L'expérience musicale augmentée pour tous

Tiphaine Breton

Quel design déployer pour faire vivre à distance une expérience musicale captée en LIVE à tous ?

Mémoire professionnel présenté par Tiphaine BRETON
Etudiante en 5ème année Design de Communication & Direction Artistique
à E-artsup Paris

2017-2018

e-artsup n'endosse pas la responsabilité du contenu développé dans ce mémoire. Il appartient à son auteur.

REMERCIEMENTS

Un mémoire, aussi conséquent que celui-ci, ne s'écrit pas seul. C'est un peu une aventure où l'on fait des rencontres, on se trompe de chemin, on fait face à des portes closes, où l'on revient en arrière mais où on continue d'avancer. Pour cela je souhaiterais remercier les personnes qui ont joué un rôle dans le développement de ma réflexion et de ce mémoire. En premier, je remercie l'équipe pédagogique, tout particulièrement Mr Becqueret, Mr Gago, Lydia Cheleux et Julien Vieira pour leur accompagnement. Ensuite, je tiens à remercier les acteurs des institutions qui m'ont permis de comprendre et de mieux appréhender le monde de la musique et son rapport au handicap, notamment Rebecca Le Chuiton de la CSLMF, Bénédicte Hamon de Rock en Seine, Olivié Pesquié du Petit Bain, Aurélia Aubert de l'association l'Onde et Mathilde Kerjean de Wimoov.

Ce mémoire aurait été bien incomplet sans les nombreux échanges avec les personnes de mon entourage mais aussi celle qui ont répondu présent lorsque j'ai sollicité leur aide. Ainsi, je remercie toutes les personnes citées dans ce mémoire, et tout particulièrement Coralie Smeers (Aka Lostmemory), Diane Degraeve, Florence Mezan, Alice Patin de Salcourt et la Mission Handicap de Devoteam.

Enfin, merci à la Team expérience sensorielle de m'avoir supporté, à mon frère et à mon père.

Merci à vous tous et bonne lecture.

AVANT-PROPOS

Lors de la réalisation d'un webdocumentaire portant sur l'art visuel et la cécité, j'ai été amené à rencontrer de nombreuses personnes malvoyantes et aveugles au parcours et au destin particulier. Qu'ils soient humoristes, électricien, étudiants ou cadre, leurs récits m'ont touché et m'ont ouvert les yeux sur la complexité du quotidien épuisant qu'ils vivent. Durant la réalisation de ce webdocumentaire, j'ai notamment eu l'occasion de rencontrer Marie-Cathy VIEU, une musicothérapeute, et Salomé NASHED une étudiante en biologie passionnée de piano qui m'ont raconté leur amour de la musique mais aussi la difficulté à y accéder, aussi bien dans la pratique que dans l'écoute.

Ce mémoire est donc le reflet d'une réflexion sur l'expérience musicale où le handicap en est le cœur, et à défaut de proposer une solution qui vous conviendra, vous aura, vous lecteur je l'espère, sensibilisé à « l'aventure » que vivent les personnes ayant un handicap.

TABLE DES MATIERES

PARTIE 1 - Être observateur

Introduction 13
Résumé (français et anglais) 17

Chapitre 1. La musique, un art et une activité culturelle intemporelle et omniprésente 21

1.1 La musique, un domaine et un média universel et intemporel ?

I - Qu'est-ce que la musique ? 23
II - Quelques dates importantes de l'histoire de la musique 24
III - L'évolution de la musique et de son utilité 26

1.2 Les usages de la musique

I - La musique enregistrée, un défi technique suivant les révolutions technologiques 33
II - Jusqu'à son entière dématérialisation avec l'apparition du streaming 35
III - Mais des supports physiques encore présents 38

1.3 L'arrivée de la musique dans les espaces public et son impact

I - La musique en dehors de nos murs 41
II - La tendance de l'émergence des festivals 44
III - Ayant pour objectifs de créer une expérience musicale unique 46

Chapitre 2. Un domaine encore peu inclusif mais en pleine révolution

51

2.1 L'accessibilité, un principe jeune en constante évolution

I - Qu'est-ce que l'accessibilité ? 53
II - L'évolution de l'accessibilité selon la loi 55
III - Des positions tranchées selon les gouvernements 57
IV - Une société qui tend vers l'accessibilité sans l'atteindre 60

2.2 L'accessibilité, synonyme d'handicap, un désavantage méconnu et méprisé

I - Des préjugés encore très présent 63
II - Face à une dure réalité 66
III - Une population vieillissante de plus en plus concernée par le handicap mais loin d'être la seule 69

2.3 Mais une volonté collective d'améliorer l'accès à tous

I - Une volonté propulsée par les lieux culturels 71
II - Suivie timidement par les lieux musicaux 75
III - Soutenue par l'émergence du principe de Design Universel 82
IV - Avec la technologie comme principal levier inclusif 84

Chapitre 3. Le résultat des hypothèses

86

PARTIE 2 - Être acteur

Chapitre 1. Une solution basée sur le design pour rendre accessible l'expérience musicale à tous 93

1.1 Á la recherche d'une solution

I - Le cheminement d'une réflexion logique pour aboutir à plusieurs idées 96
II - L'approfondissement d'une idée 99
III - Une étude quantitative pour mieux répondre aux besoins de tous 103

1.2 De l'idée au prototype

I - Proposer l'idée lors d'un entretien privé à un panel varié 107
II - Itérer pour faire évoluer : les premiers aperçus du prototype 111
III - Se baser sur son expérience personnelle pour progresser 118

1.3 Du prototype papier à la réalité

I - Un prototype issu d'un processus UX, une solution adaptée à ses envies, ses besoins et ses moyens 123
II - Des outils UX pour se projeter 128
III - Une identité à construire 133

Chapitre 2. Une solution réalisable et novatrice, mais qui devra s'imposer sur un marché plurisectoriel

143

2.1 Se démarquer dans un marché peuplé d'acteurs variés mais dominé par des mastodontes

I - Un marché de la diffusion complet et complexe 145
II - Avec une présence importante sur les médias spécialisés 149
III - Les forces et les faiblesses du projet face à ce marché 153

2.2 Grâce à une bonne communication

I - Une bonne solution, sans communication, reste dans les cartons 157
II - Un stand expérimental comme outil de communication 159
III - Le prototype du stand 162

2.3 Un projet conséquent tout comme son budget

I - l'expérience client comme point d'entrée du business model 167
II - S'associer pour mieux s'imposer 169
III - Un budget et un planning prévisionnel pour anticiper l'ampleur du projet 172

Conclusion 179
Bibliographie 185
Annexes 197

INTRODUCTION

Il commence à faire nuit lorsqu'Ariane et des collègues sortent du travail pour aller prendre les transports en commun. Sur le chemin, la lumière et l'agitation dans un bar attirent leur attention. Les cordes s'agitent et le groupe de jazz s'anime à la plus grande joie des personnes dans le bar. Le groupe s'avance mais Ariane reste à l'extérieur. Elle sait qu'en plus de ne pas pouvoir écouter la musique, elle ne pourra plus comprendre ses collègues. Elle rentre donc rejoindre sa fille.

Naïma jubile. Elle qui d'habitude n'a pas de chance au jeu vient de remporter deux places pour le concert d'un de ses groupes préférés. C'est tellement rare, elle ne se souvient même plus de la dernière fois où elle est allée en concert. En plus, elle a vérifié, il n'y a pas de problème pour l'accueillir elle et son trône d'acier. Pourtant, quelques jours plus tard elle déchantera lorsqu'elle se fera refuser l'accès car les organisateurs ont changé de salle et des escaliers la sépare du lieu.

Il passe l'accueil et accompagné de sa femme, Akim entre dans le festival. Le premier concert va commencer et il s'installe sur la plateforme installée sur un côté. Mais pour lui le son n'est pas assez fort, il se sent exclu et n'arrive pas à en profiter. Akim décide donc de se rapprocher des caissons de basse afin de profiter des vibrations. Sur le chemin, il s'excuse, sans les voir, il se prend les festivaliers assis dans les jambes. Lorsqu'enfin il arrive à l'endroit idéal, il se fait sans cesse bousculer sans pouvoir l'anticiper. Fatigué et énervé de ne pouvoir profiter du concert, il se résigne et s'éloigne du concert.

Si ces personnages sont fictifs, les histoires sont vrai. Il est estimé qu'il y a plus de 10 millions de personnes ayant un handicap en France. Et au cours de sa vie, une personne sur 2 sera confrontée à une situation de handicap que se soit de manière ponctuelle ou définitive. Et pourtant, le handicap est encore un critère de marginalisation des personnes qui le vive.

La musique est l'un des rare domaines qui semble être universel. En 2014, selon la SACEM, 99% des français écoutait de la musique quotidiennement avec une durée moyenne de 2h25 par jour. Mais dans la réalité, la musique et l'expérience qu'elle fournit est-elle aussi accessible qu'elle semble être ?

Ces trois histoires mettent en évidence un problème d'accès aux lieux mais aussi à ce qu'on pourrait qualifier d'expérience musicale. Pourquoi expérience musicale ? Car assister à un concert dans une salle, dans un bar ou dans le cadre d'un festival relève de l'événement unique de plusieurs aspects, notamment le lieu ou la scénographie. De plus, cette expérience ne fait pas uniquement appel à l'ouïe mais aussi à la vue,

au toucher, à l'odorat et au goût. C'est une expérience multisensorielle. Alors, si nos trois personnages ne peuvent pas accéder directement à l'expérience, serait-il alors possible de la vivre à distance ? Puisque l'expérience musicale relève des sens, est-ce que le design sensoriel pourrait être une solution ? Ou est-ce que le design au sens global de la discipline visant à une harmonisation de l'environnement peut y répondre ? En prenant en compte toutes ses interrogations, on arrive à une problématique unique qui est :

« Quel design déployer pour faire vivre à distance une expérience musicale captée en LIVE à tous ? »

Afin de guider la réflexion, nous allons émettre plusieurs hypothèses. La première est directement basée sur ces histoires me permettant de présumer que **les expériences et les lieux musicaux ne sont pas adaptés aux personnes handicapées.**

Si les expériences et les lieux musicaux ne sont pas adaptés, il semble alors logique de présumer que **l'adaptation doit venir des personnes ayant un handicap.**

Mais ces hypothèses posent néanmoins la question de : « Les personnes handicapées ont-elles encore envie de faire l'effort de s'adapter ? » Aux vues des rencontres faites lors de la réalisation du webdocumentaire sur l'art visuel et la cécité, ce qui ressortait des interviews était la lassitude des personnes malvoyantes et aveugles. Ainsi, je présume que **les difficultés rencontrées découragent les personnes ayant un handicap d'accéder aux lieux musicaux et de vivre les expériences proposées.**

Enfin la dernière hypothèse concerne l'état d'esprit.
Dans l'imaginaire commun, le handicap est relié au fauteuil roulant. Pourtant un handicap peut se manifester sous d'autres formes comme une personne en béquille, des parents avec un enfant en poussette, un bouchon d'oreille. Ce sont des situations courantes mais qui peuvent être handicapantes en fonction de l'environnement et pourraient s'appliquer dans le cadre d'une expérience musicale. À partir de ce constat, je présume que **prendre en compte l'accessibilité des personnes ayant un handicap permettrait de renforcer l'expérience des personne valides.**

Afin de vérifier ces hypothèses et de pouvoir répondre à la question, nous analyserons en premier les différents aspects de la musique afin de comprendre l'histoire, l'évolution et les enjeux de cet univers. Nous aborderons notamment la musique jouée en direct lors de concert et la musique enregistrée.
Ensuite, nous plongerons dans l'univers du handicap à travers la notion d'accessibilité qui permettra de cerner l'état, les enjeux et les rôles des différents acteurs qui interviennent dans cet univers. Nous ferons un état des lieux de la vision de la société du le handicap qui sera amené à changer notamment à cause du vieillissement de la population. Enfin nous aborderons les différentes actions menées par les structures culturelles, appuyé par la notion de design universel et les avancées technologiques.

Toutes les connaissances et les analyses acquises lors de cette première partie nommée « Être observateur » permettront d'apporter des éléments de réponses à la problématique concrétisé et d'aborder dans une deuxième partie « Être acteur » une possible solution dont vous pourrez suivre les différentes étapes de réflexion, d'idéation, d'échange jusqu'au prototype final. Enfin nous finiront par étudier sa viabilité, son rôle dans un marché complexe dominé par des acteurs influents. Mais aussi nous envisagerons sa mise en œuvre avec l'utilisation d'un stand comme support de communication expérientiel et le coût ainsi que le planning estimé pour ce projet.

RESUME

La musique est une partie intégrante de la vie quotidienne. A la radio, en streaming, sur CD ou en concert, au travail ou pendant les séances de sport, on en consomme partout et sous toutes ses formes. Pourtant, une question primordiale se pose.
Est-ce que tout le monde peut profiter de la musique et de l'expérience qu'elle propose ? Quand on dit « tout le monde », les personnes pensent aux jeunes, aux enfants, aux personnes âgés par exemple mais dans ces personnes citées, on oublie souvent celles qui ont un handicap. Le handicap commence à être reconnus notamment grâce au travail des associations et des missions handicap par exemple mais les actions menées sont d'avantages axées sur l'aide à la vie plutôt que sur l'accès aux divertissements et notamment à l'expérience musicale.

En tant que jeune créative, ce mémoire rassemble les réflexions personnelles et les recherchées menées concernant l'accès à l'expérience musicale pour tous, autour de la problématique :

« Quel design déployer pour faire vivre à distance une expérience musicale captée en LIVE à tous ? »

Pour guider la recherche, quatre hypothèses seront exposées. Nous présumerons tout d'abord que les expériences et les lieux musicaux ne sont pas adaptés aux personnes ayant un handicap. Nous supposerons alors que cette adaptation doit venir des personnes ayant un handicap. Cette adaptation permanente pourrait avoir un impact important sur les personnes et leur ressenti. Nous présumerons donc que les difficultés rencontrées découragent les personnes ayant un handicap. Et enfin nous supposerons que la prise en compte de l'accessibilité permettrait de renforcer l'expérience des personnes valides.

Ce mémoire est scindé en deux parties. La première partie « Être observateur » regroupe les recherches concernant l'accessibilité et la musique. Ainsi, le premier chapitre analyse les différents aspects de la musique afin de comprendre son histoire, son évolution dans ses usages ainsi que son utilisation et les enjeux de cet univers.
Le chapitre 2 se concentre sur l'univers du handicap à travers la notion d'accessibilité. Cette partie permettra de mieux appréhender l'état, les enjeux et les rôles des différents acteurs qui interviennent dans cet univers. Nous ferons notamment un état des lieux de la vision actuelle de la société sur le handicap et de sa possible évolution. Enfin, nous aborderons les différentes actions menées par les structures culturelles mais aussi spécifiquement musicales, appuyées par la notion de design universel et les avancées technologiques. Le chapitre 3 sera la synthèse des deux premiers et répondra aux hypothèses établies.

Ensuite, une possible solution permettant de faire vivre une expérience musicale augmentée à distance sera développée dans la seconde partie nommée « Être acteur ». Le chapitre 1 suivra le cheminement de la réflexion de ladite solution, étayé par de nombreux échanges et entretiens avec des personnes handicapées et valides. La réflexion sera basée sur une démarche UX, d'expérience utilisateur, souhaitant se concentrer sur la minorité qui connait le plus de difficultés pour satisfaire la majorité. Enfin, le second chapitre de cette partie abordera les différents aspects de la possible concrétisation de la solution avec notamment le budget, le planning et le business model. Cette partie se concentrera aussi sur la place de la solution dans un marché actuel restreint mais dominé par des acteurs aux multiples rôles.

Music is a staple of daily life. On radio, on streaming, on CD or in concert, at work or during sports sessions, we consume it everywhere and in all forms. However, an essential question arises. Can everyone enjoy the music and the experience they offer? When we say "everybody", people think about young people, children or old people for exemple. But, among all of these mentioned people, we often forget those who have a disability. Disability begins to be recognize thanks to the works of associations and firm's Disability Missions for exemple. But the actions taken are more focused on daily life help than on access to entertainment, and especially musical experience.

As a young creative people, this thesis gathers personal reflexions and the research conduct about access to musical experience for all, around the problem : "What design to deploy to live remotely a musical experience captured in LIVE to all?"

In order to guide research, 4 hypothesis will be exposed. First, we'll presume that musical place and experience are not suitable to disabled people. We'll assume that this adaptation must come from disabled people. This permanently adaptation could have a major impact on these people and what they feel about. So, we'll presume that difficulties encountered discourage disabled people. Finally, we'll assume that take into account the principle of accessibility would strengthen the experience of the valid people.

This thesis is made of two part. The first one "Be Observant" gathers all researches

about accessibility and music. Thus, the first chapter analyses different aspects of music in order to understand its history, its evolution in its uses and the stakes of this universe. The second chapter concentrates on the world of disability through the notion of accessibility. This part will allow to better understand the state, the stakes and the roles of the various actors involved in this universe. In particular, we will take stock of the current vision of society on disability and its possible evolution. Finally, we will discuss the different actions carried out by the cultural structures but also specifically musical, supported by the notion of universal design and technological advances. Chapter 3 will be a synthesis of the first two and will answer the established hypotheses.

Then, a possible solution allowing to make live a musical increased experience at a distance will be developed in the second part named «Being actor». Chapter 1 will follow the reflection process of this solution, supported by numerous discussions and interviews with disabled people and valid people. The reflection will be based on a UX approach, wishing to focus on the minority who knows the most difficulties to satisfy the majority. Finally, the second chapter of this part will deal with the different aspects of the possible implementation of the solution including the budget, planning and business model. This part will also focus on the place of the solution in a current restricted market but dominated by actors with multiple roles.

Partie

Être observateur

Chapitre 1. La musique, un art et une activité culturelle intemporelle et omniprésente

1.1 La musique, un domaine et média universel et intemporel ?

Qu'est-ce que la musique ?

La musique est une composante quotidienne et très présente dans notre société actuelle. Selon l'observatoire BVA-DOMEO-PRESSE Régionale de la vie quotidienne des Français, en moyenne en 2015 les français écoutent 1h30 de musique par jour. Néanmoins il est compliqué de définir la musique car celle-ci peut avoir plusieurs définitions en fonction du point de vue abordé, celui de la science ou celui de l'art. Ainsi, d'après le Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales, la musique peut être une « Combinaison harmonieuse ou expressive de sons » ou un « art de s'exprimer pat les sons suivant des règles variables selon les époques et les civilisation ». Un son s'exprime selon quatre paramètres : la hauteur du son (grave ou aigu), la durée, l'intensité et le timbre. Selon une hypothèse soutenue par de nombreux scientifiques, la musique est antérieure au langage puisqu'il a été retrouvé un instrument ressemblant à une flûte, taillée dans un os d'ours qui date d'à peu près 40 000 ans, à l'époque de l'Homme de Cro-Magnon. Le langage lui est apparu il y a 35 000 ans environ. Il est donc probable que l'homme a su chanter ou vocaliser avant de savoir parler. Une étude de 2014 montre que si l'on chante une chanson à un fœtus quelque mois avant sa naissance et que quelques mois après sa naissance, on chante la même chanson en changeant des notes, alors le nourrisson détectera et aura des connexions électriques au niveau du cerveau qui sont différentes.
Ainsi, cet exemple montre que le cerveau aurait des prédispositions concernant la musique bien avant d'avoir découvert le langage. La musique peut être elle aussi, situé dans un contexte de communication, est considérée comme un langage indépendant du langage verbal. Elle possède un vocabulaire qui renvoie à l'expérience sensorielle et esthétique personnelle.

Mais la pratique et l'écoute de la musique ne sont pas réservés aux êtres humains puisque selon une expérience, faire écouter de la musique à des œufs permettrait aux poussins qui naissent d'avoir plus de neurones dans la zone équivalente à l'hippocampe chez l'être humain. Ainsi, selon le psychologie américain Howard Gardner, la créativité musicale est l'une des fonctions fondamentales du cerveau tout comme la logique mathématique ou encore le langage. Une équipe de chercheur chinois à par ailleurs démontré que le cerveau y compris la façon de penser, réagir et se comporter, ne se construit pas uniquement à partir de stimuli visuels et de l'ambiance familiale mais aussi en fonction de l'environnement sonore.

Mais la particularité de la musique contrairement à des arts plastiques par exemple est que l'œuvre se situe dans une œuvre temporelle. Pour exister, elle doit être joué, à l'instar des arts du spectacles.

II Quelques date importantes de l'histoire de la musique

Afin de mieux comprendre la musique et son rapport avec la société, il est intéressant de se pencher sur l'histoire de la musique. Comme dit précédemment, l'apparition de la musique remonterait au moins à une époque datant de 40 000ans. Néanmoins il est probable que cela soit encore plus anciens puisque de nombreux chercheurs, le premier ayant été Darwin, pensent qu'avant de savoir parler, l'homme utilisait la communication chantée, comme à l'image des singes par exemple, pour pouvoir communiquer. Ces repères seront donc pour certains indicatifs.

Tout d'abord, lors de l'Antiquité préchrétienne, de nombreux fossiles d'instruments ont été retrouvé notamment à partir de la Préhistoire. A l'époque de l'Empire Romain d'Orient, des fresques ont été retrouvé témoignant de la présence de tambours, de flûtes simples, de cors, de harpes, de grelots, de castagnettes ou encore d'orgues hydraulique. Néanmoins peu d'objets ont été retrouvé pour en témoigner. C'est à cette époque qu'apparait le principe des pièces de théâtres chantées mais aussi le répertoire populaire avec le folklore grec, crétois et plus largement méditerranéen qui fût transmis grâce à la tradition orale.

La deuxième époque est le Moyen-Âge. C'est à cette époque qu'apparait la notion de notation musicale qui serait conservé et traversera les âges jusqu'à nos jours puisque c'est celle encore utilisé sur les partitions actuelles notamment grâce à l'invention de l'Imprimerie en 1550. Le Moyen-Âge est l'âge de l'oubli où de nombreuses pratiques instrumentales et instruments provenant des civilisations égyptiennes, grecs et romaines vont être reniées.
La cause de ce rejet est la religion puisque la population au Moyen-Âge est chrétienne et le célèbre grâce aux musiques religieuses alors que les civilisations de l'Antiquité étaient polythéistes. Le Moyen-Âge est aussi l'époque de la polyphonie vocale qui est l'art de chanter à plusieurs voix souvent utilisé lors des messes.

Ensuite arrive au XVème siècle, l'époque de la Renaissance qui a durera jusqu'à la fin du XVIème siècle. La codification de la musique continue sa généralisation avec notamment l'invention de l'harmonie totale qui est l'usage généralisé d'accords semblables à ceux que nous utilisons encore aujourd'hui, et l'apparition de la barre de mesure qui divise la musique en parties égales. Cette organisation a aussi permis la création de « formes » musicales comme la Messe, le Requiem, le Stabat Matern, la Sonate, et bien d'autres. La musique polyphonique vocale sacrée continue à prendre de l'importance avec le retour des femmes qui ne pouvaient chanter ces chants durant le Moyen-Âge.
Cette époque est synonyme de progrès techniques importants dans la fabrication des instruments et voit la naissance de l'épinette, aussi appelée virginal, l'ancêtre du clavecin.

A partir de la fin du XVIème siècle jusqu'à 1750 se trouve la période appelé Baroque, nom issu de « Berrueco » (en Espagne) et « Barroco » pour désigner en joaillerie une perle irrégulière, un terme péjoratif qui dans cette époque désigne la bizarrerie et l'étrangeté.
Ce terme touche tous les domaines artistiques, aussi bien la sculpture, peinture, littérature, architecture, théâtre mais aussi la musique que Jean-Jacques Rousseau définit comme une musique « dont l'harmonie est confuse, chargée de modulations et de dissonances ».
La période Baroque connait l'apparition de l'Opéra avec l'Orfeo considéré comme le premier opéra. Les opéras sont précédés de « l'ouverture », une composition musicale jouée afin d'obtenir le silence du public et de capter son intention. A cette époque, la Cantate nait en Allemagne et de nouvelles formes musicales font leur apparition comme le Concerto ou la Suite instrumentale ou orchestrale. Après l'apparition de l'épinette à la Renaissance, le Baroque voit naitre une véritable musique instrumentale avec la création du clavecin, des grands orgues, des trombones à coulisses, du hautbois, du basson, de la trompette baroque et le violon qui trouve sa forme définitive. Enfin, la période Baroque voit la démocratisation et la généralisation des concerts publics qui deviennent ouvert à tous et non plus réservé à une élite dont la musique a conquis les cours princières et royales ainsi que les salons bourgeois.

Après la période Baroque arrive la courte période du Classique qui dura 47 ans, de 1750
A 1797 mais qui sera déterminante pour l'avenir. Dès 1750, l'emploi du pianoforte (instrument entre le clavecin et le piano moderne) et de la clarinette est généralisé. Mais cette naissance entraine la disparition de la basse continue au clavecin qui libéra la mélodie et allégea les harmonies très chargées à l'époque du Baroque. Il est important de ses rappeler que c'est à cette époque que se déroule la révolution française (1789) qui influence les musiques composées à cette époque, devenant ainsi des hymnes à la liberté notamment avec le compositeur phare de cette époque : François-Joseph Gossec. Le classique prit fin avec la composition de la « Sonate Pathétique » de Beethoven qui grâce au piano-forte peut désormais exploiter des contrastes puissants et dynamiques.

L'époque précédent la nôtre est le Romantisme qui commence en 1797 jusqu'au XXème siècle. Le piano-forte joue un rôle très important dans l'émergence notamment de nouvelles formes totalement libres comme le lied, la ballade, le nocturne, l'impromptu, le moment musical et le poème symphonique. La seconde moitié du XXème siècle verra naitre la famille des saxophones, éléments principaux du jazz. De nombreux styles musicaux comme le rock, la pop ou encore le rap apparaitront aussi à cette époque-là. La découverture du jazz né aux Etats-Unis influencera de nombreux compositeurs qui rajouteront une nouvelle dimension rythmique et des couleurs sonores à leurs œuvres. Le Romantisme voit aussi apparaitre différentes notions tel que la « virtuosité instrumentale gratuite » désignant un musicien exécutant doué d'une technique brillante, « d'artiste maudit » mais aussi celle « d'artiste engagé politiquement.

Enfin la dernière époque est l'époque Contemporaine qui va donc du début du XXème siècle au début du XXIème siècle est une époque très fournit pour la musique puisque de nombreux styles musicaux ont vu le jour.
L'apparition des instruments électroniques comme les Ondes Martenot, un des premiers instruments électroniques avec le thérémine transforme la conception de la musique. Cette mutation est renforcée avec notamment l'apparition de

la musique électro-acoustique utilisant dans le processus de composition des ordinateurs et synthétiseurs. Cela mènera à la naissance de la MAO : Musique Assistée par Ordinateurs qui permettra de retravailler les sons en studio. Cette époque tranche aussi avec les codes instaurés durant les époques précédents avec notamment la naissance d'une nouvelle conception du beau, indépendante de la notion d'harmonie et l'usage systématique de dissonances. Le phénomène de détournement d'instruments apparait et détourne leur utilisation. Ainsi il devient commun d'utiliser un violon comme percussion, mais aussi utiliser divers outils non musicaux pour un usage musical comme une machine à écrire, un téléphone ou des tuyaux. Les musiciens ne cherchent plus uniquement le bon ton ou la bonne note mais aussi la recherche du timbre instrumental pour lui-même en adoptant de nouvelles techniques de jeu.

III L'évolution de la musique et de ses utilisations

Si la musique a évolué au fil des siècle, son utilisation aussi. Précédemment nous avons évoqué l'hypothèse que la musique est apparue avant le langage parlé. Mais la première utilité de la musique aurait été, selon une hypothèse adoptée par la majorité des scientifiques, un moyen et une forme de communication privilégié par la sélection sexuelle ou elle serait aussi apparue comme moyen d'interaction entre la mère et le nouveau-né. Selon cette deuxième hypothèse, cela permettra à la mère de calmer les petits sans avoir à les bercer et de pouvoir faire autre chose à côté comme récupérer de la nourriture ou se défendre.

La première utilité de la musique dans l'histoire est l'accompagnement religieux. Selon André Gourelle, théologien dans son article « Musique et foi, la valeur religieuse de la musique », la musique tient une place importante dans la majorité des religions. Si dans l'Antiquité, les grecs et les latins mettaient la vue comme sens premier car ils assimilaient la science et l'intelligence à la vision, ils appréciaient énormément la musique comme le disait Platon « *La musique donne une âme à nos cœurs et des ailes à la pensée* ». Mais c'est surtout grâce aux juifs de l'Antiquité que la musique et la religion ont commencé à aller de pair. Selon la Bible, Dieu ne se donne pas à voir mais à l'entendre. Il ne peut pas être figuré mais on peut écouter sa parole. Selon André Gounelle, *« la véritable sagesse consiste à la recevoir*[1] *dans ses oreilles et en son cœur »*. La préférence de la musique sur les autres arts, notamment la peinture et sculpture qui avaient une valeur importante pour les grecs et latins de cette époque s'explique par plusieurs raisons.

[1] La parole de Dieu

La première est l'expression même de la musique. Contrairement à la peinture et à la sculpture qui donnent naissance à des objets statiques, la musique est faite de mouvements. Ainsi elle convient mieux pour exprimer l'existence croyante et la relation avec Dieu. La deuxième raison concerne le fait que les tableaux et les statues peuvent devenir des idoles par leur présence physique. Or, les dix commandements interdisent de se faire une image de Dieu car celles-ci peuvent devenir des objets sacrés à qui l'on rendrait un culte. Avec la musique il est plus

compliqué de la diviniser car elle échappe à l'homme, elle n'est présente que pendant l'instant où elle est jouée.
Enfin la troisième raison est l'immatérialité de la musique. Si aujourd'hui on peut mettre en pause un film et en percevoir une image, la musique lorsqu'elle est mise en pause n'existe plus. Toujours d'après André Gounelle, « le son nous atteint et nous ne pouvons pas le retenir, de même que Dieu vient vers nous sans que nous puissions mettre la main sur lui. Nous manipulons et nous dominons beaucoup plus l'image ».

