

VOLUME!

Volume !

La revue des musiques populaires

1 : 1 | 2002

Varia

Le festival de rock : entre passion et désenchantement...

Rock Music Festivals: Between Passion and Disenchantment

Vanessa Valero



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/volume/2531>

DOI : 10.4000/volume.2531

ISSN : 1950-568X

Éditeur

Association Mélanie Seteun

Édition imprimée

Date de publication : 15 mai 2002

Pagination : 113-123

ISBN : 1634-5495

ISSN : 1634-5495

Référence électronique

Vanessa Valero, « Le festival de rock : entre passion et désenchantement... », *Volume !* [En ligne], 1 : 1 | 2002, mis en ligne le 15 mai 2004, consulté le 22 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/volume/2531> ; DOI : 10.4000/volume.2531

L'auteur & les Éd. Mélanie Seteun

éditions seteun



Vanessa VALERO, « Le festival de rock, entre passion et désenchantement », *Volume ! La revue des musiques populaires*, n° 1(1), 2002, p. 113-123.

le festival de rock : entre passion et désenchantement...

par

Vanessa VALERO

Diplômée de l'Institut d'Etudes Politiques de Lille

Résumé. L'organisation d'un festival de musiques rock est passé d'un mode de fonctionnement plutôt amateur à un système beaucoup plus professionnel. Cette évolution se remarque notamment par l'arrivée de l'économie dans la sphère culturelle. Ce passage à « l'économie du spectaculaire » soulève un certain nombre d'interrogations, voire d'inquiétudes quant à un possible désenchantement, loin de la passion originelle. C'est à cette question que nous nous intéressons, à travers un exemple particulier, celui du festival La Route du Rock, organisé par l'association Rock Tym-pans. Le passage à l'économie du spectaculaire pose tout d'abord la question des subventions publiques qui recèlent des ambiguïtés, comme une relativisation de l'indépendance des diverses associations et organismes culturels. Ces aides publiques devenant insuffisantes face aux nouveaux besoins, il a fallu se tourner vers le secteur privé et la confrontation au marché devient inévitable. L'enjeu est de trouver une sorte d'équilibre entre les deux pôles symboliques que représentent la passion et le désenchantement ; équilibre que le festival La Route du Rock approche, en restant intègre et fidèle au projet initial, tout en se professionnalisant et en fonctionnant selon les nouvelles données économiques.

Mots-clefs. *Festival – Rock – Professionnalisation – Economie de la culture*

« Le spectacle est le moment où la marchandise est parvenue à l'occupation totale de la vie sociale. Non seulement le rapport à la marchandise est visible, mais on ne voit plus que lui : le monde que l'on voit est son monde. La production économique moderne étend sa dictature extensivement et intensivement. »

Guy Debord, *La Société du Spectacle*

Notre objectif est de parvenir à rendre compte des enjeux et logiques inhérents à l'organisation d'un festival de rock aujourd'hui, au regard des motivations et exigences ; et ce, en comparaison avec ce que pouvait incarner ce genre d'événement lors des années soixante-dix. Il convient de comprendre le passage d'une association loi 1901, d'un collectif d'amis partageant un même idéal musical, à une structure importante aux problèmes et enjeux divers, notamment économiques. Nous allons donc nous intéresser à l'économie dans la sphère culturelle – et a fortiori dans le Festival de rock –, en étudiant l'arrivée, ses implications, ses enjeux et son caractère plus ou moins inéluctable. Nous nous demanderons quelle place est alors laissée à la passion, à l'esprit originel, à l'intégrité du projet initial, à la sincérité. La confrontation au réel semble en effet montrer que les principes originels sont trop idéalistes dans une « société du spectacle ». Nous illustrerons notre propos par un exemple particulier, le festival de La Route du Rock organisé par l'association Rock Tympan et se déroulant à Saint-Malo à la mi-août depuis une dizaine d'années.

La première notion à développer est celle de passion. C'est elle qui est l'âme d'un festival, qui rassemble doublement, et les organisateurs et les spectateurs. Elle est donc non seulement censée animer tout projet de ce style, mais en être la priorité. La passion est « un mouvement violent, impétueux de l'être vers ce qu'il désire ; une émotion puissante et continue qui domine la raison. Elle est aussi objet de ce désir, de cet attachement. Elle est une inclination très vive » (Larousse, 1999). Elle est ainsi souvent présentée comme étant déraisonnable.

