotionnelle, car elle s'appuie justement sur la distinction entre professionnel·le et amateur·rice.

Cette vidéo a une place importante dans ma démarche puisqu'elle est le premier objet communicationnel du Madame Sarfati avec lequel je suis rentré en contact et celui face auquel j'ai eu la réaction émotionnelle la plus forte ; c'est aussi la première vidéo promotionnelle produite par le Madame Sarfati[183]. Elle a été publiée sur le compte Instagram du *comedy club* et nous l'aborderons donc comme un objet sémiotique numérique. Dans cette

---

[175] Cf. Annexe n°9 : Articles de presse. *Sortir à Paris « FARY OUVRE SON COMEDY-CLUB, MADAME SARFATI ».*
[176] Cf. Annexe n°9 : Articles de presse. *Sortir à Paris « FARY OUVRE SON COMEDY-CLUB, MADAME SARFATI ».*
[177] Cf. Annexe n°7 : Page Facebook. *Histoire*.
[178] Cf. Annexe n°5 : Site Internet. *Concept 2.*
[179] Cf. Annexe n°7 : Page Facebook. *Publication Brut 2.*
[180] Cf. Annexe n°7 : Page Facebook. *Histoire*.
[181] Cf. Annexe n°7 : Page Facebook. *Histoire*.
[182] Cf. Annexe n°6 : Compte Instagram. *Vidéo promo – capture 4.*
[183] Elle a été supprimée du compte Instagram de Madame Sarfati et reste introuvable sur Internet à ce jour.

perspective, nous considérerons « les effets de sens en jeu dans [c]es documents web comme autant d'hypothèses de signification, reposant non pas sur un codage du sens *a priori* (signifié/signifiant), mais sur les relations entre signes et pratiques interprétatives. »[184]. En effet, le sens qui émane de cette vidéo est construit par l'interprétation qu'en font les visionneur·euse·s, et l'analyse que j'en fournis découle de ma vision située. Dans le déroulé de mon analyse, je commencerai par faire un résumé de la vidéo, puis j'énoncerai et expliquerai ma réaction émotionnelle. Pour cela, je m'inspire de la distinction que fait Roland Barthes entre le *studium* et le *punctum,* qu'il définit ainsi :

> « C'est par le *studium* que je m'intéresse à beaucoup de photographies, soit que je les reçoive comme des témoignages politiques, soit que je les goûte comme de bons tableaux historiques car c'est culturellement (cette connotation est présente dans le *studium*) que je participe aux figures, aux mines, aux gestes, aux décors, aux actions. Le second élément vient casser (ou scander) le *studium*. Cette fois, ce n'est pas moi qui vais le chercher (comme j'investis de ma conscience souveraine le champ du *studium*), c'est lui qui part de la scène comme une flèche, et vient me percer. […] Ce second élément qui vient déranger le *studium*, je l'appellerai donc punctum ; car punctum, c'est aussi : piqûre, petit trou, petite tache, petite coupure – et aussi coup de dés. Le *punctum* d'une photo, c'est ce hasard qui, en elle, me point (mais aussi me meurtrit, me poigne. »[185]

Suivant cette démarche, je commencerai par décrire les signes de la vidéo et en retracer l'intrigue (ce qui relève déjà d'un choix et donc d'une d'analyse), puis je décrirai mon émotion, ce qui me pique dans cette vidéo, sans m'arrêter à celle-ci, mais en tentant de l'expliquer et de la mettre en perspective.

Résumons donc d'abord la vidéo : début *in medias res* sur un homme fait rire une femme[186] à la pause-café du bureau[187]. Elle lui dit qu'il aurait dû « faire de la scène » et lui de répondre « Du stand-up genre ? ». Puis il fait une imitation de ce qu'est le stand-up pour lui et dit : « Salut, est-ce qu'il y a quelqu'un de célibataire ? ». Il a à peine le temps de dire avec assurance « Quand je veux je le fais ça ! » que, soudain, deux hommes habillés en noir avec des pulls à capuches lui mettent un sac sur la tête et l'enlèvent[188]. Changement de séquence : les hommes le posent sur la scène du Madame Sarfati, lui donnent un micro, lui retirent le sac du visage et s'en vont[189]. L'homme se retrouve seul face à un public d'une quinzaine de personnes avec un air peu enthousiaste[190] : ce sont tou·te·s des stand-upper·use·s professionnel·le·s qui jouent au Madame Sarfati (on voit même brièvement Fary en arrière-plan). S'en suit un long moment où l'homme mis sur scène essaye de raconter une blague : « Euh eh bah… {il s'éclaircie longuement la gorge} ça va vous ? Euh donc, parce que, bon bah y'a… parce que normalement y'a un contexte. » Le public reste silencieux et ostensiblement déçu : Roman Frayssinet fait la moue[191], Lenny M'Bunga regarde son téléphone, Ahmed Sparrow baisse la tête... Apparition d'un carton avec l'inscription « LAISSEZ FAIRE LES PROFESSIONNELS »[192] dans un cartouche, puis un deuxième avec écrit « Madame Sarfati Comedy Club » et l'adresse. Pendant ce temps l'homme sur scène dit sa 'blague' : « J'ai un- j'ai une i- j'ai un truc. Ok. J'étais à la Réunion avec des potes, et euh y'avait un poisson, ok ? et euh, j'étais avec mon pote Pierre

---

[184] BONACCORSI Julia, « Chapitre 6 - Approches sémiologiques du web », in *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales*, dir. Barats Christine, Armand Colin, « U », Paris, 2013, p. 125 à 146.
[185] BARTHES Roland, *La chambre claire. Note sur la photographie*, Gallimard-Le Seuil, Paris, 1980.
[186] Interprétée par Marie Facundo, l'une des artistes du trio Les Coquettes produit par JMD Production.
[187] Cf. Annexe n°6 : Compte Instagram. *Vidéo promo – capture 1*
[188] Cf. Annexe n°6 : Compte Instagram. *Vidéo promo – capture 2*
[189] Cf. Annexe n°6 : Compte Instagram. *Vidéo promo – capture 3*
[190] Cf. Annexe n°6 : Compte Instagram. *Vidéo promo – capture 4*
[191] Cf. Annexe n°6 : Compte Instagram. *Vidéo promo – capture 5*
[192] Cf. Annexe n°6 : Compte Instagram. *Vidéo promo – capture 6*

et j'fais 'tiens…'. » Sur cette dernière phrase on voit un gros plan sur le visage de Djimo qui entre dans la salle, fronce les sourcils puis repart, ce qui marque la fin de la vidéo.

Cette vidéo est une confrontation d'un amateur face à des professionnel·le·s du stand-up. L'amateur échoue car il n'arrive pas à capter l'attention du public, ni à créer un lien avec lui, il crée involontairement une atmosphère de gêne (amplifiée par le fait que la vidéo ne comporte aucune musique) et surtout il ne parvient pas à le faire rire. Cette vidéo veut prouver que faire rire ses collègues de travail à la pause-café n'est pas comparable à faire rire un public dans un *comedy club*, même si le ton conversationnel et faussement spontané du stand-up peut le laisser croire. La preuve en est donnée avec la difficulté qu'exprime l'homme jeté sur scène « parce que normalement y'a un contexte. » : le premier travail d'un·e stand-upper·use qui arrive sur scène est de raconter qui on est, de poser le contexte et de dire des prémisses, alors qu'au bureau votre collègue vous voit tous les jours et sait que vous êtes parti à la Réunion. Or, le public d'un *comedy club* connaît rarement la personne sur scène, il faut donc qu'elle gagne sa sympathie et crée un certain contact avec elle.

Pour en venir au *punctum*, ma réaction émotionnelle a été très vive la première fois que j'ai vu cette vidéo. Je suis d'abord entré en empathie avec cette personne qui s'essayait au stand-up, malgré la prétention qu'il affichait au début. Cela faisait un an que je fréquentais les scènes ouvertes où j'avais vu nombre d'amateur·rice·s (moi y compris) bider* comme celui représenté dans cette vidéo. Le fait que les stand-upper·use·s professionnel·le·s se liguent contre cet homme qui essaye de faire rire les gens, la brutalité avec laquelle il est kidnappé et projeté sur scène m'ont choqué. Placé·e·s dans le public, ces stand-upper·use·s (qui ont aussi peur de bider* sur scène, qui un jour étaient dans la même situation que cet homme) se moquent de cet amateur. Certain·e·s sont seulement gêné·e·s ou semblent avoir du mal à comprendre, mais pas un·e n'a l'air encourageant·e ou ne montre une écoute bienveillante. J'ai parfaitement conscience que ma réaction est due à mon vécu de stand-upper amateur et à ma sensibilité personnelle, mais en mettant cette idiosyncrasie à part on peut avancer qu'il y a une certaine violence symbolique à ce que des professionnel·le·s tournent une vidéo promotionnelle qui se moque de la performance d'amateur·rice·s. C'est une pratique qui serait inimaginable dans le monde du sport, par exemple. Mais ce genre de publicité comparative qui moque les amateur·rice·s est possible dans le monde du stand-up, car la moquerie est une des propriétés du stand-up et un des ressorts de l'humour (de supériorité). Ici, on se moque de quelqu'un qui ne prend pas le stand-up au sérieux, des personnes qui pensent que le stand-up peut être résumé à l'interaction* avec le public, alors que cette discipline nécessite énormément de travail et ne se résume pas à dire sur scène : « Salut, est-ce qu'il y a quelqu'un de célibataire ? ».

Mais ce que fait aussi cette vidéo c'est différencier le Madame Sarfati des autres *comedy clubs* qui proposent des plateaux d'amateur·rice·s dans lesquels ont lieu des performances analogues à celle interprétée dans cette vidéo promotionnelle. « Laissez faire les professionnels » est une manière pour le Madame Sarfati d'inciter les personnes à n'aller voir que des sessions professionnelles et pas des plateaux d'amateur·rice·s qui pourront créer la gêne. Pire, cette vidéo peut dissuader des personnes de se lancer dans le stand-up en montrant l'épreuve que représente faire rire un public de *comedy club*[193]. Ainsi, au sein d'une discipline qui veut donner l'illusion de spontanéité et dont l'un des principes est l'interaction avec son public, le Madame Sarfati fait le choix de prôner le professionnalisme contre l'amateurisme, prouvant ainsi que le stand-up n'est pas une discipline que tout le monde peut pratiquer, que c'est un art, avec une technique qui n'est pas accessible à tou·te·s.

[193] Cela dit, il est peut-être moins douloureux d'apprendre la douleur du bide en vidéo que sur scène le micro en main.

Cette vidéo promotionnelle se prononce sur ce qu'est le stand-up, ce qu'il n'est pas ou plus sur ce qu'il ne doit pas être et différencie le contexte du *comedy club* de celui de la discussion entre ami·e·s. Le Madame Sarfati veut faire passer le message que le stand-up est une pratique sérieuse qui nécessite beaucoup de travail, d'où l'ouverture d'un lieu réservé aux professionnel·le·s. Par son choix de n'accueillir que des professionnel·le·s confirmé·e·s faisant du « pur stand-up », le Madame Sarfati définit une offre, mais aussi pose des modes relations avec les autres *comedy clubs*.

B. Le Madame Sarfati impose des normes à la « coopétition » entre les *comedy clubs*

Les *comedy clubs* sont dans une situation de coopération et de compétition simultanées où ils échangent des informations et accueillent souvent les mêmes stand-upper·use·s. Seulement, le Madame Sarfati, par sa direction artistique et son mode de gestion, essaye d'instaurer des nouvelles normes à cette « coopétition », en vue de professionnaliser le milieu du stand-up.

a) Des comedy clubs en « coopétition »

La sélection des stand-uppeur·use·s confirmé·e·s qui jouent au Madame Sarfati a des conséquences sur l'écosystème[194] des *comedy clubs*. Cependant, même si sa stratégie de sélection est en rupture avec leurs us et coutumes, le Madame Sarfati est sur un mode collaboratif avec les autres *comedy clubs* parisiens. Du moins c'est ce qu'avance sa directrice artistique : « [Le Madame Sarfati] n'a pas de concurrent dans les *comedy club*s, il se *rajoute* aux *comedy clubs*. Kev [Adams, le fondateur du *Fridge*] peut venir au Sarfati, Shirley [Souagnon, la fondatrice du Barbès *Comedy Club*] peut venir au Sarfati. Y'a pas de concurrence. »[195]. Que les stand-upper·use·s et fondateur·rice·s des autres *comedy clubs* parisiens puissent faire des *sets** au Madame Sarfati ne suffit pas à prouver qu'il n'y a pas de concurrence entre ces établissements. Cependant, cela prouve qu'il n'y a pas d'animosité entre ces fondateur·rice·s des *comedy clubs*[196].

Du reste, la concurrence entre les *comedy clubs* est bien réelle : chaque établissement veut attirer les meilleurs talents et le plus de public possible pour gagner en notoriété et évoluer. J'ai ressenti cette concurrence latente dans la réticence qu'avait Louis Dubourg à parler du Madame Sarfati *par rapport* aux autres *comedy clubs* : « Tout ce que je pourrais dire sera retenu contre moi, parce que quand tu fais l'éloge d'un lieu à Paris, c'est que tu critiques tous les autres, donc ça fait bizarre. »[197]. Sa crainte que l'éloge qu'il pouvait faire du Madame Sarfati (dont il est l'un des trois MCs) passe pour une critique des autres *comedy clubs* démontre qu'il existe une vraie tension entre les *comedy clubs* qui se soucient beaucoup de leur image de marque comparative. En outre, j'ai perçu des traces de cette compétition dans certaines remarques émises par la gérante : « On ne fait pas un 'si tu joues chez eux, tu ne viens pas jouer chez nous', aucune exclusivité, aucune jalousie. »[198]. Je n'ai pas pu étudier de près les rapports entres les *comedy clubs,* mais j'ai été étonné qu'elle évoque des pratiques d'exclusivité, tant j'avais

[194] J'utilise ce terme que j'emprunte à la biologie pour souligner l'interdépendance entre les acteurs de ce marché.
[195] Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.
[196] On notera cependant l'absence de Jamel Debbouze dans cette énumération des humoristes et fondateur·rice·s de *comedy clubs*.
[197] Cf. Annexe n°2 : Entretien avec Louis Dubourg.
[198] Cf. Annexe n°3 : Entretien avec Jennifer Soussan.

(peut-être naïvement) supposé que les stand-upper·use·s étaient libres de jouer dans le *comedy club* de leur choix. Des stand-upper·use·s qui ont vécu cette exclusivité, qui resteront ici anonymes, me confirment que cette pratique était courante, notamment au Paname Art Café qui était jusque récemment dans une position de quasi-monopole sur le marché des *comedy clubs*. Il faudrait mener une enquête supplémentaire pour confirmer que ces pratiques sont avérées, si les autres *comedy clubs* parisiens pratiquent une exclusivité encore aujourd'hui. Quoi qu'il en soit, cela augure une certaine atmosphère de tension dans laquelle serait ou aurait été les *comedy clubs* parisiens.

Ainsi, les *comedy clubs* sont interdépendants, mais en compétition. Le Madame Sarfati a besoin, d'une part, des autres *comedy clubs* et des plateaux d'amateur·rice·s pour former les stand-upper·use·s qui finiront éventuellement dans ses sessions et, d'autre part, il dépend des théâtres qui accueillent les spectacles que les stand-upper·use·s testent sur sa scène. Cependant, le Madame Sarfati doit aussi se différencier des autres *comedy clubs* pour attirer des artistes et des publics. En définitive, tous les *comedy clubs* sont dépendants des théâtres (et particulièrement le Madame Sarfati dont les artistes présentent tou·te·s un spectacle au théâtre) parce que les stand-upper·use·s vont faire du test* dans des *comedy clubs* dans l'objectif de jouer un spectacle d'environ une heure dans un théâtre[199].

On peut donc dire que les *comedy clubs* sont dans une situation dite de « coopétition », un alliage de coopération et de compétition, que nous définirons comme « un système d'acteurs qui interagissent sur la base d'une congruence partielle des intérêts et des objectifs. »[200]. On parle de coopétition en réseaux (puisqu'elle concerne plus de deux acteurs) et « simple »[201] (puisqu'ils n'ont qu'une activité dans leur chaîne de valeur). L'intérêt commun des *comedy clubs* est que les stand-upper·use·s soient de plus en plus drôles et gagnent en notoriété pour attirer le plus de public ; l'un de leur objectif étant d'attirer le public dans les *comedy clubs*, plutôt que chez leurs concurrents indirects que sont les cafés-théâtres, les théâtres, ou encore les plateformes vidéos et les cinémas… Bien entendu, chaque *comedy club* a intérêt à ce que le public soit plus attiré vers lui qu'un autre *comedy club* ; et ainsi, un de ses objectifs est de se différencier des autres *comedy clubs* et de créer la préférence.

Cette dualité compose la coopétition, dont la spécificité réside dans l'interaction entre les acteurs du marché. La directrice artistique du Madame Sarfati nous livre un exemple de cette interaction entre *comedy clubs*. Elle se dit flexible avec l'horaire auquel jouent les stand-upper·use·s pour leur permettre de jouer dans d'autres *comedy clubs* la même soirée : « Pierre Thévenoux il peut me demander 'est-ce que tu peux me mettre en « un »[202] parce qu'après je passe au Paname ?' parce qu'il fait la deuxième session. Et je bouge. Moi ça ne me dérange pas. Tant que t'as fait ton travail, il n'y a pas de problème. »[203]. On pourra dire que cette flexibilité a pour but de maintenir des bonnes relations avec les prestataires que sont les stand-upper·use·s, plutôt que de collaborer avec les autres *comedy clubs*. Il n'en reste pas moins que Sado Hassan Saed et les programmateur·rice·s des *comedy clubs* sont en communication directe et harmonisent leurs programmations respectives. Cette coopération est

[199] En tout cas c'est la majorité des cas en France. Mais il existe d'autres motivations, comme par exemple Roman Frayssinet qui teste au Madame Sarfati les blagues qu'il présente à la télévision dans l'émission « Clique ». Cela dit, il joue aussi des parties de son spectacle. Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.
[200] PADULA G. & DAGNINO G.B, « *Untangling the rise of Coopetition* », in *International Studies of Management & Organization*, vol. 37, n°2, 2007, p. 32.
[201] LE ROY Frédéric et YAMI Saïd dir., *Stratégie de coopétition. Rivaliser et coopérer simultanément*, éditions De Boeck Université, Bruxelles, 2010.
[202] C'est-à-dire à la première place dans la grille de programmation de la session. Le premier set après l'introduction du MC.
[203] Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.

d'autant plus notable qu'elle concerne des acteurs rivaux présents sur la même étape dans la chaîne de valeur, on parle alors d'« axe de la compétition horizontal »[204].

Cependant cette coopération avec les autres *comedy clubs* trouve ses limites, comme nous l'explique Sado Hassan Saed : « Colline [la programmatrice du *Fridge*] m'a demandé 'est-ce que tu peux me les envoyer [les artistes] ?' Je lui ai dit 'bah non, je ne vais pas programmer pour toi, je ne peux pas t'envoyer des artistes. Mais par contre si demain un artiste passe au Sarfati et qu'il veut passer au *Fridge* après, ça ne me dérange pas, pas du tout.'»[205]. Dans toute situation de coopétition se trouve une frontière entre la coopération et la compétition que les acteurs redéfinissent et négocient en permanence. Ici, la directrice artistique s'engage à garantir que les stand-upper·use·s pourront jouer dans les deux *comedy clubs* le même soir, si toutefois cela est possible ; en revanche, elle ne les incitera pas à le faire, car cela reviendrait à promouvoir le *Fridge*, un *comedy club* concurrent, auprès des stand-upper·use·s jouant au Madame Sarfati. On voit en quoi cette promotion est loin des intérêts communs des *comedy clubs* pour le Madame Sarfati.

La coopétition entre les *comedy clubs* se joue dans l'adaptabilité des ordres de passages et la communication entre les programmateur·rice·s et la directrice artistique du Madame Sarfati. Néanmoins, elle trouve sa limite dans l'intérêt commun qu'ont les *comedy clubs* à coopérer (attirer un public de plus en plus nombreux dans les *comedy clubs* parisiens), au-delà duquel règne la compétition.

b) Professionnalisation du milieu du stand-up par la sélection ?