La deuxième utilité de la musique, est l'expression. Cette expression peut être lié à des sentiments et des émotions ou alors à des idées. Platon disait dans son livre « La République » :
« Si tu veux contrôler le peuple, commence par contrôler sa musique ».
La musique peut être une expression d'identités collectives comme l'affirme le musicologue Philippe Gumplowicz dans son livre « Les résonance de l'ombre : Musique et identité de Wagner au Jazz » où il montre combien la musique est « un formidable marqueur d'identité collective ». Ainsi de nombreux musiciens comme Chopin en Pologne ou Liszt en Hongrie auraient prétendu « incarner l'âme » supposée de leurs peuples respectifs. Mais cette expression a surtout touché les styles de musique, le plus marqué dans l'histoire étant sûrement le jazz. Le jazz en France a démarré sous le signe d'une racialisation à outrance. Considéré au début comme une « énergie pure, mais inaboutie », elle est progressivement essentialisée et assignée à la « pure négritude » faisant du jazz une musique que les musiciens blancs pourraient uniquement copier avec plus ou moins de facilité faisant la part belle au mythe de l'authenticité culturelle. Le deuxième type d'expression concerne les émotions. Comme le dit Debussy « La musique commence là où la parole est impuissante à s'exprimer ».

La troisième utilité de la musique est la musique en tant que support et partie d'une œuvre globale. La musique peut faire parmi d'œuvres de collaboration tel que des films, des dessins animés ou des documentaires où elle remplit de nombreuses fonctionnalités. La musicologue polonaise Zofia Lissa a cherché à comprendre l'utilisation de la musique dans les films et l'effet qu'elle produit. Ces recherches ont abouti à neuf fonctions principales.

La première fonction est de marquer le mouvement, c'est-à-dire d'accompagner musicalement un acte visible ou audible n'ayant pas naturellement de rapport avec la musique comme courir, poignarder, trembler, calme...

La deuxième fonction est de marquer les sons réels grâce à une superposition stylisée de bruits assumés par la trame sonore comme les onomatopées dans les dessins animés.

La troisième fonction de la musique est de représenter le lieu d'action. La musique dans ce cas est utilisée pour plonger l'audition dans des environnement physique, culturels, sociaux ou historiques particuliers comme par exemple le Japon, la mer, un laboratoire ou dans un univers médiéval.

La quatrième fonction est l'utilisation de la musique en tant que telle, aussi appelé « musique source[2] » ou « musique diégétique ». Cette fonction concerne le moment où dans le film où la musique qui est audible par le ou les personnages fait partie du jeu de la scène. Elle peut venir d'une source visible comme un concert, un

[2] Le terme originel employé par Zofia Lissa étant «Source Music»

personnage qui chante une berceuse ou invisible comme les musiques d'aéroport.

La cinquième fonction est le commentaire qui permet de commenter les images. La forme et le type de commentaire le plus courant dans un film est le « contrepoint » présentant une musique venant contrarier la connotation d'une image. Par exemple une scène angoissante avec une musique douce. Le commentaire permet de renforcer l'émotion d'une scène.

En continuant sur l'idée d'émotion, la fonction n°6 de la musique en tant que support est d'exprimer les émotions des acteurs en les renforçant où en permettant à un acteur même avec un visage impassible d'exprimer une émotion plus intérieure.

La musique permet donc d'être un guide émotif pour l'auditoire, la 7ème fonction de la musique. La musique ne ment pas, elle dévoile le fort intérieur des personnages et exprime des émotions qui peuvent ne pas être présentes à l'image.

La 8ème fonction concerne le symbole. La musique peut être utilisée pour représenter une personne ou un élément déjà connu par le public. Cela s'applique notamment pour les thèmes des personnages, comme dans les films de super-héros où les thèmes principaux connaissent de nombreuses déclinaisons en fonction des situations. Ainsi, les musiques « Heroes », « He won't come out » ou « Assault » sont des déclinaisons du thème principal de « The Avengers ».
La neuvième fonction est d'anticiper une action subséquente et de préparer le spectateur à la scène en augmentant le suspens produit grâce à la musique.
Enfin, la dernière fonction de la musique dans les documentaires, dessins animés et films est de tracer leur structure formelle en devenant un leitmotiv. La musique permet de scinder le film en partie, de rendre sa narration plus compréhensive et d'en assurer la fluidité.

La quatrième utilité de la musique, inspirée du point précédent, est la musique dans un ensemble audiovisuel. Mario d'Angelo dans son livre « La Musique dans le flux télévisuel » aborde la musique notamment sous forme de jingle. Elle peut agir comme un élément d'accroche pertinente afin de capter une attention, de séduire, d'émouvoir ou d'annoncer. Mario d'Angelo à confronté deux points de vue et la finalité recherché aussi bien du côté de l'offre réalisée par les concepteurs des contenus audiovisuel, et des finalités perçues du côté de la réception par les téléspectateurs. Il en a retenu 6 fonctions : une fonction mnémonique[3], identitaire, émotionnelle, esthétique, didactique[4] et narrative. Ces fonctionnalités jouent un rôle dans le marketing et la communication. Cela est la 5ème utilité de la musique.

[3] **mnémonique** : relatif à la mémoire

[4] **didactique** : dans le but d'instruire

Pour comprendre la corrélation entre le marketing et la musique, le chercheur et professeur en marketing sensoriel Alain Goudey, a écrit une thèse sur l'utilisation de la musique en marketing. Dans cette thèse il aborde notamment l'impact de la musique sur le consommateur en réunissant 34 études. Selon lui, il y a quatre variables indépendantes qui vont jouer sur le comportement du consommateur : le tempo, le style, le volume et l'appréciation liée à la musique. Il en a conclu par exemple qu'une musique avec un tempo lent, congruente avec le lieu et qui était connu augmentait le temps passé en magasin. La musique gaie par exemple peut aussi avoir un impact sur le montant dépensé et l'intention d'achat. Les différentes études montrent que se sont notamment le tempo et le style qui sont très largement mobilisés et utilisés pour expliquer l'influence de la musique d'ambiance sur le consommateur. Un exemple concret est utilisé dans le livre « Le Cerveau Mélomane

» d'Emmanuel Bigand. Une étude de chercheurs américains et australiens montre que lorsqu'un magasin de vin diffuse de la musique classique, le montant des achats des clients est multiplié par 2.5. L'augmentation du prix ne dépendant pas du nombre de bouteille mais de l'achat de vins plus prestigieux. C'est l'amorçage cognitif, une technique qui prépare le cerveau à recevoir d'autres informations. Un autre exemple issu du livre est une étude menée dans un restaurant qui jouait du jazz. Le tempo n'était pas le même pour tous les clients et les chercheurs ont pu remarquer que les clients restaient plus longtemps et commandaient plus lorsque le tempo était à 70 BPM[5] plutôt qu'à 92 BMP. Ce tempo n'est pas dû au hasard car il correspond au nombre de battements du cœur.

[5] **BPM** : Battements Par Minutes

Au-delà donc d'avoir un impact direct en magasin, l'utilisation de la musique se fait aussi dans le champ publicitaire. La musique permet de créer des associations favorables avec le produit ou la marque mais aussi de mémoriser plus facilement le message publicitaire selon Yalch (1991). La musique publicitaire aurait trois rôles. Le premier rôle est lié à une vision affective ayant une action sur les émotions telles que l'humeur ou le plaisir. Le deuxième rôle ou vision est symbolique. Dans ce cas, la musique est un vecteur d'imageries mentales en créant des images dans l'esprit des consommateurs. Ces images sont strictement personnelles puisqu'elles sont générées en référence au vécu de chacun et donc selon Gallopel en 1998 « résolument expérientielles » contribuant à la modification des croyances envers la marque et donc des intentions d'achat. Enfin la dernière vision est cognitive en assimilant la musique à un langage où son rôle est de communiquer des informations et de favoriser la mémorisation de l'annonce et de ses arguments. La musique dans ce cas n'a pas pour fonction de créer un climat émotionnel ou de générer des images mais d'accompagner et de renforcer les informations communiquées dans le message. Si la musique a un fort impact sur la publicité, peu d'études ont été menées récemment puisque toutes les données recueillies proviennent d'études datant de 1985 à 2006.

Le 6ème usage de la musique est récent même s'il est expérimenté depuis des siècles puisqu'il s'agit de la musique pour « soigner ». L'un des premiers à s'intéresser à la musique pour sa faculté à être cathartique est Aristote. Il pensait que la musique pouvait libérer l'homme de sentiments tels que la pitié, la peur ou l'enthousiasme et permettait de soigner ainsi que de purifier l'âme. Au Moyen-Âge, la musique fût aussi utilisée à des fins médicinales comme les patients qui, atteints de chorée, devaient danser pendant des heures. La loi obligeait d'ailleurs les personnes qui faisaient des études médicinales à jouer d'un instrument de musique car on pensait à l'époque que la musique pouvait guérir l'esprit mais aussi le corps. C'est au XIXème siècle que des scientifiques commencèrent à s'intéresser au lien entre la musique, la physiologie et l'anatomie du cerveau. En 1899, le magazine le « Lancet » publia un article de J.T.R. Davison intitulé « Music in Medecine » traitant pour la première fois de l'utilisation de la musique en médecine. En 1914, O'Neil Kane publia un article dans le JAMA où il décrivait « l'utilisation d'un phonographe au bloc opératoire et en salle de réveil comme moyen de réduire l'anxiété des patients subissant les horreurs de la chirurgie ». En 1918, deux chirurgiens, Hyde et Scalapino, découvrent que l'utilisation de tons mineurs, tons souvent employés dans les mélodies mélancoliques, permettent de réduire la fréquence cardiaque et la pression artérielle. Les études sur la musique ont cessé pendant la suite du siècle. Il faut attendre les années 90 et les nouvelles techniques de neuro-technologies. L'imagerie cérébrale a permis de voir et de comprendre l'impact de la musique sur le corps et plus particulièrement sur le cerveau puisque c'est le point central des sens. Au XXème siècle la musique fût

utilisée dans un cadre de communication entre le patient et le médecin comme l'explique Hervé Platel, professeur de neuropsychologie lors de l'émission France Inter « L'Inconscient et le Cerveau Mélomane » et non plus pour « soigner ». Ce terme englobe les différentes facettes de la musique qui stimule, relaxe, calme la douleur et apporte des bénéfices cognitifs dont les mécanismes sont mieux connus.

Toujours dans le livre « Le Cerveau Mélomane », les chercheurs montrent que la musique utilisée notamment avec des patients ayant Alzheimer permet de créer un cadre rassurant mais aussi de faire travailler la mémoire et de réhumaniser la relation au patient. Alzheimer est une pathologie qui affecte plus les capacités linguistiques que musicales. En utilisant la musique, les chercheurs ont découvert qu'ils pouvaient « réveiller » les neurones. Ainsi, à Caen, des patients atteint d'Alzheimer ont réussi à apprendre des chansons en retenant les mélodies mais par les paroles. Le plus intéressant étant que ces patients ne se souvenaient pas avoir fait les ateliers et lorsqu'on leur demandait depuis combien de temps ils connaissaient la chanson, ils répondaient « depuis toujours, je l'ai appris quand j'étais jeune ». Le cerveau peut donc encore mémoriser mais les patients ne peuvent pas en rendre compte. Et si la musique a un tel impact, c'est parce qu'elle n'utilise pas une petite partie du cerveau mais a un fonctionnement global. De même, après un AVC, il a été prouvé que lorsque le personnel médical demandait au patient de parler, il n'y avait pas de réponse, mais s'ils jouent une chanson connue, alors ils se mettent à fredonner. Les stimulations musicales permettent de relancer la plasticité cérébrale, la capacité du cerveau à de réorganiser et à créer de nouvelles connexions, comprenant aussi la linguistique. Tout cela entre dans la très grande famille de la musicothérapie.

Le dernier usage de la musique est la musique pour divertir. La musique comme divertissement remonte au moins à l'époque de l'empire romain. Car si la musique était présente dans le monde militaire et religieux, c'était un élément incontournable de la vie quotidienne romaine, aussi appelé « otium »[6]. Que se soit au théâtre, à l'amphithéâtre ou chez soi, il était courant de voir se produire des musiciens mais aussi des danseurs et des chanteurs comme en témoigne le livre Satiricon de Pétrone « à ces mots, la musique éclata et quatre esclaves s'avancèrent en dansant pour ôter le couvercle de la marmite (...). L'écuyer tranchant s'avança aussitôt réglant ses gestes sur le rythme de la musique, il découpa la viande : on aurait cru un conducteur de chat combattant au son de l'orgue. ». Certains empereurs comme Néron et Caligula prenaient des cours de musique et se produisaient en public. Les musiciens et les artistes de scène étaient considérés comme des virtuoses. Bien plus tard, la musique a su s'imposer dans les cours royales avec notamment la musique de chambre ou encore la musique de circonstance qui était joué lors de visites d'hôtes prestigieux, d'anniversaires, de réceptions de toutes natures, de noces et autres. Tous les prétextes étaient bon pour organiser des concerts, notamment à l'époque de la royauté autrichienne où Mozart connu la gloire. A cette époque, le XVIIIème siècle, la musique de circonstance et de divertissement s'appelait « Tafelmusik », soit la musique de banquet. Un autre exemple du rôle de divertissement de la musique est la musique sous l'occupation. Durant la seconde guerre mondiale, les allemands qui occupent la France font face à une résistance à l'appropriation de la culture allemande imposée de la part des français. Les allemands vont alors user de la propagande grâce au divertissement en utilisant notamment le cinéma, la radio et la musique. Ainsi, les émissions non politiques de la radio doivent respecter une politique de qualité des programmes, le Rundfunkgrupp. Ses objectifs étaient de séduire les auditeurs grâce à la qualité des émissions culturelles, leur diversité et leur visée pédagogique comme le dit Karl Wimmer, membre de la propaganda

[6] **Otium** : terme latin désignant les activités réalisées durant son temps libre

[7] « La musique, outil majeur de la propagande culturelle des nazis »

Staffel à Paris et cité par Manuela Schwartz[7]. Concernant la musique, cela passe notamment par des concerts commentés, des spectacles gratuits de haut niveau, des émissions pédagogiques mais ces productions étant soumises à une censure omniprésente que se soit au niveau du contenu que dans les projets financés ou le choix des professionnels recrutés.

Enfin, la représentation la plus actuelle de la musique comme divertissement est incarnée par les festivals. Bien que se terme apparait dans le nord de la France en 1829 et est lié à une fête musicale populaire à vocation charitable, c'est après la guerre que les festivals ouvrent une nouvelle ère culturelle avec en 1947, le premier festival d'Avignon. A l'heure actuelle, la France compte 2400 festivals de spectacle vivant et plus de 1600 festivals de musiques actuelles selon France Festivals en 2015. Ce point sera développé dans la partie 1.3.

1.2 Les usages de la musique

La musique enregistrée, un défi technique suivant les révolutions technologiques

Nous avons vu précédemment l'histoire de la musique, ses différents usages et ses fonctions. Il parait intéressant de voir comment elle évolue dans le marché français. Il est tout d'abord nécessaire de distinguer deux marchés : celui de la musique enregistrée et celui de la musique en direct.

Nous allons d'abord nous concentrer sur celui de la musique enregistrée. Le marché de la musique enregistrée est en permanente évolution. Afin de pouvoir comprendre les enjeux de cette partie, il est important de connaitre l'histoire de l'enregistrement sonore. La musique, comme il a été évoqué précédemment, relève d'un procédé en mouvement qui ne peut pas être figé dans le temps contrairement à une image. Avant la musique enregistrée, il n'y avait pas de possibilités de réécouter l'œuvre dans un autre contexte ou situation si le ou les exécutants (musiciens et chanteur) n'étaient pas présent. Quelques instruments de musique mécaniques comme les orgues de barbarie, les pianos mécaniques et les boîtes à musique avaient essayé d'adopter ce principe mais ils nécessitaient toujours l'action de l'homme. Mais en 1877, cette prouesse a été possible grâce à deux inventions crées simultanément : le phonographe de Thomas Edison et le gramophone de Emile Berliner. L'idée du phonographe à cylindre est venue à Thomas Edison lorsque, au cours de ses recherches sur le télégraphe, il entend des petits bruits d'une pointe de répétiteur parcourant une feuille de papier. Le gramophone quant à lui permettait de jouer un morceau de musique mécaniquement enregistré sur un disque phonographie en métal. C'est d'ailleurs le procédé du gramophone qui l'emportera sur celui du phonographe notamment pour des raisons techniques car les cylindres sont difficiles à reproduire, contrairement aux disques, pour une qualité similaire. Le gramophone et le phonographe étaient des objets à systèmes mécanique, système qui fût remplacé par l'enregistrement électrique. Ainsi grâce à l'invention de la triode en 1906 qui permet d'amplifier un signal électronique, nait l'utilisation de microphones, un instrument capable de transformer un signal acoustique en signal électrique.

En 1948, un nouveau support d'enregistrement sonore fait son apparition : le disque vinyle à microsillons. Avec ce nouveau support, chaque face, et non plus une seule, est parcourue pas un sillon microscopique en spirale débutant à l'extérieur du disque. L'enregistrement électrique laisse ensuite la place aux supports magnétiques, notamment le magnétophone permettant d'enregistrer des sons sur une bande magnétique.

La première cassette audio, commercialisée en 1964 par l'entreprise Philips, est constituée de deux bobines où est enroulé une bande magnétique. Pour la première fois, un support permettait l'écoute de la musique en stéréo puisque la bande comportait 4 canaux stéréo, deux pour chaque face. Comme le disque vinyle, la cassette peut être lue sur les deux faces. En 1979, Sony présente le baladeur, le premier support de diffusion portable permettant d'écouter individuellement de la musique enregistrée sur cassette peu importe le lieu, ce qui entraina l'essor de la cassette audio.

La prochaine révolution et dernière en date que connu la musique fût l'enregistrement numérique qui donna naissance au disque compact mis au point par Sony et Philips. Cette époque, qui débute milieu des années 1970, voit l'apparition et la diffusion de l'enregistrement stéréo utilisée en premier par les studios professionnels. En 1982, Sony commercialise le format DASH[8] et ses premiers enregistreurs multipistes dont l'enregistrement sort sous la forme de fichiers audio (aussi appelés « Audio Files »), format qui se généralisera à partir du début des années 2000. C'est aussi à cette époque que l'enregistrement du son se démocratise avec les enregistreurs multipistes, les graveurs de CD ou encore les enregistrements direct-to-disc avec un ordinateur. Cette démocratisation est renforcée par l'apparition des Home Studio au succès retentissant permettant de rendre le processus de création accessible à tous. Toutes ces inventions ont permis l'apparition des baladeurs MP3, digne successeur du baladeur et du DASH qui est remplacé par des fichiers audio MP3.
Ludovic Tournès, auteur de renom sur l'histoire de la musique enregistrée conclu sa thèse « du phonographe au MP3 : une histoire de la musique enregistrée » en interrogeant sur la place d'internet dans l'évolution de la musique. La musique enregistrée a évolué très rapidement en deux siècles, suivant les révolutions techniques et technologiques et selon Ludovic Tournès, « La musique enregistrée est entrée depuis le début du XXIème siècle dans une nouvelle phase de son histoire, et l'ère du disque, en tant que médium musical « mainstream », est maintenant close. »

[8] **DASH** : Digital Audio Stationary Head

II Jusqu'à son entière dématérialisation avec l'apparition du streaming

Le streaming est une technique de diffusion et de lecture en ligne et en continu de données multimédias, qui évite le téléchargement des données et permet la diffusion en direct et en différé.

Et en effet internet a eu un impact important sur le marché de la musique enregistrée avec l'arrivée du streaming qui redématérialise la musique et ses supports. Pourtant le concept de streaming remonte bien avant la révolution numérique pendant les années 20, lorsqu'un scientifique et militaire George O dépose des brevets pour un système de transmission et de distribution de signaux sur des lignes électriques qu'il nommera Muzak. Cette technologie permettait donc d'écouter de la musique sans l'usage de la radio. N'ayant pas pu développer la technologie faute de moyens, elle fût mise de côté et lorsque son développement pu reprendre, la radio était déjà bien ancrée dans les mœurs.

Ce n'est qu'à partir des années 90 avec la commercialisation d'internet, l'amélioration des réseaux et l'élargissement de la bande passante que le streaming est remis au goût du jour, l'habitude de l'écoute de la musique à la radio ayant peu à peu été remplacé par les divers supports de la musique enregistrée. Ainsi, le tout premier groupe à se produire sur internet est le groupe de rock garage Severe Tire Damage formé par des techniciens en informatique, le 24 juin 1993.

En 1995 est créé le format RealAudio qui devient un pionnier du streaming grâce à sa compression d'un flux audio et son usage des codecs. Ce format sera utilisé jusque dans les années 2010 par les webradios pour leur flux streaming. En 1998, un nouvel acteur entre en scène en annonçant la création d'un réseau de diffusion QuickTime Streaming : Apple. L'année suivante, en 1999, le réseau original de diffusion de Microsoft et concurrent de RealNetworks & Vivo, Netshow, est renommé Windows Media.

Le streaming musical arrive avec le passage au XXIème siècle impulsé notamment en 2001 par Rhapsody, la première plateforme d'achat de musique en ligne proposant alors uniquement des titres venus de labels indépendants. C'est aussi elle qui propose la première offre de musique à la demande avec un abonnement mensuel. Les labels majeurs du domaine vont rapidement repérer les possibilités et quelques mois après, en 2002, Rhapsody obtient des licences d'EMI, BMG, Werner Bros Records, Sony et même Universal Records.

En 2003 est créé MySpace, le premier réseau social pour musiciens, permettant aux utilisateurs de poster leur musique sur le site et de pouvoir être écouté par le public. Le site connait un succès fulgurant mais sera complètement dépassé à l'arrivée de Facebook.

2 ans après, en février 2005, trois anciens employés de PayPal créent Youtube, une plateforme de partage de vidéo en ligne. Le service n'est pas exclusivement musical mais deviendra rapidement populaire avec la même recette que MySpace : du contenu proposé par tout le monde et destiné à tous avec un aspect communautaire.

La création de plateformes proposant du streaming musical va ensuite s'enchainer avec Yahoo ! Music lancé en mai 2005 ou encore la plateforme Soundcloud crée en 2007 qui à l'origine a été crée dans un but purement professionnel par Eric Wahlforss et Alexander Ljung comme l'explique ce dernier : *« Je viens d'un milieu très artistique, et je travaillais dans un studio comme sound designer. Il manquait quelque chose, souvent les gens nous envoyaient leurs titres mais ils utilisaient ces horribles services de partage de fichiers, cela ne rendait pas justice à la très bonne musique qu'ils envoyaient. Nous voulions faire quelque chose de très simple : rendre facile le fait de poster un titre et faciliter aussi le fait de recevoir le titre, l'écouter et pouvoir donner un avis dessus. »*

En 2006, le site blogmusik.net est fondé mais fermement volontairement en avril 2007 à cause de la pression de la SACEM[9] et du SNEP[10] (Syndicat National de l'Edition Phonographique) pour des raisons de violation des droits d'auteur. Mais l'idée de donner un accès illimité à tous ceux qui aiment la musique perdure et les fondateurs fondent en 2007 Deezer après avoir, cette fois-ci, obtenue les droits des titres. L'url blogmusik.net redirige d'ailleurs encore aujourd'hui vers le site de Deezer. Le dernier acteur qui domine actuellement le marché du streaming qui est Spotify crée en 2008. Spotify compte, selon le premier rapport d'activité de la plateforme entrée en bourse en avril 2018, 170 millions d'auditeurs actifs par mois dont 75 millions possédant un compte payant. Spotify domine largement ses concurrents puisqu'en novembre 2017, Appel Music possédait 30 millions d'abonnés, Deezer 10 millions et Tidal, la plateforme de streaming musical lancée par Jay-Z, 4.2 millions.

[9] **SACEM** : Société des Auteurs, Compositeurs et Editeurs de Musique

[10] **SNEP** : Syndicat National de l'Edition Phonographique

Mais l'arrivée du streaming a ébranlé le marché musical qui ne s'attendait pas à un tel essor ni utilisation du streaming. Ainsi en France en 2007, année où sont apparu les plateformes de streaming, le marché physique français s'élevait à 662 millions[11] d'euros et 50.8 millions d'euros pour le marché numérique pour un bénéfice de 712.8 millions d'euros. 8 ans après, en 2015, le marché global dégringole à 426.4 millions d'euros dont un tiers (152.8 millions d'euros) provient du marché numérique. Cette baisse de bénéfices pour le marché français de la musique est dû à une lente adaptation de celui-ci en inadéquation avec les nouvelles habitudes de consommation des français, le streaming étant notamment gratuit à ses débuts. Ce n'est qu'à partir de 2016 que le marché français de la musique va repartir à la hausse jusqu'à atteindre en 2017, 583 millions d'euros, la moitié provenant du marché numérique mais encore loin des revenus globaux de 2007.

[11] «L'économie de la production musicale», édition 2017. SNEP

Le streaming n'est qu'une partie du marché numérique qui comprend plusieurs segments : le streaming gratuit, les abonnements, la téléphonie mobile et les téléchargements. Internet est souvent assimilé à la culture du gratuit car peu encadré à ses débuts, notamment de façon législative. Toujours selon la SNEP et ses études sur le marché de la musique, en 2009, le téléchargement représentait la moitié du marché numérique de la musique qui totalisait 75 millions d'euros et l'abonnement seulement 9 millions d'euros tandis que qu'en 2017, l'abonnement représente plus des deux tiers des revenus avec 202.44 millions d'euros. Il est intéressant de voir que l'inversion entre les revenus générés par le téléchargement et le streaming s'inverse en 2014 avant d'exploser en 2016, date à laquelle le marché musical commence à remonter après avoir diminué durant de longues

années. Cette augmentation et stabilisation résulte d'une nouvelle habitude qui a mis longtemps à s'instaurer : le streaming payant.

Il faut préciser que les données citées précédemment sont à uniquement indicatif de la répartition des segments du marché numérique car selon l'IFPI[12] et son étude menée en partenariat avec l'institut de sondage IPSOS, si en 2017, 95% des internautes consomment de la musique de façon légale, mais en parallèle il y a une utilisation illégale puisque 40% des internautes mondiaux (et 34% en France) accèdent à la musique de façon illicite. Il est donc compliqué de pouvoir établir le marché et la valeur réelle de la consommation de musique. Toujours selon l'IFPI, dans le monde 35% des internautes pratiquent le stream ripping. Cette pratique consiste à enregistrer une copie des contenus légaux qu'on trouve en ligne sur son PC ou son smartphone. Une pratique rendue très simple notamment grâce à l'existence de convertisseurs. La population qui fait le stream ripping est majoritairement masculine et âgée entre 16 et 24 ans. Cette pratique impacte directement le marché musical mais n'est pourtant pas illégale en France puisqu'il s'agit concrètement d'une copie privée. Or, depuis la loi de Jack Lang en 1985, la copie à usage privé est un droit du consommateur, légal « si les copies sont réalisées à partir d'une source licite » et échappe donc aux revendications des ayants-droits puisque le consommateur s'est, en théorie, déjà acquitté de son droit d'accès au contenu. Cette pratique ne date pas d'hier puisque déjà, dès les années 90, il était possible d'enregistrer une chanson sur une cassette, de graver un CD ou d'enregistrer un film sur une VHS, mais cela impacte directement les ayants-droits.

[12] **IFPI** : International Federation of the Phonographic Industry

Les ayants-droits dans le cas de la diffusion d'une œuvre (que ce soit à la radio, lors d'un concert, discothèque, télévision...) touchent un certain montant. Ces droits appelés DEP[13] sont récoltés par la SACEM auprès du diffuseur et sont redistribués aux ayant-droits selon les règles statuaires de la SACEM : 1/3 pour chacun des auteur(s), compositeur(s) et éditeur(s). Mais avec l'arrivé du streaming, les services ne rémunèrent pas loyalement les créateurs et les producteurs de musique.
Ainsi, selon le rapport 2017 de l'IFPI, un utilisateur rapporte en un an moins de 1 dollar au producteur sur Youtube et 20 dollars sur Spotify. Selon Information is Beautiful et son étude « Music Streaming Services » mis à jour en mars 2018, Deezer paie 0.0064$ de droits à chaque écoute tandis que Spotify paie 0.00437$. Mais le plus mauvais élève est Youtube qui rémunère les artistes à 0.00069$ par écoute. A contrario, les deux plateformes qui rémunèrent le mieux les ayants-droits sont Napster (0.019$) et Tidal (0.0125$) mais qui possèdent uniquement 5 millions d'utilisateurs. Pour faire une comparaison plus concrète, il serait nécessaire qu'une vidéo ait plus de 2.5 millions de vues pour rapporter le salaire minimum (1.472$) tandis qu'une musique sur Spotify aurait besoin d'être lu 366 000 fois et « seulement » 120 000 fois sur Tidal. C'est donc Youtube qui rémunèrent le moins bien les créateurs mais c'est aussi la plateforme qui comptabilise le plus d'utilisateurs avec 1.5 milliards de visiteurs connectés chaque mois. Mais contrairement à d'autres plateformes comme Spotify, Apple Music ou Deezer qui misent sur la découverte de la musique, 76% des utilisateurs de Youtube écoutent des musiques qu'ils connaissent déjà. De plus Youtube est l'acteur le plus important du streaming vidéo puisqu'il représente 46% sur les 55% du temps passé à consommer de la musique en streaming vidéo.