Sentiment très fort, la passion peut être source d'intense motivation tant au plan humain que professionnel. Bien entendu, la musique génère une forme particulière de passion. Nous pouvons reprendre alors la notion de passion musicale, notamment développée par Antoine Hennion (Hennion, 1993). La passion musicale semble être globale, un fait social total. Elle incarne non seulement un goût pour un objet, mais elle est aussi source de création.

La deuxième notion concerne le mode de fonctionnement et la structure de la sphère musicale et, plus particulièrement ceux, d'un festival. Pour qualifier les évolutions qu'ont connues les festivals, il serait adéquat de parler de professionnalisation ou d'institutionnalisation. Ces deux termes renvoient à un changement de l'organisation reflétant la prise en compte de nouvelles logiques, peu présentes lors des premiers festivals tels que Monterey ou Woodstock. Il s'agit d'adopter d'autres comportements, plus professionnels, comporte-

ments souvent absents des structures associatives initiales. A cet égard, nous pouvons emprunter une notion chère à Max Weber, celle de désenchantement. Le désir de rassembler des individus autour d'une musique, de les faire communier n'est plus la priorité. Il s'agit de faire fonctionner une structure importante, institutionnalisée.

Requiem pour des illusions, le passage à « l'économie du spectaculaire »

« Marc Fumaroli (...) voudrait nous faire croire que toute politique culturelle relèverait, au mieux, de la dépravation de l'art par l'argent, au pire de son enrégimentement par le pouvoir. Qu'en est-il ? » (Schneider, 1993, p. 12).

Des subventions publiques

La France plaide en faveur d'une « clause d'exception » destinée à soustraire les produits culturels à la logique commerciale commune. C'est la fameuse exception culturelle française.

L'affirmation continue du rôle des villes, des départements, des régions face à un ministère de plus en plus accaparé par les grandes institutions nationales, essentiellement parisiennes, amène les collectivités à renforcer de plus en plus leur présence et leur influence, ce qui induit une certaine indépendance. Mais cette intervention soulève de multiples débats puisque la culture peut aussi bien être synonyme d'ouverture, d'émancipation, d'intégration que de l'inverse. Cela contribue donc à l'indispensable débat démocratique sur la légitimité, la nécessité et les limites de l'intervention des pouvoirs publics dans le domaine culturel ou artistique. C'est là, la problématique essentielle concernant les subventions publiques, à savoir leur nécessité pour de nombreuses structures et parallèlement les implications, pour ces structures, de telles aides, en termes d'indépendance relativisée ou de risque de conditionnement. Toute l'ambiguïté réside dans cette opposition entre une aide qui permet au projet d'exister et d'éventuelles exigences de la part des pouvoirs publics.

La musique est liée symboliquement au pouvoir et à la religion, ou considérée comme objet de consommation, ou encore enjeu social d'une pratique populaire. Depuis, entre autres, l'action d'André Malraux et de Marcel Landowsky, elle est progressivement devenue le sujet d'une politique culturelle.

Jusqu'au milieu des années 1980, quelques caractéristiques dominent les logiques d'intervention de la puissance publique : l'absence du secteur industriel, la priorité à la gestion associative (les festivals sont, la plupart du temps, gérés sous statut associatif à l'image de la Route du Rock), le partenariat (existence de financements conjoints) et, enfin, l'offre culturelle (avec une possible inadéquation entre des stratégies de politiques culturelles préalablement définies et la demande sociale).

Concernant plus spécifiquement le cas des festivals, les collectivités publiques soutiennent de plus en plus largement leur réalisation. Cette aide concerne des festivals fort divers, sans que cette notion de festival n'ait jamais été clairement précisée. Figurent en effet sous cette appellation des manifestations d'ambitions très inégales, allant de la simple animation annuelle et locale à l'événement universellement attendu.

Confronté, au cours de ces dernières années, à une hausse significative de la demande dans cette catégorie

d'activités, l'Etat s'est fixé des règles pour limiter raisonnablement ses interventions. Il prend en compte en priorité les manifestations à vocation nationale et internationale ou celles qui, sortant du cadre habituel de la simple diffusion, mettent en valeur des répertoires méconnus ou se développent dans des zones géographiques peu irriguées en matière culturelle. L'Etat est souvent sollicité pour des montants faibles, non significatifs au plan des budgets de réalisation, mais dont l'attribution semble être revendiquée comme une sorte de caution du pouvoir culturel central. L'Etat aide ainsi chaque année près de 300 festivals, pour un montant global de 40 millions de francs environ. Mais là encore, les collectivités locales jouent un rôle central puisqu'elles sont les premières à aider et souvent de manière plus importante que l'Etat.