Le Madame Sarfati, en programmant uniquement des stand-upper·use·s confirmé·e·s, a pour ambition de professionnaliser le stand-up. Voilà ce que me répond la gérante Jennifer Soussan quand je lui demande ce qu'apporte le Madame Sarfati au milieu du stand-up : « Je peux répondre facilement à cette question : la professionnalisation du stand-up. »[206]. Dès lors, la gérante et la directrice artistique semblent être en désaccord sur ce point : d'un côté Sado Hassan Saed considère que tous les stand-upper·use·s sont profesionnel·le·s de l'autre Jennifer Soussan dit que le Madame Sarfati fait des stand-upper·use·s des professionnel·le·s. On pourrait se dire que le but du Madame Sarfati serait alors de rendre ces professionnel·le·s plus « confirmé·e·s ». Mais n'est-ce pas là le rôle de tout *comedy club* ? En réalité, l'effet que le Madame Sarfati a ce sur le marché du stand-up est de donner du temps de scène aux humoristes qui correspondent aux critères du « pur stand-up » en leur fournissant des bonnes conditions de travail et de test*. L'opération de sélection nous interdit donc de parler de « professionnalisation du milieu du stand-up » dans son ensemble, puisque certain·e·s stand-upper·use·s sont exclu·e·s de cette prétendue « professionnalisation », à savoir : les stand-upper·use·s amateur·rice·s (ou non-confirmé·e·s) et ceux et celles qui ne font pas du « pur stand-up »[207] selon la définition de Sado Hassan Saed.

On ne peut donc pas dire que le Madame Sarfati professionnalise le milieu du stand-up par la sélection qu'il opère. Il participe, comme tout *comedy club*, à la formation des stand-upper·use·s qui jouent grâce à lui. En revanche, d'autres facteurs contribuent à la professionnalisation du milieu du stand-up.

---

[204] LE ROY Frédéric et YAMI Saïd dir., *Stratégie de coopétition. Rivaliser et coopérer simultanément*, éditions De Boeck Université, Bruxelles, 2010.
[205] Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.
[206] Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Jennifer Soussan.
[207] Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.

c) Régularisation du mode de paiement et gestion

Le Madame Sarfati professionnalise le milieu du stand-up en en respectant certaines normes techniques. Cela donne aux stand-upper·use·s une stabilité que n'offrent pas toujours les autres *comedy club*s. Cette stabilité est d'abord due au mode de paiement par le public et de rémunération pour les stand-upper·use·s. Sado Hassan Saed annonce que le Madame Sarfati « est le premier *comedy club* tout payant, qui embauche les artistes. »[208]. En effet, il est de coutume que les stand-upper·use·s soient payé·e·s « au chapeau », c'est-à-dire par une participation aux frais. C'est par exemple le contrat passé avec le public dans beaucoup de scènes ouvertes : entrée gratuite, une consommation (une boisson) obligatoire pour rémunérer le bar, puis un « chapeau » à la sortie pour rémunérer les stand-upper·use·s, le·a programmateur·rice étant rémunéré·e·s par le *comedy club*. Ce mode de paiement et de rémunération est indispensable pour ce genre d'événement, tant il serait difficile d'attirer un public pour aller voir des stand-upper·use·s amateur·rice·s en les faisant payer un billet à l'avance. Mais cette pratique s'est étendue aux sessions pour les stand-upper·use·s confirmé·e·s : au Paname Art Café ainsi qu'au Café Oscar, les sessions pour les confirmé·e·s sont gratuites d'entrée, sur consommation obligatoire et au « chapeau » à la sortie ; aucune différence à ce niveau-là avec les plateaux d'amateur·rice·s. Certes, le Madame Sarfati vend des billets pour ses sessions professionnelles, mais le *Comedy Club* (lieu où se déroule le Jamel *Comedy Club*) le faisait avant lui et aujourd'hui le Barbès *Comedy Club* et le *Fridge* font de même. Le Madame Sarfati est le seul *comedy club* à faire payer des billets pour *toutes* ses sessions pour la simple et bonne raison qu'il ne propose pas de plateaux d'amateur·rice·s, en cela il est en effet « tout payant »[209]. Si on voulait être vraiment précis, on ne pourrait pas dire que le Madame Sarfati a été le « premier *comedy club* tout payant »[210], étant donné que même les plateaux d'amateur·rice·s où l'entrée est gratuite sont payants à cause de la consommation obligatoire. Cependant, le fait de faire systématiquement payer des entrées est vertueux, car le mode de rémunération par la participation aux frais place les stand-upper·use·s amateur·rice·s comme confirmé·e·s dans une situation précaire, comme l'explique Fary en interview :

> « Je ne me fais pas exploiter et j'ai un endroit qui correspond à ce que je fais. Le cachet, ça allait dans ce sens-là. Le chapeau ça facilite c'est sûr, il n'y a pas de charges, pas de fiche de paie, c'est une aubaine pour nous propriétaires mais derrière c'est une situation précaire pour les humoristes. »[211]

Fary explique qu'avec l'ouverture du Madame Sarfati son intention est de faire respecter la pratique du stand-up et que cela passe par le changement du mode de paiement et de rémunération. En revanche, le Madame Sarfati n'aide pas tou·te·s « les humoristes »[212] en situation de précarité, mais seulement celles et ceux qui, parmi les stand-upper·use·s confirmé·e·s, font du « pur stand-up ».

La deuxième manière par laquelle le Madame Sarfati régularise le marché des *comedy clubs* est en passant des contrats avec les stand-upper·use·s. En effet, la vente de billet pour chaque session professionnelle permet au Madame Sarfati de payer ses stand-upper·use·s par cachet[213] et donc de signer pour chaque artiste un contrat. Cela fait du Madame Sarfati le premier *comedy club* « qui embauche les artistes »[214]. Ainsi, le mode de fonctionnement

---

[208] Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.
[209] Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.
[210] Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.
[211] Cf. Annexe n°9 : Articles de presse. *HYPEBEAST – « UN COMEDY CLUB D'UN NOUVEAU GENRE À PARIS »*
[212] Cf. Annexe n°9 : Articles de presse. *HYPEBEAST – « UN COMEDY CLUB D'UN NOUVEAU GENRE À PARIS »*
[213] Sado Hassan Saed n'a pas voulu me donner le montant exact du cachet pour les stand-upper·use·s du Madame Sarfati, mais elle rappelle que le minimum légal, quelle que soit la durée de la prestation, est de 40 euros.
[214] Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.

du Madame Sarfati (CDD déclarés, contrat de prestation, cachets, assurance…) régularise et professionnalise le monde du stand-up, comme nous l'explique Sado Hassan Saed :

> « Tous les mois ils signent leur contrat. Tous les mois ils se déclarent à Pôle Emploi avec leur intermittence, ils ont un bulletin de salaire. On voulait montrer aux gens que c'est un métier, même aux artistes. »[215]

J'ai personnellement été interloqué par ce que cette affirmation sous-entendait : il est très louche d'insister avec tant d'emphase sur ce qui constitue le strict minimum en termes légaux et d'affirmer ainsi qu'on respecte simplement la loi. Cette affirmation suppose que la signature de contrat n'est pas systématique dans le milieu des *comedy clubs*, ce que je n'ai pas pu vérifier[216]. Le Madame Sarfati fait signer chaque mois un contrat de prestation à chaque stand-upper·use·s qu'il embauche pour un *set** et lui envoie un bulletin de salaire[217]. Ce contrat leur permet d'accumuler des heures pour prétendre au régime d'intermittent·e du spectacle[218] et ainsi de recevoir des allocations chômage entre les périodes travaillées. Cette instauration de normes constitue une stratégie de différenciation au sein d'une coopétition : entre acteurs placés sur le même niveau dans la chaîne de valeur (à savoir les *comedy clubs*), « les normes techniques permettent de définir les conditions concurrentielles : elles définissent les caractéristiques minimales exigées dans un marché. »[219]. Ainsi, en offrant de meilleures conditions contractuelles aux stand-upper·use·s, le Madame Sarfati espère attirer les stand-upper·use·s, qui pourront dorénavant exiger un contrat à durée déterminée et, à terme, professionnaliser les modes de gestion des *comedy clubs*.

Le Madame Sarfati offre ainsi une stabilité financière aux artistes, comme en témoigne Louis Dubourg : « C'est un lieu qui m'a permis de gagner des cachets, de devenir intermittent, de trouver un rôle que j'aime bien, de progresser sur scène. »[220]. Le Madame Sarfati lui a donc permis de régulariser sa situation et lui a apporté une stabilité financière, d'autant plus que les MC du Madame Sarfati sont d'avantage rémunérés que les stand-upper·use·s qui y font un passage*. Néanmoins, Louis Dubourg insiste surtout sur la stabilité artistique que lui procure ce rôle, tant technique (la salle est conçue pour accueillir du stand-up) qu'au niveau de ses formats standardisés. Ces derniers constituent une nouvelle norme que le Madame Sarfati applique au stand-up.

d) Standardisation de la durée et du type de session

De nouveau dans une logique de purisme, le Madame Sarfati propose un format standardisé pour ses sessions qui reste toujours le même : une heure quinze de spectacle avec un MC et quatre stand-upper·use·s confirmé·e·s qui font 15 minutes de « pur stand-up » en français chacun·e. Impossible pour les stand-upper·use·s de déroger à cette règle et de se voir accepter des rajouts, c'est-à-dire de jouer dans une session déjà programmée en changeant le format ; ce qui reviendrait à grapiller le temps de scène des stand-upper·use·s déjà programmé·e·s. C'est d'ailleurs

---

[215] Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.
[216] Je sais cependant que le Barbès Comedy Club fait lui aussi signer des contrats aux stand-upper·use·s de ses sessions professionnelles, mais il ne l'a pas instauré dès son ouverture.
[217] Cette charge administrative a, d'ailleurs, nécessité l'embauche d'une comptable en interne à mi-temps qui gère les contrats, les Attestation Employeur Mensuel, les bulletins de salaire pour les artistes, ceux pour l'équipe du Madame Sarfati, ainsi que des factures pour les fournisseurs de la partie restauration. Cf. Annexe n°3 : Entretien avec Jennifer Soussan.
[218] Un·e intermittent·e du spectacle est enregistré·e sous le statut de salarié·e du spectacle vivant. Il ou elle est engagé·e par des contrats à durée déterminée successifs. On parle ainsi de « régime » et non de « statut » d'intermittent·e du spectacle, puisque le statut est celui de salarié·e d'une entreprise.
[219] LE ROY Frédéric et YAMI Saïd dir, *Stratégie de coopétition. Rivaliser et coopérer simultanément*, éditions De Boeck Université, Bruxelles, 2010.
[220] Cf. Annexe n°2 : Entretien avec Louis Dubourg.

ce genre de situations qui avaient lieu au Paname Art Café (ainsi que dans d'autres lieux) et qui a poussé Fary, selon Sado Hassan Saed, à ouvrir son propre *comedy club* : « Le Paname [Art Café] programmait beaucoup d'artistes, et à chaque fois que les artistes confirmés se rajoutaient, ça leur faisait plus que 5 minutes de passage au lieu de 7, au lieu de 10. [Fary] s'est dit 'c'est nul, on coupe des minutes aux autres artistes'. Du coup ça le frustrait pour les autres alors que lui voulait juste tester quelque chose. »[221]. Fary a créé le Madame Sarfati avec l'ambition de garantir aux stand-upper·use·s confirmé·e·s 15 minutes de test* sans craindre les rajouts. Sa volonté était donc de désengorger les sessions professionnelles du Paname Art Café arrivées à saturation en ouvrant avec le Madame Sarfati des sessions professionnelles.

Mais pourquoi le Madame Sarfati n'a-t-il pas ouvert de sessions pour les amateur·rice·s qui sont pourtant, elles aussi, saturées ? Sans doute d'abord parce qu'il aurait été impossible de garder ses principes de rémunération avec des plateaux d'amateur·rice·s, mais sans doute aussi parce que l'intérêt du Madame Sarfati est d'attirer les professionnel·le·s en proposant un lieu de test* privilégié et de reléguer le Paname Art Café à un lieu pour amateur·rice·s (ce qui est très loin d'être le cas aujourd'hui). Cette stratégie n'est peut-être pas instituée par le Madame Sarfati, mais cette relégation est un effet à long terme possible. En tout cas c'est ce que je comprends quand Sado Hassan Saed conclue en disant que : « Les artistes confirmés qui veulent tester pourront tester *que* au Madame Sarfati, comme ça les artistes en développement, qui voudront faire 10 minutes, pourront toujours aller tester au Paname [Art Café]. » [222]. Ainsi, le Madame Sarfati tente de modeler la coopétition entre *comedy clubs* à son avantage, ou du moins selon sa stratégie. Il essaye de tourner la coopétition à son avantage en plaçant le Paname Art Café sur une étape antérieure dans la chaîne de valeur, en le rendant, en quelque sorte, son « fournisseur » en stand-upper·use·s confirmé·e·s. Inutile de préciser que les sessions professionnelles sont beaucoup plus rémunératrices et apportent beaucoup plus de notoriété. Ainsi, la coopétition peut être inégalitaire, comme l'explique *Stratégies de coopétition* : « Les résultats de la coopétition [de réseaux] peuvent être plus avantageux pour quelques acteurs, tandis que d'autres pourront même être contraints par la relation. Les stratégies intégrées sont un résultat fréquent, de même que l'expansion du marché. »[223]. La professionnalisation annoncée prend alors un autre sens, celui de l'amateurisation des autres *comedy clubs*.

En outre, au-delà de la standardisation de la durée des sessions, le Madame Sarfati respecte aussi un certain standard dans le type de session qu'il propose. Ne sont pas programmées, par exemple, des sessions thématiques ou en d'autres langues que le français. En revanche, les *comedy clubs* concurrents proposent, eux, une programmation beaucoup plus variée. Kev Adams revendique le fait que son *comedy club,* le *Fridge* accueille « des humoristes débutants, des stars de l'humour mais aussi des plateaux musicaux, des plateaux burlesques, des plateaux en anglais. Le maître mot, c'est la diversité. […] pour certain, le stand-up c'est un micro, pour d'autres, des personnages, des sketchs. La programmation s'articule autour du one man [show], du stand-up mais on essaye d'emmener le public vers d'autres formes »[224]. D'un autre côté, Shirley Souagnon organise au Barbès *Comedy Club* des plateaux internationaux chaque dimanche qui « peuvent être consacrés à l'humour Suisse, en chinois, en arabe ou en créole. À cela, s'ajoute la « *New-York Comedy Night* », chaque dimanche, en anglais et présentée par

---

[221] Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.
[222] Cf. Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.
[223] LE ROY Frédéric et YAMI Saïd dir, *Stratégie de coopétition. Rivaliser et coopérer simultanément*, éditions De Boeck Université, Bruxelles, 2010.
[224] BENKEMOUN Olivier, « Kev Adams inaugure le Fridge, son nouveau comedy club où « la diversité est le maître mot » », *CNEWS*, mis en ligne le 25/09/2020.

Sebastian Marx. »[225]. Pour prendre un dernier exemple, jusqu'en 2016 le Paname Art Café programmait les sessions « Plus drôles les filles », un plateau réservé aux femmes humoristes. Ainsi, la standardisation est un choix fort que fait le Madame Sarfati dans un marché des *comedy clubs* où l'offre en spectacle est très diversifiée.

La volonté de la directrice artistique et de Fary est d'attirer les publics seulement à aller voir et écouter du stand-up. Cela doit être le seul argument. Le public ne doit pas venir par intérêt pour un thème, un genre différent comme le one wo·man show, un certain spectacle ou même un·e stand-upper·use en particulier[226], mais seulement pour le stand-up en tant que genre. Cela permet aussi aux stand-upper·use·s confirmé·e·s de tester leur spectacle sans à avoir à se soucier de l'adéquation à un thème ou à une langue donnée.

Ainsi, le Madame Sarfati se différencie des autres *comedy clubs* parisiens en choisissant des humoristes confirmé·e·s, qui font du « pur stand-up » et avec déjà un *set** de 15 minutes très efficace. Bien que leur communication ridiculise parfois les pratiques amateures, le Madame Sarfati est dans une coopétition avec les autres *comedy clubs*, où chacun organise sa programmation pour que les stand-upper·use·s puissent jouer plusieurs fois par soir. Il ne professionnalise pas le milieu du stand-up en imposant des normes de fait sur la rémunération et la contractualisation des stand-upper·use·s, jusqu'alors souvent précarisé par certains *comedy clubs*. La programmation respecte des standards qui visent à donner une vision claire de ce qu'est le stand-up et elle n'accepte que les confirmé·e·s pour n'en montrer que le meilleur, car l'ambition du Madame Sarfati est de faire reconnaître au grand public que le stand-up est un art et de le différencier de genres analogues, en premier lieu du one wo·man show.

III. Le Madame Sarfati agit par son esthétisation et sa direction artistique pour faire reconnaître le stand-up comme un art

Le Madame Sarfati est un lieu d'art en ce qu'il abrite une œuvre déposée : *Rendez-vous*, la salle dans laquelle se joue le stand-up. Cette œuvre est accompagnée d'une expérience consommateur et d'une communication qui la mettent en valeur. Le but de ces démarches croisées est de faire reconnaître le stand-up comme un art, ce qui n'est pas évident tant tou·te·s les stand-upper·use·s ne vivent pas leur pratique comme un art, et tant le statut d'artistique du stand-up fait débat au sein de la communauté des humoristes. Derrière ces questions définitionnelles se jouent des enjeux de pouvoirs, car le Madame Sarfati utilise cette notion d'art comme argument marketing pour faire avancer sa vision du « pur stand-up » peu interactionnel. La directrice artistique va jusqu'à juger que le stand-up est plus artistique que le one wo·man show français.

[225] B. Laura, « Le Barbès *Comedy Club*, la maison du stand-up signée Shirley Souagnon », *Sortir Paris.com*, mis en ligne le 14/10/2020.
[226] C'est la raison pour laquelle les programmations sont tenues secrètes et qu'aucune photo des stand-upper·use·s jouant au Madame Sarfati n'est relayée.

A. Le Madame Sarfati est un lieu marchand inscrit dans une démarche artistique

"I'm with artist. Maybe artist.[227]"[228]

-Takao Shiraishi

À la croisée du monde marchand et du monde de l'art, le Madame Sarfati s'entoure d'art, d'artistes et d'éléments esthétisés pour fournir au stand-up un écrin qui le légitime en tant que pratique artistique.

a) Définitions de l'art

Avant de parler d'art, tentons de le définir. On fait alors face au même problème qu'avec l'humour : la difficulté d'une définition unitaire. En reprenant des distinctions classiques, on peut opposer l'art à la Nature, dans son sens classique ; là où l'art est du domaine de la culture, à savoir tout ce qui n'a pas été modifié par l'humain. Un paysage pourra être beau, mais il n'est pas de l'art, ce que serait en revanche une peinture du même paysage. On peut aussi opposer l'art à la science, celle-ci étant dans une recherche rationnelle de savoir, alors que l'art est dans la recherche du beau. Pourtant, on voit que cette définition classique de l'art ne convient pas à notre objet. Au moins depuis la modernité, l'art s'est défait du beau pour rechercher parfois même la laideur (par exemple « Une Charogne » de Charles Baudelaire) et l'art contemporain s'éloigne du beau pour provoquer un choc ou des réactions plus ambigües.

Face à l'impossibilité de définir l'art par une essence qui serait commune aux œuvres d'art, le concept de « ressemblance familiale »[229] développé par Ludvig Wittgenstein nous offre une piste hors de cette aporie. La ressemblance familiale postule que les éléments qui composent un concept peuvent être reliés non pas par *une* caractéristique commune unique, mais par une série additionnelle de similitudes. Par exemple, les suites « ABC », « BCD », « CDE », « DEF » n'ont pas de caractéristique commune unique, mais partagent une ressemblance familiale. Morris Weitz applique la ressemblance familiale aux théories de l'art et en conclut que les œuvres d'art partagent des ressemblances familiales sans posséder une caractéristique commune unique. Par exemple, l'opéra la *Traviata* de Giuseppe Verdi et la danse de Maurice Béjart sur le *Boléro* de Ravel donnent lieu à une interprétation par un groupe, alors que la bande dessinée *Le tour de Gaule d'Astérix* de Goscinny et Uderzo non ; cet album de bande dessinée et la danse de Béjart sont visuels, l'opéra de Verdi est essentiellement une œuvre musicale ; *Le Tour de Gaule d'Astérix* et la *Traviata* utilisent le langage, la danse du *Boléro* seulement le corps. La multiplicité des formes d'œuvres ne doit pas nous décourager à considérer l'art comme un tout. Il faut seulement adopter un concept ouvert, qui peut inclure possiblement cette diversité.

Cependant, sans fermer complètement le concept, il faut pouvoir poser des principes pour reconnaître empiriquement une œuvre d'art ; sans quoi tout est art, donc rien n'est art. Reprenant la conclusion de Morris Weitz, Erich von Kahler élabore une définition corrigée, plus inclusive de l'art :

---

[227] Il s'agit du début de la description ou « bio » du compte Instagram de Takao Shiraishi.
[228] Traduction personnelle : « Je suis avec artiste. Peut-être artiste. »
[229] WITTGENSTEIN Ludwig, *Recherches philosophiques*, trad. Françoise Dastur, Tel Gallimard, Paris, 1949.