[13] **DEP** : Droits d'Execution Publique

III L'évolution de la musique et de ses utilisations

Si maintenant les ventes numériques (48.8% des ventes et 55.1% des revenus selon la SNEP pour le bilan du 1er semestre de 2017) sont au coude à coude avec les ventes physique sur le marché de la musique et que beaucoup signent la fin prématurée du marché physique, celui-ci fait de la résistance.

Pendant l'année 2017, 44% des utilisateurs (au niveau mondial) ont utilisés des supports physiques comme le CD, le téléchargement ou les vinyles, 45% ont utilisé des services de streaming audio, 75% ont utilisé des services de streaming vidéo et 87% ont écouté de la musique à la radio (webradio ou radio traditionnelle). Mais le plus évocateur est l'achat de supports physiques ou des téléchargements par la moitié des jeunes de 13-15 ans. Ainsi, malgré le fait d'être né à l'ère du numérique au début des années 2000, les jeunes ne délaissent pas encore les supports physiques et les téléchargements. Selon la SNEP dans son rapport de 2017, il y a une raison à cela : « La spécificité du marché français de la musique enregistrée vient notamment de la résilience du support physique dans notre pays. Certes, le marché physique a perdu plus de la moitié de sa valeur depuis 2007 mais cette baisse ralentie depuis deux ans ». Contrairement à d'autres pays comme le Royaume-Uni ou les Etats-Unis, la France possède un bon maillage du réseau de distribution physique. Ainsi, il est facile d'acheter un disque sur tout le territoire que se soit dans les Grandes Surfaces Alimentaires (GSA) comme Leclerc ou Intermarché, dans les Grandes Surfaces Spécialisées (GSS) avec la FNAC et Cultura ou encore chez les nombreux disquaires indépendants. Au total, 4100 points de vente commercialisent de la musique ce qui fait la différence pour la SNEP car c'est *« une vraie chance pour le consommateur français et une vraie force pour la filière musicale ».*

Si la vente physique se maintient, c'est notamment grâce à une nouvelle habitude de consommation qu'ont adopté les consommateurs : l'objet physique. Car si les ventes de CD continuent de baisser, les ventes de vinyles connaissent une nouvelle jeunesse. Cet effet résulte de plusieurs raisons.

La première raison est dû à l'arrivée d'internet qui a permis de nombreuses avancées techniques et technologiques. L'une d'elle est la dématérialisation. Mais chaque courant populaire entraine un contre-courant. Par exemple le mouvement néo-classicisme qui prône la simplicité et l'art de l'antiquité est né du rejet du style rococo avec ses œuvres chargées avec beaucoup d'ornementation. Ainsi, avec l'habitude de la dématérialisation, la population veut retrouver un aspect physique qui permettra de garder l'œuvre, de donner l'impression de la posséder contrairement au streaming par exemple où si une chanson est supprimée des plateformes musicales, alors elle n'existe plus pour l'utilisateur à moins de l'avoir téléchargé.

La deuxième raison est l'idée de retrouver l'authenticité de la musique. Avant, jouer de la musique nécessitait un certain rituel : poser un disque (vinyle ou non), mettre le diamant ou activer le lecteur CD ou cassette, retourner la cassette, le

bruit du rembobinage ou d'un CD qui s'arrête. L'authenticité était liée à l'objet physique qu'était le support et son altération résulte dans l'imaginaire commun de l'évolution technologique. En effet, le numérique a permis la création de nouveau format notamment l'Audio Files. Mais afin de pouvoir gagner en espace de stockage et en flux, les fichiers sont fortement compressés réduisant ainsi la qualité. En 2018, cela est encore le cas puisque le format le plus répandu est le format MP3. Il existe d'autres formats comme le AAC (Advanced Audio Coding), le WAV (Waveform) ou le FLAC (Free Lossless Audio Codec) qui sont des formats de meilleures qualités mais moins répandu car ils sont plus lourds.

La troisième raison est une raison sociale. Le marché du vinyle est encore un marché de niche même s'il a connu une hausse de 120% en 2016 et la hausse continuant puisqu'en 2017, les ventes ont augmentés de 72% pour atteindre 3 156 000 de disques, soit 12.7% de part du marché de la musique français mais loin des 32% de ventes pour les disques. Seul un français sur 10 achète des disques vinyles et cette rareté donne une image de mélomane à la personne car dans l'imaginaire collectif « pourquoi payer plus cher pour une moins bonne qualité » ?

La quatrième raison considère le vinyle comme un objet de collection et non plus un objet permettant d'écouter de la musique. D'après une étude statistique mené par l'institut de sondage ICM, parmi les répondants ayant acheté un vinyle au cours du mois de mars 2016, 48% d'entre eux ne l'ont pas écouté une fois rentrés chez eux et que 41% d'entre eux ne l'ont pas écouté même si elles possédaient un tourne-disque. Mais le plus évocateur étant que, parmi les personnes qui ont acheté un vinyle en mars 2016, 7% d'entre elles ne possédaient aucun appareil (tourne-disque, platine vinyle) pour le jouer à la maison. Une journaliste du média web Slate témoigne en racontant qu'elle se souvenait avoir acheté un vinyle de l'artiste Jimmy Whispers qui n'avait pressé le disque que dans ce format malgré le fait qu'elle ne pourrait pas l'écouter chez elle, faute de posséder un tourne-disque : *« Ça a un peu l'effet beau livre que tu n'ouvres jamais »*. Le fait d'acheter un vinyle devient un geste de soutien à l'artiste tout en s'offrant un objet s'apparentant à une édition deluxe.

La cinquième raison est une raison marketing. Le vinyle donne un aspect vintage et une image de nostalgie, d'un temps qu'on idéalise comme plus simple, plus insouciant. Ainsi, Julien Laharie, responsable du secteur vinyle chez Because Music explique *« Par exemple, vu le succès de l'EP[14] de Christine & The Queens, nous l'avons directement intégré à notre stratégie vinyle. Il faut bien imbriquer l'image du vinyle dans l'image de l'artiste »*. Mais la part du vinyle reste encore faible puisque souvent tiré à 500 exemplaires et devenant un objet de merchandising. Des codes MP3 pour télécharger gratuitement l'album en digital ou des CD intégrés sont régulièrement ajoutés aux vinyles comme l'explique Julien Laharie *« Pour les codes MP3, les taux de conversion sont assez mineurs. Ça marche plutôt bien sur l'électro par contre, mais peu dans le rock, par exemple. Je ne pense pas que ça soit un argument très fort. Le CD intégré, ça marche encore bien car beaucoup de gens achètent des vinyles sans avoir de platine. Ils écoutent seulement le CD qu'ils ont eu avec. »*

[14] **EP** : Extended Play, ensemble de morceaux dont la durée est supérieure à un single et inférieure à un album.

La sixième raison concerne les disquaires en eux-mêmes. Il reste peu de disquaires spécialisés dans le CD contrairement aux disquaires spécialisés dans el vinyle qui eux perdurent et jouent un rôle déterminant dans la vente des disques vinyles. Ainsi Fred, vendeur au Blind Spot, l'un des disquaire phare rennais, approuve lors d'une interview pour Slate *« Nous, on marche au coup de cœur. Le disquaire a une importance capitale. En fonction de la qualité d'un vinyle, on va le mettre plus ou moins en avant. On remarque aussi que souvent, le disque qui passe dans le magasin*

est susceptible d'être acheté tout de suite par un client. ». Le disquaire a aussi, et surtout, un rôle de conseil puisqu'il va aiguiller le client vers un produit en particulier en fonction de ses goûts et de ses envies. Cette relation et la proposition d'un choix de musique en fonction de nos goûts est aussi une caractéristique que l'on retrouve dans les plateformes de streaming. Mais les disquaires font face à une concurrence féroce dû aux prix cassés que pratiquent les GSS (Grandes Surfaces Spécialisées) qui peuvent se permettre de rogner sur leur marge contrairement aux disquaires.

Enfin la dernière raison concerne les DJs[15]. Ce sont eux qui font survivre les vinyles durant les années 90 et le début des années 2000 car au-delà d'être un objet de collection ou un support d'écoute, c'est aussi un outil de travail. Ainsi les disques vinyles les plus présents sur le marché sont les albums aux accents électroniques qui ont notamment explosé les ventes en 2013 avec les albums de Daft Punk et Stromae en tête. Ainsi en 2013, David Godevais, directeur du Club Action des Labels Indépendants Français expliquait au Monde *« Le maintien du vinyle dans l'industrie est dû à la culture hip-hop et à la musique électro, car les DJ en ont besoin en tant qu'instrument pour mixer. En revanche, le retour des vinyles chez les consommateurs de musique est en lien avec d'autres registres musicaux, le pop-rock et même la soul. Les nouveaux disquaires qui ouvrent ne sont pas spécialisés dans l'électro mais dans le pop-rock »*. Ainsi le vinyle est aussi une affaire de passionnés de musique. Mais la particularité de l'utilisation des DJ à utilisé les vinyles, c'est qui permettent de transformer une musique enregistrée en musique « vivante ».

[15] **DJ** : Disc Jockey, personne qui créer des effets musicaux en manipulant des sons enregistrés

Tous les points abordés précédemment démontre l'organisation complexe d'un marché qui tente de trouver un équilibre face à une multitude de possibilités techniques (streaming, téléchargement, CD, vinyles) et des habitudes de consommation en perpétuelles évolution.

1.3 L'arrivée de la musique dans les espaces public et son impact

La musique en dehors de nos murs

Le but de la musique enregistrée est d'obtenir un idéal sonore, c'est pour cela que la création d'une musique concerne plusieurs étapes. La première est la composition du morceau et l'écriture des paroles s'il y en a. La deuxième étape concerne l'enregistrement du morceau qui permet de « figer » le morceau. Les pistes sonores enregistrées pourront être modifiées et remaniées à la troisième étape qui concerne l'editing. Ensuite vient l'étape de mixage qui permet d'homogénéiser les différentes pistes d'un même morceau afin de former un ensemble cohérent. Enfin la dernière étape est le mastering qui est le transfert de l'enregistrement sur un support et qui subit un dernier traitement afin d'homogénéiser tous les morceaux d'un album.

Mais toutes ces étapes de travail ne peuvent pas être réalisées lorsque la musique est jouée directement devant un public. Car, si la musique enregistrée permet de garder une trace, son but initial est d'être joué en direct. Selon le rapport de l'IFPI, 90% des abonnées à des services de streaming payants utilisent leur smartphone pour écouter la musique. Plus globalement, 61% des personnes ayant entre 16 et 64 ans utilisent leur smartphone pour écouter de la musique. Cet usage du téléphone montre qu'au quotidien, l'écoute de la musique est strictement personnelle. Mais l'écoute de la musique, depuis ses débuts, est loin d'être une pratique personnelle.

Déjà dans l'antiquité romaine, les chercheurs considèrent que les concerts ont été inventés à l'époque de Néron. Néanmoins il faudra attendre 1725 et la création du Concert spirituel par Philidor, une institution qui expérimente de nouveaux moyens de diffusion des œuvres musicales pour que le concept de « concert public » émerge comme étant une représentation musicale à accès public. Les concerts privés existaient déjà bien longtemps auparavant mais étaient réservés à un public d'invités et souvent réalisé chez l'hôte ou chez le musicien. Cette dernière pratique a été initié par le violoniste John Banister en 1672 où les concerts étaient donnés par le musicien à son propre domicile et pouvait être rémunéré sous forme d'abonnement afin de s'assurer d'avoir des clients réguliers. Mais l'avantage de ces concerts public est qu'ils présentent deux aspects essentiels : le public est

anonyme et indépendant de toute autre forme d'événement (religieux, politique, théâtrale, miliaire ou civil). Ainsi la musique s'autonomise en devenant l'objet central du spectacle et non plus un soutien comme pour le théâtre, les spectacles de jonglages ou l'opéra par exemple.
La Révolution supprima le Concert spirituel, institution musicale associée à l'Ancien Régime. Mais cette idée de concert demeurera et continuera à s'émanciper.

Ainsi Jean Mongrédien, musicologue français spécialiste du XVIIIème et XIXème siècle, écrit *« Sans aller jusqu'à parler d'une démocratisation de la musique, il est bien certain toutefois que, (...) la Révolution a en un certain sens désacralisé le concert et permis à des classes sociales plus larges d'y accéder »*. Ce mot «désacraliser» peut être lu en deux sens puisque la musique qui était joué aux Concerts Spirituels était souvent sacrée et peu profane, et désacralisé par l'aspect que le concert ne soit plus un privilège aristocratique. Au même moment, les concerts à l'extérieur ont commencé à apparaitre. Dans la seconde moitié du XVIIIème, toutes les villes d'une certaine importance se devait de posséder un théâtre, notamment les villes portuaires qui ont connues un fort développement comme Bordeaux, Rouen, Marseille, Lorient ou Nantes, mettant en place un espace urbain articulé autour de la place. Mais construire un théâtre n'est pas une décision anodine et provoquait des discussions animées notamment autour du choix de l'emplacement, du coût ou de son architecture. Ainsi la musique n'étant plus réservé à un public restreint, de nouvelles formes de diffusion des œuvres musicales vont apparaitre. Parmi elles, il y a le kiosque à musique.

En France, entre 1850 et 1914, 4000 kiosques environ ont été construit. Le kiosque à musique n'est pas un édifice anodin puisque c'est avant tout un lieu scénique. Il est tout d'abord surélevé, isolant ainsi les exécutants et leur permettant d'être vus du public amenant l'aspect de la musique théâtralisée. Tout comme une scène, le kiosque est constitué d'un plancher et d'un plafond plus ou moins décoré, son cadre de scène, ses colonnes et corps de garde, son rideau de scène et sa rampe avec l'éclairage au gaz puis électrique soulignant l'édifice. Mais contrairement à une salle de concert, le kiosque n'a pas d'espace réservé strictement au public, ainsi celui-ci peut évoluer rapidement et il est complètement ouvert. Héritier des idées révolutionnaires, le kiosque à musique se refuse au secret et loin de cacher, il montre tout ce qui se passe lors d'un concert, faisant sortir la musique dans la rue et mettant en scène le peuple. La musique s'inscrit alors dans le paysage urbain et même le modifie car les kiosques à musique sont une fierté pour les villes et une attraction.

Au même moment, au XIXème siècle (environ 1820-1840) naissent les cafés-concerts. Le café-concert, comme l'écrivait André Chardourne dans son livre « Les Cafés-concerts » en 1889 est « un lieu où on ne boit jamais de café et où il n'y a jamais de concert ». C'est un lieu qui « est mis à la portée des plus modestes bourses ; il ne comporte ni étiquette ni recherche de mise ou de tenu, et s'adresse surtout aux partisans de ces joies spéciales savourées entre la pipe et la chope ». C'est d'ailleurs pour cela que les cafés-concerts où l'ouvrier côtoient le bourgeois, ont connu dès le début un développement considérable au détriment des théâtres. L'autre grande différence avec les théâtres et qui rapproche les cafés-concerts des kiosques à musique est l'absence de prix d'entrée, l'établissement se paie sur les consommations. Ainsi en 1879, la Préfecture de Paris recensait 200 cafés-concerts, mais un chiffre considéré très en dessous de la réalité par les observateurs de l'époque qui en dénombraient 300 en 1900. Les cafés-concerts sont de toutes tailles et complètement différents des uns et des autres même si les villes en dehors de Paris ont souvent essayé de copier les cafés-concerts les plus populaire de

la capitale. Ainsi le Café Moka en 1860 est décrit comme *« un lieu qui semble une ancienne cuisine, au premier étage. Une trentaine de tables. Au fond, de petits rentiers jouaient aux cartes et aux dominos, rejoints par le chanteur quand il a fini son numéro.*[16] » Ces cafés-concerts sont donc d'abord des cafés où l'on peut être aussi bien dehors et dedans et permettant à des artistes semi-professionnels de se produire.

[16] Description faite par la chanteuse Thérésa, in *Mémoires de Thérésa* par elle-même, Paris, E.Dentu,1865.

Toujours parallèlement à cette époque, le XIXème siècle ayant permis une véritable démocratisation de la musique, les Music-Hall font leur apparition suite à l'idée d'un cabaretier londonien de présenter des chanteurs professionnels sur une scène. Il ouvrira alors un établissement nommé Canterbury qui fera le tour du monde. Le Music-hall est un spectacle de variétés arborant diverses formes, comme une suite d'attractions où la chanson tient une place prépondérante. En plus d'être le nom du divertissement, c'est aussi le nom du lieu. Le Music-hall en France va prendre peu à peu la place des cafés-concerts qui luttaient pour engager des artistes dits de complément ou visuels. Les premiers et plus grands établissements du genre étaient le Ba-Ta-Clan, la Gaîté (futur Bobino), les Folies-Bergères et le Moulin-Rouge.

La musique a aussi envahi un autre type de lieu : celui des cinémas. Au XXème siècle, le cinéma muet fait son apparition et les œuvres musicales étaient jouées en direct par un ensemble instrumental ou un orchestre qui accompagnait les films en utilisant des partitions écrites par des compositeurs spécialisés dans ce domaine et auxquels les réalisateurs avaient fait appel. Parmi les compositeurs les plus connus de l'ère du muet (1894-1929), on peut citer Edmund Meisel, Giuseppe Becce ou Joseph Carl Breil dont un des airs du film Intolérence « The Perfect Song » deviendra très populaire et sera publié, créant ainsi la première authentique commercialisation d'une bande originale. Ce fût lorsque l'enregistrement de la musique sur le même support que l'image devint possible en 1927 que les ciné-concerts disparurent. Néanmoins au passage des années 2000, le concept de ciné-concerts fût remis au goût du jours grâce à des œuvres importantes telles que Le Seigneur des anneaux, West Side Story, ou encore Le Parrain dont certains producteurs comme Gérard Drouot (de Gérard Drouot Production) s'en sont fait une spécialité. Mais il existe aussi des démarches plus indépendantes comme le groupe Zenzile qui a mis en musique le film « Le Cabinet du docteur Caligari » ou encore « Berlin : La symphonie d'une grande ville ».

Mais avant de se faire une place dans les cinémas, les kiosques, les théâtres, les music-halls, la musique s'est fait une place dans la rue. Il est difficile de dater le début de la musique de rue mais de nombreux écrits datant du XIVème en font mention. Et selon eux, les musiciens de rues se sont toujours retrouvés répartis en deux groupes bien distincts : les groupes issus de « musiques savantes » ou de « musique de pouvoir » constitués par les ménétriers (violoniste escortant souvent les noces) et les musiciens du roi qui aujourd'hui peuvent être caractérisés par les orphéons (chœur) et fanfares militaires notamment, qui s'opposent aux saltimbanques, jongleurs, bateleurs classés dans « musiques populaires ». Les musiciens de rue avaient pour rôle d'exprimer des opinions politiques et sociales notamment lors des mouvements ouvriers du XIXème. Certains musiciens de rue sont devenus célèbres comme Edith Piaf. Cette culture de la musique de rue s'est perpétuée avec notamment les musiciens du métro. Cette pratique s'est même intentionnalisé avec le label « Musicien du Métro » lancé en 1997 par la RATP donnant l'opportunité à 300 musiciens de se produire « officiellement » sur la plus grande scène parisienne, le métro. Mais la véritable institutionnalisation de la musique de rue remonte une quinzaine d'années avant, en 1982, le 21 juin.

Cette date deviendra la date officielle de la Fête de la célébrant le premier jour de l'été dans l'hémisphère nord, et qui a été instauré officiellement par le ministre de la culture de l'époque : Jack Lang. À l'origine, c'est le musicien Joel Cohen qui a imaginé le concept en 1976 alors qu'il travaillait pour France Musique et souhaitait qu'il y ait des « Saturnales de la Musique » comprenant ainsi aussi le 21 décembre, deux dates où les musiciens joueraient le soir. En 2011, la fête est définitivement internationalisée et reprise dans 110 pays en moins de 30 ans, ce chiffre montant jusqu'à 120 pays[17] en 2014. La « Faites de la musique ! » comme son slogan homophone l'indique a deux objectifs. L'un est d'encourager les musiciens amateurs à se produire bénévolement dans les rues et les espaces publics. Et elle souhaite permettre au plus large public d'accéder à des musiques de tous styles et origines, aussi bien folk, que rock et bien d'autres sans restriction de langues. En 2018, la fête de la musique a ressemblé 4663 événements selon ESRI France. En 2017, l'événement majeur qu'est le concert à la Tour Eiffel est retransmis et regardé par 2.7 millions de téléspectateurs, soit 17.4% de la part d'audience même si de nombreuses personnes étaient dans la rue ce soir-là.

[17] Selon les chiffres du site gouvernemental de la Fête de la musique

II La tendance de l'émergence des festivals

Enfin, le dernier mode de diffusion de la musique qui rassemble lui aussi beaucoup de personnes est le festival. Lui aussi est apparu au XIXème siècle, plus précisément dans les années 1830-1840 et était lié aux rassemblements de chorales aussi appelé mouvement orphéonique. Ce mouvement désignait une fête musicale populaire à vocation charitable et politique qui progressivement va s'annualiser et se laïciser. Ainsi, si au XXIème siècle, il existe des festivals du cinéma, de la danse, de la littérature et autres formes d'arts, il a en premier concerné la musique. Par définition, le festival est une manifestation culturelle éphémère inscrite dans un calendrier souvent annuel. Les premiers grands festivals sont Le Festival Beethoven de Bonn (1845), les Chorégies d'Orange crée en 1869 ou les festivals de Bayreuth crée en 1845 notamment par le compositeur Richard Wagner, qui deviennent des étapes-clés pour les mélomanes européens.

Les festivals vont connaitre un développement tout particulier après les guerres mondiales où les festivals vont associer échanges artistiques à la promotion d'un idéal de paix. C'est ainsi que naissent des festivals comme le Festival de Sanremo en 1951 qui inspira le Concours Eurovisions de la chanson, mais aussi le Festival de Woodstock dans les années 1960 pour ne citer qu'eux.
Mais ces dans les années 90, que la définition et l'image des festivals va évoluer. C'est à cette époque que débute aux Pays-Bas les « events », des soirées commerciales (et festivals) organisées sur le thème de la musique électronique mettant l'accent sur les moyens techniques (vidéo, son, pyrotechnie) et les services aux visiteurs (restaurations, boutiques et attractions foraines).

Cette forme de festival est celle qui persiste aujourd'hui puisqu'ils sont nombreux à proposer des conférences, des attractions (liées à des partenariats avec des marques), des points de restauration et des gardes pour enfants notamment mais aussi à développer une expérience dépassant la simple écoute musicale.
La particularité des festivals, est qu'aucun ne se ressemblent puisqu'un festival est composé de multiples critères.

Le premier est le critère artistique puisque même axé sur la musique, un festival peut choisir de s'axer sur un genre musical en particulier comme le Festival Interceltique de Lorient ou d'axer sur un idéal comme les Solidays.
Selon Marie-José Justamond, créatrice et directrice du festival Les Sud à Arles, c'est *« un aspect très fort des festivals de musique du monde. Les objectifs artistiques existent, évidemment, mais les objectifs culturels sont souvent la priorité première. (...) Ce sont des valeurs humanistes, presque une vision politique, communes aux musiques du monde. Nous travaillons sur le vivre ensemble et les échanges interculturels. Il est donc logique de déborder du strict cadre artistiques »*.

Le deuxième critère concerne le lieu puisqu'un festival s'inscrit dans un territoire comme le festival de Dour. Le territoire participe alors pleinement à l'identité de l'événement. Ensuite vient le critère de temps car un festival a un début et une fin délimités. C'est un événement éphémère. En moyenne, en Europe un festival se déroule pendant 10 jours sur les mois de juillet ou d'août mais c'est à titre indicatif car 10% des festivals dépassent les 23 jours de programmation. La durée dépend souvent du style musical car 50% des festivals de pop-rock ne dépassent pas 3 jours tandis que 71% des festivals de classiques durent plus de 7 jours. Mais les organisateurs peuvent décider de créer des prolongements en dehors de la période de l'événement avec notamment l'organisation de stages ou d'ateliers. Ensuite il y a le critère du public. Le festival peut s'adresser au grand public, à un public amateur ou averti, ou encore à un public professionnel. Enfin le dernier critère concerne la rareté puisque que chaque festival est unique car il dépend des interactions entre les lieux, les artistes, l'organisation et le thème visuel.

Mais derrière un festival de musique, il n'y a pas que la musique car se sont aussi des éléments essentiels des politiques culturelles comme permettant notamment de marquer le soutien à la création artistique, la volonté de rendre accessible la culture à un plus grand nombre, la défense d'une identité culturelle, la participation au rayonnement culturel, l'animation de la vie culturelle, une attraction touristique ou encore permettant le soutien des ressources de l'économie créative.
Selon Emmanuel Négrier qui a mené l'étude Festudy qui analyse les festivals en France, dit en 2013 : *« cela fait partie de la dynamique des festivals, de leur développement, et de leur succès, d'une certaine manière, que de s'enraciner sur un territoire, et d'aller sur le terrain de l'action culturelle permanente. »*

On peut ainsi parler de « festivalisation de la culture » ou de « permanentisation des festivals » qui est une conséquence de la crise que connait actuellement l'industrie phonographique. Pourtant, avec l'essor de la musique enregistrée, nombreux sont ceux à avoir pensé que c'était synonyme de déclin pour la musique jouée en public comme les économistes Baumol et Bowman (1966) qui pensaient que la musique live et notamment les concerts ne pourraient rivaliser avec les médias de divertissement de masse. Cette pensée est aussi nourris par la vie quotidienne, car les orchestres au cinéma ont disparu avec l'arrivé du film parlant, les fosses d'orchestres ont été remplacées par des cassettes enregistrées, les chanteurs de bar par des jukebox, les salles de danse et leurs groupes par des disques et des DJ, le piano par un phonographe.

Privatisant ainsi l'activité musicale, mais au dépend de la scène ?

Il semblerait que se soit le contraire puisque face aux problèmes qu'elle rencontre, la filière musicale s'est recentrée sur le spectacle depuis plusieurs années dont les festivals occupent une place de choix (en plus des concerts) et les inscrivant dans le paysage français. S'il n'existe pas d'étude globale concernant la fréquentation des festivals, il est possible de comparer séparément les festivals. Ainsi en 2010, 242 000 festivaliers sont allés aux Vieilles Charrues, alors que 7 ans plus tard ils étaient 280 000. Le deuxième exemple est le seul festival de métal en France, le Hellfest qui en 2011 accueillait 100 000 festivaliers et 8 ans après, en 2018 a presque doublé le nombre de festivaliers qui étaient 180 000 à assister à la 13ème édition. Mais le festival qui a connu le développement le plus important et qui est aujourd'hui le plus grand festival de France est le Festival Interceltique de Lorient qui a accueilli cette année (2018) 750 000 festivaliers, alors qu'ils n'étaient que 115 000 en 2010.

Mais cela a un coût pour les festivals dont le pourcentage du coût des artistes représente environ 50% des dépenses des festivals, le reste étant partagé entre la technique, l'administration et la communication. Les festivals puisent leurs ressources financières en grande partie dans les subventions publiques (entre 31 et 54% des ressources), la billetterie qui représente environ ¼ des ressources et dans le mécénat ainsi que le sponsoring qui représente environ 15% du budget.

III Ayant pour objectifs de créer une expérience musicale unique

Comme dit précédemment, un festival n'est pas seulement une suite de musiques jouées. Il y a d'abord le lieu qui est très important puisque les festivals s'organisent comme de petits villages en proposant des points de restauration mais aussi d'attractions.

Mais un festival est constitué de concerts, l'élément principal des festivals puisque c'est ce qui va donner envie au public de se déplacer pour assister à l'événement. Aussi étonnant que cela puisse paraitre, lorsqu'on cherche une définition pour concert, on trouve notamment « Accord, harmonie d'instruments de musique, de voix » ou « Séance de musique vocale ou instrumentale donnée dans un lieu public ou privé » selon de CNTRL. Pourtant, cette définition ne prend pas en compte les différents paramètres qui font d'un concert ce qu'il est réellement car un concert ne se limite pas à une performance vocale ou instrumentale mais propose une expérience musicale complète. À l'heure où ces lignes sont écrites, il n'existe pas d'études concrètes sur l'expérience musicale. La perception d'un concert et son vécu est une expérience personnelle qui peut différer de chacun et il est donc plus intéressant d'avoir des véritables témoignages. N'ayant pu trouver des témoignages écrits, cette partie s'appuiera sur mon expérience personnelle de la 18ème édition du festival Rock en Seine. Le festival s'est déroulé sur 3 jours, du 24 au 26 août 2018 et a accueilli 90 000 festivaliers. Le festival proposait cette année une programmation éclectique allant du rappeur n°1 aux Etats-Unis Post Malone, au rock libyen avec Mashrou'Leila en passant par l'électro de Justice.

Cette diversité de programmation a aussi permis de proposer une diversité d'expériences musicales. L'expérience musicale d'un concert diffère en fonction de différents paramètres.

Le premier paramètre, le plus abstrait et le plus personnel est la découverte musicale. Car si une personne vient en festival pour voir en concert des artistes qu'elle connait et qu'elle apprécie, elle est aussi sur le festival pendant qu'ils ne jouent pas. Les festivals s'organisent de manière à ce que les concerts ne commencent pas en même temps. Ainsi il est habituel durant un festival de voir un mouvement de foule lorsqu'un nouveau concert commence attirant notamment des personnes n'ayant pas prévues dans leur setlist d'aller à ce concert spécifiquement. De plus, contrairement à un concert joué dans une salle de concert, il y a la possibilité de se déplacer dans un festival, de quitter le concert à tout moment et de passer d'un univers à un autre. Cette pratique est possible car le festival n'a pas de murs entre les concerts et donc chaque concert est ouvert aux festivaliers. Le festival permet donc une première rencontre entre l'artiste et le festivalier peut ensuite aller approfondir son écoute via le streaming notamment.