Concernant l'exemple de la Route du Rock, les responsables de Rock Tympan, dans une proposition de partenariat datant de novembre 2000, écrivent : « *Paradoxalement au succès populaire et médiatique, l'événement manque chaque année cruellement de ressources pour réaliser tous ses projets. En dehors d'une grande frustration, ce manque de moyens très concret fragilise aussi notre structure* ». Si, dès le départ, le besoin d'aides est évident, il n'en est pas moins demeuré vital au fil des années, dans la mesure où le Festival est autofinancé à plus de 80 %. Un tel taux d'autofinancement atteste d'une bonne gestion financière et d'une grande liberté, mais expose surtout la structure aux dangers du moindre imprévu (travaux dans le site, escroquerie financière...) Les aides sont, bien entendues, nécessaires à la naissance du projet dans la mesure où les acteurs partent de rien. Par ailleurs, elles doivent suivre l'évolution du Festival en permettant justement cette dernière, et donc, croître avec. Concernant cette évolution, d'après le directeur du Festival, les subventions suivent avec un décalage d'une année la croissance du Festival. Et il précise qu'elles jouent un rôle indéniable dans l'expansion de la Route du Rock. En 1996, les subventions publiques représentaient près de 6 % du budget global. Ce taux est passé à plus de 15 % en 1998 pour ensuite globalement se stabiliser aux alentours de 20 %.

Toutefois, cela n'est pas exempt d'ambiguïtés, à l'image de l'exemple de la ville de Saint-Malo. En effet, à la question de l'influence de la ville dans l'organisation de la manifestation, la réponse est délicate. Comme l'a dit Mme Giraud-Petit de la Direction des Affaires Culturelles de Saint-Malo lors d'un entretien réalisé le 2 mars 2001 : « Si cela est beaucoup dire, (...) c'est vrai qu'on discute. Parfois on s'est permis de leur dire que sur la programmation...sans aller jusqu'à des têtes d'affiches...mettre des locomotives. C'est vrai qu'au départ, c'est un festival qui donne sa chance aux jeunes, mais bon. (...) On a eu l'impression ces dernières années que les organisateurs cherchaient à se faire plaisir à eux, mais il faut peut-être aussi faire plaisir au public. (...) Et il y a beaucoup de festivals. Et si on s'aperçoit que le public baisse, on repensera à la subvention... ». De plus, pour la mairie, la programmation est devenue un peu trop électronique et plus assez rock. Nous notons donc qu'un droit de regard sur le concept même du Festival est plus ou moins officieusement opéré, remettant en cause l'indépendance de l'association.

L'arrivée des acteurs privés

Il apparaît que la logique économique touche la médiation musicale. En effet, la théorie économique a voulu démontrer que ses hypothèses et ses méthodes s'appliquaient au secteur culturel. « La culture ou l'art seraient, comme les autres activités, davantage dominés par la raison que par la passion. » (Guibert, 1998).

Une nouvelle signification, voire une nouvelle légitimité, doit être donnée au milieu culturel. Et c'est ainsi qu'une véritable mythologie s'est forgée insidieusement à partir des critères de marché et de profit. Ils nécessitent d'intégrer -ou de réintégrer-les valeurs de l'efficacité. La préoccupation est somme toute louable, mais c'est allé plus loin encore. « On entendit des discours surréalistes. On entendit des discours qui étaient auparavant impensables et qui étaient prononcés par ceux-là mêmes qui, la veille, se drapaient dans leur dignité d'artiste, ou plus modestement d'homme de culture, ceux-là mêmes qui brandissaient leur « projet culturel » dès que le spectre de l'austérité pointait à l'horizon. [...] Etrange et paradoxal revirement que celui-là puisque l'expression, en termes politiques, de cette mythologie a pour nom le « nouveau libéralisme » et qu'elle a été, notamment, portée au pouvoir aux Etats-Unis par Ronald Reagan et en Grande-Bretagne par Margaret Thatcher. [...] Or, cette doctrine s'accompagne de coupes sombres dans tous les budgets sociaux et sacrifie en premier lieu le secteur culturel, réputé superfétatoire et improductif ! » (Dupuis, 1990, p. 16-17).