> "Art is a human activity which explores, and hereby creates, new reality in a suprarational, visional manner and presents its symbolically or metaphorically, as a microcosmic whole signifying a macrocosmic whole.[230]"[231]

L'œuvre d'art, sans rendre parfaitement la réalité ou en être l'abstraction totale, est une « nouvelle réalité » qui compose un « tout microscopique ». Celle-ci est « supra-rationnelle », car elle obéit aux règles des émotions, du rêve, de l'imagination ; ainsi elle est libre d'être parfaitement rationnelle, comme totalement irrationnelle. Erich von Kahler insiste sur l'importance de la « vision » artistique (consciente ou non) composée d'idéaux esthétiques, de goûts, de projets qui la font tendre vers un « tout macroscopique », un ailleurs. Il déplace ainsi la définition de l'art de l'œuvre à la démarche artistique, sur laquelle on peut établir une définition plus stable. En revanche, cela donne une définition peut-être trop centrée sur l'artiste.

Pour compléter cette réflexion, abordons brièvement le sujet de la réception et parlons de celles et ceux qui vont percevoir et vivre les œuvres d'art. Une certaine définition anthropologique de l'art se fonde sur l'approbation d'un groupe : Marcel Mauss dit que « l'objet d'art, par définition, est l'objet reconnu comme tel par un groupe. »[232]. Cela déplace le problème sur la réception de l'art et laisse la possibilité de faire entrer, en droit, n'importe quel objet dans la dénomination « art ». En abandonnant une définition essentialisante on laisse la possibilité de « transformer » un objet ou une pratique en art simplement en le faisant reconnaître comme tel par un groupe donné. La question devient donc « Pour *qui* est-ce de l'art ? ».

Ainsi, l'art ne peut se définir par une essence commune aux œuvres d'art, qui sont unies par des ressemblances familiales. L'art est la création d'une nouvelle réalité inscrite dans une démarche de signification d'un ailleurs. Et puisque l'art ne signifie pas de lui-même, le statut d'art est décidé par un groupe. À partir de ces principes définitionnels, voyons en quoi l'installation *Rendez-vous* est une œuvre d'art.

b) La salle de spectacle est une œuvre d'art

Revenons d'abord sur les artistes qui ont créé cette œuvre : JR est un photographe et artiste de *street art* qui fonde son œuvre sur une démarche politique et sociale. Il est surtout connu pour les collages de photos de visage d'habitant·e·s dont il pare les villes, notamment pour sa série de portraits collés en 2007 sur les deux côtés de la barrière de sécurité séparant Israël de la Palestine. Ensuite, Takao Shiraishi est un photographe et artiste de *street art* japonais qui collabore avec JR en 2012 pour afficher des portraits de victimes de la catastrophe nucléaire de Fukushima. Enfin, Diirby est un artiste plasticien américain qui travaille principalement avec le bois et plus récemment avec le zinc extrait des toits pour créer des petits habitacles, des tonnelles et des cabanes. Il aménage par exemple un château d'eau new yorkais en *speakeasy* où l'on peut danser et boire en toute illégalité. Les trois artistes se rencontrent pour construire un centre culturel, social et éducatif à l'architecture fantasque nommé *Casa Amarela*, situé dans le centre de Rio De Janeiro. En 2019, Fary rencontre JR par le biais de Paolin Pascot, associé du Madame Sarfati et frère de Panayotis Pascot. Ils font appel à lui ainsi qu'à Diirby et Takao Shiraishi pour créer la salle qui accueillera la scène du Madame Sarfati à l'étage. Voici sa description dans la rubrique « l'œuvre » du site :

---

[230] Traduction personnelle : « L'art est une activité humaine qui explore, et par là même crée à l'aide d'une vision, une nouvelle réalité supra-rationnelle qui la présente symboliquement ou métaphoriquement comme un tout microcosmique signifiant un tout macrocosmique. »
[231] VON KHALER Erich, *The Disintegration of Form in the Arts*, Editions George Braziller, New-York, 1968.
[232] MAUSS Marcel, *Manuel d'ethnographie*, Payot, Paris, 1947.

> « La pièce principale de chez Madame Sarfati est l'œuvre de JR en collaboration avec Takao et Diirby.
>
> Le *comedy club* a été pensé pour établir une intimité unique avec la scène qu'il abrite. Nommée *Rendez-vous*, l'œuvre se vit comme une expérience.
>
> Ici, le zinc des toits de Paris et l'étain de ceux de New-York ont été récupérés, découpés et rassemblés. L'ensemble forme un cocon recouvrant les murs du sol au plafond, cassant les lignes et les angles pour en faire des courbes, remplaçant la droiture d'un plafond classique par une vague qui traverse la salle dans toute sa longueur.
>
> JR est ainsi venu confronter ses inspirations à celle de l'univers très codé du *Comedy club* : une petite scène à 180° collée à des rangées de tables rondes, des banquettes en fond de salle, un éclairage tamisé et un espace contenant minimum une centaine de personnes.
>
> À vide, la pièce a déjà une atmosphère particulière et un univers propre, univers dans lequel viendra s'exprimer le stand-up de toute une génération. »[233]

Le choix du titre n'est pas anodin, car le mot « rendez-vous », ici dans sa graphie française, est un mot français qui est passé dans la langue anglaise. Fary a eu l'idée de créer ce *comedy club* après son voyage en Amérique, notamment au Québec et il y a des similitudes dans la disposition de la salle et la lumière avec le Bordel *Comedy Club* à Montréal, bien que le style soit différent. Il dit même que ce *comedy club* l'a beaucoup inspiré[234]. Mais en quoi cette salle, sans cartel ni signature, est-elle une œuvre d'art plus qu'une autre salle de *comedy club* ? La différence est que *Rendez-vous*, composée d'éléments venant de Paris et de New-York, fusionne ainsi le lieu d'origine du stand-up, les États-Unis (et New-York qui hébergent des *comedy clubs* mythiques), avec son lieu d'importation, Paris. Sur le principe d'un « tout microscopique signifiant un tout macroscopique »[235], cette œuvre symbolise le « rendez-vous » entre les États-Unis et la France, une alliance alchimique des métaux qui place stand-upper·use·s et publics littéralement sous les toits de ces deux villes. Le rendez-vous est aussi tout simplement celui d'un·e stand-upper·use et d'un public, ou du public avec le stand-up. Autre élément différenciant, cette « installation artistique »[236] comme la désigne Takao Shiraishi, est une œuvre déposée.

En outre, ce qui différencie pour moi *Rendez-vous* de toutes les scènes de stand-up que j'ai pu voir c'est l'aura qu'elle dégage. Dans *L'œuvre d'art à l'ère de sa reproductibilité technique* Walter Benjamin décrit une époque de l'histoire de l'art bouleversée par les techniques de reproduction des œuvres, dont la photographie, qui permettent une nouvelle circulation de l'art, indépendante de celle des œuvres originales. Par le biais de ce travail de distinction entre les reproductions et les œuvres originales, l'auteur fait émerger un trait caractéristique de l'œuvre d'art, l'aura, ainsi définit : « Un singulier entrelacs d'espace et de temps : unique apparition d'un lointain, aussi proche soit-il. »[237], une notion qui se rapproche du « tout macroscopique »[238] d'Erich von Kahler. C'est dans une logique benjaminienne de préservation de cette aura que le Madame Sarfati insiste tant sur l'interdiction de prendre et partager des photographies de *Rendez-vous* : cette interdiction est présente sur leur site, leurs réseaux sociaux, on se le voit rappeler au guichet de la billetterie, à l'entrée de la salle par la personne qui scanne le billet[239],

---

[233] Cf. Annexe n°5 : Site Internet. *Concept 2.*
[234] Cf. Annexe n°9 : Articles de presse. *HYPEBEAST – « UN COMEDY CLUB D'UN NOUVEAU GENRE À PARIS »*
[235] VON KHALER Erich, *The Disintegration of Form in the Arts*, Editions George Braziller, New-York, 1968.
[236] Cf. Annexe n°6 : Compte Instagram. *Publication Instagram de Takao Shiraishi.*
[237] BENJAMIN Walter, « Petite histoire de la photographie » (1931), trad. André Gunthert, in *Études photographiques*, n° 1, 1996.
[238] VON KHALER Erich, *The Disintegration of Form in the Arts*, Editions George Braziller, New-York, 1968.
[239] Cf. Annexe n°1 : Retranscription d'une session au Madame Sarfati. *Avant le spectacle.*

c'est écrit sur le billet[240], le MC le rappelle… Reproduire, nécessairement partiellement donc partialement, *Rendez-vous* nuit à son aura, c'est-à-dire à son unicité, à la force de sa présence, son « *hic et nunc*[241] »[242]. Les photographies ne sont que des traces de l'œuvre, relayées par un média, l'aura en revanche n'est accessible que dans la présence de l'œuvre, c'est-à-dire de manière immédiate. Walter Benjamin développe cette distinction : « La trace est l'apparition d'une proximité, quelque lointain que puisse être ce qui l'a laissée. L'aura est l'apparition d'un lointain, quelque proche que puisse être ce qui l'évoque. Avec la trace, nous nous emparons de la chose ; avec l'aura, c'est elle qui s'empare de nous. »[243]. Ainsi, aucune photographie, ni même les descriptions que je fournis ici, ne pourront vous faire vivre l'aura de *Rendez-vous*. Pour préserver l'aura celle-ci, le Madame Sarfati a choisi d'interdire la reproduction et la diffusion des traces de *Rendez-vous*, afin qu'elle ne soit pas réduite aux traces d'elle-même. Le Madame Sarfati tourne en dérision la différence de l'expérience médiatisée et immédiate avec ses cartes de visite : « Pendant que tu regardes ma story, moi, je suis dans une œuvre d'art »[244].

Mais *Rendez-vous* est une œuvre qui remplit une fonction : être un écrin pour le stand-up et le légitimer en temps qu'art. Le but est de transférer l'aura de l'installation artistique au stand-up, tous les deux dans cette présence immédiate, ce « singulier entrelacs d'espace et de temps : unique apparition d'un lointain, aussi proche soit-il. »[245]. Dans sa communication, le Madame Sarfati met sur le même niveau *Rendez-vous* et le stand-up qu'il propose : dans la vidéo promotionnelle « laissez faire les professionnels », on peut lire en début de description : « L'Art du Stand Up dans une œuvre d'Art »[246]. Les trois artistes, et surtout JR ont une importance symbolique, ce sont les garants artistiques du *comedy club* (mis à part les stand-upper·use·s). Fary dit, dans une interview, que la volonté de JR était de faire connaître le stand-up, qu'il considère comme étant un art : « Il a tout de suite eu envie de participer à l'essor d'un art, celui du stand-up. »[247]. Le photographe est l'inspiration artistique de tout le Madame Sarfati, comme le dit Fary : « L'apport de JR est essentiel dans l'idée qu'on se fait du lieu, ça donne une portée vraiment artistique à ce qu'on fait. ». Si JR incite l'équipe du Madame Sarfati à inscrire le travail dans une démarche artistique, il n'en reste pas moins un lieu commercial qui a pour vocation de vendre de la nourriture et des boissons. On peut donc faire le constat d'une « hybridation transesthétique du commerce et de l'artistique proprement dit : lorsque des marques font appel à des artistes ou des créateurs d'avant-garde pour la conception de certains produits ou la décoration de leurs magasins. »[248]. Certes, *Rendez-vous* et la renommée internationale de JR sont des moyens de mettre en avant le stand-up comme pratique artistique, mais ils permettent aussi de remplir des objectifs économiques.

---

[240] Cf. Annexe n°8 : Objets imprimés. *Billets.*
[241] Traduction personnelle : « Ici et maintenant », sa présence immédiate.
[242] BENJAMIN Walter, *Paris, capitale du XIXe siècle : le livre des passages*, Allia, Paris, 1939.
[243] BENJAMIN Walter, *Paris, capitale du XIXe siècle : le livre des passages*, Allia, Paris, 1939.
[244] Cf. Annexe n°8 : Objets imprimés. *Cartes de visite.*
[245] BENJAMIN Walter, « Petite histoire de la photographie » (1931), trad. André Gunthert, in *Études photographiques*, n° 1, 1996.
[246] Cf. Annexe n°6 : Compte Instagram. *Vidéo promo - Publication*
[247] Cf. Annexe n°9 : Articles de presse. *HYPEBEAST – « UN COMEDY CLUB D'UN NOUVEAU GENRE À PARIS »*
[248] LIPOVETSKY Gilles et SERROY Jean, *L'esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artiste*, Gallimard, Paris, 2013.

c) Une expérience consommateur au service de l'art

L'installation *Rendez-vous* est indéniablement une œuvre d'art, mais, si l'on en croit la gérante, la démarche artistique s'étend à tout le *comedy club*. Elle se fonde pour cela sur une définition expériencielle de l'art :

> « Il faut que ce lieu soit beau et qu'il nous fasse vivre une *expérience*, au-delà du côté 'on en a eu pour notre argent, c'était rentable'. On veut vraiment la notion d'expérience, et c'est pour ça que tout est artistique. »[249].

Jennifer Soussan a pour ambition que le moment vécu au Madame Sarfati soit perçu par les client·e·s dans son ensemble comme une expérience artistique. En rapprochant l'art de la notion d'expérience, Jennifer Soussan revient au sens étymologique de l'esthétique : *aisthêtikos*, la perception, l'expérience sensible. Elle souhaite qu'il y ait une continuité dans l'expérience du Madame Sarfati. Pour cela, l'expérience consommateur est pensée pour favoriser et mettre en valeur l'expérience artistique de *Rendez-vous* et du stand-up.

Pour créer une continuité entre l'œuvre *Rendez-vous* et le reste du Madame Sarfati, une grande attention a été mise dans le choix des objets et de la décoration de l'ensemble du Madame Sarfati. Le bar[250], les lumières et les chaises ont été créées par la designeuse d'intérieur Laura Leonard dans une volonté de continuité avec *Rendez-vous*. Aussi, les plats que propose la carte du Madame Sarfati[251] composée par Jennifer Soussan et sa sœur ont été pensés pour pouvoir être mangés avec les doigts[252], afin de ne pas gêner le spectacle avec les bruits de couverts : falafel, hot dog merguez, alloco (« tranches de bananes plantin poêlées, purée de piment doux »[253]). Je n'ai malheureusement pas eu l'occasion de goûter de plat, mais j'ai pu en admirer le méticuleux dressage, qui fait preuve d'une sensibilité esthétique. Les cocktails aussi sont présentés avec ce sens de l'esthétique, jusqu'à être mis en avant sur les réseaux sociaux[254]. On peut inscrire la chorégraphie des serveuses dans cette démarche de mise en valeur de l'œuvre.

La subordination du commercial à l'artistique va jusqu'à la volonté d'effacer ce premier. Jennifer Soussan veut que les client·e·s « comprennent qu'ils rentrent dans une maison artistique et pas un établissement commercial. »[255]. La mise en avant de l'expérience artistique a pour but caché l'aspect commercial du lieu marchand qu'est le Madame Sarfati.

Cependant peut-on vraiment dire que le : « Madame Sarfati est bien plus qu'un *comedy club*, c'est un lieu où derrière chaque élément du lieu se cache un artiste. »[256] ? Je doute qu'on puisse qualifier d'artistes tou·te·s les employé·e·s du Madame Sarfati qui participent à cette expérience, des barmans, jusqu'au cuisiner en passant par les serveuses. Ce serait adhérer à ce que Gilles Lipovetsky et Jean Serroy nomment l'idéologie du « nous sommes tous artistes »[257] propre au capitalisme artiste tardif, qui a pour écueil de vider le concept d'art de tout signification. À l'inverse d'une opposition entre commercial et artistique, on peut y voir une complémentarité. Le Madame Sarfati est dans une « Stylisation des biens et des lieux marchands, […] intégration générale de l'art, du « look »

---

[249] Cf. Annexe n°3 : Entretien avec Jennifer Soussan.
[250] Cf. Annexe n°6 : Compte Instagram. *Feed 2, Feed 5.*
[251] Cf. Annexe n°8 : Objets Imprimés.
[252] Cf. Annexe n°5 : Site Internet. *Carte 1*
[253] Cf. Annexe n°8 : Objets Imprimés.
[254] Cf. Annexe n°6 : Compte Instagram. *Feed 2.*
[255] Cf. Annexe n°3 : Entretien avec Jennifer Soussan.
[256] Cf. Annexe n°5 : Site Internet. *Concept 2.*
[257] LIPOVETSKY Gilles et SERROY Jean, *L'esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artiste*, Gallimard, Paris, 2013.

et de l'affect dans l'univers consumériste »[258]. Dans cette optique, la cohabitation et la complémentarité d'une démarche artistique et d'intérêts commerciaux est logique : « Plus s'impose l'exigence de rationalité chiffrée du capitalisme, et plus celui-ci donne une importance de premier plan aux dimensions créatives, intuitives, émotionnelles »[259]. Ainsi, la continuité entre l'expérience artistique et l'expérience consommateur est donc possible sans tenter d'effacer cette dernière.

d) Une communication au service de l'art

La démarche artistique s'étend à la communication du Madame Sarfati qui conçoit sa communication comme une mise en valeur de tout ce que l'institution a d'artistique. Afin de respecter l'œuvre qu'est *Rendez-vous*, la communication doit respecter des canons esthétiques et ne pas être trop prolifique. Jennifer Soussan explique ainsi cette démarche :

> « Dans le nombre de post Instagram qu'on va faire et le genre de post Instagram qu'on va faire, on sait qu'il y a des post qui pourraient « fonctionner » (entre guillemets), mais on se dit que ça ne suit pas la ligne artistique qu'on souhaite donner à Madame Sarfati. Dans tout ce qu'on fait, on met l'accent sur l'esthétique et le respect de tout ce travail qui a été fait par JR, Takao et Diirby, par Laura Léonard qui est scénographe décoratrice qui a participé au choix des luminaires, du mobilier qui a été validé par Fary, JR et moi-même. »[260]

Il y a donc aussi une volonté de continuité entre la représentation du Madame Sarfati dans sa communication et l'expérience artistique qu'il propose. Pour cela, le Madame Sarfati fait appel à l'illustrateur Alva Skog pour portraitiser les fondateurs[261] et représenter la terrasse du *comedy club*[262]. On remarquera que la page Instagram forme une composition[263] (procédé assez répandu) ce qui correspond à une contrainte éditoriale supplémentaire, mais aussi service d'un esthétisme de la page dans son ensemble. Les réseaux sociaux du Madame Sarfati doivent jouer avec la contrainte de non-divulgation de la programmation et par là, ils créent des publications esthétisées. Par exemple, avec une saturation des couleurs[264] ou le jeu d'ombre[265].

La stratégie de communication du Madame Sarfati, qui s'interdit de multiplier les messages promotionnels, repose sur le bouche-à-oreille. C'est une stratégie d'ambassadeur·rice·s qui va de pair avec l'interdiction de prendre le lieu en photo, comme l'explique Fary en interview : « J'aimerais que le lieu aille à contre-courant de l'époque dans laquelle on est. Revenir au bouche-à-oreille, si tu n'y es pas allé, tu ne peux pas le voir. »[266]. Cette volonté est dans la même logique que la préservation de l'aura de *Rendez-vous*, où on va préférer le récit plutôt que la reproduction de l'œuvre. Le récit d'expérience des personnes qui ont vécu cette aura est ainsi mise en avant dans une série de *stories* Instagram nommées « 1 MOT »[267]. On voit que celles sélectionnées par

---

[258] LIPOVETSKY Gilles et SERROY Jean, L'esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artiste, Gallimard, Paris, 2013.
[259] LIPOVETSKY Gilles et SERROY Jean, L'esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artiste, Gallimard, Paris, 2013.
[260] Cf. Annexe n°3 : Entretien avec Jennifer Soussan.
[261] Cf. Annexe n°5 : Site Internet. Bas de Page.
[262] Cf. Annexe n°6 : Compte Instagram. *Feed 1*.
[263] Cf. Annexe n°6 : Compte Instagram. *Feed 1, Feed 2, Feed 3, Feed 4, Feed 5, Feed 6, Feed 7.*
[264] Cf. Annexe n°6 : Compte Instagram. *Story roman Fraysinnet.*
[265] Cf. Annexe n°7 : Page Facebook. *Photos Ombres d'artistes.*
[266] Cf. Annexe n°9 : Articles de presse. HYPEBEAST – *« UN COMEDY CLUB D'UN NOUVEAU GENRE À PARIS ».*
[267] Cf. Annexe n°6 : Compte Instagram. *Story 1 MOT – Principe.*

l'institution mentionnent souvent l'art[268] ; une d'entre elles décrit l'aura de l'œuvre avec une poésie toute particulière : « un cocon hors du temps »[269].

Ainsi, la communication du Madame Sarfati respecte une ligne éditoriale très stricte pour respecter la beauté du lieu et elle s'interdit la prolifération d'opérations promotionnelles pour préférer la mise en scène des récits des personnes qui ont vécu l'aura de l'œuvre.