Le deuxième aspect et paramètre de l'expérience musicale est la réalité de l'artiste. Car si certains festivaliers ont découvert l'artiste avant d'aller l'écouter comme expliqué dans le point précédent, la majorité des festivaliers connaissaient l'artiste via sa musique, ses clips et ses interviews mais sans l'avoir vu. Le festival, permet de faire passer l'artiste « du mythe à la réalité ». L'artiste sort de sa zone de confort avec les sons enregistrés, travaillés, peaufinés pour se « mettre à nu » devant le public. Cet aspect s'applique notamment au groupe Justice pour lequel Sarah Garcin, une festivalière dit qu'elle a apprécié le concert *« pour le côté mythique de les voir enfin en live ».*

Le troisième aspect est la scénographie. La scénographie est par définition l'étude de l'art de la scène par des moyens techniques de mouvements ordonnés et scéniques. Plus concrètement, cela concerne les éclairages, le son, le décor et les costumes. Il y a donc un aspect majoritairement visuel dans la scénographie. La scénographie peut avoir plusieurs niveaux et est unique aux artistes puisqu'elle reflète leur univers et leur personnalité. Ainsi La scénographie du groupe de rap PNL qui faisait son unique concert de l'année à Rock en Scène était uniquement composée de 6 écrans collés et qui diffusait des vidéos finement travaillé par des artistes comme tous les artworks de leurs albums. Mais au-delà d'être de « simple » vidéo, les deux frère Ademo et N.O.S. ont eux-mêmes ont fait parti de la scénographie puisque à plusieurs reprises, ils ont interagi avec les vidéos.

Dans un autre style, Justice a aussi misé sur la scénographie en jouant avec les lumières, les effets stroboscopiques mais aussi en s'appropriant complètement l'environnement du concert. Depuis le début du festival, des écrans annexes avait été installé tout autour de la grande scène et servaient de relai pour les annonces du festival. Néanmoins ils ont pris toute leur importance lors du concert de Justice en reproduisant les couleurs de la scénographie mais aussi les lumières puisqu'au-dessus de chaque écran était installé une barre de spot qui répondait à l'éclairage sur scène. L'appropriation de l'environnement et le côté scénographique a été poussé plus loin grâce à la seconde scène installée au milieu du public et que le groupe a rejoint pour une unique chanson, déplaçant ainsi l'intérêt du public

et créant un espace scénique presque en 360°. Si la scénographie de Justice était créée par la lumière et les couleurs, la scénographie peut permettre de créer un univers complet comme Die Antwoord. Die Antwoord est un groupe hip-hop rave sud-africain avec un univers visuel bien particulier mettant en avant la différence et l'étrange. Durant son concert, le groupe avait un décor bien réel se mélangeant avec des écrans. Chaque chanson a un univers visuel avec les écrans mais aussi les différents costumes. Ils abordent le concert comme une pièce de théâtre avec des personnages qui interviennent sur une ou plusieurs chansons avant de ressortir de scène. Il y a une véritable interaction entre les différents acteurs notamment entre les deux chanteurs principaux et un jeu d'acteur qui impacte fortement dans l'appréciation du concert comme le dit Damien Bourget, un festivalier, *« L'ambiance est folle notamment avec le jeu de scène et le jeu avec le public. Même si tu ne connais pas la musique, tu peux t'éclater dessus ».*

Cela amène au quatrième aspect qui est le jeu avec le public. Un spectateur ou un festivalier va voir un artiste en concert afin de pouvoir se sentir plus proche en interagissant avec lui. Ainsi, l'échange avec le public tient un rôle prépondérant dans le vécu d'un concert. Cela a notamment été le cas de Macklemore qui s'est adressé directement au public et faisant un long discours sur l'ouverture d'esprit et l'acceptation avant de jouer une de ses chansons. Il a aussi fait monter sa fille sur scène, donnant l'impression au public de faire partie de la famille. Cet échange avec le public était d'autant plus fort que tous les artistes qui accompagnaient Macklemore interagissaient entre eux. Le public répondait en accompagnant les artistes durant les chansons et cela a contribué à l'ambiance.

L'émotion est le dernier aspect des concerts. Les spectateurs et festivaliers vont aux concerts pour vivre des émotions et un moment unique. L'exemple le plus concret et qui a suscité de nombreux articles dans les médias est le concert de Mike Shinoda. Mike Shinoda faisait partie du groupe Linkin Park dont l'un des membres, le chanteur principal Chester Bennington, s'est suicidé en juillet 2017. Ça a été un grand choc pour le public et pour Mike Shinoda qui était très proche du chanteur. Son concert était donc le premier qu'il faisait en France à la suite de la mort de Chester Bennington et à l'album exutoire que Mike Shinoda a sorti. Contrairement à tous les exemples cités précédemment, Mike Shinoda était seul sur scène, sans aucune scénographie, aucun jeu de scène. Ainsi pendant une heure de concert, il a chanté, joué, la plupart du temps seul, n'étant accompagné que par deux musiciens sur quelques morceaux. Pourtant ce concert est celui qui a le plus fait parler de lui car pendant le concert, Mike Shinoda a expliqué comment il avait vécu cette année, pourquoi il était là, ce qu'il ressentait. En bref, il s'est ouvert à son public et cela a ému le public. L'émotion a été d'autant plus présente lorsqu'il a demandé à tout le public de chanter la partie de Chester Bennington tandis que lui faisait sa partie rap. Cette communion entre l'artiste et son public, l'émotion commune, ont fait le succès de son concert.

Ainsi, un concert ne se résume pas à l'exécution d'un morceau par des exécutants. Mais une vraie question se pose. Cette expérience musicale, aussi unique soit-elle, est-ce que tout le monde peut y accéder. Car la volonté première des festivals est de rendre accessible la musique à tous, mais l'est-elle vraiment ? Est-elle notamment accessible aux personnes ayant un handicap ?

PARTIE 1

Chapitre 2. Un domaine encore peu inclusif mais en pleine révolution

2.1 L'accessibilité, un principe jeune en constante évolution

Au-delà du handicap, il est surtout de question de l'accessibilité des festivals mais aussi des concerts car bien souvent la société est pensée pour les personnes valides car c'est ce qui semble être la « normalité » et concerner la majorité de la population.

Qu'est-ce que l'accessibilité ?

Il est assez difficile de définir l'accessibilité car chaque entité, chaque organisation a sa propre définition qui varie en fonction de la nature de l'approche. Si l'on s'en tient à la définition du Larousse, l'accessibilité au sens large est un droit et la possibilité de quelqu'un à avoir accès à quelque chose. Une définition vague qui traduit la difficulté de définir ce concept qui se veut universel. Selon la définition interministérielle de l'accessibilité *" l'accessibilité requiert la mise en œuvre des éléments complémentaires, nécessaires à toute personne en incapacité permanente ou temporaire pour se déplacer et accéder librement et en sécurité au cadre de vie ainsi qu'à tous les lieux, services, produits et activités. La société, en s'inscrivant dans cette démarche d'accessibilité, fait progresser également la qualité de vie de tous ses membres".*

Néanmoins on peut remarquer que lorsqu'une source telle CNTRL ou Larousse définissent l'accessibilité, elles y donnent deux sens bien distincts. Le premier étant le caractère de ce qui est accessible et le deuxième la faculté d'avoir accès. Le cas des personnes ayant un handicap est souvent repris en tant qu'exemple pour l'accès aux lieux. Cet exemple revenant régulièrement, il laisse penser que les lieux dans notre société actuelle sont difficilement accessibles. C'est d'ailleurs cette idée de handicap qui ressort dans la définition interministérielle du gouvernement français. Le 24 septembre 2003, le réseau interministériel sur l'accessibilité, constitué de 12 ministères, s'est réuni pour la première fois. Ce réseau a pour but de partager les pratiques et initiatives de chaque ministère sur l'accessibilité. Parmi les différentes actions de ce réseau, il y a notamment les perspectives d'avenir, la valorisation des initiatives, les recensements des manques d'accessibilité, la fonction de l'accompagnement et de ses outils mais aussi la définition de l'accessibilité et des concepts qui s'y réfèrent.

Cette dernière partie a demandé un long travail pour aboutir en 2006 à une définition commune de l'accessibilité :

"L'accessibilité permet l'autonomie et la participation des personnes ayant un handicap, en réduisant, voire supprimant, les discordances entre les capacités, les besoins et les souhaits d'une part, et les différentes composantes physiques, organisationnelles et culturelles de leur environnement d'autre part. L'accessibilité requiert la mise en œuvre des éléments complémentaires, nécessaires à toute personne en incapacité permanente ou temporaire pour se déplacer et accéder librement et en sécurité au cadre de vie ainsi qu'à tous les lieux, services produits et activités. La société, en s'inscrivant dans cette démarche d'accessibilité, fait progresser également la qualité de vie de tous ses membres."

C'est à partir de cette définition que vont découler les actions menées par chaque ministère[18]. Cette définition est à l'heure actuelle encore valable mais n'inclut pas l'idée de l'accessibilité numérique et technologique contrairement à la définition de ONU pour qui, selon l'article 2 de la Convention internationale sur la protection et la promotion des droits et de la dignité des personnes handicapées, l'accessibilité désigne "la conception de produits, d'équipements, de programmes et de services qui puissent être utilisés par tous, dans la mesure du possible, sans nécessiter ni adaptation, ni conception spéciale".

[18] Données issues de « Définition de l'accessibilité : une démarche interministérielle », Ministère de la Santé et de la Solidarité, 2006

Cette définition fait apparaître un terme sur lequel il est nécessaire de s'arrêter : adapter. Pour l'ONU, l'accessibilité ne doit pas être une adaptation mais être dans la nature même de la conception. Il est important de préciser que pour l'ONU, l'accessibilité est l'antinomie de la compensation. En effet, la compensation est une aide extérieure pouvant être constitué d'un ensemble de dispositif spécifique ou de prestations.

Cette diversité de définition montre la complexité de cette notion d'accessibilité et aussi la divergence des avis la concernant.

II L'évolution de l'accessibilité selon la loi

L'accessibilité est loin d'être un concept et un idéal figé. Il a su évoluer au fil du temps. Cette évolution s'est faite en plusieurs étapes, propulsée et soutenue par les différentes lois mise en place.

Avant de voir cette évolution, il faut définir un mot qui revient régulièrement lorsqu'on parle d'accessibilité : handicap.

Le terme handicap provient de la contraction de l'expression anglaise hand in the cap signifiant «main dans le chapeau». Cette expression désignait le tirage au sort qui s'effectuait dans un chapeau afin d'attribuer des désavantages aux meilleurs chevaux des courses hippiques. Alors que le sens commun en a fait naître une connotation péjorative, le sens originel du terme «handicap» servait à départager par critères les meilleurs au départ d'une course afin de la rendre plus équitable... Si l'on devait donc définir de façon juste le mot handicap, ça serait *« la limitation des possibilités d'interaction d'un individu avec son environnement, menant à des difficultés psychologiques, intellectuelles, sociales et/ou physiques. »*

La première loi à intégrer les personnes handicapées dans la société fût promulgué en 1975[19], il y a donc un peu plus de 40 ans. Cette loi, au regard de la société, est donc récente. C'est le texte de référence qui créa en France la politique publique du handicap. Cette loi va poser les premiers jalons dans l'espérance de créer une société inclusive. Elle aborde notamment l'aménagement des lieu publics, en particulier les lieux d'apprentissage tels que l'école, l'université et les locaux de formation, qui devaient avoir adopté le principe 6 mois après la promulgation de la loi. La loi traite aussi de l'accessibilité des transports qui doivent "s'adapter" avec comme objectif *« d'aménager progressivement les normes de construction des véhicules de transport collectif ainsi que les conditions d'accès à ces véhicules[20] ».* Cette loi fût rédigée sous le gouvernement de Valéry Giscard d'Estaing, lorsque Jacques Chirac était premier ministre.

[19] loi n°75-534 du 30 juin 1975

[20] Les données de cette partie sont issues de la page «Politique de l'accessibilité» du site du Ministre de la Transition écologique et solidaire

Une seconde loi fût promulguée 16 ans après, la loi n°91-663, le 13 juillet 1991 afin d'élargir la mesure d'accessibilité des lieux aux locaux d'habitation, aux lieux de travail ainsi qu'aux installations recevant du public. Cette loi place l'accessibilité non plus en tant que conseil mais en tant qu'obligation ce qui marque une étape importante vers une société inclusive. De plus cette loi élargit également l'accessibilité à la voirie publique et privé desservant les différents lieux cités précédemment.

L'idée d'avoir une société pour tous n'est pas restreinte à la France puisque le 7 décembre 2000, l'Union Européenne adopte la Charte des Droits Fondamentaux interdisant toute discrimination fondée sur le handicap et elle *« reconnaît et respecte le droit des personnes handicapées à bénéficier de mesures visant à assurer leur autonomie, leur intégration sociale et professionnelle et leur participation à la vie de la communauté. »* C'était il y a 18 ans.

Mais la loi qui changea véritablement le statut des personnes ayant un handicap dans la société arriva quelques années plus tard. La loi n° 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, aussi appelée «loi Handicap», est l'une des principales lois sur les droits des personnes handicapées. Cette loi, dont sa promulgation fût menée par Jacques Chirac, est le texte de référence pour la refonte de la politique du handicap et traduit un véritable changement de vision. Le handicap n'est plus traité comme un problème découlant d'une déficience, d'un accident de la vie supprimant par conséquent de nombreuses possibilités pour la personne mais comme une interaction entre les possibilités d'une personne ayant un handicap et son environnement. Cette loi pose les grands principes de la nouvelle politique du handicap qui reposent sur deux piliers.

Le premier est la "reconnaissance aux personnes handicapées d'un droit individuel à la compensation des surcoûts du handicap", principe initié par la Charte des Droits Fondamentaux de l'Union Européenne citée précédemment. Le deuxième pilier étant « une stratégie d'accessibilité pour tous sans exclusion, généralisée à tous les domaines de la vie sociale (éducation, emploi, cadre bâti, transports, santé, etc.) pour permettre « l'accès à tout pour tous » et ce, quelle que soit la forme du handicap : moteur, visuel, auditif, mental, cognitif et psychique. Elle concerne les personnes handicapées, les personnes à mobilité réduite, y compris de manière temporaire ». Ce deuxième pilier poussant plus loin les obligations des précédentes lois qui avaient initié le mouvement.

C'est grâce à cette loi que la notion d'accessibilité universelle émerge en France. Elle oblige notamment tous les transports, les lieux publics, les habitations, les voiries à être accessible à l'horizon 2015 sous peine de sanctions pénales en cas de non-respect des règles.

Cette loi, saluée par toutes les personnes ayant un handicap et les associations de personnes handicapées qui seront désormais inclus dans les débats sur l'accessibilité, traduit une volonté exécutive de faire évoluer la législation. Une volonté qu'on retrouve aussi lors de la CNUDPH[21]. Adopté par l'Assemblée Générale de l'ONU le 13 décembre 2006, ce texte a été ratifié par plus de 170 pays lors de son entrée en vigueur le 3 mai 2008 dont l'Union Européenne et la France (uniquement en 2010). Cette convention, qui pourrait se résumer à une ligne de conduite, a pour objectif de promouvoir et de protéger les droits civils, politiques, économiques, culturels et sociaux des personnes handicapées, sur la base de l'égalité avec les autres citoyens européens et inscrivant l'accessibilité dans l'un de ses huit principes généraux. C'était il y a 8 ans.

[21] **CNUDPH** : Convention des Nations Unies relative aux droits des personnes handicapées

L'accessibilité à travers les textes est de plus en plus présente notamment grâce à la "Stratégie Européenne 2010-2020 en faveur des personnes handicapées" qui est un engagement de l'Union Européenne pour rendre les pays de la zone plus accessible et inclusif. Cette stratégie se décline en plusieurs textes législatifs dont une directive du 26 octobre 2016 qui promeut l'accessibilité des sites internet et des applications mobiles, mais uniquement ceux des organismes du secteur public.

Ainsi, au niveau de L'Union Européenne et du législatif, le handicap commence à se faire une place plus importante et à faire entendre ses revendications. Mais qu'en est-il des gouvernements ?

III Des positions tranchées selon les gouvernements

Les chiffres qui sont cités dans cette partie sont issus de différentes études et sont considérés comme officiels. Néanmoins, Handicap International estime que ces chiffres sont faussés et sous-estiment la situation[22]*. Ces erreurs peuvent notamment être dû au nombre important de personnes ne souhaitant pas admettre leur handicap et le déclarer mais aussi d'une méconnaissance du handicap dans la société française.*

[22] « *Chiffres du handicap : Quelle est leur vraie valeur ?* », article du 1er mars 2018, Handirect.fr

Comme nous l'avons vu précédemment, de nombreuses lois ont permis de faire évoluer le statut des personnes ayant un handicap. Ces lois ont pu voir le jour par à la volonté de certaines personnes à les porter et les faire adopter. Cela est notamment le cas de Jacques Chirac qui a joué un grand rôle dans l'inclusion des personnes ayant un handicap dans la société française. A l'époque de la promulgation de la loi de 1975, il était 1er ministre et a suivi de près le dossier. En 2005, c'est lui qui est à l'initiative de la "Loi Handicap" qui changea littéralement la vie et les possibilités d'avenir des personnes ayant un handicap. Cette implication dans le combat pour une société inclusive n'est pas anodine pour Jacques Chirac puisqu'il a été confronté directement au handicap psychique de sa fille aînée Laurence (qui s'est déclenché en 1973 suite à une méningite), puis à son handicap physique (à cause des nombreuses tentatives de suicides).
Si Jacques Chirac a été un acteur important pour la cause du handicap, quand est-il des gouvernements suivants ?

En 2007, Nicolas Sarkozy devient président et n'a pas laissé le handicap de côté puisqu'il a remplacé la Délégation interministérielle aux personnes handicapées, créée par son prédécesseur, par le Comité Interministériel du Handicap dont le but était de préparer le terrain pour l'échéance de 2015 et de poursuivre le travail de la "Loi Handicap". Mais le Comité ne s'est malheureusement jamais réuni.
Néanmoins, comme il l'avait promis, Nicolas Sarkozy a augmenté de 25% l'AAH[23] mais a dans le même temps modifié les conditions d'obtention, privant ainsi de cette aide des dizaines de milliers de citoyens ayant un handicap. Pour obtenir cette augmentation, 35 000 personnes se sont mobilisées en 2008 afin de pouvoir défendre l'obtention de cette aide qui permet à un million de personnes handicapées de vivre, même si le montant est toujours inférieur au seuil de pauvreté.

[23] **AAH** : Allocations aux Adultes Handicapés

Durant son quinquennat, de nombreuses actions du gouvernement ont remis en cause l'utilité de la Loi Handicap tel que des dérogations sur l'accessibilité des personnes handicapées aux bâtiments neufs, la fiscalisation des indemnités journalières des personnes devenue handicapées suite à un accident de travail ou à une maladie professionnelle, la suppression d'AVS[24] (aides présentes pour les enfants ayant un handicap), le report de la majoration à L'AGEFIPH (association pour l'emploi des personnes handicapées) dont doit s'acquitter toute entreprise n'ayant pas fait d'action pour l'emploi des personnes handicapées. Les taxes récoltées passeront donc de 606 millions d'euros à 539 millions d'euros en 2009 et continuera de baisser les années suivantes. A l'heure actuelle, le gouvernement de Nicolas Sarkozy est désigné comme « le pire » pour les personnes ayant un handicap, au point que les associations ont surnommé cette période "Les années

[24] **AVS** : Auxiliaire de Vie Scolaire

noires". Ce nom fait notamment référence au chômage qui a atteint les 19%[25] (soit 370 674 personnes), le plus fort taux depuis la loi de 1975 alors que toutes les entreprises employant plus de 20 salariés doivent compter dans leurs effectifs, 6% de personnes ayant un handicap.

[25] *« Chiffres Clés : Les personnes handicapées et l'emploi »*, mai 2011, AGEFIPH

Mais si le bilan de Nicolas Sarkozy sur les différentes mesures concernant les personnes handicapées paraît catastrophique et a désarmé plus d'une association luttant pour les droits des personnes ayant un handicap, celui de François Hollande est plus mitigé.

Tout d'abord, entre 2011 et 2015, le taux de chômage[26] des personnes ayant un handicap a atteint plus de 21% (soit 486 546 personnes). Néanmoins, en parallèle, le nombre de personne en situation de handicap dans l'emploi a progressé, notamment grâce à une meilleure reconnaissance de la qualité de travailleur en situation de handicap mais aussi à une dynamique, une valorisation du recrutement et au maintien de l'emploi développé dans les entreprises. Même si l'obligation d'avoir 6% de ses effectifs déclarés comme travailleurs handicapés (selon la loi travail de 1987) pour toute entreprise de plus de 20 salariés n'ait pas encore atteinte son objectif sous le quinquennat de François Hollande, il s'est amélioré, passant ainsi de 4% en 2009 pour la fonction publique à 4,9% en 2017 et de 2,6% à 3,1% dans le secteur privé sur la même période. En revanche, les aides attribuées à l'AGEFIPH citées précédemment et à la FIPHFP[27] continue de baisser avec une perte de 204 millions d'euros sur 3 ans pour ces deux organismes. L'AGEFIPH qui avait subi une lourde baisse lors du quinquennat de Mr Sarkozy est passé de 539 millions d'euros en 2009 à 402 millions d'euros.

[26] *« Emploi des personnes handicapées : Hollande n'a pas rempli son contrat »*, 8 novembre 2016, Faire-Face

[27] **FIPHFP** : Fonds pour l'Insertion des Personnes Handicapées dans la Fonction Publique

Mais l'une des mesures phare et saluée par le public (notamment par les 400 000 travailleurs concernés) est la mise en place du cumul entre la prime d'activité et l'Allocation Adulte Handicapé (AAH), les rentes et pensions d'invalidité. Auparavant, travailler, même quelques heures par semaine, pouvant être un motif de suppression de l'AAH, qui est pour une grande partie des personnes, leur seul moyen pour subvenir à leurs besoins. Autre avancée majeure, l'augmentation de 24% d'élèves en situation de handicap sont scolarisé en milieu ordinaire, et non pas cantonnés dans des centres médico-sociaux, soit un total de 77% pour la rentrée 2014 en primaire. Enfin, l'une des promesses de son quinquennat était d'avoir un "volet handicap" dans chacune des lois, une promesse presque tenue avec notamment la garantie de l'accès au sport à tous dans les clubs.

Si l'emploi, les aides et la formation sont au cœur du questionnement et de la réflexion sur le handicap, le domaine de la culture est très peu évoqué et les gouvernements n'en ont, à l'heure actuelle, pas fait une priorité.

Et concernant le gouvernement actuel, qu'en est-il ?
Lors de sa campagne, Emmanuel Macron avait fait du handicap sa priorité *« Je ne veux plus de personnes vivant en situation de handicap qui soient sans solutions. [...] Ce sera l'une des priorités de mon quinquennat.*[28] *»* . Il avait notamment promis une légère revalorisation de l'AAH pour 2019 à 900€ (qui était de 810€ en 2017). Une promesse tenue mais qui ne sera pas valable pour le million de personnes bénéficiaires de l'AAH, notamment pour les quelques 250 000 personnes[29] en couple pour qui l'AAH sera gelée, renforçant par la même occasion la dépendance des personnes ayant un handicap à leur conjoint(e).

[28] Citation issue du débat télévisé de l'entre-deux tour 2017

[29] données issues de *« Macron An I : le handicap, priorité oubliée ? »*, 7 mai 2018, Faire-Face

De plus, les deux aides complémentaires à l'AAH dont bénéficient les personnes les plus handicapées vont être fusionnées et le montant ne sera égal qu'au plus faible (soit une centaine d'euros) et ne seront plus distribuées aux nouvelles personnes en faisant la demande. Côté logement, le pourcentage d'immeubles neufs accessible diminue drastiquement, passant de 100% à 10% des logements accessible au rez-de-chaussée ou par ascenseur. Les 90% autres restant devront être évolutif, c'est à dire accessible si l'on déplace ou supprime une cloison par exemple. Cette décision issue de la loi Elan amplifie le problème de logement puisque précédemment, les 100% ne suffisaient pas à loger toutes les personnes handicapées. Cette loi marque un fort recul dans l'inclusion des personnes ayant un handicap et fait monter la colère chez les acteurs du monde du handicap.
Concernant l'éducation, lors de la rentrée 2017, aucun enfant handicapé n'avait d'AVS. Au niveau chômage, aucune mesure n'est encore prise en ce début de quinquennat et en décembre 2017, le nombre de personnes ayant une RQTH[30] atteignait les 510 000, soit le plus haut chiffre depuis la mise en place de ce statut avec la Loi Handicap de 2005.

[30] **RQTH** : Reconnaissance de la Qualité de Travailleur Handicapé

Si un an après la prise de fonction du gouvernement d'Emmanuel Macron, le bilan concernant les mesures prisent (ou pas) en faveur des handicapés est en-dessous des promesses, une voix essaie de se faire entendre. Sophie Cluzel nommée secrétaire d'état chargée des personnes handicapées par Emmanuel Macron, soutient de nombreux projets en faveur des personnes ayant un handicap, notamment le droit de vote pour tous, incluant les personnes mises sous tutelle, annoncé en juillet 2018. Tout comme Jacques Chirac, Sophie Cluzel s'est engagé dans cette cause car elle est directement touchée par le handicap de sa fille, atteinte de Trisomie 21, qui n'a pas été placé sous tutelle notamment car Sophie Cluzel « ne voulais pas qu'elle soit privée de ce droit élémentaire. ». Cette décision devrait concerner 350 000 personnes et ce n'est que le début pour Sophie Cluzel.

En conclusion, les positions et décisions concernant le handicap varient d'un extrême à l'autre selon le gouvernement. Sous Jacques Chirac, la question du handicap a été mise en priorité, aboutissant sur la Loi Handicap de 2005. Sous Nicolas Sarkozy, le handicap a été mis de côté et les promesses faites non pas été tenues. Sous François Hollande, quelques mesures ont été prise et peu appliquée mais certaines directives de la Loi Handicap ont été suivies. Enfin, sous Emmanuel Macron, on peut voir à l'heure actuelle un retour en arrière concernant la question du handicap qui n'est soutenue que par une faible minorité au gouvernement et au parlement.

IV Une société qui tend vers l'accessibilité sans l'atteindre

Si la France est loin d'être, à l'heure actuelle, un modèle d'accessibilité dans la vision et les actions de ses dirigeants, des initiatives sont prises dans l'optique de devenir, dans un futur proche, une société inclusive. Malheureusement ces initiatives et ces lois connaissent des difficultés au niveau de leur mise en œuvre. Cela est notamment le cas avec la loi de 2005 qui a permis de réelles avancées quelques années après son adoption, mais de nombreux rapports gouvernementaux et émis par des associations ont mis en exergue les difficultés.

Le premier rapport commandé « Modalité d'application des règles d'accessibilité du cadre bâti pour les personnes handicapées », est axé sur l'accessibilité des lieux et a été réalisé par trois services d'inspection général. Dans ce rapport, les trois services constatent que le principe de conception universelle est bien considéré comme légitime mais qu'il est impossible d'imposer les mêmes exigences pour les bâtiments neuf et anciens, ces derniers rencontrant de véritables difficultés à appliquer la loi. Le rapport fait aussi ressortir l'évidence que l'échéance de l'accessibilité de tous les ERP[31] au 1er janvier 2015 ne pourra être tenu au vu du faible avancement de la mise en accessibilité en 10 ans. En 2015, seul 30% des ERP (administrations, commerces, écoles, bibliothèques, écoles, cinémas, musées, salles de concerts...) étaient accessibles. En 2014, le gouvernement a alors dû fixer un nouveau délai pour la mise en accessibilité des bâtiments de 3 à 9 ans, un premier aveu de faiblesse pour la France en termes d'accessibilité. Cet aveu de faiblesse est d'autant plus important qu'il est facile de passer légalement au travers de la loi comme l'explique Vincent Assante, président de lANPIHM[32] : *« Ce n'est pas le report de l'échéance qui est problématique [...], c'est plutôt l'automaticité de la dérogation qui pose problème: si le préfet ne répond pas dans les deux mois, elle est réputée acceptée. C'est une disposition scélérate ! »* En mars 2017, encore 63% des ERP étaient inaccessibles.

[31] **ERP** : Etablissement Recevant du Public

[32] **ANPIHM** : Assocation Nationale Pour l'Intégration des Personnes Handicapées Moteurs

Néanmoins les grandes villes ont mis leurs principales ERP aux normes telles que la Mairie. En 2014 seuls 6% des mairies des grandes villes n'étaient pas accessibles, mais également leurs centres commerciaux, en obtenant une note de 8,89/10 selon le barème de l'accessibilité. Si de ce côté-là, les villes tiennent leur promesses, ce n'est pas le cas dans tous les domaines.

Tout d'abord, dans le domaine des transports, seuls 61% des schémas[33] visant à rendre les transports accessibles en 2012 ont été adopté, tout comme seulement 38% des communes de plus de 50 000 habitants ont adoptés les plans d'accès à la voirie et à l'espace public pour tous. Et ce chiffre descend à 8% pour les communes de moins de 2000 habitants. En 2014, seul 42% des lignes de bus et de transport présentes dans toutes les villes, sont accessibles aux personnes handicapées.
Cela se traduit au quotidien par des obstacles supplémentaires pour les personnes ayant un handicap, celles-ci devant affronter un véritable parcours du combattant comme le racontent la blogueuse aventurière Audrey dans son blog "Roulettes & Sac à Dos"[34]. Cette jeune femme parcourt le monde avec son fauteuil roulant et raconte dans un de ses billets :

[33] Données issues de *« Accessibilité : dix ans après une loi contraignante, peu de bâtiments publics sont aux normes »*, 29 avril 2016, France Info

[34] Article *« Coup de gueule : l'accessibilité, et si on en parlait»*, 19 avril 2015

« Certaines villes s'équipent (enfin) de bus accessibles en fauteuil roulant : une petite rampe sur le côté, et un espace réservé à l'intérieur du dit bus. Alors imaginons : Tu attends gentiment à l'arrêt de bus, tu fais signes au chauffeur que tu veux monter à bord, et là... C'est le moment de suspense ! Roulements de tambours ! Vais-je ou pas pouvoir monter dans le bus ?! Pourquoi cette question, me direz-vous ? Après tout, le bus est équipé, alors où peut bien être le problème ? Le problème est le suivant : l'IN-FOR-MA-TION ! Ou plutôt, le manque d'information. Car s'il y a le matériel adéquat, tous les chauffeurs ne savent pas s'en servir. [...] Car grosso modo, tout est là pour bien faire, des millions ont été claqués pour rendre les bus accessibles à tous, MAIS on a oublié de former les chauffeurs ?! [...] En plus de se faire refouler quand il n'y a pas d'équipements, on se fait également mettre au placard quand il y en a ? »

Ces problèmes ne se limitent pas aux bus puisque, par exemple, de nombreuses stations de métros ne sont accessible que par des escaliers, qui est également un obstacle pour les personnes ayant des poussettes, obligeant les personnes ayant un handicap moteur à se déplacer de faire appel à des taxi spécialisé qu'ils doivent réserver jusqu'à deux semaines auparavant.