Cependant, en France, jusqu'à présent, et fort heureusement, les budgets culturels ont été globalement privilégiés, mais la rigueur budgétaire affichée par l'Etat et l'engouement pour « l'économique » ont remis en cause une certaine organisation de ce milieu. Finalement, le secteur culturel, et notamment la production de spectacles vivants, se trouve dans la situation de faire appel doublement à l'économique : d'une part, en sollicitant l'aide de partenaires privés dans leur financement ; d'autre part, en adoptant, au moins en partie, les logiques inhérentes à ce milieu. En effet, il convient d'entrer dans le système capitaliste, ne serait-ce que pour une question de survie, les aides publiques s'avérant souvent insuffisantes.

Cette évolution a débuté il y a quelques années déjà, mais nous connaissons actuellement une exacerbation du phénomène, dans la mesure où la sphère économique tend à s'affirmer de plus en plus. La culture a cependant fait l'objet d'analyses économiques dès les années soixante ; analyses tendant à démontrer les difficultés économiques du secteur culturel ; problèmes auxquels l'association Rock Tympan est d'ailleurs confrontée.

Dans un article de 1967 (Baumol *et al.*, 1996), W.J. Baumol qualifie en effet de « tragique » la condition du spectacle vivant qui serait victime d'un implacable destin. Baumol fait preuve d'un grand pessimisme car « l'analyse économique indique que la disparition est possible » (Baumol *et al.*, 1996). La thèse de Baumol est une application de la théorie des « deux secteurs et de la croissance inégale ». Son approche est donc macro-économique et met en lumière une loi de portée générale et un « dilemme économique ». Pour lui, la représentation artistique est un secteur dont la technologie est stagnante bien qu'insérée dans une économie développée, à deux vitesses, « où la croissance qui a détruit ou achève de détruire les secteurs à productivité stagnante, tend à reconstituer un secteur nouveau non progressif avec transfert de ressources productives, non plus du secteur non progressif vers le secteur progressif mais du progressif vers le non progressif » (Baumol *et al.*, 1996).

Ensuite, il explique que le spectacle, promu au rang de secteur « archaïque », est incapable ou presque de dégager des gains de productivité et que ses coûts relatifs ne peuvent que croître. Baumol, supposant que la demande n'est pas rigide, constate alors que l'impasse budgétaire est inévitable. Le déficit est donc structurel

et ne peut se résoudre au fil du temps. Cela est en partie dû au statut du travail, car, dans ce secteur, il est « une fin en soi, et la qualité directement jugée en termes de volume de travail » (Frois).

Quelle que soit la portée des restrictions à leur démonstration, William Baumol et William Bowen écrivent : « In the performing arts, crisis is apparently a way of life » (Baumol *et al.*, 1996) – dans le spectacle vivant, la crise est apparemment un mode de vie. Leur analyse a marqué l'économie de la culture, avec sa conclusion implicite de la spécificité du domaine et de l'appartenance nécessaire des activités culturelles à la sphère non marchande assistée. Toutefois, nous verrons, que non seulement il est possible d'associer culture et économie, mais que les logiques des deux secteurs s'interpénètrent.

Quant aux membres de l'association Rock Tympan, ils se sont eux aussi tournés vers les aides privées, et ce, relativement rapidement. En 1996, par exemple, 2,8 % du budget provenait des partenariats. Aujourd'hui, ce chiffre avoisine les 8 %, ce qui, étant donné le montant total du budget, est tout de même conséquent. Cette aide est deux à trois fois moins importante que les subventions publiques, mais reste indispensable au Festival. Les subventions publiques n'étant pas extensibles à l'infini, c'est bien le sponsoring qui peut permettre une nouvelle évolution de la manifestation. Parallèlement, le sponsoring, tout comme le soutien public, implique de nouvelles exigences : une professionnalisation de l'organisation, voire un droit de regard sur l'événement, et donc une perte d'indépendance et un détournement de son objectif originel, à savoir la défense et la promotion du rock indépendant. L'entrée dans le système capitaliste implique l'acceptation des logiques commerciales. L'esprit de découverte et d'intransigeance de Rock Tympan est par là émoussé ; grave dilemme, surtout lorsqu'un certain idéalisme perdure.