B. Le Madame Sarfati campagne pour faire reconnaitre le stand-up comme un art et le promouvoir auprès du grand public

En passant en revue les caractéristiques du stand-up et les principes définitionnels de l'art à travers certaines prises de positions, nous déterminerons en quoi le stand-up est un art. Le Madame Sarfati dans sa direction artistique et sa communication se positionne fortement en promoteur de stand-up comme un art auprès du grand public.

a) Travail d'écriture et illusion de spontanéité

La première critique qui mènerait à penser que le stand-up n'est pas un art porte sur l'impression que le stand-up n'est pas rigoureux dans son écriture. L'humoriste, auteure et metteuse en scène Muriel Robin formule cette critique quand le journal Le Parisien lui demande ce qu'elle pense de la scène de l'humour contemporain : « Ça manque d'écriture, le stand-up n'est pas un art pour moi, si toutefois le one man show en est un… C'est le règne de la vanne et moi ça m'ennuie. »[270]. Muriel Robin considère que le stand-up et éventuellement le one wo·man show (qu'elle pratique) contemporains ne sont pas de l'art car ils « manque[nt] d'écriture ». L'une des spécificités du stand-up est, en effet, qu'il donne une illusion de spontanéité, qui peut donner l'impression de ce « manque d'écriture ». Les stand-upper·use·s essayent en général de gommer le plus possible l'effet « écrit », afin d'écrire et interpréter leur texte de manière la plus réaliste possible. Fary dit, à ce propos, en interview : « ça devrait être évident que le stand-up, c'est de l'art. Dans cette catégorie de l'humour on essaie d'être le plus naturel possible, et les gens ne voient pas là-dedans le côté créatif. ». Pourtant, la naturalité, l'impression de « manque d'écriture », la spontanéité sont le résultat d'un long travail d'écriture et de réécriture, mais aussi d'écoute. Mais le stand-up est pris à son propre jeu de recherche de la spontanéité : la réécriture pour effacer les formules de « l'écrit » est si efficace que certain·e·s, dont Muriel Robin, croient faussement qu'il n'y a pas d'écriture du tout.

Ainsi, le·a stand-upper·use doit, à vrai dire, effectuer deux travaux d'écriture, parfois faits simultanément : 1) écrire des vannes et 2) effacer les traces de cette écriture pour trouver la manière la plus « naturelle » de l'interpréter. Les *comedy clubs* sont justement les laboratoires où ils et elles viennent tester ce travail d'écriture/effacement. Jennifer Soussan raconte avec émerveillement ce travail minutieux qu'elle voit tous les soirs se développer sous ses yeux :

> « On ne s'en lasse jamais parce que ce n'est jamais pareil. Ça a beau être la même phrase, c'est jamais la même *même* phrase, parce que l'intonation va varier, le *timining* va varier, parfois il va mettre un silence, l'autre fois il va pas mettre le silence… et nous on croit que c'est au piff, mais non ! c'est *ça* justement qu'ils sont en train de tester, c'est de : 'comment je parle, comment je vais dire cette phrase, et à quel

[268] Cf. Annexe n°6 : Compte Instagram. *Story 1 MOT – Art.*
[269] Cf. Annexe n°6 : Compte Instagram. *Story 1 MOT – Cocon.*
[270] MERLE Sylvain, « Muriel Robin : « Il y a tellement de daubes sur les écrans » », *Le Parisien*, mis en ligne le 23/06/2019.

moment, et est-ce que je laisse un silence ou pas ?'. C'est *là* qu'un humoriste est fort, c'est qu'on croit que c'est facile. On s'dit 'bah j'pourrais l'faire, moi aussi j'fais rire mes potes.' Mais c'est parce qu'il est très très fort que tu crois que c'est facile, parce qu'ils arrivent à faire cette illusion, donc c'est vraiment de l'Art. […] Et y'a un travail énorme derrière, c'est pas 'il fait des vannes parce qu'il est drôle', non. […] Ils ont leur petit carnet et ils bossent et ils bossent et ils bossent, donc c'est de l'art. »[271]

Jennifer Soussan va jusqu'à dire que l'une des raisons pour lesquelles le stand-up est de l'art est justement cette illusion de spontanéité. Tout comme le·a comédien·ne de théâtre veut nous faire croire qu'il ou elle *est* un certain personnage, le·a stand-upper·use veut nous faire croire qu'il ou elle parle de manière spontanée et naturelle. Il faut bien entendu remettre en question ces notions de « naturel » et « spontané ». Mais le simple fait que les stand-upper·use·s doivent passer par un travail d'observation quasi-ethnographique, puis un travail d'écriture et d'interprétation prouve en quoi la naturalité de la parole est un construit.

L'une des raisons pour lesquelles on pense que le stand-up ne nécessite pas de travail est qu'il s'agit d'une pratique trop récente et trop peu répandue en France pour être accompagnée d'un imaginaire de ce travail. Fary, en comparant le stand-up et le cirque, évoque ce manque d'imaginaire : « Mais tu vois tout de suite au cirque que le type il est en train de manipuler des couteaux et que moi je ne le ferais pas. Sauf que là, y'a juste un mec qui parle donc tu *n'imagines* pas la création, la prise de risque. » Le stand-up, malgré les apparences, est beaucoup plus qu'un « mec[272] qui parle ». On voit directement le travail d'une jongleuse, par exemple, dans la dextérité et l'adresse qu'elle démontre, ainsi on s'imagine les heures de répétition nécessaires pour qu'elle maîtrise ces mouvements et nous fasse croire qu'ils sont aisés. Dès lors, un imaginaire du travail de la jongleuse est créé ou il a été créé auparavant via d'autres représentations. Or, il n'y a pas encore en France d'imaginaire social autour du travail du stand-up. Comment un·e stand-upper·use travaille-t-il ou elle ? Pour rester sur l'humour, on peut imaginer une répétition de théâtre, mais c'est un exercice plus difficile quand il s'agit de stand-up ou de one wo·man show. C'est aussi cet imaginaire social que le Madame Sarfati veut créer et dont parle Jennifer Soussan avec le « petit carnet »[273].

Prenons un exemple de ce travail d'écriture[274] dont parle Jennifer Soussan. Voici un court extrait du passage de Roman Frayssinet :

> « Vous avez senti ce moment-là où tes peurs elles sont différentes, où t'as des peurs d'adulte ? T'vois en fait ça c'est les peurs *concrètes*, les peurs d'adulte. Parce que quand t'es enfant t'as peur, mais souvent t'as peur de choses qui n'existent pas, donc c'est gérable. J'vais t'faire un exemple, c'est par exemple y'a des gens ils vivent à Paris ils ont peur des requins, mais d'où tu vas croiser un requin toi ? [R]
> {voie aigüe et paniquée} |J'ai peur des requins| Tu vis à *Bagnolet* Julie, [R]
> <u>on va tous s'en sortir.</u> »[275]

Roman Frayssinet inscrit cette blague dans l'ensemble de son passage qui retrace chronologiquement un chemin de vie de l'enfance à l'âge adulte et traite ici du sujet des peurs. Il commence par une interrogation adressée au

---

[271] Cf. Annexe n°3 : Entretien avec Jennifer Soussan.
[272] On regrettera d'ailleurs qu'il s'agisse trop souvent effectivement d'un « mec ».
[273] Cf. Annexe n°3 : Entretien avec Jennifer Soussan.
[274] Bien entendu, je ne pourrais rendre que partiellement le travail d'interprétation (prosodie, intonation, gestuelle, ton de la voix, posture…) qui constitue aussi une réécriture constante et fait partie du *test**. Aussi, puisque je n'ai capté qu'une soirée, je ne pourrais pas faire de comparaison de l'évolution de l'écriture. Nous n'avons accès qu'à une étape du processus d'écriture.
[275] Cf. Annexe n°1 : Retranscription d'une session au Madame Sarfati. *Roman Fraysinnet.*

public, formulée à la deuxième personne du singulier, pour l'impliquer émotionnellement dans le récit qui va suivre. Le choix du « tu » s'il peut paraître étrange n'est pas un « manque d'écriture », mais plutôt un très bon moyen pour instaurer un régime conversationnel entre le·a stand-upper·use et le public. Le « vous » met une distance par l'instauration d'une certaine politesse et rappelle la multiplicité du public, alors que le tutoiement donne une impression de proximité et unifie le public. Mais si Roman Frayssinet donne l'impression qu'il parle à un ami, ce n'est pas parce qu'il n'a pas fait le travail d'écriture nécessaire pour l'adapter à la scène, c'est justement l'effet vers lequel il tend. Il réutilise ce ressors dans la *punch line** « mais d'où tu vas croiser un requin toi ? »[276]. Le rajout du « toi » final permet de finir la *punch line** sur un son dental qui rend la punch line plus incisive, comme l'explique Gary Dean[277]. Après avoir récolté son premier rire, le stand-upper va donner une incarnation à sa *punch line** en rejouant une situation qui l'illustre, et cela simplement en prenant une voix aigüe et en apposant le commentaire « Tu vis à *Bagnolet* Julie »[278], c'est ce qu'on appelle une *tag line* [279]. Il récolte un deuxième rire sur la même idée, toujours en utilisant le « tu ». Remarquons avec quelle vitesse une situation est créée, presque du nulle part, et comment des imaginaires sont projetés en très peu de mots : « Bagnolet » est une ville bien loin des requins, donner le nom de Julie au personnage lui donne une vraie existence, surtout si on associe sa voix au personnage. L'équilibre de cette *punch line** est très étudié, si bien qu'une simple interversion des deux idées la déstructurerait : je doute que la *punch line** « Même mon amie Julie qui vit à *Bagnolet* dit : {voie aigüe et paniquée} |J'ai peur des requins| » récolte beaucoup de rires. Ainsi, le stand-up relève d'un travail d'écriture sur la musicalité, la structure, la relation avec le public, la suggestion d'imaginaires, le rythme et la création de personnages.

Justement, la critique de Muriel Robin porte justement sur cette structure d'écriture propre au stand-up : « La vanne ne m'intéresse pas, c'est une anecdote et on fait des spectacles d'anecdotes mises bout à bout. »[280]. Elle critique son aspect fractionnaire, aphoristique. Mais ces deux critiques sont en contradiction : elle reproche, d'une part, que le stand-up manque d'écriture et, de l'autre, qu'il est écrit sous forme de vannes, forme qui nécessite beaucoup d'écriture. En effet, comme nous l'avons vu dans l'exemple précédent, le stand-up respecte une structure plutôt stricte composée de successions de *bits** formés par des prémisses*, puis des *punch lines** et entrecoupés par des transitions*[281]. C'est aussi le sens de sa critique : « C'est le règne de la vanne et moi ça m'ennuie. La vanne ça ne m'intéresse pas. »[282]. Muriel Robin est plus habituée à interpréter des seules en scène ou des one woman shows, ainsi son référentiel de mesure est le sketch et non les formes plus courtes que sont la vanne ou le *bit**. Rien n'indique cependant que la structure fragmentée d'une œuvre ou la juxtaposition d'éléments apparemment hétéroclites en fasse un objet de moindre valeur artistique, tant qu'ils forment un « tout microscopique signifiant un tout macroscopique. ». On pensera pour s'en convaincre aux collages surréalistes de morceaux de journaux réalisés par Dali ou Francis Picabia dans les années 1920, par exemple.

Muriel Robin critique aussi le sujet de l'écriture du stand-up, le quotidien : « La vanne ne m'intéresse pas, c'est une anecdote et on fait des spectacles d'anecdotes mises bout à bout. »[283]. Rien ne prouve que la beauté ou

---

[276] Cf. Annexe n°1 : Retranscription d'une session au Madame Sarfati. *Roman Fraysinnet.*
[277] DEAN, Gary. *Step by step to Stand-up Comedy*, Los Angeles, (2000)
[278] Cf. Annexe n°1 : Retranscription d'une session au Madame Sarfati. *Roman Fraysinnet.*
[279] DEAN, Gary. *Step by step to Stand-up Comedy*, Los Angeles, (2000)
[280] MERLE Sylvain, « Muriel Robin : « Il y a tellement de daubes sur les écrans » », *Le Parisien*, mis en ligne le 23/06/2019.
[281] Je n'ai pu en faire qu'un résumé succinct. En réalité, la structure de l'écriture d'un *set** de stand-up est plus complexe.
[282] MERLE Sylvain, « Muriel Robin : « Il y a tellement de daubes sur les écrans » », *Le Parisien*, mis en ligne le 23/06/2019.
[283] MERLE Sylvain, « Muriel Robin : « Il y a tellement de daubes sur les écrans » », *Le Parisien*, mis en ligne le 23/06/2019.

l'humour ne puissent se trouver dans le langage du quotidien, dans des anecdotes. C'est d'ailleurs grâce à des anecdotes (L'addition, la réunion de chantier…) que Muriel Robin fait rire et crée des moments d'émotion. Ce serait réserver l'art à certain sujet et le contraindre à ne parler que de l'extraordinaire.

b) « Usiner de la blague » ou passer un message ? la question de l'interprétation

Le stand-up est-il toujours de l'art si on considère que son seul but est de faire rire un public ? Si l'effet recherché du stand-up est unique et qu'il s'inscrit dans une mécanique, ne s'agit-il pas là plus d'une technique que d'un art ? C'est la critique formulée par Louis Dubourg, un des trois MC du Madame Sarfati ; critique qui nous prouve que la question du statut de l'artistique du stand-up ne fait pas consensus parmi les stand-upper·use·s, même pas parmi celles et ceux qui jouent au Madame Sarfati. Louis Dubourg se refuse à dire que le stand-up est un art parce que son but en tant que stand-upper est d'abord de causer une réaction physique : le rire. Il préfère qualifier le stand-up de discipline :

> « Y'a des gens qui élèvent [le Stand-up] au rang d'art et à la base pour moi non. Pour moi à la base c'est une *discipline* où tu dois- en plus c'est quasiment à l'opposé de l'art parce que tu dois usiner de la blague et usiner de la réaction. C'est-à-dire que tous les soirs tu ne dois pas chercher à émouvoir ou à créer des réactions ambigües, tu dois faire rire, point final. C'est quasiment antinomique, contraire à l'art dans le sens où tu n'as quasiment pas de droit à l'interprétation. C'est drôle ou ce n'est pas drôle quoi. Ça devrait être aussi binaire que ça (bon ça ne l'est pas).»[284]

Louis Dubourg a un idéal binaire et réactionnel du stand-up (qu'il avoue inatteignable), qui évince toute interprétation, ambiguïté, émotivité ; éléments qu'il alloue à l'art. Selon lui, le stand-upper cherche à créer une réponse automatique du rire, sans passer par ce qu'il nomme « l'interprétation », c'est-à-dire le temps dédié à la réflexion, à comprendre une vanne, à en dégager le message. Ainsi, pour lui, aucune aura n'est possible, aucun « tout macroscopique » n'est signifié, ou du moins ce n'est pas le rôle du ou de la stand-upper·use de s'en soucier.

Pourtant, le rire est lui-même une réponse émotionnelle complexe, comme il le concède lui-même. On ne peut donc opposer rire et émotion. Et s'il est possible de réduire le temps d'interprétation, il est impossible de retirer aux spectateur·rice·s la faculté ou, comme il le formule plus justement, le « droit à l'interprétation »[285]. Selon lui, pourtant, ce droit serait réservé à l'art, dont ne ferait pas partie le stand-up[286]. Derrière cette critique, Louis Dubourg semble déplorer un écueil néfaste que peut entrainer la démarche artistique dans le stand-up : oublier sa finalité qu'est le rire.

Une vision qui s'oppose à celle de Louis Dubourg sur la question de l'interprétation est celle que prône Sado Hassan Saed. Sa vision est fondée sur le fait que le stand-up est l'art de passer un message de manière drôle. Ainsi, le stand-up ne peut se résumer aux anecdotes racontées ou à la réaction du public, mais doit prendre en compte la signification du « tout macroscopique »[287], le message :

> « Le stand-up c'est faire passer un *message* sans te déguiser, sans faire un personnage. C'est faire passer un message en toute simplicité. Avec *ton* écriture, *ton* humour, *ta* manière d'écrire, *ton* énergie, *ta* musicalité. C'est propre à l'artiste. […] C'est un micro, une personne sur scène qui te véhicule un message

[284] Cf. Annexe n°2 : Entretien avec Louis Dubourg.
[285] Cf. Annexe n°2 : Entretien avec Louis Dubourg.
[286] Il concède cependant que certains stand-uppers américains ont réussi à faire du stand-up un art, et ce en faisant rire aux éclats leurs publics.
[287] VON KHALER Erich, *The Disintegration of Form in the Arts*, Editions George Braziller, New-York, 1968.

qui peut être positif comme négatif, qui peut être personnel comme impersonnel. Il faut juste que ce message-là soit *drôle*. »[288]

Dès lors, le·a stand-upper·use n'a pas seulement à faire rire ou réagir un public, mais aussi à faire passer un message, c'est-à-dire signifier quelque chose au-delà de l'humour. Ce message est libre de prendre toutes les formes (personnel, politique, philosophique, poétique…), mais il doit être accessible au public qui le déduit par l'interprétation. On pourrait même aller jusqu'à dire que le stand-up est toujours porteur d'un message, que l'anecdote signifie toujours plus qu'elle-même. La transmission d'un message ou propos n'est pas alors un devoir, mais un état de fait inhérent à la pratique du stand-up, et les stand-upper·use·s doivent veiller à avoir conscience du message qu'ils et elles véhiculent.

En définitive, on voit comment l'approche réactionnelle de Louis Dubourg et celle de Sado Hassan Saed centrée sur le message sont complémentaires. Elles inscrivent le stand-up dans une « supra-rationalité » en postulant que, d'un côté, le stand-up ne se résume pas à une technique rationnelle dont le but est la réponse par le rire, et de l'autre qu'il ne peut se résumer à l'interprétation rationnelle qu'on en fait en éludant la réaction émotive qu'est le rire. Ainsi, l'interprétation est possible, mais le stand-up ne saurait se résumer au fait de passer un message ; faire réagir le public par le rire est nécessaire, mais le stand-up ne saurait s'y résumer, car chaque set* porte un message et on ne peut retirer au public le droit à l'interprétation.

c) Stand-up et interaction : distinction avec le one wo·man show

L'interaction* est aussi un point de débat sur le statut artistique du stand-up. Selon Sado Hassan Saed, le niveau d'interaction* définirait le statut artistique du genre d'humour. Le stand-up serait plus artistique que le one wo·man show, parce que le degré d'interaction* est supérieur dans ce dernier : « Dans tout l'humour, le stand-up est plus considéré comme un art parce qu'il n'y a pas vraiment beaucoup d'interactions. /Pourtant il y en a plus qu'au théâtre/ Bien sûr mais rapport au one man [show], il y en a moins. ». En quoi l'interaction serait moins artistique que les parties non interactionnelles ? L'interaction improvisée permet moins bien la simple adresse au public sans interaction de faire passer le message du ou de la stand-upper·use, qui est central dans la conception du stand-up de Sado Hassan Saed :

> « Quand tu commences à faire beaucoup d'interactions tu es plus dans un show, mais tu fais tes blagues en fonction de ce que le public t'a dit. Ils te disent 'moi je suis un complotiste' alors que moi de base je ne voulais pas parler de complotisme. C'est là où l'interaction devient problématique pour l'artiste, parce qu'il fait en fonction de ce que le public lui a dit. Il ne faut pas faire en fonction de ce qu'un public t'a dit, il faut faire en fonction de ce que toi tu voulais dire aujourd'hui. »

L'interaction* peut mener le·a stand-upper·use à parler de sujet qu'il ou elle ne voulait pas aborder à l'origine, et donc improviser des blagues qui n'ont pas été écrites au préalable. Et comme l'écriture du stand-up est très rigoureuse, l'improvisation est un exercice périlleux. Au-delà de cette considération sur la réaction du public, l'improvisation peut faire dériver le·a stand-upper·use du message, du propos qu'il ou elle voulait véhiculer. Voilà pourquoi Sado Hassan Saed et Fary interdisent aux MC de faire beaucoup d'interactions* : « Y'a des artistes qui adorent quand le MC fait des interactions, mais c'est moi qui l'interdis, parce que j'habitue la salle et le lieu à comprendre ce que c'est du pur stand-up et qu'il n'y a pas beaucoup d'interactions -et Fary aussi, on interdit tous les deux. » Ils jugent que l'interaction comme une pratique moins artistique et plus propre au one wo·man show.

[288] Cf. Annexe n°3 : Entretien avec Sado Hassan Saed.