Si, lorsqu'on pense accessibilité des transports, on pense en premier aux problèmes que peuvent rencontrer les personnes ayant un handicap moteur, il ne faut pas oublier les autres handicaps qui peuvent compliquer l'utilisation des transports. Cela est notamment le cas pour les personnes ayant un handicap visuel comme Marie-Cathy peut en témoigner : *« une fois le bus était garé en double file mais, comme je ne l'ai pas vu, il est parti sans qu'elle puisse monter dedans. [...] Une fois, une amie DV[35] n'a pas eu assez de temps pour monter dans le tram et il est parti avec sa canne. »* Ce problème d'accessibilité est aussi présent au niveau des trains et des métros comme en témoigne Thibault, un malvoyant *« Le problème des métros, c'est que tu ne sais pas à quel arrêt tu es. Beaucoup n'ont pas de description vocale et du coup tu es obligé de te concentrer et de ne rien faire d'autres que compter pour te repérer. Il m'est souvent arrivé de me tromper de stations parce qu'une des stations précédentes n'était pas desservi et que ce n'était pas indiqué ou parce que j'étais déconcentré. Parfois je me repère à l'odeur, à châtelet ça sent souvent le savon. »*

[35] **DV** : Déficient Visuel

Enfin les personnes avec un handicap auditif font aussi face aux problèmes d'accessibilité des transports pour lesquels elles ne sont pas en capacité d'entendre les annonces faites.

Les commerces de proximité aussi sont loin d'être accessibles, comme en témoigne Alain Amselem, retraité de l'hôpital publique qui se déplace en fauteuil électrique qui rencontrent des problèmes pour accéder par lui-même au restaurant, s'y déplacer et accéder aux toilettes qui se voit répondre *« Ah non, vous ne pouvez pas aller aux toilettes monsieur. [...] Ce n'est pas encore obligatoire monsieur, on est en train de faire des dérogations et tout. Ça veut dire qu'il faut qu'on enlève la moitié d'un café pour faire un WC »*. Alain, vivant quotidiennement cette situation raconte *« Ça fait mal. [...] On est discriminé, on n'est pas comme tout le monde. Ça nous diminue encore plus. »*

Au-delà de l'accessibilité des lieux, il y a aussi l'accessibilité de l'expérience.
Par exemple, aller dans un musée relève de l'accessibilité du lieu mais faire une exposition relève de l'accessibilité de l'expérience qu'est l'exposition.

De nombreux dispositifs se sont développés ces dernières années venant, soit compléter les expériences, soit l'adapter aux personnes ayant un handicap. Néanmoins, dans le subconscient, l'idée de devoir adapter "à cause" des handicapés reste présente et se fait ressentir à travers les différentes études. En 2017, Malakoff Médéric a commandé une étude à l'institut BVA réalisé sur un échantillon de 1261 personnes dont 933 personnes en situations d'handicap et 328 accompagnants/tuteurs. Cette étude montre pour 61% de ces personnes[36], l'accès à la culture est difficile et 7 personnes sur 10 aimeraient pouvoir faire plus de sorties culturelles. Les principaux freins empêchant les personnes en situation de handicap de profiter de sorties culturelles sont le prix pour presque la moitié d'entre elles, l'affluence (27%) et le manque d'accessibilité au (18%). Si cela peut paraître étonnant que l'accessibilité arrive en troisième, les deux autres critères relèvent aussi d'un problème d'accessibilité. Le prix, bien qu'il soit le même pour les personnes valides, est gonflés par les coûts de l'organisation et du transport. Ensuite l'affluence arrive en 2ème car elle peut fortement compliquer la circulation (si on a des béquilles, une canne, un fauteuil) mais reflète aussi le besoin de certaines personnes de pouvoir "respirer" (les personnes ayant un handicap psychique par exemple).

[36] Données issues du Communiqué de Presse de Malakoff Médéric, 23 juin 2017

Parmi les lieux et expériences culturelles les plus accessibles, on retrouve en tête le cinéma pour 65% des personnes interrogées puis les musées ainsi que les expositions (57%). En revanche, elles sont moins de la moitié à considérer que les théâtres et les opéras sont accessibles. Enfin, en bon dernier arrivent les concerts et les festivals de musique dont seulement 35% des interrogés jugent qu'ils sont accessibles. Cette donnée révèle un réel problème quand on sait qu'en 2014, selon un sondage SACEM, 99% des français écoutent de la musique avec une durée moyenne de 2h25 par jour. Néanmoins, la moitié du panel interrogé pense que la situation a toutefois progressée.

Malgré ce progrès, Damien Birambeau de l'association Jaccede.com regrette de son côté, le temps perdu depuis 2005 et l'absence de mesures coercitives à l'époque de la loi. *«Finalement, on fait aujourd'hui ce qu'on aurait dû faire depuis 2005 »* avance-t-il. « *Tout le monde a cru que l'accessibilité serait mise en place dès 2005, mais il aurait fallu que les mentalités changent sur le handicap.* »
On peut supposer que si le principe d'accessibilité n'est pas encore un réflexe automatique et connaît des difficultés de mises en œuvre, c'est notamment dû à une évolution lente des mentalités et de la vision portée sur le handicap par les personnes valides. Ce décalage est notamment visible puisque de dans un sondage réalisé par IFOP et publié le 10 février 2014, 52% des personnes handicapées, estime que son quotidien et son accessibilité ne se sont pas amélioré depuis 10 ans tandis que 61% des personnes valides et 68% des élus estiment que le quotidien et l'accessibilité des personnes ayant un handicap se sont amélioré. Il y a donc un choc des points de vue.

2.2 L'accessibilité, synonyme d'handicap, un désavantage méconnu et méprisé

Des préjugés encore très présent

Comme nous l'avons vu précédemment, la reconnaissance des personnes en situation d'handicap est récente. Dans une société, les lois et les mœurs de la population vont de pair. Ainsi, soit ce sont les mœurs qui inspirent les lois (ce qui a notamment été le cas pour la Loi sur le mariage pour tous), soit c'est la loi qui, par sa mise en œuvre, modifie les comportements. Ce dernier cas s'applique à la vision que la population française porte sur le handicap et l'accessibilité. Rappelons que c'est par la volonté Jacques Chirac et des personnes qui ont soutenu l'idée d'avoir une société inclusive que les lois de 1975 et 2005 ont pu être adoptées.

Cependant, il faut du temps pour changer les mœurs d'une société et ces "invisibles" (terme désignant les personnes ayant un handicap) n'arrivent pas encore à trouver leur place dans la société, caractérisée par des préjugés qui persistent.

Le premier préjugé, bien qu'il soit souvent inconscient, étant qu'une personne avec un handicap en a obligatoirement plusieurs. Par exemple, le terme sourds-muets est souvent utilisé pour désigner les personnes ayant une déficience auditive. Or le mutisme est caractérisé par l'impossibilité physique de parler à l'oral, n'impliquant pas la déficience auditive. Une personne née sourde ne sait pas à quoi ressemblent les sons et comment parler. Mais de nombreux sourds apprennent à oraliser grâce à des séances chez l'orthophoniste. En 2008, on estimait à 15 millions[37] le nombre de personnes atteinte de surdité mais en revanche il n'existe aucune statistique concernant le nombre de personnes muettes. Le préjugé qu'un handicap en créé un autre n'existe pas seulement pour le cas sourd-muet.

[37] Enquête Handicap-Santé, 2008, INSEE

Pour les personnes aveugles par exemple, il arrive souvent que les personnes leur parlent instinctivement plus fort et articulent, comportement qu'elles adopte souvent en présence de personnes malentendante. Or, le fait d'être aveugle ne touche pas l'audition. Cela se traduit aussi par d'autres comportements comme le fait de s'adresser à la personne qui accompagne au lieu de parler directement à la

personne qui a un handicap. La série « J'en crois pas mes yeux » traite notamment cette "anecdote" dans son épisode 2 intitulé sobrement "Portefeuille" dans lequel on assiste à un échange entre une personne malvoyante qui souhaite acheter un portefeuille, un ami qui l'accompagne et la vendeuse qui s'adresse à l'ami et non au malvoyant.
Une étude faite à Harvard sur les "associations implicites" démontre que, malgré soi, en environnement professionnel ou familial, on tend à associer le handicap et l'absence de performance, alors qu'un handicap n'affecte pas les autres facultés de la personne qui en souffre. Cela se traduit aussi concrètement par une infantilisation fréquente des personnes ayant un handicap. Par exemple, une personne valide, lorsqu'elle parle à un malentendant aura tendance à plus articuler, parler plus fort et utiliser des mots simples, ce qui ne facilite pas la compréhension des personnes malentendantes voire la complexifie.

Le choix des mots est aussi très important. Comme vu précédemment, le mot sourd-muet est biaisé mais ce n'est pas le seul. Si dans le langage courant, les personnes valides utilisent « l'aveugle » ou « l'handicapé », les associations tendent à les bannir, ou tout du moins à rétablir leur sens premier. Ainsi, les écrits, y compris celui-ci, parlent de personnes malentendantes, personnes malvoyantes ou aveugles, personnes ayant une déficience visuelle, personnes ayant un handicap. C'est une volonté pour lutter contre l'invisibilité et rendre l'aspect humain qui a tendance à disparaître lorsqu'on parle "d'aveugle" ou "d'handicapés".

Un autre préjugé est « Si ça ne se voit pas, c'est que tu n'en a pas ». Annelise, chroniqueuse pour Madmoizelle explique[38] avec des mots crus *« Il est de bon ton d'être handicapé dans un fauteuil pour s'attirer un minimum de compassion par le corps professoral. Chez les malentendants et les sourds : niet. Pas de canne, pas de roulettes, pas de membres en moins ! C'est l'arnaque. »* Selon une étude de BVA réalisée en 2014, 80% des personnes ayant un handicap ont un handicap invisible. De plus en plus d'entreprises essaient de sensibiliser à cette invisibilité, notamment grâce à la semaine du handicap qui a lieu chaque année fin novembre.

[38] *« J'ai testé pour vous… être malentendante »* 12 août 2011, Madmoizelle

Troisième préjugé, une personne handicapée n'est pas autonome dans sa vie quotidienne. C'est ce que pensent 69% des français en 2016. Il faut nécessaire de savoir qu'il y a 5 grandes catégories de handicap[39] : moteur, sensoriel (auditif et visuel), psychique (pathologies perturbant la personnalité), mental (déficiences intellectuelles) et les maladies invalidantes.
Parmi le peu de données présentes, on peut se référer à l'étude de l'étude de L'INSEE sur "Les chiffres clés de l'aide à l'autonomie » de 2009 où, sur les 4,6 millions de français de 20 à 59 ans en situation d'handicap vivant chez eux, 730 000 cumulaient les trois formes d'handicap (ressenti du handicap, limitation fonctionnelle et reconnaissance administrative). Cela équivaut à une personne sur cinq qui rencontre des problèmes d'autonomie. De plus les difficultés d'être autonome ne concernent pas tous les handicaps mais deux particulièrement : le handicap moteur (notamment pour les 370 000 personnes en fauteuil roulant) et le handicap mental.

[39] Selon *« Définition-Classification des handicaps »* par le CIH et l'OMS

Le quatrième préjugé concerne l'emploi tout particulièrement : « Une personne handicapée peut donner une mauvaise image aux clients ». A l'heure où les apparences comptent beaucoup pour les entreprises, cela est complètement faux.
Comme dit précédemment, les entreprises promeut de plus en plus le handicap

notamment lors de la SEPH[40] qui a lieu tous les ans à la période de fin novembre mais aussi grâce à la mission handicap. Employer des personnes ayant un handicap permet à certaines entreprises de redorer leur image puisqu'elles peuvent capitaliser et communiquer sur ce thème.
Les Echos titrait dans leur article d'août 2016 « Osez recruter des travailleurs handicapés…une richesse pour l'entreprise ! », et ce, pour trois raisons. La première, c'est l'impact sur la responsabilité sociale de l'entreprise, reliée directement à l'image que l'entreprise souhaite véhiculer, engager des personnes en situation de handicap démontre l'engagement de celle-ci contre l'exclusion et la discrimination et valorise son identité. Ensuite, les premiers clients et ambassadeurs d'une entreprise, ce sont ses employés. Or intégrer des personnes ayant un handicap est rassurant et renvoie l'image d'une entreprise qui donne sa chance à tous, peu importe ses spécificités. Enfin, de nombreux dispositifs ont été mis en place, donnant des avantages fiscaux aux entreprises qui, lorsqu'elles emploient une personne en situation d'handicap et font un aménagement de poste, cela diminuant la taxe pour l'emploi CICE.

[40] **SEPH** : Semaine européenne pour l'Emploi des Personnes en situation de Handicap

Cinquième préjugé, le handicap coûte cher à l'état.
Il semble simple de reporter la faute sur une cause aussi nouvelle que le handicap. Avant tout, il est important de savoir que, historiquement, l'Etat a fait le choix de confier les problématiques du handicap à des associations gestionnaires, à savoir financées par l'ARS[41], en créant une filière médico-sociale, qui n'existe dans aucun pays de l'OCDE. La France est le seul pays à aborder le handicap comme un "problème médico-social'. Mais concrètement, est-ce que le handicap, et donc l'accessibilité, coûte cher aux tiers ?

[41] **ARS** : Agence Régionale de Santé

Tout d'abord, si l'on parle de mise en accessibilité des bâtiments neufs, c'est plus simple, l'objectif étant intégré au projet. Cela peut engendrer quelques surcoûts, estimé à 4% selon le rapport de 2010 de la Fédération Française du Bâtiment et 2% selon Philippe Monmarché, fondateur de Sherp'acces, un cabinet de conseil dans la mise en accessibilité.

Concernant les bâtiments anciens qui ont été construit à une époque où l'on ne se souciait pas de l'accessibilité, toujours d'après l'étude menée par la Fédération Française du Bâtiment, la mise aux normes généralisée (donc incluant l'accessibilité) reviendrait à 20 milliards d'euros. Si ce chiffre peut paraître mirobolant, c'est ce que coûte en un an le CICE, le crédit d'impôts pour la compétitivité et l'emploi accordée aux entreprises pour qu'elles embauchent en diminuant les charges du personnel, mesure qui à l'heure actuelle n'a pas montré d'effets sur l'investissement.

C'est donc une question de choix politiques et de priorité comme l'affirme Etienne Tabbagh, économiste français dans son podcast Splash[42] « Intégrer les personnes en situation de handicap coûte-t-il si cher ? ». Car si la loi de 2005 a mis une échéance claire, la loi de 1975 avait déjà abordé de principe d'accessibilité et les investissements réalisés dans ce domaine se sont plutôt portés sur la création d'instituts et de centres d'accueil, infrastructures qui ont renforcées l'exclusion des personnes en situation de handicap, d'où l'apparition du mot école ordinaire pour désigner les écoles où vont les personnes valides.

[42] Podcast du 11 décembre 2017. En ligne sur le site Nouvelles Ecoutes

En s'accordant sur le principe que l'accessibilité entraîne un coût pour les infrastructures notamment, il y a aussi un marché derrière. Et qui dit marché, dit bénéfices. Hervé Allart, président et fondateur de Tadéo partage ce point de vue. Pour lui, s'adapter au handicap est une force sur le marché :

« Avoir une politique handicap active et volontaire, c'est aussi un moyen de se différencier de ses concurrents. Certains de nos clients indiquent dans leurs appels d'offres que leurs centres de contacts sont accessibles aux sourds, et cela peut contribuer à faire la différence. Aujourd'hui, il y a une prime pour les pionniers. »
Même si l'argument économique est important, il ne faut pas oublier que pour vivre en société il faut se donner des priorités. C'est ce que défend Elisa Rojas, avocate pour le droit des handicapés. *« Est-ce qu'on admet de vivre dans une société qui exclut les handicapés ? »*

Nombre de ces préjugés ont été illustré par l'association Adapt avec sa série "#KillLaBêtise" qui souhaitait faire passer le message "La bêtise c'est un sérieux handicap à l'insertion des personnes en situation de handicap", démontrant l'absurdité des préjugés de notre société.

II Face à une dure réalité

Des préjugés subsistent donc lorsqu'on parle de personnes ayant un handicap. Mais pour mieux comprendre ce que vivent ces personnes et pouvoir répondre à leurs besoins dans la mesure du possible, il faut s'immiscer dans leur réalité.

Tout d'abord, il faut savoir que tout ce qui concerne l'administratif n'est pas adapté pour les personnes ayant un handicap. Auguste, un commercial non voyant qui à cause de son handicap ne peut pas remplir les papiers administratifs. *« C'est ma fille qui écrit à ma place pour tous les documents, notamment ceux concernant les voyages. Elle le fait depuis l'âge de 5 ans du coup elle est habituée à bien écrire et remplir les documents. C'est la seule personne en qui j'ai entièrement confiance. Je ne laisse même pas ma femme faire. »*

Salomé, une jeune étudiante malvoyante, déplore que la plupart des documents soient en PDF. *« Un document en PDF, on ne peut pas le lire car il est considéré comme une image pour les logiciels LRC[43] ».* Ce problème concerne également les demandes d'aides pour les personnes ayant une Déficience Visuelle. *« Il est difficile rien que d'émettre une demande d'aides pour nous, les personnes déficientes visuelles, car ils sont écrits en noir. On n'a pas tous une synthèse vocale qui traduit les documents à l'oral car ça coûte 3000€. Du coup si on doit faire une demande d'aide, on remplit un dossier très lourd et pas adapté en braille. La société voyante ne s'adapte pas. Par exemple, la demande est la même pour une personne en fauteuil roulant qu'une personne malvoyante alors que nous n'avons pas les mêmes besoins. Si je devais vivre seule, je ne pourrais pas faire l'administratif, ça me fait peur ».*

[43] **LRC** : Logiciel de Reconnaissance de Caractère

Si l'administration peut être un parcours du combattant pour les personnes ayant un handicap, l'obtention des aides finales peut s'avérer tout aussi compliqué.
Comme le raconte Marie-Cathy, une non-voyante, les personnes ayant un handicap ne peuvent faire une demande d'aide que tous les 3 ou 4 ans. Cette demande peut être refusé à cause de plusieurs critères. *« J'ai étudié la musique et pour pouvoir en jouer, j'avais besoin de partition en braille dont la page coûte 30€. J'ai fait une demande d'aide mais la MDPH[44], n'a pas voulu financer car ma mère est avocate et*

[44] **MDPH** : Maison Départementale des Personnes Handicapées

que, par conséquent je n'ai "pas besoin d'aide" d'après eux ».
Il existe plusieurs aides pour aider les personnes à vivre avec leur handicap. La première c'est l'AAH (Allocation Adulte Handicapé) dont le montant va être porté à 860€ au 1er novembre 2018, étant actuellement à 810€. Cette aide permet aux personnes ayant un taux d'incapacité permanente de 80% ou plus de vivre, la plupart ne pouvant pas travailler en parallèle ou n'arrivant pas à trouver un emploi. Cette aide est conditionnelle. Marie-Cathy témoigne des abus de cette aide *« L'AAH diminue ou est supprimé si tu travailles. C'est pour ça que beaucoup de DV préfèrent ne pas travailler, car ils gagneraient autant qu'un travail à mi-temps mais avec toutes les galères des transports, de la vie pro et tout en moins. Est-ce que c'est utile de passer 4h dans des transports pour une 1h de travail alors que je gagne moins ? En fait, on n'est plus considéré comme handicapé si on travaille, même si on gagne des broutilles, alors que ce n'est pas le cas ! »*

Le fait de travailler n'est pas la seule condition qui peut faire perdre l'AAH à une personne en situation de handicap selon Marie-Cathy *« J'ai déclaré que j'étais en couple avec mon copain, du coup l'Etat considère que je dépends de mon copain et m'a fait sauter l'AAH. De nos jours, plus personne ne dépend de son compagnon ! On n'est plus au début du XXème ! C'est complètement incohérent et paradoxal parce que l'Etat veut pousser à l'indépendance mais en même temps il ne fait rien pour. Et finalement, c'est moins compliqué pour deux personnes qui seraient malvoyante qu'un couple avec un voyant et un malvoyant, ce qui est vraiment un super exemple d'inclusion. En fait on n'est plus considéré comme handicapé si on est en couple et je trouve ce système hiérarchique et injuste parce que tu crées une position de dominant/dominé alors que c'est déjà compliqué d'être en couple avec une personne ayant un handicap car ça nécessite une ouverture d'esprit et de devoir partager le handicap »*

[45] **PCH** : Prestation Compensation Handicap

En plus de l'AAH, les personnes ayant un handicap peuvent demander une PCH[45] qui peut monter jusqu'à 500€ mais qui prend en charge seulement les aides ménagères, les aides pour les cours, les interprètes par exemple. Si elle veut prendre un taxi parce que les transports publics ne vont pas jusqu'à l'endroit de destination, cela coûte 200€ pour un trajet de 2h et le PCH ne prend pas en charge. C'est limité et contrôlé.

Mais compenser son handicap est une envie et un besoin qui coûtent cher.
Précédemment, Marie-Cathy évoquait le prix de 30€ la page en braille. Si le prix est aussi cher, c'est parce qu'elle doit faire appel à des centres spécialisés pour obtenir ces partitions produites en faible quantité, ce qui au bout de 3 ans lui coûta au total 13 000€, prix nécessaire pour pouvoir suivre les cours de musicologie et ceux du conservatoire.
Toujours pour rester dans le concret, on peut citer d'autres exemples de matériel adapté mais onéreux. Cela concerne notamment toutes les technologies d'aides comme les fauteuils roulants qui peuvent coûter 1600€ ou le clavier braille qui peut coûter jusqu'à 11 000€. Autant de charges en plus pour une personnes ayant un handicap et qui n'est souvent pris que partiellement en charge. L'AAH ne permet de payer qu'une partie de tous les outils qu'une personne handicapée a besoin. Un autre problème et exemple concret concerne notamment les chaussures qui s'abîment très vite pour les personnes ayant une déficience visuelle à cause de tous les obstacles qu'elle rencontre, ou encore les étiquettes en braille pour reconnaitre les boites de conserves par exemple qui coûtent cher. Ce sont autant de dépenses à laquelle les personnes ayant un handicap doivent subvenir et subir.

Enfin, il y a une séparation des personnes handicapées de la société ordinaire.
Si la difficulté d'obtenir des aides, de gérer l'administratif et de faire face au coût du handicap au quotidien est compliquée, la différence entre valide et personne ayant un handicap ne s'arrête pas là et commence dès le plus jeune âge.
Lorsqu'ils sont jeunes, les personnes ayant un handicap sont souvent placées dans des centres spécialisés. Cela a été le cas de Salomé qui a été à l'Institut National des Jeunes Aveugles à partir du CM1, et ce pendant 3 ans. Néanmoins elle a arrêté après la 6ème car *« la vrai vie n'est pas de rester dans un cocon »*. Pour elle il est nécessaire que les personnes se confrontent au milieu ordinaire. Elle est rentrée en 5ème, en 2006, soit juste après l'adoption de la loi Handicap qui prônait l'inclusion des élèves dans les écoles ordinaires qui pour elle a été une véritable libération.

Marie-Cathy partage aussi cette vision et la Loi Handicap a aussi eu un impact sur son parcours scolaire puisque depuis la primaire elle était dans un centre spécialisé pour les personnes déficients visuels et les handicapés mentaux. C'est à partir de la loi Handicap qu'elle a pu intégrer un lycée à Nantes. Cette période fût compliquée pour elle car c'était la première fois qu'elle était avec des personnes voyantes. Le parcours d'obstacle continue même une fois intégré au milieu ordinaire puisque les universités ne sont pas adaptées à recevoir des personnes ayant un handicap et que les Relais Handicap Santé Etudiants sont plus habitués à gérer des poignets cassés et des fauteuils roulants que des personnes aveugles par exemple.
Si Marie-Cathy et Salomé ont pu intégrer le milieu ordinaire, ce n'est pas le cas de toutes les personnes ayant un handicap. Leur situation et vécu entraine souvent une peur des personnes valides et de leur monde, pouvant s'apparenter à une peur de l'inconnu, tout comme certaines personnes ont peur du handicap.

Ces exemples ne sont qu'un aperçu d'un quotidien cher et complexe des personnes ayant un handicap. Mais ces témoignages permettent de mieux appréhender leurs problèmes, leurs envies et leurs besoins.

III Une population vieillissante de plus en plus concernée par le handicap mais loin d'être la seule

Lorsqu'on parle de handicap, la première image qui nous vient en tête, c'est une personne en fauteuil roulant. Cette image est dans notre inconscient collectif. Pour le prouver, il suffit de chercher sur internet "personne handicapée" pour en faire le constat puisque les images trouvées montrent uniquement une personne en fauteuil roulant.

Cette situation est le résultat de plusieurs années de communication qui ont mis en avant les personnes en fauteuil roulant pour représenter les personnes handicapées, y compris de la part des associations. Cette représentation exemplaire est logique puisqu'elle est sans équivoque. On ne peut se tromper lorsqu'on voit une personne en fauteuil roulant, on sait qu'elle est handicapée, contrairement à une personne malentendante dont le handicap peut passer inaperçu car il fait partie des handicaps invisibles. Or, cette seule image ne peut pas résumer le handicap.
Paul Joly, architecte urbaniste, l'explique lors de son interview sur Soir 3, le 26 septembre 2015 *« Le handicap physique, en fait, c'est un handicap global. On parle aujourd'hui de situation de handicap. Une personne en fauteuil, c'est ce qu'on voit. [...] Mais aujourd'hui ce n'est pas qu'une personne en fauteuil. C'est une personne qui a des difficultés à entendre, une personne qui a des difficultés à voir et qui peut-être d'ailleurs non-voyante, une personne avec des troubles psychologiques, cognitifs. Donc c'est une personne âgée, c'est une personne avec sa poussette. C'est un étranger qui vient et qui ne parle pas la langue. Donc finalement tout ce qu'on va pouvoir mettre en œuvre concernant l'accessibilité, ça va servir à tous, à tout le monde. »*

Pour rappel, selon l'article 14 de la Loi Handicap de 2005, le handicap peut être définit comme *« toute limitation d'activité ou restriction de participation à la vie en société subie dans son environnement par une personne en raison d'une altération substantielle, durable ou définitive d'une ou plusieurs fonctions physiques, sensorielles, mentales, cognitives ou psychiques, d'un polyhandicap ou d'un trouble de santé invalidant. »* Ainsi, une personne qui est en béquille suite à accident de ski est considérée comme ayant un handicap. Cela peut aussi s'appliquer à de nombreux autres exemples. Une personne qui a une forte scoliose qui ne lui permettant pas de se déplacer « normalement » est aussi considérée comme ayant un handicap.

Il est estimé qu'un français sur 2[46] sera porteur d'un handicap au cours de sa vie. Environ 300 000 personnes deviennent handicapées chaque année. Ainsi, le handicap peut toucher tout le monde. L'un des clichés concernant le handicap c'est « soit on naît handicapé, soit on ne l'est pas ». Un préjugé qui est faux puisque seulement 15% des personnes handicapées le sont à la naissance ou avant l'âge de 16 ans. Avoir un handicap arrive donc pour 85% des personnes handicapées lorsqu'elles sont adultes. Il peut y avoir de nombreuses raisons à cela.

[46] *« Les 5 chiffres clés qu'il vous faut connaître sur les travailleurs handicapés en France »*, 21 mai 2016, Le Figaro

Par exemple Coralie, jeune auteure de BD, est devenue handicapée moteur suite à une erreur médicale. Alors qu'elle devait se faire opérer pour un souci de santé, l'erreur médicale a nécessité de nombreuses opérations pour réparer l'erreur ce qui a entrainé l'apparition d'un syndrome hyper mobile et hypocondrial, qui diminue peu à peu la force dans ses membres et l'oblige à se déplacer en fauteuil roulant.

Pour Marie-Cathy et Salomé, leur cécité serait due à la génétique mais elles ne savent pas exactement quel gène. Pour Marie-Cathy, elle serait atteinte de la maladie d'Amaurose de Leber mais ne connaît pas la cause exacte. Il y a une grande méconnaissance sur l'arrivée et le développement de la cécité puisque chaque cas est unique et que les recherches ne sont pas assez poussées. De plus certaines personnes peuvent retrouver la vue, c'est le cas de Dominique Bertucat, présidente de l'association "Les yeux en promenade" qui a perdu une première fois la vue en 1969, à l'âge de 19 ans. Quelques années plus tard, en 1976, elle retrouve la vue suite à deux opérations de la rétine avant de perdre la vue définitivement en 2002.

Brahim, quant à lui, est devenu quasiment non-voyant suite à un accident de travail, dû à une installation qui a explosée alors qu'il intervenait dessus en tant qu'électricien. Autant d'histoires de vie qui montre que le handicap n'est pas une limitation qui est acquise mais qui peut apparaître en diverses circonstances.