Comment faire dès lors ? Vivre ou survivre ?

Aussi l'organisation accepte-t-elle de « jouer le jeu » des logiques commerciales et publicitaires, en intégrant par exemple Les Ailes Bleues (marque de cigarettes) parmi leurs partenaires financiers, mais ce, sous certaines conditions visant à préserver tant bien que mal l'identité du Festival. Et si un important sponsor, sans lien aucun avec le milieu culturel se présentait aujourd'hui avec une somme d'argent conséquente dans une seule logique commerciale, la résistance serait peut-être moindre ! « On peut toujours trouver de la cohérence » (Entretien avec François Floret, Directeur de La Route du Rock, 3 mars 2001). De toute évidence, le besoin de financements pour la pérennisation de l'événement est croissant. Le refus d'un partenaire peut signifier l'arrêt de la manifestation. Aussi, tant que chacun reste à sa place, à savoir les financeurs du côté des comptes et, les organisateurs, libres du côté de l'événement (programmation, organisation, etc.), cette évolution fait partie intégrante de l'institutionnalisation et de la professionnalisation. En effet, il faut trouver les financements nécessaires au maintien et au développement d'une structure devenue lourde, avec des emplois à la clé.

Tout réside alors dans la manière de le faire, et dans celle de définir clairement les priorités afin de ne pas passer « du militantisme au marketing sans complexes » (Dubois, 1999, p. 243). La réponse à cette question est loin d'être tranchée et définitive, car il existe différentes manières d'envisager cette évolution. En effet,

l'arrivée de partenaires privés pose des problèmes éthiques. Si, initialement, une certaine cohérence entre le sponsor et le milieu culturel est observée, nous sentons bien qu'au fur et à mesure, n'importe quelles entreprises ou industries peuvent être acceptées dans une logique purement financière, laissant de côté toute considération culturelle, transformant alors la structure en une quasi entreprise. A cet égard, certains exemples d'alliances entre des sponsors et des événements culturels (à l'image d'un concert pour les Droits de l'Homme organisé par Amnesty International et sponsorisé par Reebok) deviennent de véritables caricatures de cette logique, où finalement les aspects financiers et commerciaux priment.

Notre crainte est grande que la musique ne soit plus considérée que comme une marchandise. En effet, « la musique est devenue une marchandise, un moyen de produire de l'argent. On la vend, on la consomme. On l'analyse : quel marché a-t-elle ? Quel profit dégage-t-elle ? Quelle stratégie industrielle exige-t-elle ? L'industrie de la musique et de tous ses dérivés (spectacles...) est un élément majeur, précurseur de l'économie des loisirs et de l'économie des signes. » (Attali, 1977, p. 74). Dans l'organisation d'un festival par exemple, si les groupes sont en partie choisis pour ce qu'ils sont musicalement, ils représentent aussi, voire surtout, un nombre d'entrées potentielles. Finalement, « les entrepreneurs de spectacles sont des capitalistes » (Attali, 1977, p. 81).

Concert pour le temps présent

Impasse de l'idéalisme

La fin de la possibilité d'une expansion de manière « amateur » s'inscrit dans une certaine logique, une logique totale qui englobe l'ensemble de la société, de ses normes, de ses codes et de ses valeurs. Face aux changements de la société, l'idéalisme originel a du faire preuve de pragmatisme. Il s'est heurté à une nouvelle réalité. La société a évolué et, avec elle, les modes de vie, d'organisation, de socialisation, et ce, dans différentes directions.

Nous sommes tout d'abord entrés dans une ère où la consommation était primordiale, le capitalisme omniprésent. Ce genre de logiques économiques a tendu à considérer tout comme une marchandise et l'individu, comme un client. La culture, comme nous l'avons déjà noté, n'a pas échappé à ces logiques. Désormais, pour garder sa place dans cette société, il lui a fallu en accepter les logiques et les appliquer. Un concert est assimilé à un bien ou à un produit que des consommateurs choisissent ou non. Il rentre alors dans une dynamique commerciale. Les structures organisatrices deviennent des entreprises. Cela est conforté par une autre évolution concomitante de la société, à savoir la prévalence des notions d'efficacité et de profit, la course à la rentabilité et à la productivité. La concurrence dans le milieu culturel est relativement importante. Elle est, par exemple, une réalité pour les festivals, à l'image de la Bretagne qui, l'été, compte non seulement des événements de ce genre tous les week-end mais plusieurs le même jour et dans des lieux relativement proches. Dans ce contexte de concurrence, les différentes associations et structures se doivent d'être les meilleures.