Pourtant, il existe du stand-up avec beaucoup d'interactions*. C'est une pratique instituée dans le stand-up américain nommée "*spritzing*[289]" qui permet de créer des vrais moments d'humour : "Few things bind the comic and the crowd more closely than *the funny things they find together*. That's the power of spritzing.[290]"[291]. En plus de pousser à bout l'aspect dialogique du stand-up, l'interaction* implique le public dans la performance, ce qui peut faciliter le rire. Certain·e·s stand-upper·use·s fondent leur humour sur l'interaction. On prendra comme exemple Kheiron qui interprète un spectacle nommé *60 minutes avec Kheiron* où il fait essentiellement des jeux avec le public avec lequel il est en constante interaction. Son spectacle reste du stand-up, il n'utilise pas de décor, de costume ou de création de personnage. Kheiron fait d'ailleurs partie des stand-upper·use·s qui jouent au Madame Sarfati. Il peut donc y avoir beaucoup d'interactions* dans un spectacle de stand-up. De plus, il est assez étrange de ranger l'interaction plus du côté du one wo·man show étant donné que ce dernier est fondé sur la création de personnages qui sont pris dans une situation. Le one wo·man show va dresser un quatrième mur qu'il ne cassera que rarement en allant dans l'interaction*. Ainsi, on ne peut pas dire que l'interaction soit un facteur déterminant pour différencier le stand-up du one wo·man show.

À propos de la dimension artistique de l'interaction*, on peut comprendre que dans une vision du stand-up centrée sur le « message » on puisse considérer l'interaction comme une nuisance. Cependant, l'interaction* et l'improvisation n'ont pas en soi une moindre valeur artistique, à partir du moment où elles sont portées par une vision et qu'elles se fondent sur un travail d'écriture, ou en l'occurrence de co-écriture. La *comedia del arte*, par exemple, est un art de la scène canonique qui laisse beaucoup de place à l'improvisation. On pourrait même dire que la réduction de l'interaction vide le passage de stand-up de son aura qui se trouve dans l'ici et maintenant de la performance.

Ainsi, l'interaction ne peut être rangée plutôt du côté du one wo·man show que du stand-up et ne constitue pas une pratique moins artistique en soi. Cependant, dans la conception du stand-up fondée sur le « message », elle est perçue par Sado Hassan Saed et Fary comme de moindre valeur artistique.

d) Education et influence : « Parlerez-vous stand-up ? »[292]

Selon la conception qu'a Marcel Mauss de l'art, pour que le stand-up soit de l'art, il faut qu'il soit reconnu comme tel par un groupe. C'est en cela que la remarque de Muriel Robin, qui a beaucoup d'influence en tant que personnage publique, met vraiment en péril le statut artistique du stand-up. Fary regrette ce commentaire : « On a des icônes de l'humour comme Murielle Robin qui osent dire que le stand-up n'est pas de l'art. Je crois qu'elle s'est reprise après, mais quelqu'un d'aussi immense dans l'humour en France, quand elle dit ça elle vient écraser des fourmis. »[293]. Cela inscrit la définition du stand-up comme art dans un rapport de force entre sous-genre de l'humour. Derrière ces questions qui peuvent sembler abstraites de définition du stand-up se joue des vrais enjeux de pouvoir et des intérêts économiques. Voilà pourquoi l'ambition du Madame Sarfati de faire reconnaître le stand-up comme un art commence par éduquer les publics à différencier le stand-up du one wo·man show. Sado Hassan Saed décrit ainsi ce travail d'éducation :

---

[289] Traduction personnelle : « pulvérisation ». C'est une métaphore qui symbolise le fait le·a stand-upper·use s'adresse à plusieurs membres du public individuellement et de manière sporadique.
[290] Traduction personnelle : « Peu de choses lient plus étroitement le comique et la foule que les choses drôles qu'ils trouvent ensemble. C'est le pouvoir de la pulvérisation. »
[291] SANKEY, Jay, *Zen and the Art of Stand-Up Comedy*, Routledge, Abingdon-on-Thames, 1998.
[292] Cf. Annexe n°6 : Compte Instagram. *Feed 4*.
[293] Cf. Annexe n°9 : Articles de presse. *HYPEBEAST – « UN COMEDY CLUB D'UN NOUVEAU GENRE À PARIS »*

> « Les gens viennent nous poser la question ‘mais c’est quoi la différence avec le stand-up ?’ et y’en a qui sont déjà au courant, mais d’autres moins et on les habitue. Et quand je te dis ‘on les habitue’, au Paname tu as aussi du stand-up, mais là on les habitue à ne pas avoir cette interaction et à comprendre ce que l’artiste veut nous faire passer et comment ils essayent de nous le faire passer, d’où le fait qu’il y ait vraiment un micro filaire, rien sur la scène (tu as vu il n’y a même pas marqué Madame Sarfati ou quoi que ce soit), pas de vidéo, pas de photo. Tu viens voir ce qu’il faut voir. Avec le peu que tu as, tu vas faire ta propre interprétation. Y’a rien autour, y’a juste la beauté du lieu. Un tabouret en bois, un micro filaire, l’artiste et c’est tout. »

On voit en quoi cette éducation au stand-up se fait contre le Paname Art Café et contre le one wo·man show, ici mentionné à travers l’interaction*. Le but est d’habituer le public au stand-up, plus précisément au « pur stand-up », c’est-à-dire au stand-up avec moins d’interaction. En même temps d’éduquer son public sur ce qu’est le stand-up, le Madame Sarfati fait un travail d’influence pour promouvoir le « pur stand-up » qu’il défend.

Le but du Madame Sarfati est l’élargissement de ce groupe qui considère que le stand-up est de l’art, et cela passe non seulement par l’exemple que constitue la programmation, mais aussi par un travail d’influence. Pour cela, Sado Hassan Saed invite des personnalités influentes de la presse, de la culture, de l’humour et d’autres domaines parce qu’elle sait que leur avis sera entendu. Elle a invité par exemple la chroniqueuse Agathe Auproux, des personnalités de la culture comme Aya Nakamura, Big Flo et Oli, Grand Corps Malade, ou encore Lilian Thuram.

Ainsi, le Madame Sarfati éduque son public et influence la sphère publique pour promouvoir la vision qu’elle a du stand-up à l’encontre des *comedy clubs* concurrents et d’autres visions du stand-up.

CONCLUSION

Nous avons mené cette réflexion pour déterminer comment le Madame Sarfati professionnalise le stand-up en le rationalisant avec des techniques marketing et en appuyant une certaine vision artistique du stand-up. Passons en revue les hypothèses formulées et voyons si elles se trouvent validées ou non.

a) Hypothèse 1 : En quoi le stand-up du Madame Sarfati est-il un processus de communication interactif aux prises d'une surveillance marketing ?

Le stand-up est un échange bijectif de signes verbaux et non-verbaux entre un·e stand-upper·use qui fait un *set** et un public qui réagit, majoritairement mais pas exclusivement, par le rire. Mais ce qui en fait un processus de communication est, d'un côté, le code qui structure le langage du stand-up (le rythme *prémisse*/punch line** qui crée la surprise dans le dévoilement d'une interprétation inattendue) et, de l'autre, le contexte du *comedy club*, institution qui crée une proximité presque intime entre le public et le·a stand-upper·use et institue les attentes du rire. Le stand-up n'est que partiellement interactif, car un·e stand-upper·use peut choisir de plus ou moins interagir avec un public (c'est-à-dire laisser l'opportunité de s'exprimer verbalement et de lui répondre), mais il est profondément dialogique car il est toujours adressé à un public, théoriquement en performance continue, dont il faut considérer les réactions. Cette interaction est supervisée par le·a maître·sse de cérémonie, dont le rôle est de jauger la volonté à interagir, puis poser des règles d'interactions (édictées par la direction artistique), et enfin donner un exemple de passage avec, puis sans interaction, tout cela afin de négocier avec le public une interaction saine.

Ce processus de communication est inscrit dans une surveillance marketing d'abord parce que le·a stand-upper·use surveille la réaction du public dans une discipline du rire : il tente de changer le comportement du public pour le faire rire dans une démarche d'itération/observation/correction, analogue à l'*AB testing*. En retour, le rire du public, qui surveille lui-aussi les stand-upper·use·s, permet la continuation du set*, il est la marque que le contrat économique est bien rempli. Ces logiques de surveillance marketing sont communes à tous les *comedy clubs*, mais au Madame Sarfati s'ajoute celle de la directrice artistique qui surveille toutes les sessions pour s'assurer que les stand-upper·use·s remplissent leur contrat de prestation et font rire le public, ce dont elle rend compte à Fary. En tant que directrice artistique elle vielle aussi à ce que les prestations respectent la ligne de programmation, et elle corrige certaines prestations, notamment celles des artistes qu'elle produit. Enfin, le dernier type de surveillance marketing est celui effectué par la gérante Jennifer Soussan qui veille à ce que le corps des serveuses ne dérange pas le spectacle, visuellement ou auditivement. À cet effet, la gérante fait respecter une discipline à ses serveuses qui vise à communiquer et servir les client·e·s en parlant et en se déplaçant le moins possible.

Ainsi, cette hypothèse est validée, mais je souhaite apporter une nuance sur la surveillance : je concède qu'il s'agit plutôt d'un prisme de lecture qu'une réalité vécue et/ou revendiquée comme telle par les acteur·rice·s et les sujet·te·s de cette surveillance. Un entretien avec une des serveuses du Madame Sarfati aurait été intéressant à cet égard.

b) Hypothèse 2 : Comment la sélection des stand-upper·use·s professionnel·le·s opérée par le Madame Sarfati professionnalise-t-elle le stand-up ?

Tout d'abord, la sélection systématique des stand-upper·use opérée par le Madame Sarfati est unique dans l'environnement des *comedy clubs,* ces bars et/ou restaurants organisés pour pratiquer exclusivement du one wo·man show et du stand-up, et notamment tester* son matériel*. Le statut de professionnel n'est pas fixé précisément par des institutions ou des auteur·e·s, mais il relève autant de compétences propres au stand-up (faire rire un public avec un set*), que de compétences en stratégie, communication, promotion, d'une éthique professionnelle et d'un travail sur soi. Au Madame Sarfati la sélection des professionnel·le·s est opérée par Sado Hassan Saed lors de la composition des sessions. La directrice artistique sélectionne parmi les humoristes professionnel·le·s confirmé·e·s, celles et ceux qui ont un 15 minutes* qui récoltent de nombreux rires, ainsi qu'un spectacle d'une heure. Elle retient parmi ces stand-upper·use·s ceux et celles dont le style correspond à ses critères du « pur stand-up ». De plus, la communication du Madame Sarfati, qui n'expose pas avec autant de détails ses critères de sélection, met en scène une opposition entre le stand-up professionnel et celui amateur, ce qui lui sert d'argument marketing pour se différencier des autres *comedy clubs*.

En effet, les *comedy clubs* sont en compétition en ce qu'ils tentent d'attirer le plus de public dans leurs sessions plutôt que dans celles des *comedy clubs* concurrents, ce qui a mené, du moins dans le passé, à des pratiques d'exclusivité (qui précarise les stand-upper·use·s). Cependant, Sado Hassan Saed coopère avec les autres programmateur·rice·s : elle accepte d'adapter sa programmation pour permettre aux stand-upper·use·s de jouer dans un autre *comedy club* le même soir. Si le Madame Sarfati ambitionne par-là de professionnaliser le milieu du stand-up, on ne peut pas dire que la sélection qu'il opère en soit la raison. En revanche, en réponse à un contexte où les stand-upper·use·s ne signaient souvent pas de contrat avec les *comedy clubs* et où ils et elles étaient précarisé·e·s par le paiement par participation aux frais, le Madame Sarfati régularise l'écosystème du stand-up en imposant des normes de fait : toutes ses sessions sont payantes dès l'entrée, ce qui permet de payer les stand-upper·use·s au cachet et de signer un contrat, leur permettant de cotiser pour le statut d'intermittent·e. Le Madame Sarfati est aussi dans une standardisation des formats de session, au sein d'une offre très diversifiée, et dans le refus des rajouts pour garantir un temps de test* stable à ses professionnel·le·s.

Ainsi, on doit invalider cette hypothèse. Si les deux propositions sont avérées (une sélection a lieu et le stand-up est professionnalisé), le lien de causalité n'est pas valide : ce n'est pas la sélection qui professionnalise le stand-up. Au contraire, elle pourrait être un facteur nuisible sur l'écosystème du stand-up, car (et ce n'est sûrement pas le but du Madame Sarfati) la normalisation des conditions de travail pour les meilleur·e·s stand-upper·use·s risque de précariser encore plus les autres *comedy clubs* et lieux de stand-up qui perdront en part de marché. À terme, cela risque de créer un marché à deux vitesses qui favorise seulement les 30 meilleur·e·s stand-upper·use·s aux dépends des autres, renforçant par-là même la loi de Pareto à laquelle est déjà assujetti le marché du stand-up selon laquelle « la distribution de l'estime et des gains concentre sur 20% des individus 80% de la réussite »[294]. Cependant, il ne s'agit là que de projections.

[294] MENGER Pierre-Michel, *Être Artiste : Œuvrer dans l'incertitude*, Cahiers du Midi, Bruxelles, 2012.

Est aussi à nuancer le « purisme » du stand-up par la ligne de programmation et les sessions standardisées. Sado Hassan Saed programme des humoristes très diversifiés et qui sont représentatifs du milieu. De plus, elle se livre dans un travail combinatoire remarquable que j'ai pu observer lors de mon entretien, qui consiste à organiser une session selon les différents styles des stand-upper·use·s programmé·e·s. Elle m'assure que la multiplicité des styles est remarquée par les publics, j'en suis le premier témoin.

c) Hypothèse 3 : En quoi le Madame Sarfati est-il un lieu d'art qui revendique que le stand-up est un art ?

Le Madame Sarfati est d'abord un lieu d'art (entendu comme la création d'une nouvelle réalité signifiant un « ailleurs ») en ce qu'il est organisé autour d'une installation artistique, *Rendez-vous*, dans laquelle se joue le stand-up, et qui dégage une aura au sens benjaminien du terme, que l'établissement souhaite conserver en interdisant les photographies. L'œuvre est mise en valeur par l'expérience consommateur·rice (lieu design, carte adaptée au contexte du stand-up et service discret) et la communication (ligne éditoriale très stricte pour respecter la beauté du lieu, stratégie du bouche-à-oreille pour préserver l'aura de l'œuvre).

Le Madame Sarfati revendique le statut artistique du stand-up, qui est pourtant remis en question par des humoristes et stand-upper·use·s. Bien que Muriel Robin lui reproche un manque d'écriture, le stand-up relève d'un travail d'écriture sur la musicalité, l'implication du public, la suggestion d'imaginaires, qui respecte une méthode stricte. Il s'agit en fait d'un travail double, à partir duquel le Madame Sarfati essaye de créer un imaginaire social : cette critique est due au fait que les stand-upper·use·s font un travail d'effacement des formes « écrites » pour donner l'impression de spontanéité. Celle-ci est présente dans l'interaction que Sado Hassan Saed associe au one wo·man show plus qu'au stand-up, ce qui n'est pas aussi évident à déterminer. Elle considère par-là que l'interaction est une pratique moins artistique en soi, défendant une conception du stand-up, qu'elle partage avec Fary, fondée sur le « message » que véhicule le·a stand-upper·use. Mais le stand-up ne saurait se résumer au propos qu'il véhicule, car il doit avant tout provoquer le rire chez les spectateur·rice·s ; objectif auquel il ne saurait pour autant se réduire. Enfin, pour éduquer son public sur ce qu'est le stand-up, promouvoir sa vision moins interactionnelle et centrée sur le message du stand-up, le Madame Sarfati opère un travail d'influence sur la sphère publique via une stratégie d'influence du milieu de l'humour et de célébrités.

Ainsi, cette hypothèse est validée. La difficulté de définir l'art rend la validation de cette hypothèse difficile, mais la démarche d'artification du Madame Sarfati est indubitable. On notera cependant qu'elle n'arrive pas à convaincre tous les membres du Madame Sarfati, par exemple Louis Dubourg. Il s'agit en effet plus d'un travail d'influence que d'argumentation : en effet, les personnes qui ont l'intime conviction que le stand-up n'est pas de l'art ne sont pas très nombreuses, le problème est surtout les personnes qui ne savent pas reconnaître le stand-up ou qui ne le connaissent pas. En cela, ma réflexion a peut-être péché par moment de par trop s'attarder sur la question du statut de l'art du stand-up au lieu d'étudier le travail d'influence du Madame Sarfati.

d) Limites de l'étude

Premièrement, si les différents *comedy clubs* ont été souvent comparés dans ce mémoire, je n'ai pu en étudier de près qu'un seul. Ainsi, pour pouvoir effectuer des comparaisons précises et raisonnées, il aurait fallu entreprendre une étude de terrain des six *comedy clubs* parisiens. Cela aurait pu mettre en lumière d'éventuelles différences

dans le style de programmation, de gestion et de conception du stand-up. Des entretiens poussés avec leurs programmateur·rice·s aurait pu affiner l'étude sur la coopétition entre ces institutions. Notamment, une question intéressante dans la gestion des *comedy clubs* est le rapport aux stand-uppeuses, ce qui correspond à une perspective de recherche.

Deuxièmement, j'ai conscience que le matériel récolté lors de la retranscription de la session du 8 juillet a été insuffisamment exploité. Une analyse plus poussée, qui exigeait un temps et un format qui ne sied pas au présent exercice, aurait pu apporter des perspectives nouvelles. Aussi, une étude diachronique qui aurait suivi plus précisément un·e stand-upper·use dans l'élaboration d'un *set** aurait pu mettre en lumière de manière plus évidente et précise le travail d'écriture au cœur du stand-up. En analysant plusieurs itérations d'un même test*, on pourrait observer ce travail d'observation et d'adaptation à la réaction du public qui compose cette réécriture. Cette étude plus précise et plus microscopique d'un·e stand-upper·use aurait pu déterminer la différence qui existe entre le personnage de stand-up et la personne qui fait du stand-up, élément qui est crucial dans sa distinction avec le one wo·man show (qui lui crée des personnages). Cette limite nous ouvre une deuxième perspective d'étude.

e) Perspective d'étude : La problématique de l'identité et du parler-vrai dans le stand-up

Si le stand-up revendique la parole spontanée, naturelle, sans artifice ni personnage, où se trouve la différence entre le personnage de stand-up et la personne qui fait du stand-up ? Il faudrait étudier la vie et l'œuvre de ces artistes qui mêlent le parler-vrai au parler-de-soi, de ce que Foucault appelle respectivement le *Pareisa* et le *hypomnémata*. Jusqu'où peut aller d'extimité[295], l'intimité mise en public ?

Il apparait que le stand-up incite à la réflexivité, la mise à distance de sa propre identité, et cela dans le but de faire rire. Pour s'en convaincre, on peut remarquer tous les stand-upper·use·s qui font des blagues sur leur apparence physique, leur appartenance communautaire, leur origine, leur enfance… Enfin, il faudrait voir si on peut dire des stand-upper·use·s ce que Phillipe Hert dit du clown :

> « Pour moi, le clown convoque une forme de réflexivité que n'a pas par exemple l'acteur. Dans le théâtre contemporain ou la danse contemporaine il y a un travail avec les émotions, leur apparition, leur circulation, qu'il s'agit par exemple de pouvoir re-convoquer dans une performance, mais en général (il y a des exceptions !) l'artiste sait ce qu'il va faire sur scène. Tandis que pour le clown, même s'il ne vient pas sur scène avec rien ni à partir de rien, et il a bien un jeu d'acteur, il utilise néanmoins également ce qui lui vient sur l'instant du public, de la scène, des objets, ou de ses états émotionnels et affectifs. »

Mais cette réflexivité, cette monstration de son intimité et de sa vulnérabilité n'est pas sans conséquence. Il faudrait en mesurer les dérives, mais il est déjà avéré que les stand-upper·use·s ont tendance à tomber en dépression[296].

f) Perspective d'étude : Les stand-uppeuses : le parcours des femmes dans le stand-up

Une internaute commente en dessous du reportage Brut sur le Madame Sarfati : « Ou sont les feeeeeemmes ? standupeuses montrez vous, mme Serfati cherche une femme à son mari ! »[297]. Cela mène à se poser la question

---

[295] TISSERON Serge, *L'intimité surexposée*, Ramsay, Paris, 2001.
[296] BERNSTEIN Mike, "Laughing Matters : Comedians Tackling Depression & Anxiety Makes Us Feel Seen", *Funny or die*, 2019. URL : https://www.youtube.com/watch?v=TBV-7_qGlr4&t=15m11s&ab_channel=SoulPancake
[297] Cf. Annexe n°7 : Compte Facebook. *Publication Brut 1.*

de la place de la femme dans le stand-up. Lors de mon entretien avec la directrice artistique, celle-ci a exprimé spontanément le même regret : « Et moi ce qui me désole c'est que ça manque beaucoup de femmes »[298].