En 2017[47], 14% des français ayant entre 20 et 59 ans et vivant à domicile ont un handicap. Cette statistique, bien qu'elle semble élevée, ne prend pas en compte, ni les personnes vivant dans des centres hospitaliers ou d'accueil, ni les personnes âgées. On peut donc estimer que le pourcentage total de français ayant un handicap, dont les derniers chiffres remontent à 2009 et qui donnait 10% de la population française comme ayant un handicap, est bien plus élevé. Et ce chiffre ne va pas diminuer puisque vivant plus longtemps, nous avons plus de risque de devenir en situation de handicap. Au 1er janvier 2018, sur les 67 millions de français, 17 millions étaient âgé de plus de 60 ans, soit 25% de la population. Selon l'INSEE[48], l'espérance de vie s'approche des 80 ans pour les hommes et va au-delà des 84 ans pour les femmes. Néanmoins le vieillissement rend l'humain fragile en diminuant ses facultés physiologiques de façon globale, notamment en réduisant sa masse musculaire dès 45 ans et avec une perte de 50% lorsqu'on atteint l'âge de 90 ans. Cette sarcopénie[49] entraîne la dépendance des personnes âgés en limitant leur capacité fonctionnelle. Au-delà de la perte de masse musculaire qui peut rendre les personnes handicapés moteur, le vieillissement altère aussi la vision et l'audition. On peut citer par exemple la cataracte, le glaucome et la DMLA[50] qui selon leur développement peuvent rendre une personne malvoyante, voire non-voyante, ou encore la presbyacousie qui demande un appareillage précoce et rend rapidement une personne malentendante. Autant d'anomalies sensorielles qui sont un handicap au quotidien d'après André Vacheron, Docteur cardiologue et membre de l'Académie Nationale de Médecine.

[47] *Selon le rapport 2017 de la DREES, servive des études du ministère des affaires sociale.*

[48] Selon l'INSEE, *«Rapport annuel sur la démographie Française », 2017*

[49] **Sarcophénie** : syndrome gériatrique se traduisant par une perte progressive de la masse musculaire

[50] **DLMA** : Dégénérescence Maculaire Liée à l'Âge

D'après les projections de l'INSEE, en 2050, 30% de la population française aura 65 ans ou plus. Ainsi la question du handicap et de l'accessibilité ne concerne pas seulement une, minorité comme beaucoup le pense, mais il s'agit d'une question de société qui aura un impact sur le long terme.

2.3 Mais une volonté collective d'améliorer l'accès à tous

Une volonté propulsée par les lieux culturels

Si l'accessibilité n'est donc malheureusement pas encore un principe universel en France, de nombreux acteurs essaient à leur niveau d'améliorer la situation.

Cela vaut notamment dans le domaine des lieux culturels qui portent un double enjeu puisqu'ils doivent bien évidemment rendre leur lieu accessible puisque ce sont des ERP mais aussi rendre accessible les expériences qu'ils proposent. Ces enjeux sont d'autant plus importants que les lieux culturels tel que le théâtre, les salles de concert, les musées, les cinémas, etc... contribuent au développement d'une société. Afin de pouvoir les guider dans leur démarche, le ministère de la culture est le premier sur le front. Pour ce ministère, l'accessibilité se décompose en plusieurs éléments : l'accès des lieux, l'accès aux produits de l'industrie culturelle, l'accès au patrimoine et à la connaissance, l'accès à l'information, aux outils de la pensée, aux discours critique, à l'échange culturel et à la parole citoyenne et enfin l'accès aux pratiques artistiques en tant qu'acteur.

Tous ces principes sont issus de la loi de 2005. Afin de pouvoir guider les ERP culturels, le ministère créer une série de guides pratiques sur l'accessibilité. Son premier ouvrage "Culture & Handicap, Guide pratique de l'accessibilité" qui aborde le concept d'accessibilité de façon globale en abordant notamment les différents handicaps, les partenaires vers lesquels peuvent se tourner les lieux culturels et les dispositifs techniques. Concernant ce dernier point, on peut remarquer que de nombreux dispositifs techniques sont devenus la norme dans les lieux culturels, notamment le pictogramme, le sous-titrage et le système RISP[51], l'audiodescription, la maquette tactile, les systèmes de mise en relief, l'audioguide, la boucle magnétique, l'interprétariat[52]. Les publications suivantes ont un thème spécifique notamment l'accessibilité du spectacle vivant sorti en 2008, les "Équipement culturels et handicap mental" sorti en 2010 ou encore dernièrement le dernier guide "expositions et parcours de visite accessible" sorti 7 ans après, en 2017. Si ce dernier guide reprend des éléments du premier guide sorti il y a 12 ans, il pousse l'explication et les bonnes pratiques plus loin en abordant

[51] **RISP** : sous-titre en temps réel

[52] avec un interprète en Langue des Signes Française ou en Langage Parlé Complété

l'accessibilité à travers le mobilier, l'éclairage, la scénographie, la signalétique, le graphisme, le son, les expôts[53] et le multimédia. Par exemple, ce guide indique comment éclairer une œuvre pour que le tout public puisse en profiter, comment aménager efficacement et pour tous les lieux, ou encore, la taille des lettres en fonctions de la distance. Autant de cas concrets et d'aide techniques sur lesquels peuvent s'appuyer les musées afin d'être accessible à tous, aussi bien pour le lieu que pour l'expérience. En bref, pour ce guide, le mot d'ordre est : « l'accessibilité pour tous : une démarche à prendre en compte dans la chaîne de conception, de mise en œuvre et d'exploitation de l'exposition[54]».

[53] objets de l'exposition

[54] préambule du guide « *Expositions et Parcours de visite accessible* », 2017

Même si le gouvernement est l'initiateur de projets concernant l'accessibilité, il n'en serait rien en pratique s'il n'y avait personne pour suivre leurs recommandations. Ainsi, poussé par le gouvernement et une volonté interne de s'adapter à son public, les lieux culturels ont été les premiers à réfléchir à l'accessibilité. Cette volonté est d'autant plus légitime par rapport aux autres ERP. En effet, comparé aux administrations tel que les préfectures, les mairies, les lieux culturels proposent un service pour lequel le public doit dans certains cas payer. Ainsi, pour attirer un maximum de public, l'accessibilité devient aussi une stratégie commerciale mais aussi une stratégie de communication. Néanmoins, pour être efficace, la mise en œuvre de l'accessibilité doit être pensé de façon globale.

w

L'un des exemples les plus intéressant est le Quai Branly - Jacques Chirac pour deux raisons. Tout d'abord, c'est un lieux culturels majeurs et ce musée est le fruit de la rencontre entre Jacques Chirac et le collectionneur Jacques Kerchache qui a pour but de rendre aux arts et civilisations non-occidentaux leur juste place au sein des musées nationaux. Le musée ouvre ses portes en 2006, soit 1 an après la promulgation de la Loi Handicap. Le musée a la volonté d'être accessible au plus grand nombre et cela se traduit par différentes actions. En premier lieu, il y a l'accueil. Beaucoup de lieux culturels demandent encore de les prévenir lorsqu'on souhaite accéder à leurs services. Ce n'est pas le cas du musée du Quai Branly. L'entrée pour les personnes en situation de handicap et leur accompagnateur est gratuite. Des informations concernant l'entrée la plus accessible mais aussi d'autres informations pratiques sont présentes sur le site.

Concernant plus particulièrement le site du musée, un détail saute aux yeux. Dans la plupart des cas, lorsqu'on veut avoir des informations sur l'accessibilité, il faut se rendre dans l'onglet informations pratiques, puis sur l'accès. La particularité du site du musée, c'est que lorsqu'on arrive sur la page d'accueil, dans le menu, à côté de l'icône de la langue, il y a un long onglet avec les différentes icônes du handicap moteur, visuel, auditif, mental et LSF. Cet onglet permet d'accéder à une page concernant l'accessibilité et redirige vers différentes pages en fonction du handicap. On retrouve aussi cette idée d'accessibilité sur la carte d'accès interactive avec un bouton permettant d'afficher l'accès et l'entrée pour les personnes à mobilité réduite. L'accessibilité des sites internet et l'obtention d'information concernant la visite pour les personnes ayant un handicap est important car en 2016[55], 44% des français ont utilisé internet pour, notamment, préparer leur visite en amont. Une seconde carte interactive montre toutes les salles du musée spécialement adaptées aux personnes ayant un handicap visuel, une amplification magnétique (pour les personnes ayant un handicap auditif) et les accès handicapés moteurs. Un audit du site internet a été réalisé par un cabinet externe et révèle qu'il est conforme au référentiel général d'accessibilité pour les administrations (RGAA) niveau AA à 95%, ce qui est un excellent résultat.

[55] « *Les visites patrimoniales progressent encore chez les français, signe d'un attachement fort et durable* », mars 2016, CREDOC n°326

Suivant les handicaps, différentes solutions sont mises en place. Pour le handicap moteur, des fauteuils roulants et des cannes sièges sont prêtés pour les personnes fatigables et un marchepied pour les personnes de petite taille. Pour les personnes ayant un handicap visuel, des loupes, jumelles et lampes torche peuvent être empruntées. Le matériel informatique disponible dans la scénographie du musée et tout au long du parcours est adapté avec notamment un lecteur d'écran, des plages brailles et une synthèse vocale. Par ailleurs, l'exposition permanente est tactile, c'est à dire que de nombreuses plages en braille sont insérées au sein même de l'exposition comme c'est le cas de l'exposition coloniale permanente où les dessins sur les murs sont en relief et où le braille est incorporé au support. Pour les personnes ayant un handicap auditif, il existe un guide particulier à ce handicap informant sur la présence d'audioguide et des boucles à induction magnétique qui permettent de suivre les visites guidées.

Concernant les visites guidées, certaines sont adaptées à la lecture labiale, la lecture sur les lèvres, d'autres sont codées en LPC[56] où le guide parle et complète ses propos par des signes. Enfin il y a aussi des visites guidées en LSF[57]. Il existe aussi un guide spécifique pour les personnes ayant un handicap mental.
Mais l'action du musée du Quai Branly pour être accessible à tous ne s'arrête pas là puisque qu'en plus d'avoir un lieu, des équipements et des expositions adaptés, le musée s'investit en parallèle dans de nombreux partenariats.

[56] **LPC** : Langage Parlé Complété

[57] **LSF** : Langue des Signes Française

Cela a notamment été le cas le cas le 11 décembre 2016 où le musée avait mis en place, avec l'association PERCEVOIR, un atelier nommé "Œuvre dans le Noir". Cet atelier, ouvert à tous, proposait au public de découvrir une œuvre seulement avec le toucher. Ainsi, pendant une heure, Hélène Wilhelm, présentait un fétiche de l'ère culturelle Kongo, racontait son histoire pendant que le public touchait l'œuvre et se l'imaginait. La quasi-totalité du public était voyant et a été surpris de la différence entre l'imagination et la réalité de l'œuvre lorsqu'il a pu la découvrir visuellement à la fin de l'atelier. Cet atelier permet d'avoir une première approche du monde quand on a un handicap, dans cet exemple visuel, et surtout en découvrant que l'animatrice Hélène est elle-même non-voyante alors qu'elle pouvait décrire précisément l'œuvre. De nombreux ateliers tels que celui-ci sont organisés par le musée. Mais l'un des moments phares du musée reste la semaine de l'accessibilité organisée tous les 2 ans depuis 2010 qui permet au musée de faire connaître son offre accessible et d'inaugurer de nouveaux dispositifs d'accompagnements à la visite. Des activités placées sous le signe de la mixité, de l'intégration et du partage entre tous les publics sont organisés durant cette semaine. En 2012, la semaine de l'accessibilité a accueilli 24 112 personnes.

L'ensemble des dispositifs et des moyens mises en place pour rendre le musée du Quai Branly inclusif font de lui l'un des exemples phares d'un lieux culturel accessible.

Un autre exemple est la toute jeune « Seine Musicale ». Située sur l'île Séguin, le Conseil Départemental des Hauts-de-Seine a voulu en faire un modèle d'accessibilité pour les personnes handicapées. L'architecte japonais Shigeru Ban a imaginé la Seine Musicale comme un édifice ouvert où *« les gens doivent s'y sentir invités »*. Pour cela, le Conseil Départemental demandait pour ce complexe culturel une certification HQU[58]. Selon Okeena, un des acteurs œuvrant pour l'accessibilité de ce projet, *« cette démarche vise à prendre en compte l'ensemble des conforts d'usage dès l'origine d'un projet »*. Ils ont travaillé sur l'accessibilité de la signalétique à travers plusieurs dispositifs pour que le lieu soit accessible à tous.

[58] **HQU** : Haute Qualité d'Usage

Une TOM, Table d'Orientation Multisensorielle a notamment été mise en place. Cette table permet de fournir des informations sous forme sonore, visuelle et tactile. La TOM oriente les visiteurs vers les principaux points d'intérêt du complexe culturel au moyen d'un plan tactile et en braille, d'un écran affichant les différents itinéraires et des descriptifs sonores activables. Cette TOM est repérable à l'oreille pour les personnes déficientes visuelles grâce à la télécommande normalisée qui déclenche un message sonore. D'autres outils tels que des bornes d'information et des potelets multisensoriels, une signalétique braille sur toutes les mains courantes, une bande de guidage et des boucles à induction magnétique, système qui amplifie le son, et des systèmes de sous-titrage ont été mis en place.

La Seine Musicale est donc un autre bon exemple de la mise en œuvre du principe d'accessibilité d'un bâtiment dès sa construction. Néanmoins, même si ce site est qualifié HQU, cela concerne uniquement l'accessibilité du lieu et non de l'expérience.

A contrario, il existe quelques lieux où l'accessibilité de l'expérience est mise en avant. C'est notamment le cas pour l'IVT. L'IVT, c'est l'International Visual Theatre, un endroit unique qui propose des pièces de théâtre uniquement signées où les acteurs utilisent la Langue des Signes pour s'exprimer et non la parole. Ce théâtre, qui existe depuis 1976, est donc un lieu sacré pour les sourds et ceux qui signent. La moitié des pièces proposée sont bilingue LSF - français. En plus des pièces des théâtres, l'IVT propose, avec son centre de formation, des formations en Langue des Signes et en Chant-signe, mais aussi des publications sur la LSF grâce à sa maison d'édition. Acteur très actif dans le milieu de la culture sourde, l'IVT est une référence et souhaite être un espace d'échange, de rencontre et de découverte pour les sourds et les entendants.

Ce projet et ce lieu sont actuellement menés par Emmanuelle Laborit, comédienne sourde qui a notamment remporté le Molière en 1993 avec le film "Les enfants du Silence" qui dans son interview pour FDM TV (France Diversité media) explique que ce lieu n'est qu'un pas pour l'adoption de la culture sourde pour tous *« Il y a des choses qui ont évolué au niveau des lois, mais ces lois doivent être suivis de décret d'application. Or on est vraiment très en retard. Peut-être que comme j'étais jeune et naïve, je me suis dit que ça pourrait avancer très très vite. Nous sommes en 2017 et nous n'avons pas fini l'enseignement de la langue des signes pour les enfants. C'est 5% des enfants sourds en France qui bénéficient de l'enseignement en langue des signes. On ne peut pas dire qu'il y ait eu énormément de progrès de ce côté-là. Oui, nous sommes dans une démocratie mais nous n'avons pas le choix. Il y a encore des personnes sourdes pour lesquelles on ne regarde que le côté médical de la surdité, ça me rend triste. Ca me rend triste parce que je pensais qu'en France on était plus avancé dans nos mentalités. »*
Néanmoins, malgré cette volonté de rendre accessible la culture, notamment aux sourds, le reste des handicaps sont oubliés et l'accessibilité au lieu est compliquée.

Le Musée du Quai Branly Jacques Chirac, le Complexe de la Seine Musicale et l'IVT sont des exemples de lieux qui ont pensé leur accessibilité soit du lieu, soit de l'expérience en interne mais pour de nombreux lieux, l'accessibilité de l'expérience se fait via un prestataire externe. C'est notamment le cas pour La Comédie Française, le 104, Le Panthéon, l'Opéra National de Paris ou encore le Théâtre Musical de Paris-Chatelet pour ne citer que les lieux les plus conséquent qui font appel à Accès Culture. C'est une association créée en 1990 qui travaille

avec plus de 80 théâtres et opéras en France pour mettre en place des services d'accessibilité au spectacle vivant pour les personnes aveugles ou malvoyantes par le biais de l'audiodescription et pour les personnes sourdes ou malentendantes avec des adaptation en LSF et du sur-titrage adapté. Elle accompagne les structures culturelles dans la mise en place de leur politique d'accessibilité afin de rendre la culture accessible à tous.

Les différents projets et lieux qui ont développé précédemment montrent leur volonté d'être acteur d'une société inclusive. Mais qu'en est-il des lieux musicaux ?

II Suivies timidement par les lieux musicaux avec les festivals au premier plan

Le terme lieu musical est large puisque tout lieu peut être musical. Il n'y a besoin que d'une personne ou d'un groupe jouant de la musique pour transformer un bar, une rue, une salle, un conservatoire, un festival, une chambre, un restaurant...

Dans ce mémoire, nous allons nous concentrer sur les lieux prévus pour accueillir des formations musicales. Parmi ces lieux, nous allons différencier deux catégories : les lieux musicaux permanents tels que les salles de concerts et les lieux musicaux temporaires tels que les festivals. La différence entre ces deux catégories réside donc dans le temps.

Les lieux musicaux permanents ont des infrastructures fixes, difficilement modulables et modifiables avec des installations acquises soit à la construction, soit avec l'évolution du lieu. Les lieux musicaux permanent font partie des ERP et doivent donc respecter la loi de 2005. Certaines associations et représentants syndicaux sont les relais de cette loi auprès des lieux musicaux. Cela est notamment le cas de la CSLMF, la Chambre Syndicale des Lieux Musicaux et Festifs, dirigée par sa présidente Rebecca Le Chuiton.

La CSLMF qui a été créé en 1930 compte aujourd'hui 230 adhérents et s'occupe d'accompagner les lieux d'exploitation, tels que les bars festifs, les cabarets, les clubs de jazz, les discothèques, les salles de concerts, ou les péniches, dans les différentes démarches pour la mise aux normes et notamment l'accessibilité. Cette dernière a été tout particulièrement difficile à faire adopter aux différents lieux d'exploitations comme le raconte Rebecca :
« Lors de la mise en place de l'obligation d'accessibilité, il y a eu un gros brouhaha et une incompréhension au niveau des adhérents. [...] Cette loi a mis du temps à se mettre en pratique chez eux car ils devaient faire face au problème du coût imprévu et aux démarches à réaliser, car pour mettre un lieu aux normes d'accessibilité, les démarches sont lourdes. Il faut notamment faire une étude d'accessibilité avec un

architecte, et non des techniciens. Il y a eu et il y a encore beaucoup d'arnaques, dont au Grand Rex qui s'est retrouvé avec un dossier de 40 pages et une simulation de coûts très élevée car le cabinet de conseil qui a mené l'étude est aussi un cabinet technique ».

En plus de ces contraintes de coûts, d'autres contraintes viennent s'ajouter comme le confirme Rebecca : *« Certains bâtiments, dont ceux qui sont classés au patrimoine de l'UNESCO comme par exemple les immeubles haussmanniens, ne peuvent pas être rendu accessibles. [...] Pour les propriétaires, les critères d'accessibilité s'ajoutent aux déjà trop nombreuses réglementations et sont un frein et une contrainte pour les établissements. [...] Ainsi, beaucoup d'établissements de niveau 5[59] ne sont pas accessibles à cause des coûts et ils n'en ont pas fait une priorité. Pour déroger à la règle, ils ont uniquement besoin de faire une lettre à la préfecture pour dire s'ils peuvent rendre leur établissement accessible ou non ».* Malgré cette réalité qui complique la mise en œuvre de l'accessibilité, le CSLMF continue de pousser les établissements à se donner les moyens d'être accessibles pour tous en appuyant notamment sur le sujet lors des formations obligatoires que doivent passer les managers des lieux.

[59] *Les bâtiments pouvant accueillir moins de 200 personnes*

Parmi les lieux musicaux permanents, certains se font un devoir d'être accessible, cela venant notamment d'une volonté de la direction. C'est notamment le cas du Petit Bain.

Le Petit Bain, c'est un bateau flottant, « rafiot » comme aiment l'appeler Olivier et Benoît, les régisseurs, qui a comme principale activité l'organisation de concerts et le week-end de clubbing. Comme activité annexe, il y a une cantine sur le pont et un rooftop qui peut accueillir un DJ set, des petits concerts et être privatisés. A l'origine, c'était une entreprise d'insertion, le Petit Bain est maintenant une coopérative, notamment dû au fait que les quotas et les conditions pour être une Entreprise d'Insertion[60] ont changé. Le Petit Bain est le résultat d'un appel à projet auquel Ricardo Estaban à répondu en proposant un lieu flottant qui serait un lieu de vie avec une action culturelle. Il voulait proposer un lieu protéiforme. Le projet a été retenu en 2006, a nécessité 3 ans de construction et 2.7 millions d'euros d'investissement avant d'être officiellement inauguré en juillet 2011.

[60] **Entreprise d'Insertion** : terme utilisé pour désigner une entreprise à utilité sociale

La particularité du Petit Bain, c'est que c'est un lieu permanent et construit ex-nihilo. L'avantage de commencer un bâtiment à partir de rien a permis au cabinet d'architecte « On est Bien » de penser le bâtiment pour qu'il soit ouvert à tous, comme le raconte Olivier Pesquié, régisseur général en charge des événements *« Avec le Petit Bain, on n'a pas voulu nous limiter à un public élitiste et bipède. Sur le Petit Bain, on a une salle de concert PSH, c'est-à-dire qu'elle est adaptée aux Personnes en Situation de Handicap. Ainsi, les personnes peuvent y accéder si besoin par l'ascenseur et on a des boucles magnétiques. Les boucles permettent de diffuser le son directement dans l'implant grâce à une fréquence spécifique. La salle a été construite de façon à avoir une fosse au milieu pour ceux qui souhaitent être dans la foule et les couloirs autour sont surélevés par rapport à la foule pour permettre aux personnes qui veulent s'écarter d'avoir de l'espace et celles qui sont en fauteuil roulant, d'avoir un endroit sécurisé près de la scène. Pour accéder au Petit Bain, on a aussi 3 passerelles à plat, ce qui permet aux personnes, bien sûr en fauteuil roulant, mais aussi avec des poussettes ou celles s'essoufflant rapidement, d'accéder simplement au bâtiment. La personne chargée de l'accueil est formée pour accueillir tout type de public et souvent les personnes appellent avant de venir, donc il n'y a pas de soucis d'accueil. »*

Le Petit Bain a la particularité d'être entièrement accessible mais ne communique pas dessus car il ne souhaite pas en faire leur cheval de bataille. *« Le handicap, c'est une situation comme les autres. On ne sait pas combien de PSH il y a par mois parce que souvent ça ne se voit pas, hormis si la personne est en fauteuil roulant par exemple ou si elle nous a appelé avant pour nous prévenir ou préparer sa venue. Mais par contre, ils sont réguliers. Je vois souvent un père qui est malvoyant venir avec sa fille à des concerts de métal. Le nombre de PSH dépend aussi du type de concert. Tu auras par exemple plus de personnes malentendantes en concerts de transe que de métal. »*

Même si, pour Olivier, de nombreuses actions sont faites au niveau des salles et grâce notamment à des collectifs, la volonté des salles et des syndicats (lui-même citant le CSLMF), le problème réside autre part. *« On aimerait que le cas du Petit Bain puisse se généraliser, que toutes les salles soient accessibles. C'est en train de se faire mais ça prend du temps. Mais je pense qu'il ne faut pas voir l'accessibilité que par le lieu, mais aussi par l'expérience, par l'artiste lui-même. Combien de musiciens connus sont en situation d'handicap ? A part Gilbert Montagnier ? Aucun. »*

Cette vision de l'absence d'artiste ayant un handicap sur le devant de la scène, Aurélia Aubert la connait et la partage. C'est d'ailleurs pour changer cela qu'elle a créé l'Onde : *« L'Onde, c'est une asso qui existe depuis 2014 et notre but est de rencontrer des musiciens sur Lille et des personnes du milieu de la surdité pour créer des projets musicaux ou adapter des projets existants. Notre premier projet, ça a été de monter un groupe avec une rappeuse, un beat boxeur, un dj et une chant-signeuse. Le chant signe est une manière d'interpréter sur scène mais de manière poétique. On rend compte de ce qui est dit de manière globale et pas mot à mot. L'avantage c'est que ça ne demande pas de moyens techniques particuliers puisque la chant-signeuse fait partie directement du groupe. Ce projet a vraiment bien marché. Du coup cette année on développe un projet avec un dj, un guitariste et une chant-signeuse en réfléchissant à la conception du morceau à travers la surdité et non pas en l'adaptant. »*

Pour Aurélia, créer une véritable expérience accessible à tous est primordiale et ne doit pas être sous-estimer : « On a fait une résidence à l'Aéronef [...] On a fait une restitution (NDLR : de nos essais sur l'accessibilité de la musique aux sourds) le 21 juin car c'est un jour festif pour les français entendants mais pas pour les sourds. Au début de la soirée, il y avait notre groupe. Le chant signe rajoute un côté visuel et poétique, on peut comprendre même si on ne comprend pas la langue des signes. Et puis il y avait les sourds qui devaient s'obliger à découvrir un groupe entendant. Après notre groupe 1ère vague, un groupe de personnes sourde est montée sur scène. Mur du Son est un groupe de 5 sourds qui font des percus et du chant-signe. Quand il y a eu le groupe des sourds, les malentendants étaient contents car ils faisaient partie de leur communauté, et les entendants ont dû se forcer car ils n'étaient pas habitués. Mais c'était un moment très intéressant car il y a eu un effort des deux côtés. » Malheureusement, le 21 juin était une exception pour Aurélia où le public était 50% entendants et 50% sourds car il y avait un groupe de sourds.

Cette idée de communauté reste encore très forte. L'inclusion n'est pas assez présente dans notre société comme le confirme Aurélia *« J'ai eu une discussion avec le chanteur qui était sourd. Il venait d'une famille entendante et a été bercé par la culture du djembé. Du coup il voyait sa famille jouer et ça lui donnait envie. Mais beaucoup de sourds viennent de cultures sourdes depuis des générations et la musique est un concept éloigné pour eux. Quand un entendant propose de la musique aux*

sourds, c'est mal vu. Mais ce n'est pas notre idée, notre but c'est la mixité. Dans le passé, on attachait les mains dans le dos pour les empêcher de parler en LSF. Depuis 2005, tout doit être adapté mais ce n'est pas le cas. Y'a une entrave historique. Et ce que me disait le chanteur, c'est que si on fait quelque chose et que ce n'est pas adapté, alors ils ne reviendront plus. En 2014, avec l'asso j'ai fait une soirée dans un bar avec un interprète et réalisé une vidéo pour expliquer la LSF. 80 personnes sont venues et comme le bar n'était pas grand, certaines personnes étaient dans l'escalier. Il n'y a pas de soucis pour les entendants, mais pour les sourds, ceux-ci ne voyaient pas l'interprète et donc sont reparti. » D'où l'importance d'avoir une expérience accessible, pour garder son public, peu importe qui il est et sa situation.

Mais pour Aurélia, il faut qu'il y ait des efforts des deux côtés. *« Pour synthétiser l'asso, nous sommes comme une boite de prod. On créer du contenu avec des groupes adaptés. Les salles adaptent les lieux et nous leurs proposons un catalogue avec des groupes accessibles à tout public »*. Parmi ces salles, l'Onde a notamment évolué et grandi grâce à l'Aeronef. L'Aeronef est une salle sur Lille qui souhaitent rendre accessible la musique à tous aussi bien le lieu que l'expérience.

A travers ces trois témoignages, celui de Rebecca pour la CSLMF, Olivier du Petit Bain et Aurélia de l'Association l'Onde, ont perçois la volonté de rendre la musique plus accessible mais aussi la résignation quant à la lenteur du changement. Cette vision des choses concerne les lieux musicaux permanents, mais qu'en est-il des lieux musicaux temporaires ?

Les lieux musicaux temporaires peuvent désigner plusieurs situations. Par exemple un bar, la rue, une place. En bref un endroit qu'on a aménagé spécialement pour accueillir une production musicale quel que soit le genre. Dans ce mémoire, les lieux musicaux temporaires feront référence aux festivals puisque l'organisation de ceux-ci implique un minimum de moyens financiers et humains. Selon le Larousse, un festival est une *« série périodique de manifestations artistiques appartenant à un genre donné et qui se tient habituellement dans un lieu précis »*, ce qui équivaut dans ce mémoire à un ensemble de concert organisé par une organisation dans une unité de lieu et de temps.

La différence entre un lieu permanent et temporaire comme dit précédemment est la temporalité. Dans un lieu permanent il est souvent difficile d'effectuer des changements alors que dans un lieu musical temporaire, il faut que cette volonté et que l'expérience utilisateur soit prise en compte en amont lors de l'organisation du festival et non lors de sa mise en place. Le festival « Au foin de la Rue », un festival qui se veut musical, responsable et solidaire l'a bien compris puisque pour son édition de 2012, avait fait de l'accessibilité sa bannière afin d'ouvrir l'événement à tout le public sans restriction.

Mais le festival ne s'arrête pas là et continuera à faire de l'accessibilité un de ses principes ce qui lui permit de remporter le Trophée de l'Accessibilité 2014 avec le prix « Inclusion et mixité ». En 2015, en plus d'être accessible pour les personnes ayant un handicap moteur ou sensoriel, le festival veut devenir accessible aux personnes ayant notamment des difficulté de lecture ou ayant un handicap mental en proposant des guides facile à lire répondant à la FALC, les règles européennes pour une information facile à lire et à comprendre.