Enfin, à ces transformations, s'ajoute la montée de l'individualisme. Les intérêts individuels l'emportent, délaissant les sentiments d'appartenance collective, de communauté. Le changement d'état d'esprit des individus est un élément auquel les structures culturelles sont confrontées à la fois dans leur rapport au public et en leur sein. En effet, les organisateurs peuvent ne pas échapper à cette évolution et oublier l'esprit collectif de leur projet, à l'image de la croissance des enjeux de pouvoir. C'est un état d'esprit que certains festivaliers aussi ont perdu, en considérant le festival uniquement comme un objet de consommation, en devenant très exigeants et en oubliant certaines considérations inhérentes à ce genre de manifestation (imprévus, attentes...). Il appartient aux organisateurs de répondre plus ou moins à ces nouvelles exigences, s'ils veulent fidéliser un public de plus en plus versatile.

En raison de ces mutations, certes pas nouvelles mais exacerbées depuis quelques années, nous avons souligné la nécessité d'une adaptation pour espérer pérenniser tout projet culturel, particulièrement musical. Si la confrontation au marché est inévitable, elle n'en reste pas moins douloureuse, déroutante, déstabilisante, dans le sens où elle remet inéluctablement en cause nombre d'acquis. Nous nous demandons d'ailleurs si cette confrontation est dévastatrice ou rénovatrice. Le secteur artistique a toujours fait preuve d'une remarquable adaptabilité qui lui a permis et lui permet toujours de survivre par-delà vents et marées, constat qui pousse d'ailleurs à l'optimisme, même s'il convient d'approfondir les interrogations et analyses.

La confrontation au marché signifie la réconciliation entre l'économie et l'art qui étaient réputés jusqu'alors incompatibles. Cette incompatibilité était l'expression d'un *statu quo* permettant à chacun d'y trouver son compte. Du côté de l'art, la crainte était grande de voir l'argent bouleverser la production culturelle, menaçant liberté d'action et d'expression. De l'autre côté, les pouvoirs publics ne pouvaient admettre sans quelque réticence l'ingérence de l'économie dans un domaine sous le joug du mécénat aristocratique depuis des siècles ...Autant de bonnes raisons qui permettaient à une situation ambivalente de perdurer : d'une part, l'octroi royal et d'autre part, l'acceptation de la dépendance, voire l'asservissement à la subvention.

Cependant, ne nous y trompons pas. Si la culture et l'économie ont été aussi longtemps antagonistes, il existe sans doute des causes objectives au-delà des comportements individuels et des arbitrages socio-politiques. Il ne suffit pas de proclamer la célébration de l'alliance entre Economie et Culture pour résoudre tous les problèmes soulevés par la réconciliation de ces deux sphères. Ce serait trop simple. Alors, jusqu'où cette réconciliation peut-elle être menée ? Passer d'une situation d'économie protégée à une situation d'économie marchande est, en effet, une démarche difficile et fort risquée qui recèle pièges et écueils.

Rappelons cependant que les évolutions connues par le secteur culturel ne se résument pas à un changement de type économique. La professionnalisation est plus globale, avec notamment le développement de formations universitaires spécialisées. Les transformations touchent tous les domaines : administratif, politique, publicitaire, communication, études de marché, etc.

Composition dans la « société du spectacle »

Parce qu'il est possible de ne pas être dupe sans pour autant être démissionnaire, nous pouvons montrer qu'il est faisable et même souhaitable d'utiliser toutes ces nouvelles logiques au profit de la passion musicale. Restons fidèles à l'essence du projet défendu, et faisons ainsi preuve de pragmatisme rasséréné. Ceci étant, la notion de composition est importante car il convient de ne pas entrer aveuglément dans un système global et globalisant. Certains éléments et comportements sont à adopter, d'autres à proscrire en partie ou en totalité.