Ce problème est lié à celui de l'identité et du parler-de-soi. Sado Hassan Saed remarque aussi que le regard qui est porté sur les stand-uppeuses lors de leurs performances peut être lourd et que ça rend leur métier difficile. Sado Hassan Saed prend ici l'exemple d'une stand-uppeuse et fait référence à demi-mots à une de ces routines qui a pour sujet les règles : « Tania Dutel a des passages très crus et dès qu'elle est sur scène elle se fait mal regarder. Alors qu'elle raconte des trucs vraiment essentiels, des choses essentielles à la femme. »[299]

Elle estime que ce manque de femmes vient du fait qu'elles n'adoptent pas une stratégie aussi volontaire et audacieuse que les stand-uppers, qu'elles n'osent pas : « Mais je sais pourquoi ça manque de femmes, c'est parce que les femmes se sentent un peu plus brimées et elles n'osent pas. Alors que les hommes osent. Je ne reçois aucun mail de femme, de jeune artiste [femme] qui veulent jouer au Sarfati. Mais si je dirais que ce n'est pas possible parce qu'elles ne sont pas confirmées et tout, elles osent moins. Par contre je reçois énormément de mail de jeunes artistes [hommes] qui veulent tester, mais osent. Et je pense que c'est ça le souci. Elles n'osent pas parce qu'elles pensent qu'elles n'ont pas leur place et parce qu'on ne leur a pas assez donné leur place aussi. »[300]. On ne peut cependant pas réduire la question du manque de femmes par le fait qu'elle 'n'oseraient pas'. J'ai pu recueillir certains témoignages de stand-uppeuses qui, loin de manquer d'audace, ne veulent simplement pas jouer au Madame Sarfati, car elles ne veulent pas revivre l'ambiance 'macho' qu'elles ont pu vivre au Paname Art Café, *comedy club* dans lequel jouaient beaucoup des stand-uppers programmés aujourd'hui au Madame Sarfati.

Néanmoins, face à ce constat du manque de femmes dans le stand-up, du plafond de verre pour les femmes et de la difficulté du regard sexiste ou objectivant porté sur elles, par le public et certains stand-uppers, la directrice artistique du Madame Sarfati dit favoriser la progression des stand-uppeuses françaises en les conseillant pour les accueillir un jour dans son comedy club. : « Contrairement au côté masculin, là je vais voir des jeunes artistes [femmes]. J'les conseille, je vais les voir, pour qu'elles deviennent des artistes confirmées et pour qu'on puisse les programmer au Sarfati. C'est vraiment mon plus grand malheur au Sarfati, parce que de base en artiste confirmé-e-s en femme j'ai Shirley [Souagnon], Marina Rollman, Tania [Dutel], Laura Domenge, Fadiliy [Camara], Doully, Blanche [Gardin] (qui n'est jamais passée) et Nora Hamzaoui. »[301]

En effet, l'élimination des femmes a lieu bien avant qu'elles puissent se produire dans des lieux comme le Madame Sarfati. Certains *comedy clubs* ou plateaux d'amateur·rice·s organisent des événements réservés aux stand-uppeuses (Montreuil comedy club, Paname Art Café, Madmoizelle…), elles atteignent beaucoup moins facilement les étapes suivantes. D'ailleurs d

ans la session à laquelle j'ai assisté, les cinq artistes étaient des hommes. Certes, la gérante et associée Jennifer Soussan et la directrice artistique sont des femmes, mais elles travaillent dans l'ombre et les personnalités qui sont associées au Madame Sarfati et qui sont médiatisées sont souvent des noms d'hommes : Fary, JR, Jean-Marc Dumontet, Diibry, Takao Shiraishi… Paradoxal pour *Madame Sarfati*…

[298] Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.
[299] Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.
[300] Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.
[301] Annexe n°4 : Entretien avec Sado Hassan Saed.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages généraux :

AUSTIN John Langshaw, *Quand dire, c'est faire*, trad. Gilles Lane, Le Seuil, Paris, 1970.

BARTHES Roland, *La chambre claire. Note sur la photographie*, Gallimard-Le Seuil, Paris, 1980.

BATESON Gregory, GOFFMAN Erwin, HALL Edward *et al*., *La nouvelle communication*, dir. Yves Winkin, Editions du Seuil, Paris 1981.

FOUCAULT Michel, *Surveiller et punir. Naissance de la prison*, Gallimard, Paris, 1975.

WEAVER Waren & SHANNON Claude Elwood, *The Mathematical Theory of Communication*, University of Illinois Press, Illinois, 1963.

TISSERON Serge, *L'intimité surexposée*, Ramsay, Paris, 2001.

Rire et Humour :

APTE Mahadev, *Humor and Laughter. An Anthropological Approach*, Cornell University Press, Ithaca et Londres, 1985.

BERGSON Henri, *Le Rire*, Félix Alcan, Paris, 1900.

CHABROL Claude, « Humour et médias », in *Questions de communication* [En ligne], n°10, 2006.

MACRURY Iain, "Humor as social dreaming: Stand-up comedy as therapeutic performance", in *Psychoanalysis Culture & Society*, n°17, 2012, p. 185 à 203.

MAINGUENEAU Dominique, « L'ironie », in *Dictionnaire d'analyse du discours*, dir. Patrick Charaudeau et Dominique Maingueneau, Le Seuil, Paris, 2002, p. 330.

PASQUERON DE FOMMERVAULT Inès, *Je ris donc je suis. Le rire et l'humour au carrefour de deux processus identitaires : socialisation et individuation*, mémoire de recherche en anthropologie sociale et ethnologie, Université d'Aix-Marseille, 2012.

PRIEGO-VALVERDE Béatrice, « L'Humour dans les interactions conversationnelles : jeux et enjeux », Thèse de Langage et Parole, Université d'Aix-Marseille, 1999.

PROVINE Robert & FISCHER Kenneth., "Laughing, Smiling, and Talking: Relation to Sleeping and Social Context in Humans", in *Ethology*, n°83, 1989, p.295 à 305.

QUEMENER Nelly, *Le pouvoir de l'humour : Politiques des représentations dans les médias en France*, Armand Colin, Paris, 2014.

VIOLAINE François, « Le spectacle du quotidien. Les monologues fumistes fin-de-siècle », in *Autour de Vallès*, n°48, dir. Marie-Astrid Charlier, "Ecrire le quotidien", 2018, p. 133 à 151.

Sur le Stand-up :

DE BALASY Etienne, *Le guide (presque) complet du (presque) parfait stand-up et one man show*, Cherche Midi, Paris, 2020.

BERU Laurent, « Des codes pour rire : Le cas de l'émission télévisée Jamel Comedy Club », in *Communication & langages*, n° 159, 2009, p. 43 à 55.

BRODIE Ian, "Stand-up Comedy as a Genre of Intimacy", in *Ethnologies*, vol. 30, n°2, 2008, p. 153 à 180.

BRODIE Ian, *A Vulgar Art, A New Approach to Stand-Up Comedy*, University Press of Mississippi. Jackson, 2014.

CHAUVIN Catherine, « Passer d'un thème à l'autre : construction de la cohésion / cohérence dans la stand-up comedy », in *Études de stylistique anglaise* [En ligne], N°7, 2014, p. 141 à 164.
DEAN Greg, *Step by step to Stand-up Comedy*, Heinemann Drama, Los Angeles, 2000.
DOUBLE Oliver, "The origin of the term 'stand-up comedy'", in *Comedy Studies*, n°8, 2017.
LAFONTAINE Thomas, *Le Stand-up comme espace de résistance et de transformation*, Mémoire de recherche en études littéraires, Université du Québec, Montréal, 2016.
LIMON John, *Stand-up Comedy in Theory or Abjection in America*, Duke University Press, Durham et Londres, 2000.
RUTTER Jason, *Stand-up as interaction performance and audience in comedy venues*, thèse de Sociologie, Université de Salford, 1997.
SANKEY Jay, *Zen and the Art of Stand-Up Comedy,* Routledge, Abingdon-on-Thames, 1998.
SCHWARZ Jeannine, *Linguistic Aspects of Verbal Humor in Stand-up Comedy*, thèse de linguistique, Université de la Sarre, 2010.
STEBBINS Robert, *The Laugh Makers. Stand-up comedy as art, Business, and Life Style*, McGill-Queen's University Press, London, 1990.
VILLENEUVE Lucie, « Le stand up comique : le rire à tout prix », in *Jeu*, n°55, 1990, p. 106 à 107.

Art et performance :

BENJAMIN Walter, « Petite histoire de la photographie » (1931), trad. André Gunthert, in *Études photographiques,* n° 1, 1996.
BENJAMIN Walter, *Paris, capitale du XIXe siècle : le livre des passages*, Allia, Paris, 1939.
DE MARINIS Marco, « Représentation, présence, performance : pour un dialogue entre nouvelle théâtrologie et « performance studies » », in *Performance et savoirs,* dir. André Helbo, Chapitre 3, 2011, p. 53 à 63.
DE TORO Fernando, « Performance : quelle performance ? », in *Performance et savoirs*, dir. André Helbo, Chapitre 4, 2011, p.65 à 102.
GOFFMAN Ervin, *The Presentation of Self in Everyday Life*, Doubleday, New York, 1959.
GOFFMAN Erwin, *Les cadres de l'expérience*, Editions de Minuit, Paris, 1991.
HINTIKKA Jaako, *L'intentionnalité et les mondes possibles*, trad. Nadine Lavand, Presses universitaires de Lille, Lille, 1989, page 148.
LIPOVETSKY Gilles et SERROY Jean, *L'esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artiste*, Gallimard, Paris, 2013.
MAUSS Marcel, *Manuel d'ethnographie*, Payot, Paris, 1947.
MENGER Pierre-Michel, *Être Artiste : Œuvrer dans l'incertitude*, Cahiers du Midi, Bruxelles, 2012.
MENGER Pierre-Michel, *Le Travail créateur. S'accomplir dans l'incertain*, Gallimard-Seuil, « Hautes études », Paris, 2009.
VON KHALER Erich, *The Disintegration of Form in the Arts*, Editions George Braziller, New-York, 1968.
WITTGENSTEIN Ludwig, *Recherches philosophiques*, trad. Françoise Dastur, Tel Gallimard, Paris, 1949.

Ouvrages méthodologiques :

ALBERT Piette, « Les détails de l'action », in *Enquête*, n°6, 1998, p. 109 à 128.

BONACCORSI Julia, « Chapitre 6 - Approches sémiologiques du web », in *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales*, dir. Barats Christine, Armand Colin, « U », Paris, 2013, p. 125 à 146.
HADDAD Raphaël, *Manuel d'écriture inclusive : faites progresser l'égalité femmes / hommes par votre manière d'écrire*, dir. Carline Baric, Mots-clés, Paris, 2016.
HERT, Philippe, « Le corps du savoir : qualifier le savoir incarné du terrain », in *Études de communication* [En ligne], n°42, 2014.
SOULE Bastien, « Observation participante ou participation observante ? Usages et justifications de la notion de participation observante en sciences sociales », in *Recherche qualitative*, vol. 27, n°1, 2007, p. 127 à 140.

Ouvrages professionnels :

AUBERT Rémi et BREBION Anthony, *Intégrer l'A/B testing à sa stratégie d'optimisation des conversions*, AB tasty (entreprise), 2014.
INSEE, *Nomenclature des professions et catégories socioprofessionnelle*, 3ème édition, Version du 21/11/2016, 2003.
LE ROY Frédéric et YAMI Saïd dir., *Stratégie de coopétition. Rivaliser et coopérer simultanément*, éditions De Boeck Université, Bruxelles, 2010.
PADULA G. & DAGNINO G.B, « *Untangling the rise of Coopetition* », in *International Studies of Management & Organization*, vol. 37, n°2, 2007, p. 32.

Articles de Presse :

Anonyme, "Night Club Reviews", *Variety,* 23/06/1948, p. 38.
B. Laura, « Le Barbès *Comedy Club*, la maison du stand-up signée Shirley Souagnon », *Sortir Paris.com*, mis en ligne le 14/10/2020.
B. Laura, « Le *Fridge* : Kev Adams ouvre son restaurant / bar / comedy club à paris », *Sortir Paris.com*, mis en ligne le 28 /09/2020.
BENKEMOUN Olivier, « Kev Adams inaugure le *Fridge*, son nouveau *comedy club* où « la diversité est le maître mot » », *CNEWS*, mis en ligne le 25/09/2020.
MERLE Sylvain, « Muriel Robin : « Il y a tellement de daubes sur les écrans » », *Le Parisien*, mis en ligne le 23/06/2019.

Sources audio et video :

BERNSTEIN Mike, "Laughing Matters : Comedians Tackling Depression & Anxiety Makes Us Feel Seen", *Funny or die*, 2019. URL : https://www.youtube.com/watch?v=TBV-7_qGlr4&t=15m11s&ab_channel=SoulPancake
FEDERMAN Wayne, *History of Stand-up*, (Podcast), 2017. URL : https://www.thehistoryofstandup.com/
YENTOB Alan, "The Art of Stand-up", *BBC*, 2011.

Sites Internet :

Wiktionnaire, « stand-upper », consulté le 05/10/2020. URL : https://fr.wiktionary.org/wiki/stand-upper
Site du Groupe de Recherches Interdisciplinaires sur les Processus d'Information et de Communication, onglet « Positionnement scientifique »,. URL : http://www.gripic.fr/page/positionnement-scientifique

ANNEXES

Annexe n°1 : Retranscription d'une session au Madame Sarfati 73

Ressenti : 73

Mode de retranscription : 75

Annexe n°5 : Site Internet 76

Annexe n°6 : Compte Instagram 80

Annexe n°7 : Page Facebook 92

Annexe n°8 : Objets imprimés 94

Annexe n°10 : Schémas 96

Annexe n°11 : Glossaire 99

Annexe n°1 : Retranscription d'une session au Madame Sarfati

Ressenti :

Ressenti global :

J'ai beaucoup ri, je me sens bien. Je suis fatigué par l'heure tardive. Le stress me prenait parce que j'étais dans un environnement avec beaucoup de gens connus et que ma posture n'était pas habituelle : je venais pour enquêter. Mais j'ai réussi à me détendre et rire de bon cœur. J'ai été émerveillé par la beauté de ce lieu que j'idéalise depuis longtemps et touché par la gentillesse des serveuses et autres employé·e·s. J'étais un peu gêné quand mon père parlait à Dubourg et posait des questions à ma place, prétendant qu'il voulait faire du Stand-up, malgré le fait que ces actions partaient d'une bonne intention.

Avant le spectacle :

Je suis allé chercher mon billet au guichet, mais j'aurais pu me contenter d'un billet électronique. J'étais accompagné par mon père qui est arrivé à acheter une place au guichet bien que la soirée soit affichée complète, notamment grâce à un coup de téléphone qu'il avait passé quelques heures auparavant à la responsable de billetterie. Celle-ci nous prévient que nous n'avons pas le droit aux photos et que la représentation commence dans 5 minutes, tout juste le temps pour moi de saluer une collègue de travail et Panayotis Pascot, et pour mon père de commander des cocktails au serveur.

En attendant que mon père arrive avec les cocktails, je m'insère dans la queue qui se forme rapidement, je présente mon billet au vigile en bas des escaliers qui le bipe et me prévient que je n'ai pas le droit de prendre « de photo, de vidéo ou de selfie ». Seulement quand les clients que je précède sont arrivés dans la salle ai-je pu monter les escaliers qui y mènent. Jennifer Soussan, que je n'avais pas encore rencontré, m'accueille et me dit que les photos sont interdites. Je lui dis que j'attends une personne et elle me demande si j'ai un « avoir ». Je lui dis ne pas comprendre sa question, et elle de me répondre « Si vous ne savez pas de quoi je parle, c'est que vous n'en avez pas ». À la suite de ça elle m'assoie à une table à la gauche de la scène au 2ème rang, juste en face de l'enceinte gauche, si bien que je vois la scène de côté à presque 90°.

Mon père arrive avec les cocktails, nous discutons. Deux annonces sonores sont faites pour rappeler l'interdiction de prendre des photos ou bien des vidéos. Alors que j'essaye de déchiffrer la carte une serveuse me fait de la lumière avec une lampe de poche pour que j'y vois mieux, je finis par ne rien commander. Elle nous quitte en nous disant qu'elle reste à notre service. Telle une salle de cinéma, pour annoncer le début du spectacle les lumières s'éteignent progressivement alors qu'une annonce est passée (depuis un micro dans les coulisses) pour rappeler l'interdiction de faire des photos et commencer à faire applaudir le public pour l'arrivée du MC.

Description de la salle :

Des rectangles de zinc ondulés cloués aux murs frappent tout de suite l'œil. Le plafond est bas, les murs resserrés et tous deux sont ondulés. Une lumière faible et jaune part de rares lampes discrètes accrochées aux murs. Entourée de deux chaises, chaque table (celles qu'on a l'habitude de voir en terrasse à Paris) a sa bougie et son menu. Elles sont placées à gauche, à droite et devant la scène, donnant un effet de public à 180°. La scène, de 3 à 4 mètres de large, est composée de fines planches de bois sombres formant un parquet qui remonte du sol sur le mur, formant derrière les stand-uppers des petites dents boisées. Sur scène se trouve un stand de micro noir, un micro Shure argenté et un tabouret noir en bois.

Durant le spectacle :

Les serveuses prenaient commande, demandaient si tout allait bien. Elles s'accroupissent pour parler au niveau des clients/spectateurs, afin de déranger visuellement et auditivement le moins possible le spectacle. Néanmoins, il est arrivé que le bruit des membres du publics qui commandent ait perturbé ma concentration ainsi que celles de mes voisins.

Après le spectacle :

La musique lounge a repris, nous sommes sortis de la salle, avons pris la carte de visite que nous tendait Pierre Thévenoux en bas des escaliers. Dehors se trouvaient les autres artistes Roman Fraysinnet, Rémi Boys et Louis Dubourg, auquel mon père est allé parler. Nous l'avons félicité, je lui ai demandé si c'était sa première scène depuis le déconfinement, il avait fait l'ouverture exceptionnelle le 22 juin. J'apprends qu'il compte devenir résident du Madame Sarfati et faire des scènes quasi-exclusivement dans ce *comedy club*. Roman Fraysinnet lui avait fait un check discret et s'était éclipsé durant la discussion. Mon père lui a demandé s'il avait un conseil à donner à un jeune stand-upper qui débute, sur quoi Dubourg demande à mon père s'il veut faire du stand-up. Mon père dit que oui, qu'il prépare un spectacle, Louis Dubourg lui conseille alors d'aller dans des scènes ouvertes disant que le Madame Sarfati est pour les « fins de parcours ». Il prend son contact sur son téléphone et Louis Dubourg s'empresse de rejoindre Rémi Boyes qui partait.

Mode de retranscription :

En ce qui concerne la retranscription des sets auxquels j'ai assisté, je reprends la méthode de notation développée par Ian Brodie[302] en la traduisant seulement en français et en la simplifiant :

Sons provenant du public [entre crochets]

[A] Applaudissements

[Ac] Acclamations

[B] Bouh

[O] "Ouuuu" (son qui désigne un sujet tabou)

[R] Rire

[S] Silence (prononcé)

Qualificateurs

: deux réactions (ou plus) simultanées

→ transition d'une réaction à une autre

[{___}] Réaction verbale prononcée par l'ensemble (ou une grande majorité) des membres du public

[<___>] Réaction verbale d'une partie du public

[!___!] Réaction verbale d'un membre du public

[___] Comportement non-verbal d'un ou de plusieurs membres du public

Notation

mots vocalement appuyés

<u>prolongement de la réaction du public</u>

–interruption dans le discours

| Le performer joue un personnage ou fait une voix |

{indications de mise en scène tels les déplacements, mimiques, gestes, tons…}

Un retour à la ligne est fait à chaque réaction ou intervention du public.

Un saut de paragraphe est fait à la fin de chaque *bit**.

[302] BRODIE Ian, *A Vulgar Art, A New Approach to Stand-Up Comedy*, University Press of Mississippi. Jackson, 2014.

Annexe n°5 : Site Internet

Consultation le 01/05/2020.

Accueil :

Billetterie :

Concept 1:

Concept 2 :

Madame Sarfati Comedy Club

est le lieu où le public verra des humoristes confirmés en pleine création, ayant déjà un spectacle ; dans une œuvre d'art designée par JR, en collaboration avec Takao et Diirby.

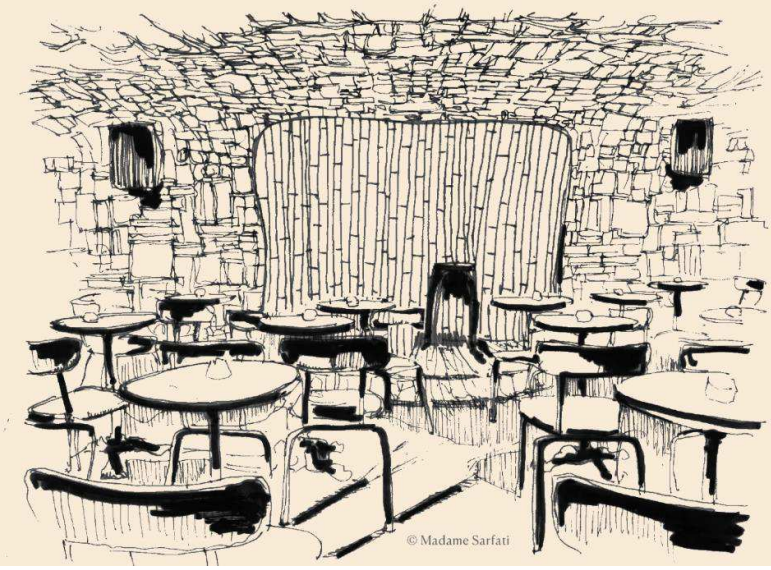
Madame Sarfati est unique car elle met l'artiste, l'œuvre d'art et la programmation incroyable au cœur du projet. C'est pour cette raison qu'une billetterie est mise en place, pour rémunérer les artistes au cachet et non « au chapeau ».