Afin que ce guide corresponde parfaitement aux attentes, il a été élaboré avec l'aide des ESAT[61] de la Chapelle-Arthenaise et de Pontmain en Mayenne, établissements réservés aux personnes en situation de handicap et visant leur insertion ou réinsertion sociale et professionnelle. En plus du handicap mental, les personnes étant en fauteuil roulant peuvent être accompagnés par des « bénévoles – accessibilité », les PMR[62] peuvent se voir prêter des joëlettes pour mieux circuler et prendre de la hauteur grâce aux estrades réservées. Pour les personnes sourdes, les bénévoles sont en mesure de communiquer avec elles et des concerts sont proposés en Langue des Signes.

[61] **ESAT** : Etablissement et Service d'Aide par le Travail

[62] **PMR** : Personne à Mobilité Réduite

Au foin de la Rue est un festival qui rayonne au niveau de la région des Pays de la Loire et n'est qu'un exemple, exemplaire, d'accessibilité des festivals. Il a accueilli en 2017, 16 000 festivaliers, mais qu'en est-il des festivals plus importants ?

L'un des festivals qui a fait le plus de bruit concernant l'accessibilité est Les Eurockéennes. Le jeudi 30 mai 2013, Yves Ackermann (président du Conseil Départemental du Territoire de Belfort), Jean-Marc Pautras (Président de l'association Territoire de Musique et organisateur du festival) et Jean-Paul Roland (directeur du festival) avec Marie-Arlette Carlotti (Ministre déléguée en charge des personnes handicapées et de la lutte contre l'exclusion) ont signé une « Charte d'engagement pour faciliter l'accès des personnes handicapées au festival Les Eurockéennes de Belfort[63] ». Cette charte a pour objectif de faciliter l'accès, l'accueil et l'information des personnes en situation de handicap et engage le festival sur le long terme à mettre en place des améliorations à destinations des personnes handicapées.

[63] Charte disponible à tous sur le site du minitère des Solidarités et de la Santé

Marie-Arlette Carlotti a souhaité signer cette charte afin d'en faire un exemple et pousser les autres festivals à faire de même. Si peu de festivals ont suivi, la région de la Bretagne a été la première à mettre en place une « Charte des Festivals ». Cette charte a été rédigée par « Le Collectif des festivals » en 2009 qui rassemble une grande majorité des festivals de Bretagne, a été signé par tous leurs adhérents, soit 30 au total en 2018 incluant notamment « Le Festival de Cornouaille », « Panoramas », « Le Motocultor Festival », « Les Rencontres Transmusicales » ou encore « Le Festival Interceltique de Lorient ». Cette charte se base sur l'Agendi 21, c'est-à-dire qu'elle engage les festivals adhérents sur tout le XXIème siècle. Parmi leurs engagements se trouvent l'inclusion de tout le public dont l'une des valeurs étant « Mettre en place des conditions simples et/ou simplifiées d'accessibilité pour tous les publics aux choix artistiques et culturels ». En pratique, cela s'applique à la mise en œuvre des facilités d'accès et de circulation pour toutes les personnes en situation de handicap, la prise en compte des différentes situation de handicaps (physiques, sensoriels, mentaux, psychiques), la mise en œuvre de dispositifs adaptés aux différents handicap (textes noirs sur fond blanc, traduction LSF, vidéo, transcription vocale, site internet accessible, pictogramme...), installations de boucles magnétiques, la formation des équipes des festivals pour leur permettre d'informer et de communiquer à tout public, l'information et la communication des dispositifs mis en place auprès des associations, et la mise en place de dispositifs de transports adaptés aux personnes en situation de handicap.

Parmi les festivals cités précédemment, l'un des plus importants est le festival Interceltique de Lorient avec 750 000 festivaliers pendant les 9 jours de manifestation en 2018. Le festival promeut la culture celte à travers la danse notamment mais surtout la musique qui est au cœur de la programmation. Afin d'être accessible au

plus grand nombre, le festival a mis en place différents dispositifs en partenariat avec Breizh Access Solutions dont certains sont repris dans d'autres festivals importants. En premier lieu, une trentaine de bénévoles sont formés pour accueillir, guider et orienter les personnes en situation de handicap. Un dispositif qu'utilise aussi maintenant le festival Rock en Seine comme l'explique, Bénédicte Hamon en charge des mécénats *« (...) on a une trentaine de bénévoles accessibilité et se sont tous des salariés de Médéric Malakoff*[64] *qui se sont portés volontaires. Ça permet un meilleur investissement mais aussi de simplifier la formation qui se situe dans leurs locaux »*. Le festival des Jeudis du Port quant à lui a décidé, en plus de la formation des agents d'accueil, de recruter un agent vacataire sourd afin d'assurer un accueil en LSF et au festival Solidays, il y a plusieurs interprètes professionnels au sein de l'équipe d'accueil.

[64] Malakoff Médéric est le mécène accessibilité du festival

Pour permettre un meilleur accompagnement, le FIL[65] mais aussi Woodstower offrent une place gratuite aux accompagnateurs. Par ailleurs, Woodstower a mis en place depuis plusieurs années son programme Access'Festival en partenariat avec l'AMAAC pour sensibiliser et accompagner ces publics tout au long du festival.

[65] **FIL** : Festival Interceltique de Lorient

[66] **AMAAC** : Association de Médiation pour l'Accessibilité aux Arts et à la Culture

Au-delà de l'accueil, l'un des outils les plus importants pour les festivaliers est le plan qui permet de connaitre les différents lieux d'animations et d'obtenir les informations nécessaires pour le bon déroulement d'un festival. En 2017, un stand dédié au sein de l'Espace Paroles et Solidaire a été ouvert au Festival Interceltique de Lorient afin de présenter le Handiplan 2017 qui détient toutes les informations pour permettre aux personnes en situation de handicap afin de se déplacer facilement sur le site et profiter au mieux des concerts, peu importe son handicap. Cette accessibilité de l'information passe aussi par le site internet des festivals pour qui cet aspect est devenu primordial au vu de la variété du public. L'information passe aussi par la signalétique comme l'a bien compris le festival Les Eurockéennes de Belfort qui a mis en place un parcours en braille pour aider les malvoyants à s'y retrouver.

En plus de l'accueil, de l'aspect information et communication, les festivals apporte un soin tout particulier à l'accessibilité des lieux. Le FIL à mis en place des endroits et des chemins donnant la priorité aux PMR ainsi que des déposes-minutes et des place réservés pour ces mêmes personnes. Rock en Seine a disposé un chemin de caillebottis dédiés aux fauteuils roulant et travaille avec l'entreprise Aditevent pour la mise en accessibilité du lieu. Dans ces deux festivals et la plupart des festivals important en France, des estrades surélevés, aussi appelé plateformes, placées face aux scènes, ont été installées afin de permettre au PMR de profiter du spectacle, dispositif qui fait partie de la base de l'accessibilité puisque dès 2003, Rock en Seine avait adopté ce dispositif. Woodstower et le Cabaret Vert ont quant à eux organisé un accès facilité à l'ensemble de leur stand de vente de boissons et de restauration. Enfin, le festival des Jeudis du Port met à disposition une navette spéciale et ouvre un passage spécifique au public handicapé à la fin des concerts.

Enfin les festivals font aussi beaucoup d'efforts pour améliorer l'expérience de son public ayant un handicap. Tout d'abord, au niveau du matériel, le FIL prête des fauteuils roulants, des casques de protection et met à disposition des points de recharge pour les fauteuils électriques. Il propose aussi des boucles magnétiques pour permettre aux personnes malentendantes de brancher leurs appareils auditifs directement à la régie en neutralisant les bruits ambiants parasites, leur offrant

ainsi la possibilité de profiter des concerts en évitant les interférences avec les bruits avoisinants. Une majorité des festivals ont adopté ce dispositif comme Les Vieilles Charrues, Rock en Seine, Les Jeudis du Port ou Woodstower. Le festival Terre du Son a installé des colonnes vibrantes sensorielles destinées aux personnes malentendantes afin de diffuser le son par l'intermédiaire de vibrations. Dans différents festivals comme Les Vieilles Charrues notamment, des chant-signeurs interprètes et chorégraphient les chansons en langue des signes mais encore à titre exceptionnel.

Suite aux différentes actions menées de façon encore isolé par les festivals et les collectifs, le gouvernement vient de mettre en place une charte des festivals pour soutenir ces actions.

Un festival ce n'est pas qu'une manifestation ponctuelle qu'on oublie juste après sa fin et qu'on retrouvera à la prochaine édition. C'est un événement qui a un impact direct ou indirect pour les collectivités, sur l'image d'une ville et peut donner un véritable coup d'accélérateur à son environnement social et économique.
Afin de soutenir et d'encourager les festivals dans leur développement durable, le gouvernement essai régulièrement de mettre en place des dispositifs. En février, Serge Kancel, inspecteur général des affaires culturelles, annonce le « Panorama des Festivals », un « outil d'information pour le public, et d'observation permettant d'étudier l'évolution du paysage d'année en année et la pérennité des festivals » selon lui. Dans cet outil du « Panorama des Festivals », il y a notamment la création d'une Charte des festivals[67] s'inscrivant dans la continuité de revalorisation des festivals et constituant un engagement politique à soutenir les nouveaux arrivants et les festivals « exemplaires ». Cette charte aborde différents points notamment le *« travail de sensibilisation des publics tout au long de l'année »*, *« une diversité et une excellence artistiques, de la qualité et du rayonnement dans la programmation »* mais surtout la *« prise en compte des enjeux liés au développement durable, [...] de l'ensemble des catégories de la société dans toute sa diversité, à l'accessibilité aux handicapés [...]. ».* Cette Charte a été présentée officiellement par la ministre de la culture Françoise Nyssen lors de son passage aux Vieilles Charrues le 20 juillet 2018 et constitue au final moins une obligation qu'un code de bonne conduite pour les festivals qui, contrairement aux ERP, ne sont soumis à aucune loi pour l'accessibilité.

[67] Documents et informations sur le site du ministère de la Culture

Les festivals rendent ainsi leurs lieux et les expériences accessible de leur propre chef et le gouvernement tente d'encourager la démarche. Néanmoins il est difficile de chiffrer les retombés de tels investissements. Ainsi, si pour Rock en Seine, Bénédicte Hamon estime le budget alloué entre 20 000 et 40 000 euros, elle pense que les différents dispositifs n'ont été utilisé que pour 200 personnes en sachant que lors de l'édition de 2018 qui s'est déroulé du 24 au 28 août, 120 bracelets accessibilité qui permettent d'accéder aux endroits adaptés comme les toilettes, la tente de repos ou les plateformes ont été distribué. Ainsi, les festivals ne sont pas guidés par les statistiques mais par une volonté sociale.

III Soutenue par l'émergence du principe de Design Universel

Cette volonté de vouloir rendre les lieux et l'expérience accessible à tous est aussi soutenu par l'émergence d'une nouvelle tendance : le design universel.

En Europe, le principe de conception universelle apparait officiellement le 12 décembre 2007, lorsque le Conseil de l'Europe en donne une définition claire et actée « la conception universelle est une stratégie qui vise à concevoir et à élaborer différents environnements, produits, communication, technologies de l'information et services qui soient, autant que faire se peut et de la manière la plus indépendante et naturelle possible, accessibles, compréhensibles et utilisables par tous, de préférence sans devoir recourir à des solutions nécessitant une adaptation ou une conception spéciale ». Pour résumé, la conception universelle souhaite rendre l'environnement bâti, les communications, les produits mais aussi les services le plus accessible et promeut une conception axée sur l'usager. Ainsi la notion de conception universelle ne se retreint pas à l'accessibilité des bâtiments aux personnes ayant un handicap mais devrait faire partie intégrante de la société.

Mais l'idée de Conception Universelle n'est pas née du jour au lendemain puisqu'il s'inspire d'un mouvement qui rassemble des designers du monde entier sous le nom de « Design for all ». En 2002, Aragall, président du mouvement décrit le « Design for all » comme étant « une intervention sur les environnements, les produits et les services visant à ce que tous, y compris les générations suivantes, et sans égard à l'âge, aux capacités ou aux origines culturelles, puissent participer pleinement à la vie de nos sociétés ». Le mouvement Design for All a établi plusieurs critères[68] pour qu'un environnement, un produit et un service puissent être considéré comme universel (que nous désignerons dans les parties suivantes comme « objet » afin de ne pas alourdir le texte).

[68] Données issues du site du mouvement Design For All

Le premier critère est le respect de la diversité des utilisateurs où le design ne doit marginaliser personne et permettre d'être accessible à tout le monde.

Le deuxième critère est la sécurité puisque le design ne doit présenter aucun risque pour les utilisateurs.

Le troisième critère est la santé puisque le design ne doit présenter ou causer aucun risque pour ceux qui souffrent de certaines formes de maladies ou d'allergies.

Le quatrième critère est l'aspect fonctionnel puisque « l'objet » doit être designé de façon à ce qu'il n'y ait pas de difficultés ou problème d'utilisation.

Le cinquième critère est la compréhension puisque le design doit pouvoir fournir des informations claires notamment avec l'utilisation d'icones communes aux différents pays et ne doit pas semer la confusion.

Le sixième critère est la durabilité en incluant une bonne utilisation des matériaux afin de garantir aux générations futures les mêmes opportunités pour préserver la planète.

Le septième critère est le prix puisque celui-ci doit être abordable afin que chacun puisse avoir l'opportunité d'en profiter.

Le dernier critère est l'attraction puisque « l'objet » devrait être émotionnel (dans le sens où il ne doit pas seulement être fonctionnel) et acceptable socialement.

Mais le mouvement Design for All reconnait que ce processus ne permet pas toujours de résoudre tous les besoins de tout le monde en une seule solution et propose donc différentes stratégies. Parmi elle il y a la stratégie du développement de « l'objet » pour tout le monde, de façon ajustable ou alors proposant différentes gammes de produits pour satisfaire tout le monde. Sinon il y a aussi la possibilité que « l'objet » soit compatible avec des accessoires utilisés dans la vie de tous les jours ou alors en complément de ses services. Enfin, les deux dernières stratégies sont les plus utilisées dans la société actuelle puisqu'elles consistent à utiliser une solution alternative aux utilisations principales afin d'offrir les mêmes bénéfices, comme une rampe proposée à côté d'un escalier, ou encore de créer spécialement un « objet » adapté, comme les claviers brailles par exemple.

Si le Design for All existe donc depuis plus d'une quinzaine d'année et qu'il fait régulièrement parler de lui lors de quelques projets, la prise de conscience chez les designers a véritablement eu lieu ses trois dernières années. En 2015 a eu lieu la 9ème Biennale Internationale Design Saint-Etienne à la Cité du design, haut lieu de l'innovation en termes de design et accueilli 280 000 visiteurs du 12 mars au 12 avril. Durant cette édition, la question d'accessibilité et de design pour tous sont abordés permettant aussi à la Cité du design de s'impliquer d'autant plus dans une démarche de sensibilisation des designers à la conception pour tous. La Cité du Design avait entamé cette démarche quelques années avant notamment avec la sortie du livre « Quand le design...conçoit pour tous », soutenu par le collectif Designers+. Cette thématique a aussi donné lieu à des conférences et débats en 2015 notamment au Musée des Arts et Métiers « Design Universel : défi ou utopie ? » dans le cadre de l'exposition « Invention/Design. Regards croisés ». Durant cette conférence[69], les différents intervenants soulignent la nécessité d'intégrer la notion de Design universel mais aussi les limites qu'elles peut avoir lié à l'unicité de l'être humain qui se développe dans des cultures, des environnements et des habitudes différentes. Mes les limites peuvent elles aussi venir des processus de fabrication où il peut être plus laborieux de faire simple.

[69] Restitution complète sur le site du Musée des Arts et Métiers

La Conception Universelle est connue sous de nombreuses appellations, Design for All, Universal Design mais aussi le buzzword 2018 : Inclusive Design. Chaque année à Austin aux Etats-Unis, se tient l'événement le plus décalé de l'entreprenariat innovant et créatif pour le monde de la tech : SXSW, aussi appelé South by Southwest. Le mot a été présent pendant toutes les conférences[70]. Ainsi il est évoqué afin de résoudre les préjugés d'une machine programmée par l'homme, le design devra être plus inclusif et prendre en compte les besoins et les attentes des URM, Under Represented Minorities[71]. La technologie faisant partie intégrante du quotidien, c'est elle qui peut jouer un rôle majeur dans l'inclusive design comme c'est déjà le cas avec quelques initiatives[72] comme l'application Facebook Lite dédiée spécialement aux pays qui ne possèdent que la 2G ou encore fin mars 2018, période de la SXSW, avec Apple qui présentait des émojis représentant les handicaps.

[70] *« Découvrez le buzzword de l'année : l'inclusive design »*, 5 avril 2018, ADN

[71] **URM** : les minorités sous représentées

[72] *« Qu'est-ce que l'inclusive design ? »*, 28 septembre 2016, Newflux

IV Avec la technologie comme principal levier inclusif

La notion de Design for All associé à la technologie pourrait donc être un moyen de rendre accessible la musique à tous. La technologie a toujours voulu aider l'être humain en devenant un soutien, un aide.

Il existe ainsi des technologies avec un but global comme Seeing Ai développé par Microsoft qui permet aux malvoyants grâce à une paire de lune connectés à une application de leur décrire ce qui se trouve autour d'eux. Ces lunettes sont une aide dans le quotidien grâce à de nombreuses fonctionnalités comme la lecture d'un menu. Pour les personnes malentendantes ou sourde, il existe un objet SignAloud qui est une paire de gants capable de retranscrire oralement la langue des signes. Pour les personnes à mobilité réduite, la société neuro-bionics est en train de développer Ekso, un exosquelette permettant aux personnes atteintes de maladies neuro-musculaire de remarcher. Cependant, aussi intéressantes que peuvent l'être ces inventions et leurs solutions comblant les difficultés rencontrées par les personnes concernées, leur utilisation n'est pas pensée pour la musique. Par ailleurs, leur coût est souvent dissuasif.

Parmi les innovations dans le domaine de l'expérience musicale, certaines ont inclus la réflexion d'une utilité pour les personnes ayant un handicap tandis que d'autres ne l'ont pas fait mais proposent une expérience intéressante qui peuvent guider notre réflexion sur la possibilité de faire vivre à distance une expérience musicale captée en LIVE à tous.

Le premier objet est proposé par l'entreprise Aurasens qui a inventé un siège permettant de vivre « l'expérience de la musique avec l'ensemble de son corps » en proposant une expérience multisensorielle autour de l'écoute de la musique. Chaque mois une playlist est proposée, synchronisée avec le fauteuil qui réagit sous forme de pulsations et de picotements de la tête au pied. L'idée est donc de proposer une expérience personnelle et synesthétique puisqu'elle allie le son et le toucher. La Start-up MAANS (Music As A New Sens) propose une solution comparable sous forme de siège réagissant aux basses fréquences mais permettant de personnaliser le ressenti et d'écouter ses propres musiques.

Le deuxième objet est un casque audio nommé Melomind développé par l'entreprise éponyme qui permet de mesurer via des points de contact l'activité cérébrale du cerveau et d'adapter la musique jouée afin qu'elle corresponde mieux à l'état de la personne. La particularité de cet objet est donc que l'expérience qu'il propose s'adapte à l'utilisateur.

Le troisième objet est l'AudioOrb. Le studio ST qui a développé l'objet le décrit comme « Le premier et unique haut-parleur dans lequel vous pouvez entrer » (« The first and only loudspeaker you can enter »). L'AudioOrb se résume en une sphère transparente dont la moitié est remplit d'haut-parleurs et recouvert d'oreillers ergonomiques qui épousent la silhouette de la personne. Sa forme sphérique créer une caisse de résonnance l'isolant ainsi auditivement de l'environnement qui

l'entoure mais pas visuellement. Malheureusement, comme de nombreux projet porté sur l'innovation notamment musicale, il n'y a pas d'actualité concernant le projet qui avait lancé une campagne de crowdfunding[73] pour récolter des fonds.

[73] **Crowdfunding** : financement participatif

Contrairement à l'AudioOrb, l'objet suivant est actuellement commercialisé et a été financé au départ par un projet de crowfunding à hauteur de 100 000€. Belleds Q est une série de lumières connectées lancée par l'entreprise Belleds qui répond à la musique transformant ainsi l'environnement personnel de l'utilisateur en jouant et transformant le son en visuel. Cela peut être un premier pas pour reproduire une scénographie par exemple. Mais est-ce qu'une technologie optique offre plus de sensation qu'une technologie haptique ?

L'haptique est la science du toucher. Ainsi, une interface haptique reproduit des sensations de toucher réelles sur une interface tactile par exemple via un mode de vibration. Et c'est le prochain objet qui lui aussi a été commercialisé et semble séduire le public : le basslet. Créé par l'entreprise Lofelt, le Basslet est un caisson de basse silencieux qui délivre des basses directement sur le corps grâce au bracelet qui le maintien au poignet. Pour utiliser le bracelet, il suffit de connecter un petit récepteur au smartphone et le casque au récepteur pour que celui-ci envoie les informations au Basslet via bluetooth. Pour lancer la production en masse du Basslet, l'entreprise a souhaité passé par une campagne de Crowdfunding qui engagea 3720 contributeurs pour un montant total de presque 600 000€. Si ce produit n'était pas destiné aux personnes ayant un handicap, un des acheteurs commente sur la page du produit (traduit directement de l'anglais) : « (il) place l'accessibilité à un niveau différent. C'était le cadeau de Noël pour ma fille qui souffre de paralysie cérébrale sévère et est limitée dans ses mouvement. Son plus grand plaisir est la musique. Même si elle se bat avec les écouteurs, elle répond très bien au Basslet. Ne pouvant parler, elle utilise la technologie du regard pour communiquer et lorsque je lui ai demandé ce qu'elle en pensait, elle a dit « J'aime ça ! » ce qui me suffisait. »

Le dernier objet est le Subpac développé en 2013 par Sarosh Khwaja et Andrew Kilpatrick. Le Subpac est un système de basse matérialisé sous forme de gilets permettant de ressentir la musique de façon tactile grâce aux vibrations émises par le gilet. Le Subpac est la solution d'expérience musicale la plus connue en France puisque de nombreuses institutions comme l'Aéronef à Lille, le Palais de Tokyo à Paris, le festival HIP OPSESSION à Nantes ou encore le Zénith de Nantes l'ont adopté. Si le Subpac connait un tel retentissement en parmi les grandes institutions et les médias, c'est grâce à l'entreprise TIMMPI se positionnant comme *« un fournisseur de solutions audio et acoustiques innovantes pour améliorer la création musicale, l'expérience d'écoute et rendre la culture sonore accessible pour tous »*. Ainsi TIMMPI est le revendeur officiel de Subpac mais se sont aussi associé à Audiofils pour améliorer l'accessibilité des salles. A l'origine, la société Subpac destinait ses « gilets » à quatre types de public : les musiciens/compositeurs, les joueurs, les athlètes et les personnes malentendantes. Le fait que les personnes malentendantes puissent utiliser cette technologie mais aussi être associées à des joueurs, des athlètes et des musiciens a augmenté la popularité du produit. Néanmoins, à l'heure actuelle, toute la partie accessibilité de l'expérience sonore pour les personnes malentendantes n'est plus communiquée sur leur site web.

Ainsi, on peut conclure de ces recherches que l'accessibilité est une problématique qui commence à prendre de l'importance, suivant la volonté des différents acteurs notamment du monde culturel mais étant soutenu par les avancées technologiques et un concept : le design universel.

PARTIE 1

Chapitre 3. Le résultat des hypothèses

A partir des recherches précédentes, il est possible de valider les hypothèses qui avaient été émises au début de ce mémoire.

Hypothèse 1

Des lieux et des expériences musicales inaccessibles à tous

La première hypothèse présumait que **les expériences et les lieux musicaux ne sont pas adaptés aux personnes handicapées.** Il est important dans un premier temps de différencier les lieux musicaux et l'expérience musicale. Les lieux se rapporte à une structure tandis que l'expérience est constituée d'un ensemble d'éléments qui permettent de faire vivre un moment unique.

Cette hypothèse est à nuancer car selon la Loi Handicap de 2005, les ERP doivent être accessible aux personnes ayant un handicap. Ils doivent par exemple installer des rampes ou ascenseurs si besoin. Néanmoins si cette loi peut être applicable pour les bâtiments neufs ou récents, certains bâtiments plus anciens ne peuvent pas être rendu accessible et obtiennent une dérogation pour contourner la loi. Comme le disait Rebecca Le Chuiton, cela est notamment le cas pour les bâtiments de type 5, c'est-à-dire ceux qui accueillent moins de 200 personnes ce qui représente une majorité des établissements.

Mais cette loi ne concerne que les lieux permanents comme les salles de concerts. Les lieux musicaux temporaires comme les festivals ne sont pas à soumis à cette loi et peuvent suivre s'ils le souhaitent la charte de bonne conduite diffusée en juillet 2018 par le gouvernement qui donne des exemples de bonnes pratiques pour les festivals. L'accessibilité des festivals dépend donc de la volonté de ceux-ci et il est intéressant de voir que ce sont ceux qui font le plus d'effort et sont le plus investi sur le sujet depuis plus d'une dizaine d'années comme le soulignait Bénédicte Hamon, chargée de mécénat et du projet accessibilité de Rock en Seine. Mais le but d'un festival dès la création du concept étant de diffuser la musique au plus grand nombre, l'accessibilité permet de soutenir cette volonté.

Concernant l'expérience musicale, son accès demande en premier lieu que le public ait pu accéder au lieu mais elle n'en dépend pas. Ainsi, un lieu peut être accessible mais l'expérience musicale qu'elle propose ne l'est pas pour tous. Il n'existe pas d'études sur le nombre de lieux proposant une expérience accessible mais en se basant sur les témoignages et les sondages, notamment ceux de Médéric Malakoff, on se rend compte que de nombreuses personnes n'assistent pas à des concerts car l'expérience ne leur est pas accessible. Néanmoins des efforts sont fournis notamment du côté des festivals qui sont de plus en plus nombreux à s'équiper de boucles magnétiques mais aussi de certaines salles, groupes de musiques et associations qui s'associent afin de pouvoir proposer une expérience ouverte à tous grâce au chant-signe ou encore à des colonnes vibrantes comme l'expliquait Aurélia Aubert, présidente de l'association l'Onde.

NUANCÉE

Hypothèse 2

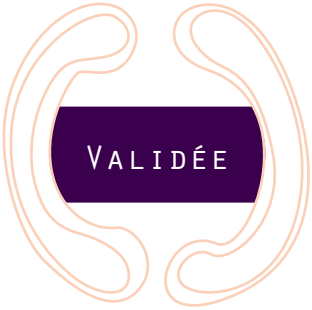
Les personnes handicapées dans l'obligation de s'adapter

La deuxième hypothèse présumait que **l'adaptation doit venir des personnes ayant un handicap.** Cette hypothèse est liée à la première et peut aussi être nuancé dans ce cas. Les institutions s'adaptent mais cette adaptation nécessite du temps. C'est pour cela que le calendrier annonçant que tous les établissements devaient être accessibles pour 2015 a été reculé jusqu'à 2019. Certains lieux sont déjà accessibles comme l'indiquait Olivier Pesquié, régisseur du Petit Bain et de nombreux systèmes sont mis en place pour faciliter l'organisation des personnes ayant un handicap comme un personnel d'accueil formé, la possibilité de se renseigner en amont notamment pour l'accès et l'accompagnement de la personne.

Néanmoins ces dispositifs sont loin d'être généralisés et c'est en effet aux personnes ayant un handicap de s'adapter, et de prévoir toute une organisation (comprenant aussi les transports) afin que tout se passe sans soucis. Mais dans quelques cas, cela ne suffit pas et à défaut de pouvoir s'adapter, les personnes ayant un handicap abandonnent car ce qu'on leur propose n'a pas été pensé pour elles, devant ainsi faire face à une forme d'exclusion.

Hypothèse 3

Des difficultés d'accès qui découragent les personnes ayant un handicap



Finalement, cela amène à la troisième hypothèse qui présume que **les difficultés rencontrées découragent les personnes ayant un handicap d'accéder aux lieux musicaux et de vivre les expériences.**

Encore une fois, il est difficile de trouver des témoignages de personnes handicapées concernant leur point de vue sur l'accessibilité de la culture, tout comme on ne sait exactement dire combien il y a de personnes ayant un handicap en France. Malakoff Médéric a mené une étude en 2017 dans le but de mieux comprendre les habitudes et usages de ces personnes. Dans cette étude, on peut remarquer qu'à l'heure actuelle, le manque d'accessibilité des différents établissements et lieux culturels découragent les personnes handicapées de s'y rendre. 61% des personnes en situation de handicap ayant répondu à l'étude considèrent que l'accès à la culture est difficile. Cela peut se vérifier par les quelques témoignages notamment de personnes en fauteuil roulant que l'on trouve sur internet et qui sont sous forme de bande dessiné comme les Bandes Dessinées de Lostmemory, vlog (blog vidéo) ou d'articles de blog comme Roulettes et Sac à dos mais c'est un sujet peu abordé.

Validée

Hypothèse 4

Une réflexion centrée sur le handicap pour satisfaire les besoins de tout le monde

Enfin la dernière hypothèse présume que **prendre en compte l'accessibilité des personnes ayant un handicap permettrait de renforcer l'expérience des valides.** Il existe peu de projets de basant sur les problèmes d'une partie de la population et qui s'en sert pour établir une solution pouvant être utilisé par tous. Où tout du moins, il n'y a pas de communication faite dessus ; Néanmoins un exemple concret peut appuyer cette hypothèse et la valider. Le projet est le Subpac. S'il n'y a pas d'histoire racontant comment le produit a été créé, Subpac en fait la promotion via des vidéos destinée à la communauté sourde sur sa chaine Youtube au même titre que les athlètes, les musiciens et les joueurs de jeux vidéo. Cette démarche de mettre en avant le produit pour un public valide au même titre qu'un public en situation de handicap montre que le produit renforce l'expérience musicale de tous.