De nombreux économistes ont répondu à la fameuse loi de Baumol. Ils rétorquent essentiellement que les arts du spectacle ne sont pas un secteur archaïque, mais bien au contraire « esthético-progressif », les gains de productivité n'étant pas d'ordre technique mais résolument qualitatif. Cependant, il demeure impossible de mesurer la qualité. « Rabaïsser le spectacle à un secteur archaïque est plutôt un constat d'impuissance, une solution de facilité permettant de développer un modèle économique banal. » (Dupuis, 1990, p. 31). Au vu des nouvelles pratiques adoptées, nous nous demandons si le spectacle vivant peut et doit se vendre. Des démonstrations convaincantes ont amené à faire appel à l'économie notamment pour réagir aux contraintes dictées par la crise. Peu à peu, il est apparu que la solution résidait dans l'adoption des discours et instruments de l'économie. Ce fut là, l'acceptation de logiques auparavant rejetées.

Nous nous sommes alors tournés vers la gestion. Cette nouvelle attitude est, sans nul doute, l'élément positif de cette confrontation entre la culture et l'économie car bien au-delà des mots, ce sont de nouvelles pratiques qui sont apparues au sein des organismes culturels. En effet, si le déficit financier est en grande partie inévitable, il ne doit pas devenir un alibi et dissimuler une absence de réalisme économique.

Mais la tentation d'accaparer un discours jusqu'alors étranger, a fait que nous ne nous sommes pas arrêtés aux seuls impératifs d'une gestion rigoureuse. Les représentations symboliques autour de l'économie de la culture ont ainsi donné naissance à la « nouvelle entreprise » et au « nouvel entrepreneur » culturels, comme nous le suggérons précédemment. Nouvelles appellations, nouvelles contradictions et compromissions, nouveaux dangers.

En effet, cela signifie alors l'acceptation des règles du marché. Si cette identité d'entreprise est exagérément adoptée et affirmée, elle constitue une sorte de piège. En affichant clairement sa volonté d'entreprendre, de produire et de vendre, le risque est de se couper des aides réservées aux projets non marchands et de perdre alors ce qui aurait pu être gagné en conservant une attitude plus passive.

En fait, les gestionnaires, et plus encore les artistes, doivent comprendre qu'il ne s'agit pas de dénaturer leur projet culturel mais, au contraire, de leur donner les atouts nécessaires pour prendre en compte une nouvelle dimension et apprivoiser les contraintes économiques. Si tel n'est pas le cas, l'économie, ou plutôt l'économisme, prendra le dessus et les conséquences seront catastrophiques. Et si « le spectacle vivant peut et doit se vendre » (Dupuis, 1990, p. 35), c'est là un pari difficile qui peut paraître contradictoire avec la logique de la production artistique qui s'apparente à la recherche fondamentale. Il s'agit de faire la part des choses. « Prospection pour un multifinancement qui ne doit négliger aucune opportunité, adoption d'un réel com-

portement d'employeur (surtout en matière d'embauche), reconnaissance du caractère fondamental d'une politique de vente [...] sont autant d'éléments indispensables, sont autant d'actions qui réclament les efforts de chacun sans que pour autant ils viennent, inéluctablement, remettre en cause la dynamique artistique. » (Dupuis, 1990, p. 35).

Les contraintes économiques ont donné à l'économie de la culture son essor, essor amplifié par des crises économiques mondiales et par le renouveau du libéralisme accompagné de coupes sombres budgétaires. En cela, l'économie de la culture apporte une réponse à une demande sociale émanant autant des institutionnels menacés par les restrictions que des professionnels en proie à une crise d'identité et parfois enclins à céder à la facilité d'un assistanat chronique. Les organismes culturels ont pris conscience parfois douloureusement et à leurs dépens qu'ils sont, de fait, insérés dans l'économie. Mais alors qu'ils sont encouragés à s'y insérer davantage, ils se doivent de prendre garde aux divers fantasmes qui pourraient leur être fatals.

S'il est inévitable et peut-être incontestable que la culture doive prendre sa vraie place dans l'économie, elle ne doit pas le faire à n'importe quel prix. La culture n'a en effet pas besoin de recourir à l'économie pour se justifier. Cette mutation, ce bouleversement des mentalités et, dans certains cas, des structures, a généré une prise de conscience : un organisme culturel propose des biens et des services à des consommateurs. C'est une prise en compte du public et non plus uniquement de l'expansion des moyens de production. Il convient cependant de ne pas aller trop loin et de ne pas en venir à la dictature du seul marché, ce qui équivaldrait d'ailleurs à la ruine de la création. L'exemple de l'audiovisuel en proie à la dictature de l'audimat est à cet égard suffisamment éloquent.