Habituellement, une soirée chez Madame Sarfati se passe ainsi : tu peux venir en avance afin de profiter du bar et de la finger food, tu peux aller voir une session de stand up avec 5 artistes dont un MC.

Madame Sarfati est bien plus qu'un comedy club, c'est un lieu de vie où derrière chaque élément du lieu se cache un artiste.

L'œuvre 1 :

L'ŒUVRE



L'œuvre 2 :

La pièce principale de chez Madame Sarfati est l'œuvre de JR en collaboration avec Takao et Diirby.

Le comedy club a été pensé et créé pour établir une intimité unique avec la scène qu'il abrite. Nommée Rendez-vous, l'oeuvre se vit comme une expérience.

Ici, le zinc des toits de Paris et l'étain de ceux de New-York ont été récupérés, découpés et rassemblés. L'ensemble forme un cocon recouvrant les murs du sol au plafond, cassant les lignes et les angles pour en faire des courbes, remplaçant la droiture d'un plafond classique par une vague qui traverse la salle dans toute sa longueur.

JR est ainsi venu, confronter ses inspirations à celle de l'univers très codé du Comedy club : une petite scène à 180° collée à des rangées de tables rondes, des banquettes en fond de salle, un éclairage tamisé et un espace contenant minimum une centaine de personnes.

A vide, la pièce a déjà une atmosphère particulière et un univers propre, univers dans lequel viendra s'exprimer le stand-up de toute une génération.

Carte 1 :

Carte 2 :

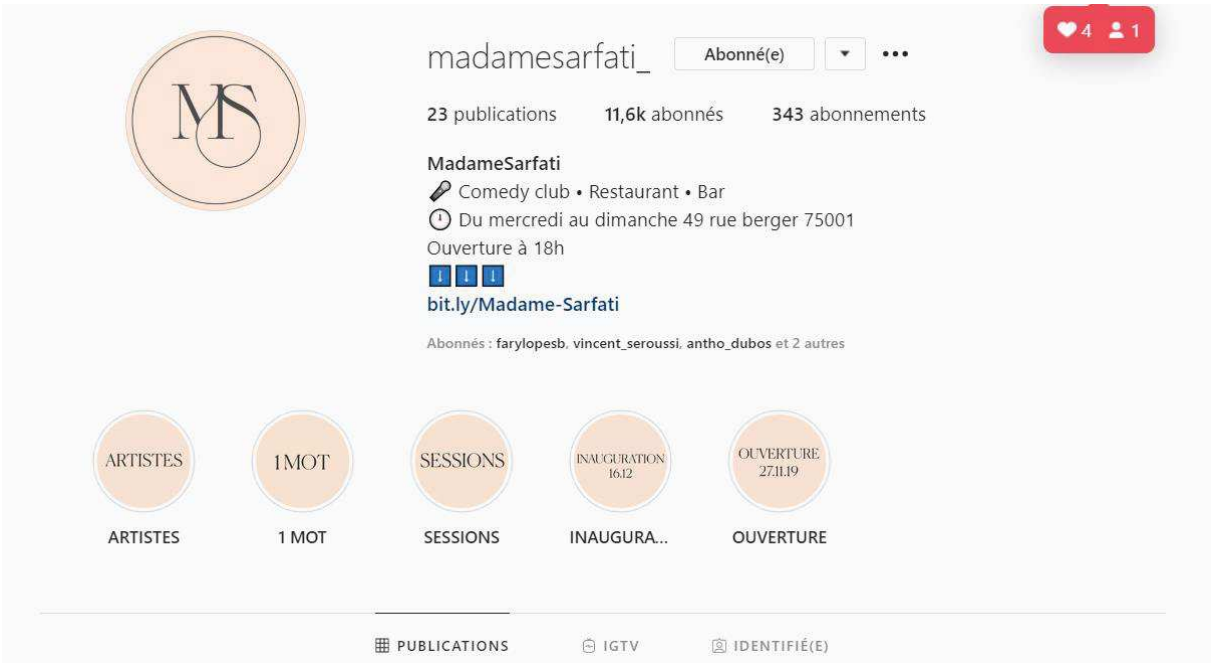
Presse :

Bas de page :

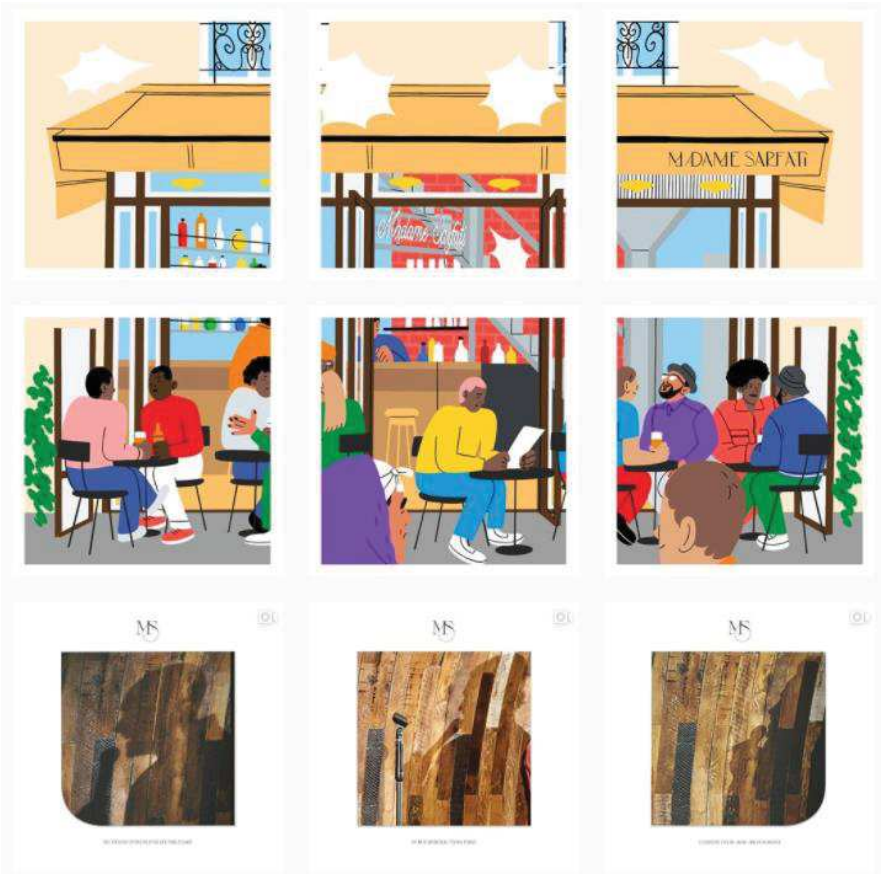
Annexe n°6 : Compte Instagram

Consultation le 01/05/2020, puis le 30/08/2020.

Accueil :



Feed 1 :


MADAME SAFFATI

Feed 2 :

PARLEZ-
VOUS STA
ND-UP ?
35 000
VISITEURS
SAISON 2019 / 2020
388
SESSIONS

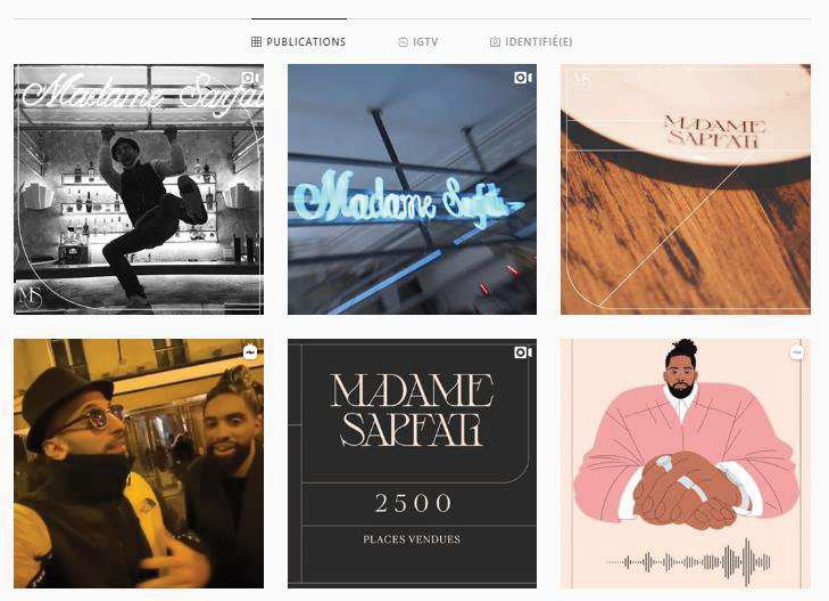
Feed 3 :

MA SEULE
DESTINATIO
N CET ÉTÉ
MAD
AME SAR
FATI
Rires
Apéro

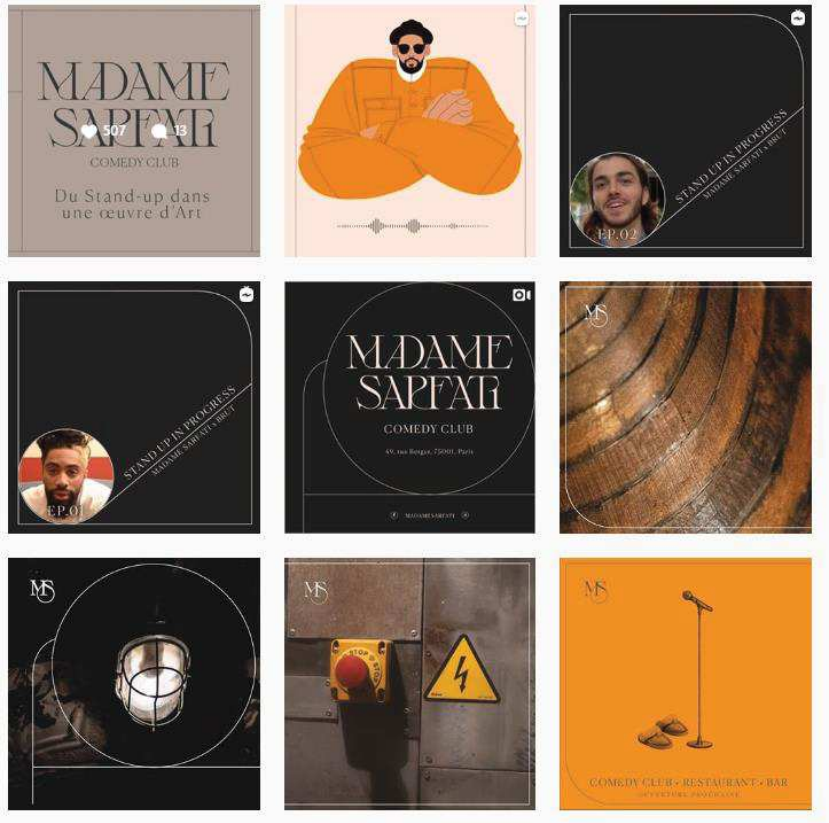
Feed 4 :

PARLEZ-
VOUS STA
ND UP ?
RÉ-O
UVERT
URE
22 JUIN
2020

Feed 5 :

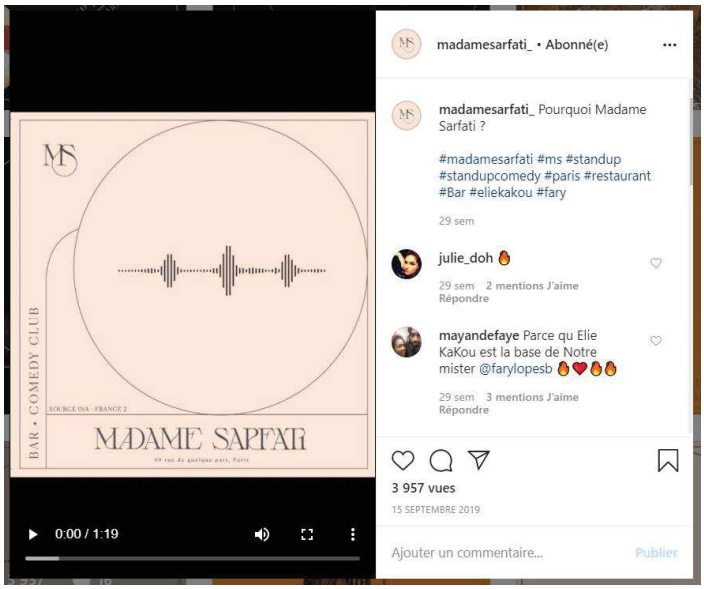

PUBLICATIONS
IGTV
IDENTIFIÉ(E)
MADAME SAFFAR
2500
PLACES VENDUES

Feed 6 :


MADAME SAFFAR
COMEDY CLUB
Du Stand-up dans une œuvre d'Art
STAND UP IN PROGRESS
EP.02
STAND UP IN PROGRESS
EP.01
MADAME SAFFAR
COMEDY CLUB
COMEDY CLUB • RESTAURANT • BAR

Feed 7 :

Podcast IGTV Elie Kakou :



Retranscription :

Fary : Elie Kakou, c'était mon héro Elie Kakou. C'est mon premier coup de foudre artistique sur scène Elie Kakou.

//

Elie Kaou : La scène c'est surtout faire rire les gens.

Interviewer : Depuis le début c'était ça ? Depuis le début quand t'était petit t'aimais faire rire ?

E.K. : Bah oui depuis tout petit j'ai des souvenirs de moi, à l'âge de 5 ans où je faisais rire toute ma famille. Tout le monde était autour de moi, tout le monde me demandais de faire des imitations.

I : tu faisais Alain Delon à 5 ans.

E.K. : Je faisais Alain Delon, j'imitais ma grand-mère, j'imitais mes sœurs, j'imitais tout ce qu'il y avait autour de moi, je singeais tout ce qu'il y avait autour de moi, et ça faisait rire ma famille, mais on pensait pas que ça allait sortir de la famille, et puis voilà c'est sorti de la famille. Et après c'était l'école, après c'était l'armée, après c'était… A chaque fois qu'il y avait un groupe de gens j'aimais faire rire et je me suis aperçu que ça plaisait.

//

Fary : Ca capacité à rentrer dans n'importe quel personnage. Je pense à Madame Sarfati qui est le premier que j'ai vu. On comprenait même pas : c'était une dame, c'était quoi ?

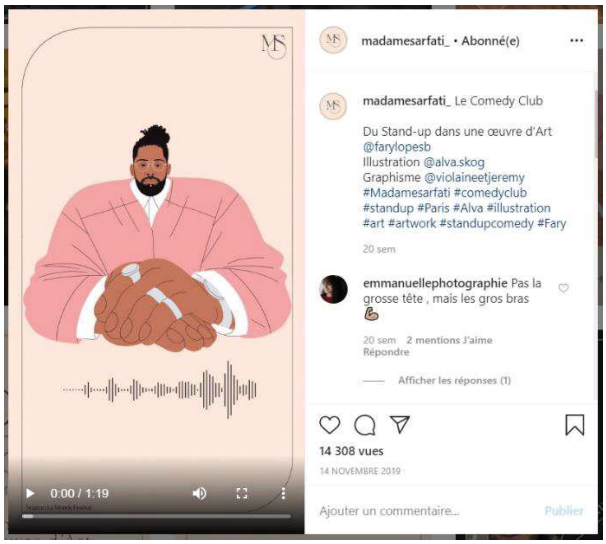
//

Elie Kakou. : C'était pas exactement ma grand-mère, mais bon y'a un peu de ma grand-mère dans Madame Sarfati, c'est un *patchwork* de plusieurs personnes que j'ai vu étant petit lors de…

Interviewer : Elle était dilatée donc…

E.K. : …dilatée. Enfin les canons de beauté était différents de ce qu'on a trouvé en France. Et donc y'avait que des personnes rondes dans mon entourage et c'est pour ça que Madame Sarfait est née comme ça avec des formes arrondies quoi.

Podcast IGTV Fary :

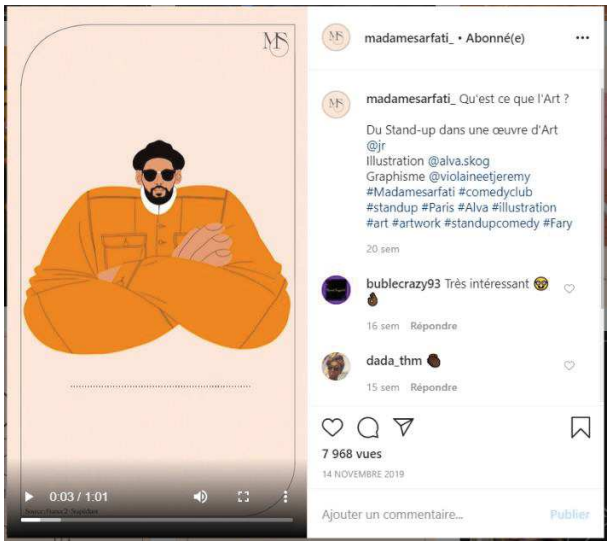


Retranscription :

Fary : Un Comedy Club c'est très différent d'une salle de spectacle. Une salle de spectacle : j'ai mon spectacle qui est travaillé, j'ai un producteur, j'ai une billetterie, j'ai de la com. Et le Comedy Club -comme je le disais tout à l'heure-aux Etats-Unis il y a des artistes qui travaillent des années pour écrire 10 minutes et c'est pour ça qu'il y a cette qualité dans le Stand-up aux Etats-Unis et c'est notamment grâce aux Comedy Club, c'est pour ça que des artistes comme Dave Chappelle il est-certains diront qu'ils préféraient les spectacles d'avant- mais pour moi, moi dans ce que je vois c'est encore plus fort aujourd'hui. Chris Rock peut encore exister aujourd'hui, quelqu'un comme Seinfeld il peut encore exister aujourd'hui parce que c'est des artistes qui- Kevin Hart il peut encore faire des spectacles. Kevin Hart il remplit des stades, mais si on va à New-York au Comedy Cellar (c'est 70 personnes)

on peut croiser Kevin Hart. Et donc ils se retrouvent face à un public des fois de touristes, mais plutôt exigeant et c'est du live quoi, ils n'ont pas acheté des billets pour voir Kevin Hart. Bien sûr il y a une star qui arrive donc on est peut-être plus indulgeant, mais ils n'ont pas payé pour lui donc il se retrouve devant un public qui fatalement n'est pas le sien ; et donc c'est ce qui est garant d'un niveau, je pense, c'est ce que je crois.

Podcast IGTV JR :



Retranscription :

J.R. : Moi je pense qu'un artiste doit, en tout cas pour moi je suis engageant mais pas engagé.

Interviewer : Ca veut dire quoi ?

J.R. : Bah ça veut dire que mon art soulève des questions mais ne donne pas les réponses, donc il y a des choses qui… Quand j'ai collé moi -je sais pas moi- au proche Orient : je colle sur le mur, mais je ne dis pas s'il faut faire le mur plus grand ou l'enlever. Mais à travers les images, à travers les visages, à travers les réactions des gens on comprend bien-sûr, c'est engageant, ça amène à montrer qu'il n'y a pas de frontières qu'il n'y a pas de- que les gens sont pareils des deux côtés.

Interviewer : Quelle est votre définition de l'Art ?

J.R. : Pour moi c'est un peu comme la seule trace spontané, intime qu'on laisse sur Terre. La réflexion d'un artiste sur son temps, c'est comme ça que moi je m'engage tout le temps dans une œuvre, c'est en essayant de créer quelque chose avec les gens et changer la perception d'un endroit, mais dans l'action, avec toujours cette part de risque et d'échec.

Interviewer : C'est ça aussi d'être artiste ? C'est de ne pas avoir peur de perdre ?

J.R. : Exactement.

Story 1 MOT - Principe :

Story 1 MOT - Art :

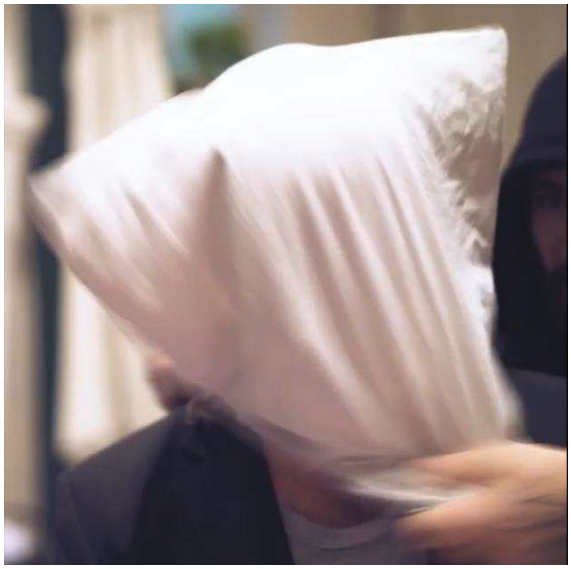
Story 1 MOT - Cocon :

Story Roman Fraysinnet :

Vidéo promo – publication :

Vidéo promo – capture 1 :

Vidéo promo – capture 2 :



Vidéo promo – capture 3 :

Vidéo promo – capture 4 :

Vidéo promo – capture 5 :

Vidéo promo – capture 6 :

Annexe n°7 : Page Facebook

Consultation le 01/05/2020, puis le 30/08/2020.

Publication Brut 1 :

Publication Brut 2 :

Histoire :

Chez Madame Sarfati

MADAME SARFATI · MERCREDI 6 NOVEMBRE 2019 ·

Plutôt que dédier un simple lieu à un art, Madame Sarfati dédie une œuvre d'art au stand up parisien.
Fary en collaboration avec JR (qui signe l'architecture intérieure et la scénographie), et accompagné de toute une génération de stand uppers, ont créé

Une programmation unique
Avec les plus beaux talents de l'humour français

A Savoir :
Quand tu viendras chez Madame Sarfati, tu pourras venir boire un verre, manger, voir un plateau d'1h de 4 artistes (les plus talentueux) présenté par un MC et surtout vivre un spectacle au sein d'une oeuvre d'art (Takao et Diirby en collaboration avec JR, *Rendez-vous, 2019*).

De la salle de spectacle, au mobilier et jusqu'au menu, Madame Sarfati a été pensé, créé et réalisé par des artistes chacun expert et talentueux en leur domaine.

Photos Ombres d'artistes :

Publication Instagram de Takao Shiraishi (@maybetakao) :

maybetakao • S'abonner

maybetakao Rendezvous
@diirby and I did art installation
collaborate with @jr
In entire Comedy club name
@madamesarfati_
In Paris
Thanks Special special @joshwahall
@hewgnews @soldatdeplomp to
made this shit

Super mercii prep plate and wash dish
@tada_agency @marc @mberrebi
@luanasaltiel
Art installation name Rendezvous
which Dirby and I decided.

Material from New York and Paris
Rendezvous. Design culture
Before project Fary said concept I
really make sense that's why.

Want comedians.Audiences.new
school Rendezvous there.

Sante!!!

46 sem

Annexe n°8 : Objets imprimés

Menu recto :

NOS COCKTAILS

MOJITO
(Nature, Fraise, Passion)

COSMOPOLITAN

CAÏPIRINHA

APERO, SPRITZ

MOSCOW MULE

TOUS NOS COCKTAILS SONT À 11,00 EURO

NOS MOCKTAILS

RYRY
Fraise, ananas,
sirop de vanille

JAJA
Fruit de la passion, citron vert,
basilic frais, sirop d'orgeat

TOUS NOS MOCKTAILS SONT À 8 EUROS

MENU

NOS PLATS SALÉS

TOMATES
MOZZARELLA BASILIC
6.00 EUR.

CIGARES CROUSTILLANTS
Feta, zaatar / poire fraîche & miel
10.00 EUR.

FALAFEL
Tahina au paprika
9.50 EUR.

HOT DOG MERGUEZ
Moutarde américaine
12.00 EUR.

KEFTA
Bœuf / herbes fraîches et épices
Sauce blanche herbes fraîches
et mayonnaise-harissa
12.00 EUR.

NUGGETS DE POULET
Façon Mafé
12.00 EUR.

NOS ACCOMPAGNEMENTS

FRITES ALLUMETTES
Mayonnaise maison
5.00 EUR.

ALLOCO
Tranches de banane
plantain poêlées /
purée de piments doux
5.00 EUR.

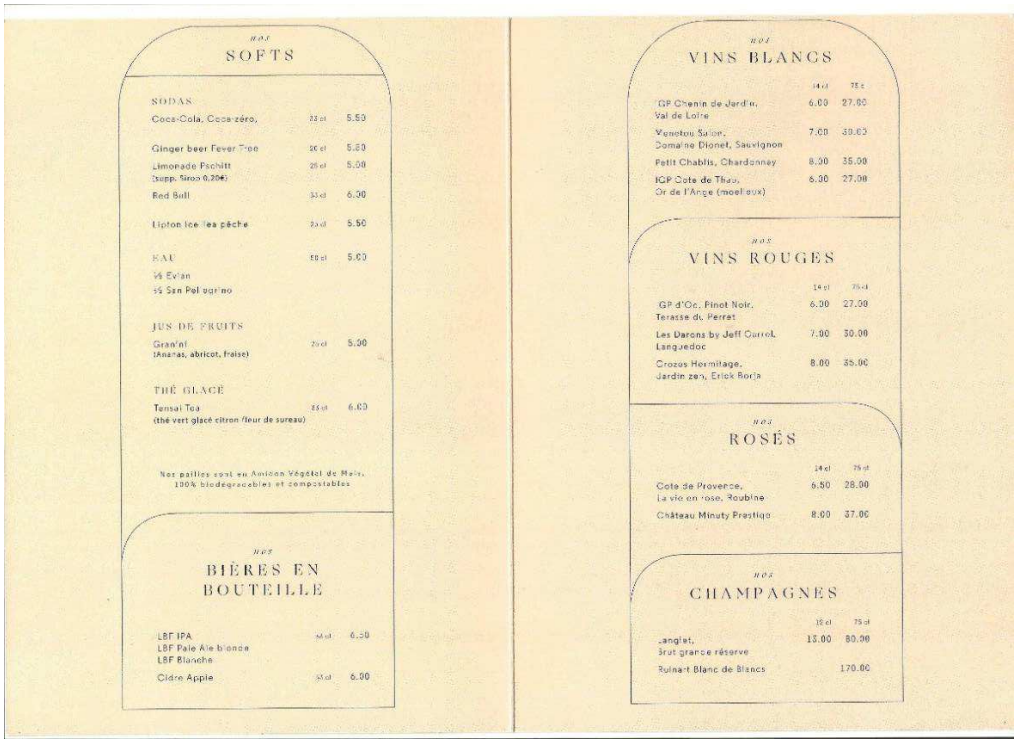
NOS PLATS SUCRÉS

CHURROS
Sucre-cannelle / Nutella
5.00 EUR.

BROCHETTES DE BONBONS
3.50 EUR.

TOUS NOS PLATS SONT FAITS MAISON
ET SE DÉGUSTENT SANS COUVERTS

Menu verso :



nos
SOFTS

SODAS

Coca-Cola, Coca-zéro,	33 cl	5.50
Ginger beer Fever Tree	20 cl	5.50
Limonade Fschitt (supp. Sirop 0,20€)	25 cl	5.00
Red Bull	33 cl	6.00
Lipton Ice Tea pêche	33 cl	5.50

EAU

½ Evian ½ San Pellegrino	50 cl	5.00

JUS DE FRUITS

Gran'ini (Ananas, abricot, fraise)	20 cl	5.00

THÉ GLACÉ

Tensai Tea (thé vert glacé citron /fleur de sureau)	35 cl	6.00

Nos pailles sont en Amidon Végétal de Maïs, 100% biodegradables et compostables

nos
BIÈRES EN BOUTEILLE

LBF IPA LBF Pale Ale blonde LBF Blanche	50 cl	6.50
Cidre Apple	33 cl	6.00

nos
VINS BLANCS

	14 cl	75 cl
IGP Chenin de Jardin, Val de Loire	6.00	27.00
Vouvray Salon, Domaine Bionet, Sauvignon	7.00	33.00
Petit Chablis, Chardonnay	8.00	35.00
IGP Cote de Thau, Or de l'Ange (moelleux)	6.00	27.00

nos
VINS ROUGES

	14 cl	75 cl
IGP d'Oc, Pinot Noir, Terasse du Perret	6.00	27.00
Les Darons by Jeff Carrel, Languedoc	7.00	30.00
Crozes Hermitage, Jardin zen, Erick Borja	8.00	35.00

nos
ROSÉS

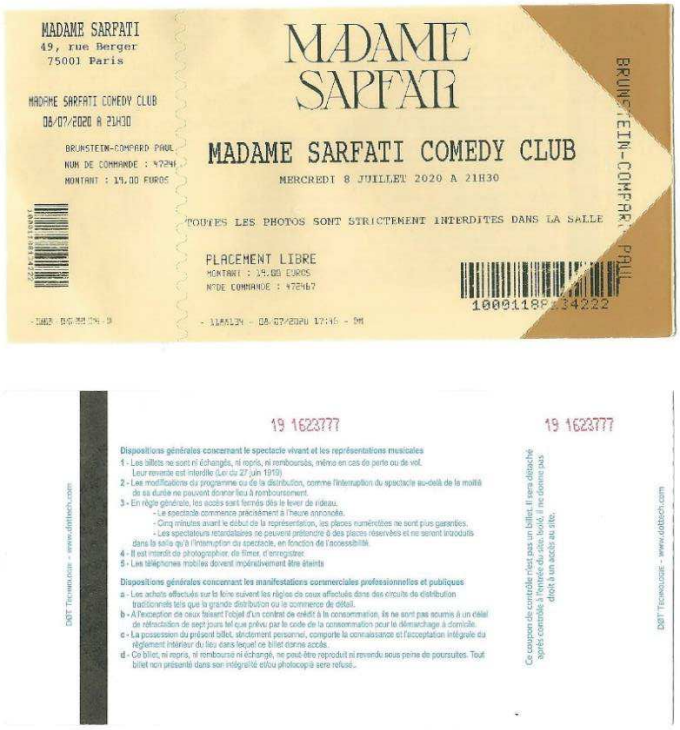
	14 cl	75 cl
Cote de Provence, La vie en rose, Roubine	6.50	28.00
Château Minuty Prestige	8.00	37.00

nos
CHAMPAGNES

	15 cl	75 cl
Langlet, Brut grance réserve	13.00	80.00
Ruinart Blanc de Blancs		170.00

Cartes de visite :

Billets :



Annexe n°10 : Schémas

Histoire du stand-up aux Etats-Unis :

Évolution du stand-up aux États-Unis

	Lieux de production (Où?)	Modes d'énonciation (Comment?)	Perspectives / Thèmes (Quoi?)	Humoristes (Qui?)
Spectacles de variété (1940-1955)	Bars, salles de concert,	Chant	Formule classique setup/punchline, généralités	Bob Hope
1re vague (1955-1972)	Talk-shows, bars, salles de concert, comedy clubs.	Conversation	Commentaire social, satire politique, storytelling.	Mort Sahl, Lenny Bruce, Dick Gregory, Richard Pryor, Bob Newhart
2e vague (1972-1989)	Comedy clubs, talk-shows, TV shows, amphithéâtres	Théâtral, physical comedy, auto-parodique, tongue-in-cheek	Absurde, fantaisiste, méta-humour, vaudeville	Steve Martin, Andy Kaufman, Robin Williams
3e vague (1989-2002)	Comedy clubs,	«Have you noticed that...», truthtelling everyman	Observation du quotidien	Jerry Seinfeld
4e vague (2002-...)	Internet, réseaux sociaux,	Multiples	Alternative comedy, segmentations	Louis C.K., Marc Maron, Dane Cook

In LAFONTAINE Thomas, *Le Stand-up comme espace de résistance et de transformation*, Mémoire de recherche en études littéraires, Université du Québec, Montréal, 2016.

Joke Diagram :

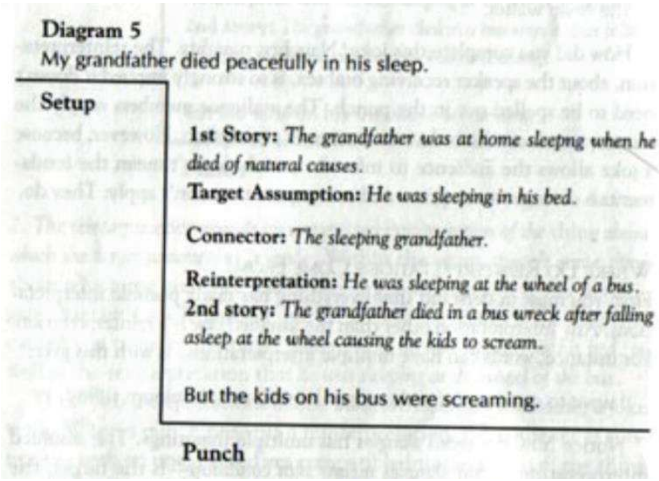


Diagram 5
My grandfather died peacefully in his sleep.

Setup

1st Story: *The grandfather was at home sleeping when he died of natural causes.*
Target Assumption: *He was sleeping in his bed.*

Connector: *The sleeping grandfather.*

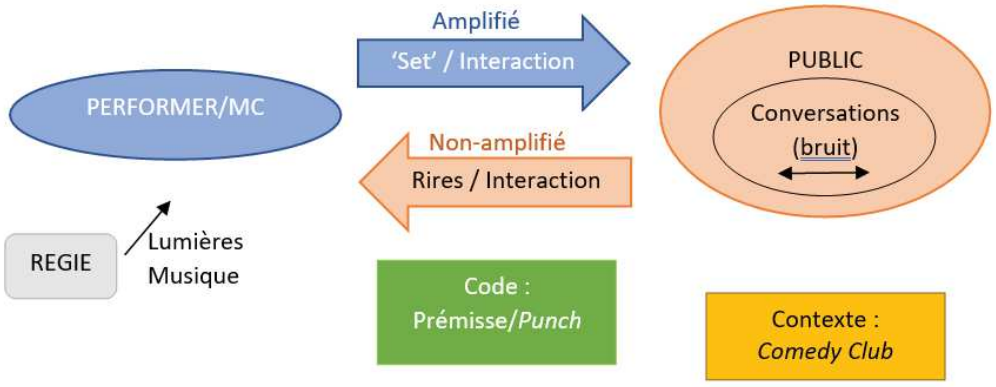
Reinterpretation: *He was sleeping at the wheel of a bus.*
2nd story: *The grandfather died in a bus wreck after falling asleep at the wheel causing the kids to scream.*

But the kids on his bus were screaming.

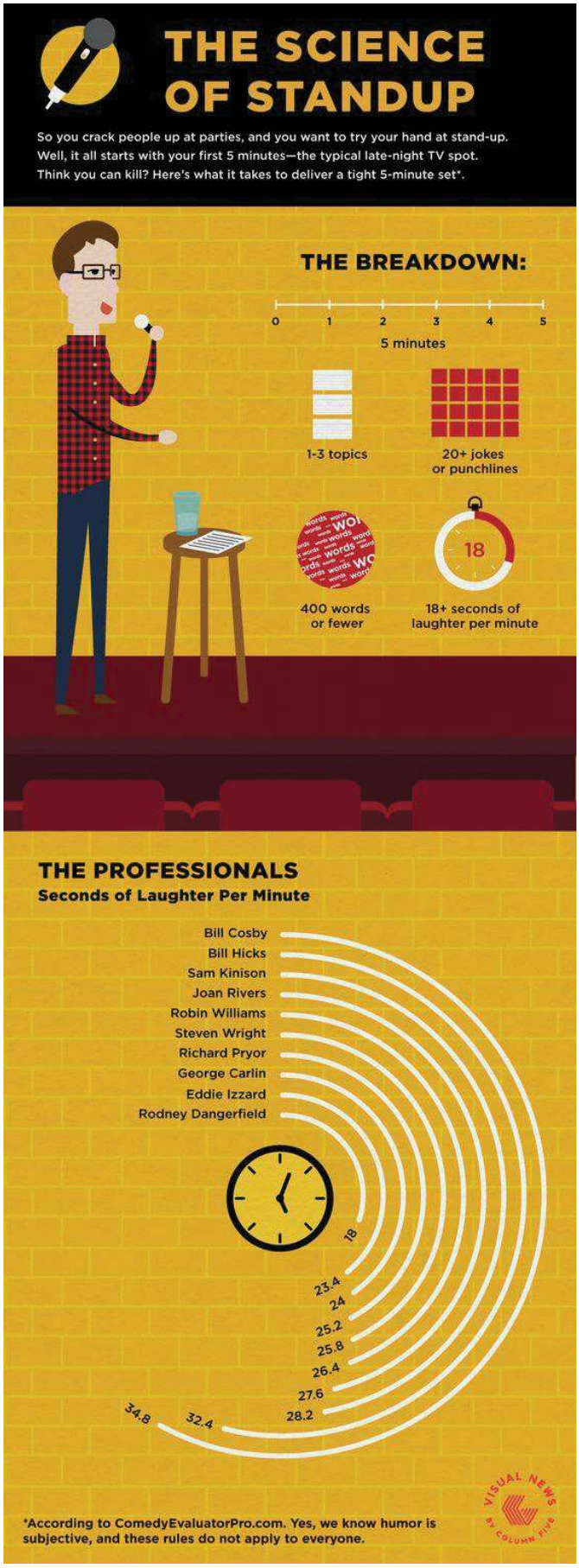
Punch

In DEAN Greg, *Step by step to Stand-up Comedy*, Heinemann Drama, Los Angeles, 2000.

Schéma du Stand-up :



The science of stand-up :



Annexe n°11 : Glossaire

(Les équivalents anglais des mot empruntés sont notés entre parenthèses)

Un 1 heure ou 60 minutes : Un spectacle d'une heure joué dans un théâtre ou un comedy club et où le stand-upper·use·s est le ou la seule à jouer.

Un 5/10/15 minutes : Un passage de x minutes.

Applause : Recevoir un applaudissement du public, en dehors des applaudissements conventionnels de début et fin de passage.

Bide, Bider : Echouer à faire rire avec une *punch line* ou un effet ; se dit aussi de toute une performance.

Bit : Séquence de plusieurs couples de prémices/*punch lines* formant un tout cohérent.

Comedy club : Lieu hybride avec une fonction marchande (souvent un bar et/ou un restaurant) organisé pour pratiquer exclusivement du one wo·man show et du stand-up, et notamment tester son matériel.

Flasher : Action, généralement faite par la régie, d'allumer brièvement une lumière pour indiquer à l'artiste que son temps impartis arrive à sa fin. Généralement on flashe une minute avant, puis au moment de la fin du temps imparti.

Green Room : Sorte de loge dans laquelle un ou plusieurs stand-upper·use·s se retrouvent avant un spectacle.

Interaction : Dialoguer, en tant que stand-upper·use, avec un ou plusieurs membres du public de manière improvisée.

Line-up (*Lineup*) : Programmation chronologique des stand-upper·use·s jouant durant une session.

Maître·sse de cérémonie (*MC*) : Personne (souvent un·e stand-upper·use·s) dans un plateau qui chauffe la salle, rappelle les règles du lieu, introduit chaque stand-upper·use·s et fait un peu de matériel.

Matériel (*Material*) : Jeu écrit pour être interprété dans un *comedy club*.

Passage : Une interprétation dans un plateau parmi d'autres stand-upper·use·s. Ils varient généralement de 4 à 30 minutes. On parle aussi de passage dans des galas télévisés, comme le Montreux Comedy Festival. Synonyme de « set ».

Plateau : Lieu dans lequel se déroulent plusieurs passages de stand-up ou du one wo·man show, amateur ou professionnel, devant un public.

Prémisse (*premise or set up*) : Phrase ou séquence de phrases qui introduit une situation et suggère des interprétations qui ont vocation à être disruptées par une ou plusieurs *punch lines*.

Punch line : Courte phrase à la sonorité incisive qui a pour vocation de provoquer le rire en introduisant une nouvelle interprétation de la prémisse.

Routine (*Routine*) : Bit réalisé de manière régulière, souvent connu du public et qui se voit associé au ou à la stand-upper·use·s en question.

Scène ouverte (*open mic*) : Lieu dans lequel se déroulent des prestations amateures devant un public, qu'il s'agisse de stand-up ou bien de théâtre, de musique…

Session : Ensemble de passages des stand-upper·use·s qui constitue une soirée de stand-up. Une session dure généralement entre une et deux heures.

Set : Une interprétation dans un plateau parmi d'autres stand-upper·use·s. Ils varient généralement de 4 à 30 minutes. On parle aussi de passage dans des galas télévisés, comme le Montreux Comedy Festival. Synonyme de « passage ».

Special : Spectacle d'environ une heure, enregistré et médiatisé (que ce soit par une diffusion télévisuelle, un DVD, un CD ou sur des plateformes de vidéos)

Stand-uppeuse ou stand-upper : personne qui pratique du stand-up, professionnelle ou non.

Sûr : Le sûr correspond au matériel qui est jugé comme faisant rire quasiment à chaque fois, car il a été testé devant des publics différents et modifié pour être efficace.

Tuer (*Kill*) : Créer un fou rire ou faire rire au larme un public avec une ou plusieurs blagues.