Culture et économie forment un couple qui recèle plus d'une contradiction et d'une compromission. Il faut pourtant y voir aussi une réconciliation et surtout, à défaut d'une illusoire légitimité, le gage d'une pérennité chèrement acquise.

Passion, désenchantement : l'équilibre entre deux pôles symboliques

L'équipe de Rock Tympan déclare que « cette passion originelle ne s'est jamais émoussée, au contraire, elle s'est exacerbée et se radicalise encore aujourd'hui. Elle est le moteur déterminant d'un Festival dont l'évolution a surpris tout le monde et qui a donc nécessité d'opérer de nombreuses restructurations pour arriver à un format professionnel rendu indispensable par sa croissance et sa popularité » (Entretien avec F. Floret). Le passage du statut d'amateur passionné à celui de professionnel passionné s'est imposé afin de répondre le plus judicieusement possible aux impératifs de budget, de droit, de qualité artistique, de sécurité et d'accueil que l'évolution rapide et croissante du Festival a créée. Cette phase de professionnalisation est donc un passage obligé pour assurer la pérennité et le développement du festival.

La Route du Rock a certainement trouvé une formule qui convienne au plus grand nombre. Les organisateurs ne cessent de clamer le plaisir qu'ils éprouvent à organiser cet événement et la satisfaction, tant personnelle que collective, qu'ils en retirent. Et si la « formule » fonctionne, c'est parce que la volonté première de défendre une certaine ligne artistique, le rock indépendant, ne s'est jamais estompée. Toutes les évolutions

de structure se sont faites en respectant l'esprit originel. En revanche, ils ont fait quelques concessions sur d'autres principes plus intellectuels ou matériels, acceptant la transformation de leur mode de fonctionnement afin de continuer, mais toujours avec pour priorité la défense et la promotion d'une famille musicale ; famille parfois marginale au regard des grands circuits de commercialisation, ce Festival étant encore moins viable que d'autres.

Le passage à « l'économie du spectaculaire » est ainsi une réalité aujourd'hui incontournable. Cependant, inéluctabilité ne rime pas nécessairement avec fatalité ou passivité. Et passion, rigueur et réussite dans l'organisation d'un Festival de Rock, loin d'être des termes antagonistes, peuvent tout à fait s'harmoniser. Il s'agit de composer la symphonie d'un monde nouveau, en préservant le caractère enchanteur de tels événements culturels.

Bibliographie

- ATTALI Jacques, *Bruits, essai sur l'économie politique de la musique*, PUF, Paris, 1977, 301 p.
- BAUMOL W. et BOWEN W., *Performing Arts : The Economic Dilemma : a study of problems common to theater, opera, music et dance*, The Twentieth Century Fund, New-York, 1996.
- DEBORD Guy, *La Société du spectacle*, Gallimard, Paris, 1992, 167 p.
- DUBOIS Vincent, *La politique culturelle : Genèse d'une catégorie d'intervention publique*, Belin, Paris, 1999, 381 p.
- DUPUIS Xavier dir., *Economie et Culture : de l'ère de la subvention au nouveau libéralisme*, volume 4 de la Quatrième conférence internationale sur l'économie de la culture (Avignon 12-14 mai 1986), La Documentation française, Paris, 1990, 380 p.
- FROIS Abraham, *Éléments de dynamique économique*, Sirey, Paris.
- FUMAROLI Marc, *L'État culturel : essai sur une religion moderne*, Fallois, Paris, 1991, 305 p.
- GUIBERT Gérôme, *Les nouveaux courants musicaux : simples produits des industries culturelles ?*, Mélanie Séteun, Paris, 1998, 127 p.
- HENNION Antoine, *La Passion musicale : une sociologie de la médiation*, Métailié, Paris, 1993, 407 p.
- SCHNEIDER Michel, *La Comédie de la culture*, Seuil, Paris, 1993, 206 p.
- Le Petit Larousse, 1999.

Vanessa VALERO est étudiante à l'Institut d'Etudes Politiques de Lille.
vanessa_valero@hotmail.com