On peut aussi valider cette hypothèse à partir du discours de Paul Joly, architecte urbaniste, qui expliquait en 2015 "Le handicap physique, en fait, c'est un handicap global. On parle aujourd'hui de situation de handicap. Une personne en fauteuil, c'est ce qu'on voit. [...] Mais aujourd'hui ce n'est pas qu'une personne en fauteuil. C'est une personne qui a des difficultés à entendre, une personne qui a des difficultés à voir et qui peut-être d'ailleurs non-voyante, une personne avec des troubles psychologiques, cognitifs. Donc c'est une personne âgée, c'est une personne avec sa poussette. C'est un étranger qui vient et qui ne parle pas la langue. Donc finalement tout ce qu'on va pouvoir mettre en œuvre concernant l'accessibilité, ça va servir à tous, à tout le monde."

Partie

Être acteur

Chapitre 1. Une solution basée sur le design pour rendre accessible l'expérience musicale à tous

1.1 Á la recherche d'une solution

Le cheminement d'une réflexion logique pour aboutir à plusieurs idées

A partir des recherches et des connaissances acquises, nous allons essayer de trouver une solution et une réponse concrète à la problématique.

Pour démarrer une réflexion en vue de trouver une solution, il faut donc partir de la problématique de ce mémoire. Pour rappel, elle se définie ainsi :

Quel design déployer pour faire vivre à distance une expérience musicale captée en LIVE à tous ?

Néanmoins ma réflexion a été initiée par une autre question : *Dans quelle mesure le design peut-il rendre accessible les lieux musicaux et l'expérience musicale à tous ?* Dans cette problématique, plusieurs mots sont importants notamment design, rendre accessible, lieux musicaux, à tous.

Afin de pouvoir mener à bien une réflexion, il faut tout d'abord se pencher sur le premier mot : design. Le design est un terme large qui désigne plusieurs entités. Il y a tout d'abord le design graphique qui se rapporte au travail des formes et des couleurs. Le design packaging pour l'emballage. Le design produit et/ou industriel qui s'attache à la conception d'un produit et de son utilisation. Le design culinaire pour la cuisine et la gastronomie tout particulièrement. Le design sensoriel qui joue avec les sens et comprend notamment le design visuel et le design sonore. Le design management qui comprend la relation entre les personnes, plus particulièrement les employés d'une même entreprise. Le design textile qui concerne le tissu, par

exemple les vêtements mais ce n'est pas son seul domaine d'application. Le design UX qui s'intéresse à l'expérience utilisateur, le design UI pour l'interface utilisateur et le design d'interaction qui s'occupe de l'interaction entre différents éléments et environnements. Ensuite il y a aussi le design services, où comment apporter un ou des services à un utilisateur et enfin le design d'espaces & environnement qui est lié aux lieux.

Selon l'Alliance Française des Designers, le design est *« un processus intellectuel créatif, pluridisciplinaire et humaniste, dont le but est de traiter et d'apporter des solutions aux problématiques de tous les jours, petites et grandes, liées aux enjeux économiques, sociaux et environnementaux. »*
Une fois le design défini, il est intéressant de voir à quel point ce mot réuni des domaines complètement différents. Comme vu précédemment, un courant du design a émergé récemment, le design universel. Le « design universel » ou « design for all » consiste à concevoir pour le plus grand nombre. Ce terme est primordial pour la suite de notre réflexion.

Le plus grand nombre fait écho à un autre mot important qui est « à tous ». Qui est tous ? Il est compliqué de vouloir cibler « tout le monde » car chaque personne a sa personnalité, son chemin de vie, son environnement, ses besoins, ses envies, ses moyens. Néanmoins il y a une différence entre vouloir utiliser et pouvoir utiliser. En exemple, il suffit de regarder les boites de jeux de société. Sur certaines boîtes, on peut voir indiqué la mention « joueurs de 7 à 77 ans » qui était d'ailleurs une expression populaire il y a quelques années mais qui a évolué avec l'espérance de vie s'allongeant. Cette indication ne veut pas dire que la cible de ses jeux sont les personnes de 7 à 77 ans mais qu'ils ont été conçus pour que tout le monde puisse y jouer. Ici, l'expression « à tous », fait référence à cette idée.

L'idée que tout le monde ne pourra pas être intéressé par la solution proposée mais que tout le monde pourra y accéder. « Tout le monde » étant une expression incluant tous types de classe sociale, d'âge, de genre mais aussi de situation. L'une des catégories de personnes souvent oublié dans le « tout le monde » sont les personnes ayant un handicap. Souvent considérée comme une contrainte, une surcharge (notamment en coûts), demandant des aménagements spécifiques, cette partie de la population, bien qu'elle soit de plus en plus conséquente est laissée de côté comme nous l'avons vu précédemment. Or, s'intéresser aux personnes qui pourraient rencontrer le plus de problèmes pourrait permettre d'englober véritablement « tout le monde » et de servir les personnes valides.

L'exemple le plus intéressant étant le sous-titrage des vidéos qui, s'il était initialement utilisé uniquement par les personnes malentendantes ou sourdes a vu son utilisation se démocratiser ses dernières années avec notamment les réseaux sociaux. Sur Facebook par exemple, la quasi-totalité des vidéos est sous-titrée afin de permettre leur lecture et leur compréhension sans avoir besoin de mettre le son. Nombreux sont les utilisateurs à avoir adopté l'habitude de zapper les vidéos qui ne sont pas sous-titrer à l'heure actuelle. Cet exemple montre donc bien qu'un outil développé pour palier au handicap est maintenant utilisé par les personnes valides. Il est donc intéressant dans notre réflexion de se baser sur cette population, celle-ci étant celle qui est la plus susceptible de rencontrer des limites d'utilisation et d'expérience musicale.

Il existe 4 grandes familles de handicap. Le handicap sensoriel concernant notamment la vue, l'ouïe, le toucher, le goût et l'odorat. Le handicap moteur qui concerne la faculté de pouvoir se déplacer, le handicap psychique regroupant les pathologies perturbant la personnalité et psychologique concernant les troubles cognitifs. Parmi ces handicaps, les handicaps psychique et psychologique sont encore mal connus et abordés avec difficulté de nos jours, à cause notamment de leur pluralité et de l'unicité avec laquelle ces handicaps apparaissent et se développent chez chaque personne. Le handicap concernant le toucher, le goût et l'odorat n'ayant pas un impact prépondérant dans les lieux et l'expériences musicale, ils ne seront pas mis au cœur de la réflexion. Il reste donc trois handicaps : le handicap visuel, le handicap auditif et le handicap moteur. Ces trois handicaps sont ceux représentant de véritables entraves pour accéder aux lieux et aux expériences musicales. Afin de bien comprendre ce qu'il se cache derrière ces handicaps, il est important de résumer les contraintes auxquelles font face les personnes concernées. Une personne ayant un handicap moteur ne peut pas se déplacer et effectuer les gestes qu'une personne valide, pourrait faire. Une personne avec un handicap visuel ne voit pas ou peu son environnement, ou d'une façon biaisée. La personne ayant un handicap auditif n'entend pas ou peu et a des difficultés de communication orale. Elle peut par exemple avoir des difficultés à suivre entièrement une conversation.

A partir de ce constat, la question qui se pose est la suivante :

Pour notre solution, faut-il supprimer ou combler le handicap ?

Pour pouvoir y répondre, il faut aller dans l'hypothétique. *« Si on combine tous les handicaps (moteur, auditif, visuel), qu'est- ce que cela donnerait ? »* La réponse pourrait être un lieu où la personne est fixe / assise dans le noir et où elle n'entend rien. On peut alors se demander si l'on supprime ces 3 handicaps, que reste-t-il pour faire ressentir ?

[74] **Equilibrioception** : perception de son équilibre

[75] **Proprioception** : perception de son propre corps et de ses mouvements

Il existe plus de sens que ce que l'on pense. Il y a évidemment le toucher, l'odeur et le goût mais il y a aussi les vibrations, la thermoception, l'équilibrioception[74] et la proprioception[75].

Une fois ces informations recueillies, il est important de s'intéresser à l'expression principale « lieux et expériences musicales ». Nous l'avons vu précédemment, il est important de distinguer les deux. Les lieux musicaux peuvent être permanents ou temporaires. Depuis la Loi Handicap de 2005 initiée par Jacques Chirac, les lieux musicaux permanents, désigné comme ERP incluant les salles de concerts, les salles de spectacles et les bars musicaux par exemple avait jusqu'à novembre 2015 pour être accessible. L'accessibilité de ces lieux comprend notamment la mise en place de rampe ou d'ascenseurs pour les personnes en fauteuil roulant ou encore des boucles magnétiques pour les personnes ayant un handicap auditif. Or cette loi trouve des difficultés quant à sa mise en application et nombreux sont les ERP qui ne la respectent pas pour une raison de coûts, de volonté et d'application technique. A contrario, les festivals qui ne sont soumis à aucune loi commencent à prendre en compte l'accessibilité afin de ne pas se priver d'une partie de leur public mais ils leur reste, pour une importante majorité, un long chemin à faire.

Il est donc compliqué d'avoir une influence et de créer une solution concernant les lieux musicaux alors que la Loi Handicap de 2005 peine à être appliquer et que les mentalités, même si elles tendent à l'ouverture, ont dû mal à inclure d'elle-même les personnes ayant un handicap.

Afin de « résoudre » le problème des lieux musicaux qui sont de nos jours pas ou peu accessible, le plus simple serait donc de supprimer l'idée d'aller dans une salle de concert qui se révèle en soi déjà un premier obstacle.

Si nous prenons l'exemple d'une personne en fauteuil roulant. Elle doit d'abord sortir de chez elle pour ensuite, soit prendre les transports en commun, soit prendre un taxi spécialisé. Dans les deux cas elle rencontrera des problèmes puisque de nombreux transports en commun ne sont pas accessibles pour les personnes en fauteuil roulant et le taxi spécialisé doit être commandé jusqu'à 2 semaines à l'avance en fonction de la situation. Ensuite une fois sur les lieux, il faut que le lieu soit accessible pour qu'elle puisse y accéder et circuler. Il se peut aussi qu'elle est besoin d'un accompagnateur professionnel ou bénévole si aucune personne ne peut l'accompagner. Concernant une personne malvoyante ou aveugle, elle ne pourra pas conduire pour se rendre au lieu. Il faudra donc qu'elle soit, soit accompagné, soit qu'elle prenne un taxi, soit qu'elle prenne les transports en commun. Dans ce dernier cas, elle aussi fera face à des problèmes d'accessibilité des transports.

Une fois arrivé sur place, il faut que la personne soit accompagnée par un proche ou un accompagnateur afin de pouvoir accéder au lieu et se déplacer. Enfin pour une personne ayant un handicap auditif, le trajet pour venir peut sembler plus anecdotique puisque nous vivons dans une société où le visuel prédomine néanmoins ce handicap est une barrière pour communiquer avec les personnes. Pour celles qui s'expriment principalement en LSF, il y a souvent peu ou pas d'interlocuteurs dans les lieux. Tous ces exemples montrent que se rendre, accéder et se déplacer dans un lieu musical est complexe et parfois inaccessible.

Ainsi une première partie de la solution pourrait être :

Amener le concert au public.

Et ainsi mettre de côté le problème de déplacement. Puisque les personnes ayant un handicap ne peuvent pas voir et profiter des concerts, les concerts vont venir à eux.La possible réponse pourrait alors de se baser sur les difficultés de la minorité pour satisfaire la majorité.

Á partir de ces réflexions et des informations apprises lors des recherches, il est maintenant possible de commencer la partie d'idéation. Le but de cette partie étant de trouver un maximum d'idée, sans juger de leur valeur afin de pouvoir mener vers la solution optimale.

Ainsi l'une des solutions pourrait être une application qui recenserait toutes les possibilités d'accès pour les salles, tel un catalogue ou une application permettant de connaitre les lieux accessibles et leurs conditions. Ces premières idées ont été rapidement mises de côté car elles se reprochaient de ce qui existait déjà comme l'application Access qui permet aux personnes ayant un handicap de savoir quel lieu est accessible. Une autre idée était une application ayant plusieurs fonctions permettant de faciliter le handicap comme la transcription des paroles en direct. Il y avait aussi la possibilité de designer une salle, tel un exemple qui pourrait être accessible à tous ou encore la création d'un festival ou d'un concert accessible à tous. Ces dernières idées existant déjà, cela n'était pas très novateur et risquait d'avoir un faible impact. L'une des idées consistait aussi en la création d'un objet combinant le toucher et le visuel pour transcrire la musique, une idée bien large

qui ne sera pas mise de côté. Une autre idée étant un vêtement transcrivant la musique à travers des vibrations comme un gilet ou un t-shirt mais sans qu'il y ait besoin de beaucoup de technologies. Cette idée bien qu'intéressante a déjà été expérimenté par des entreprises et n'a pour l'instant pas trouvé de public. L'une des idées plus difficilement réalisables est la création de gants permettant de ressentir les mouvements des musiciens. Malgré la possible difficulté de mise en place, cette idée est intéressante car elle permet au spectateur de se mettre à la place du musicien et de vivre la musique à travers les mouvements d'un autre. Une autre idée était la création d'un dossier pour fauteuil avec des vibrations. Si l'idée était intéressante, une start-up tente déjà de proposer le concept sans grand succès et l'immersion n'est pas totale.

En reprenant les différentes possibilités pour faire ressentir, l'une des idées la plus complète serait d'avoir un dispositif visuel comprenant aussi un aspect vibratoire et sonore et pouvant être transportable et adaptable. En poussant plus loin et dans le plus concret, cette idée pourrait se traduire par une application / plateforme / objet qui transcrit un concert en utilisant différents dispositifs (forme, vibration, musique). Cette dernière idée permettrait de supprimer l'idée de déplacement tout en créant une immersion dans le concert.

II L'approfondissement d'une idée

L'idée retenue est donc un objet, une plateforme ou une application qui transcrit un concert. Le principe de ce dispositif serait un concert enregistré et des options qu'on pourrait activer ou désactiver. Pour décrire mieux ce dispositif, la base serait la vidéo d'un concert (qui a lieu lors d'un festival ou dans une salle de concert par exemple) et différentes options seraient mises en place pour permettre d'augmenter l'immersion dans le concert et qu'il soit accessible au plus grand nombre.

Parmi les options, voici celles qui pourraient être envisagées. Pour les personnes sourdes, il y aurait le chant-signe et le sous-titrage. Pour une personne valide, le chant-signe permet de donner une autre vision de la musique et un aspect chorégraphique à celle-ci et pour le sous-titrage, il peut permettre une meilleure compréhension des paroles mais aussi servir d'outil de karaoké pour les personnes qui souhaitent « accompagner » le chanteur ou le groupe pendant la musique. En se basant sur un handicap lié à la vision, d'autres options sont possibles. Tout d'abord le son binaural. Le son binaural permet un panorama sonore puisqu'il reproduit le son naturel en prenant compte des deux oreilles. Contrairement au stéréo qui est un dispositif permettant au son de passer de l'oreille droite à l'oreille gauche et vice-versa via une ligne droite, le son binaural est un son 360° qui permet une meilleure immersion. Le son binaural commence à émerger dans le monde notamment avec le système Dolby Atmos qui propose un son binaural dans les cinémas. L'IRCAM[76], travaille depuis de nombreuses années pour développer une technique et un logiciel pour démocratiser l'utilisation du son binaural. En France, pays créateur du son binaural, les principaux acteurs et utilisateurs de cette technologies sont les podcasts et notamment Radio France qui crée tous ses podcast nouvOson en son binaural. Ce choix n'est pas anodin puisque Hervé Dejardin, ingénieur son à Radio France, est la tête pensante du son binaural en

[76] **IRCAM** : Institut de Recherches et Coordination Acoustique / Musique

France. Cette technologie, encore complexe, associe retard de temps, différents niveaux de son et différents filtrages afin de recréer un environnement 360. Cette technique a notamment été utilisé par le jeu mobile « The Blind Legend », un jeu où l'on incarne un chevalier aveugle et où l'on peut seulement être guidé par le son puisque l'écran du smartphone est entièrement noir. Á la télévision, France TV avait proposé en 2015 de suivre Rolland Garros en son binaural et non en stéréo. Á l'heure actuelle, plusieurs laboratoires travaillent sur le son binaural avec notamment le 3D Sounds Lab et Orange Labs à Rennes ou encore le festival Longueur d'Ondes à Brest. Concernant la musique, peu d'acteurs de ce domaine se sont réellement penchés sur cette technologie bien qu'elle soit apparue il y a plus de 40 ans. La première expérimentation de ce genre est de Can en 1976 avec son titre « Flow Motion ». Lou Reed s'est intéressé de près au son binaural notamment avec les morceaux « Take No Prisoners » en 1978 ou « The Bells » en 1979. Pearl Jam a aussi expérimenté le son binaural avec son album éponyme « Binaural » sorti en 2000. Malheureusement depuis peu de musiciens et de compositeurs ont tenté le son binaural, sûrement à cause du temps et du coûts que cela engendre puisque cela demande un ingénieur son ayant des compétences dans ce domaine.

Une autre option pouvant être intéressante notamment pour les personnes malvoyantes est l'audiodescription qui permet de décrire ce qu'il se passe sur scène.

Dans une partie précédente, nous abordions le fait qu'être malvoyant ou aveugle n'était pas inné et que cela pouvait arriver au cours de la vie. Ayant travaillé en 2016 et 2017 avec des personnes malvoyantes et aveugles dans le cadre d'un webdocumentaire, j'ai pu découvrir que les personnes passaient par différentes étapes lorsqu'elles perdent la vue. Salomé, une jeune étudiante en biologie m'avait notamment raconté *« Au début je voyais et puis vers 10-11 ans, j'ai commencé à perdre le rose et le violet. J'ai vu le monde en rouge et bleu jusqu'à mes 15-16 ans mais je garde un souvenir précis du rouge qui est finalement devenue ma vision du rouge, ce n'est pas la réalité. C'est un rouge personnel, je peux l'imaginer mais pas le reconnaitre. Maintenant je vois uniquement dans le coin droit de l'œil et je vois la brillance. Par exemple, je peux voir les lumières du marché de Noël mais je devine qu'on est devant un stand que grâce à l'odorat. »*

Ce témoignage est un des nombreux que j'ai recueilli permettant de recréer le « parcours type » d'une personne qui perd la vue : La personne voit, elle commence à perdre les couleurs, puis elle commence à avoir des difficultés à distinguer les formes et peut avoir des pertes de vision dans une certaine partie de son champ visuel. Ensuite elle ne perçoit plus que les intensités de lumière avant de, pour certaines personnes seulement une minorité, ne plus rien voir. Ce parcours est à titre indicatif et la durée entre chaque étape peut varier de quelques jours à plusieurs années avec une perception propre à chacun. Afin donc de répondre aux besoins de tous, une option permettra d'afficher uniquement la scénographie, vidéo souvent projetée derrière l'artiste et de retranscrire la musique en flash lumineux. La dernière option est un système de vibrations représentant le rythme, les sons et l'intensité de la musique.

Le principe que le concert soit enregistré et la diffusion en différé est nécessaire afin de pouvoir mettre en place les différentes options, notamment le chant-signe, les vibrations ou les sous-titres.

Une fois les principes et les options définies, il faut choisir le support du dispositif. Trois choix sont possible : une plateforme web, un objet à part entière et une application. Afin de pouvoir faire le bon choix, il faut comparer les avantages et les inconvénients de chacun.

Une plateforme web ne nécessite pas d'installation, est universel puisqu'elle est accessible aussi bien sur un smartphone, une tablette, une télévision connectée ou un ordinateur. Cette solution est donc accessible au plus grand nombre, utilisable en mobilité avec une mise en place technique plus rapide et moins onéreuse que les deux autres supports. Néanmoins une plateforme web dépend d'une connexion internet et même si cela tend à se généraliser, il y a encore des lieux ou la connexion est faible ou inexistante. Un autre inconvénient est sa limitation en possibilité technique car c'est uniquement un support numérique et non physique et qui n'est pas installé sur un appareil. Ainsi on ne peut pas avoir de notifications et on ne peut pas utiliser les fonctionnalités des appareils. Ce support est donc facile à mettre en place, peu cher mais limité.

L'idée d'avoir un objet comme support permettrait d'avoir une solution spécifiquement liée à cette utilisation et ainsi d'avoir plus de possibilités techniques. L'objet permettrait d'être offline et peut être utilisé dès son achat. Néanmoins c'est encombrant et cela fait un objet supplémentaire dans le quotidien des personnes, nécessitant ainsi l'instauration d'une habitude de consommation. L'objet devra quand même pouvoir se connecter à internet afin de pouvoir faire des mises à jour et des téléchargements. Enfin le développement d'un tel objet demande une phase importante de Recherches & Développement qui coûte cher, impactant le prix final de l'objet. Ce support est donc une solution intéressante car il permet d'avoir une plus grande liberté technique de penser son ergonomie pour un maximum d'utilisateurs mais engendre des coûts importants qui risquent de rendre l'objet inaccessible pour l'utilisateur final.

Enfin, il y a l'idée d'avoir une application pouvant être installée sur un smartphone ou une tablette comme support pour ce dispositif. Les avantages de l'application sont qu'elle peut être utilisé en mode OFFLINE et permet de recevoir des notifications. Ce point est important puisqu'il va rappeler l'existence de l'application et le prévenir lorsqu'il y aura des nouveautés sur l'application. Une application est plus user-friendly, c'est-à-dire que sa prise en main est plus simple et mieux pensée pour l'utilisateur. Elle permet aussi d'utiliser les fonctionnalités physiques des appareils comme l'accéléromètre par exemple et enfin elle est accessible en 1 clic. Néanmoins cela demande d'installer l'application qui prend de la place sur l'appareil. Si on installe l'application sur un smartphone notamment, l'écran est petit limitant l'immersion pouvant être compensé par l'utilisation du cast (option sur les appareils permettant de projeter du contenu sur un autre. Exemple : lire une vidéo sur son smartphone en la regardant sur sa télévision). Enfin, une application avec autant d'options entraine un coût et demande un long processus de validation pour apparaitre sur les différentes plateformes d'application. Il est important de nuancer la contrainte concernant le fait d'installer une application et la place qu'elle peut occuper. L'utilisation d'application[77] est rentrée dans les mœurs. Selon le sondage « Media Metrix Multi-Plateform & Mobile Metrix » réalisé par comScore en juin 2017 aux Etats-Unis, 49% des interrogés de plus 13 ans installent au moins une application par mois. En conclusion l'application est une bonne alternative même si elle peut être coûteuse.

[77] « État des lieux de l'usage mobile (2017) : temps passé, notifications, propension à payer, applications populaires… », 25 août 2017, Blog du Modérateur

Aucun des trois supports ne semblent apporter une solution parfaite mais ils ont chacun leur avantage. Une possibilité pourrait alors être de combiner plusieurs solutions.

Si l'on prend l'exemple de l'objet qui permet d'avoir une étendue de possibilité technique mais qui nécessite un écran, une alternative serait d'avoir un objet qui n'embarque pas d'écran mais dans lequel on pourrait glisser une tablette à l'intérieur. La solution pourrait alors être de combiner l'objet immersif et une tablette. C'est donc l'objet qui pourrait servir de déclencheur pour augmenter l'expérience du concert que l'utilisateur vit avec une tablette ou un téléphone. C'est d'ailleurs ce principe qu'utilise le Nintendo Labo. Lancé en janvier 2018, Nintendo Labo est un pack de plaques en carton qui, une fois assemblées, permettent d'augmenter l'immersion du joueur de Nintendo Switch grâce à un piano, un volant de moto ou une canne à pêche qui sont l'extension des jeux proposés sur Nintendo Switch. Ainsi l'expérience s'adapte au contenu.

Fig.1 - Application du Nintendo Labo

III Une étude quantitative pour mieux répondre aux besoins de tous

Avant de continuer plus loin dans l'étape d'idéation, il est important de vérifier que l'idée correspond à notre cible et leurs attentes. Dans cet objectif, deux sondages ont été réalisés : un sondage ouvert à tout le monde diffusé sur les réseaux sociaux et via mail à certaines personnes identifiées afin qu'elles le relaient et un sondage adressé à de nombreuses associations, « missions handicap » et personnes ayant un handicap afin d'avoir un panel diversifié et représentatif.

Pour ce second sondage, il a été très difficile d'obtenir des réponses puisque malgré un grand nombre de diffusion, seul 13 personnes ont accepté de répondre ayant pour plus de la moitié entre 25 et 34 ans avec le statut de cadre. 7 des répondants ont un handicap moteur, 3 un handicap auditif, 2 un handicap psychique ou psychologique et une personne a un handicap visuel. Les interrogés vont rarement ou quelques fois dans l'année voir un concert mais ils sont que 3 à aller chaque année à un festival tandis que les autres interrogés n'y vont pas ou rarement. L'une des raisons est l'accessibilité des salles. Pour 40% d'entre eux, ils n'arrivent pas à profiter pleinement des concerts ou des festivals. Selon eux, il manque une *« vrai réflexion pour les PMR quand ils vont dans un concert ou autres » mais aussi ils souhaiteraient « la retranscription des paroles sur un écran »*, *« sensibiliser le staff/festivalier à la langue parlée complémentaire[78] »*, *« des places faciles d'accès ou des zones peut-être un peu en retrait »* et des *« toilettes accessibles, emplacement dédiés et en fosse aussi ! Nous sommes souvent très loin de la scène sans pouvoir profiter pleinement de l'ambiance et de nos potes »*.

[78] La LPC est plus simple à apprendre que la LSF. Elle permet aux personnes sourdes d'avoir un complément à la lecture labiale

Ces témoignages corroborent avec les résultats des recherches qui ont été effectuées précédemment. Ils ne vont pas fréquemment dans des festivals et concerts n'ont pas à cause du bruit mais de problèmes techniques comme notamment l'emplacement éloigné des places réservées, l'impossibilité de s'assoir ou de sortir facilement en cas de crise et la difficulté à dissocier les paroles du son (notamment pour les lieux qui n'ont pas de boucles magnétiques). Afin de pouvoir s'assurer que l'idée choisie puisse être une bonne solution, une deuxième partie du questionnaire était réservée à une plateforme pour rendre l'expérience musicales accessible à tous. La moitié des répondants sont intéressés par cette solution et presque la totalité, hormis une personne, possède un smartphone. Afin de savoir si les personnes étaient plus intéressées par une application ou un objet, la question leur a été posé et 61% d'entre eux préfèreraient une application.

Un espace commentaire leur a été dédié afin qu'ils puissent donner leur avis et plusieurs idées sont ressorties. Une personne souhaite notamment *« vivre cette expérience (via l'objet) à plusieurs ce serait top »*, une autre aimerait *« sensibiliser les entendants aux risques de surdité dans les concerts »*, *« c'est difficile de remplacer le vécu d'un concert »* et une autre pense que *« l'expérience musicale doit être partagé sur l'instant et non en différé sinon la discrimination des salles restera toujours un soucis »*. Ces témoignages montrent donc l'envie de faire bouger les lignes au niveau de l'expérience musicale mais aussi un certain doute concernant le type

de solution qui pourrait être mis en place. Cette position, tout comme le faible nombre de réponse à ce sondage, peut s'expliquer par un découragement de la part des personnes ayant un handicap à devoir « lutter » quotidiennement pour faire reconnaitre le handicap et un désintéressement des associations pour les « petites initiatives » comme le prouve la réponse de la page Facebook de Handicap International France *« [...] Nous recevons de nombreuses sollicitations et nous ne sommes pas en mesure de faire la promotion d'initiatives personnelles dans un souci d'égalité et d'équité. »*

Le second sondage lancé une semaine après celui ciblant les personnes ayant un handicap durant le mois de mai a obtenu 81 réponses dont une majorité (63%) des répondants ont entre 18 et 24 ans et 25% on entre 25 et 34 ans. Les répondants sont majoritairement (59,3%) des étudiants et 45 % sont soit auto-entrepreneur, cadre ou employé. Malgré la diffusion du sondage auprès d'une population large, les personnes entre 18 et 34 ans ont été les plus réceptives. On observe des différences au niveau de la fréquence des personnes qui vont en concert puisque 58% des répondants vont au moins une fois par an à un concert et le reste n'y va que rarement ou jamais. 50,5% d'entre eux vont parfois ou chaque année à un festival, chiffre bien plus important que le précédent questionnaire.

Si l'accessibilité n'est pas une contrainte, l'une des raisons énoncées justifiant pourquoi ils ne vont pas plus souvent à un concert ou un festival est le prix pour 66% d'entre eux. Les autres raisons sont le manque de temps (28.7%), le choix de programmation (27.5%), la proximité (23.8%) ou encore l'aspect organisationnel (21.3%). Afin d'apprécier la sensibilité à l'accessibilité des lieux, l'une des questions était : « Pensez-vous que ces lieux sont accessibles à tous (personnes ayant un handicap comprises) ? ». 50% des répondants pensent que les lieux ne sont pas accessibles presque ¼ pensent que ça dépend des lieux mais qu'ils ne connaissent pas assez le sujet.

Les verbatims durant ce sondage montrent cette prise de conscience y compris pour les personnes valides. Nombreuses sont celles qui trouvent que : *« Je vois difficilement comment des personnes ayant un handicap peuvent circuler avec autant de monde », « Beaucoup de marches », « terrains parfois difficilement praticables pour les handicapés physiques, manque de zones réservées aux handicapés moteurs », « beaucoup de trajet à pied, pas de sièges », « quand il y a de la boue, ce n'est pas évident avec les roulettes »*. Ces réponses mettent aussi en évidence que les personnes valides pensent majoritairement à l'accès PMR et pas aux autres handicaps. Mais il y a aussi une grande méconnaissance du sujet auprès du grand public puisque de nombreux répondants font des suppositions et ont un discours similaire à *« Désolé, je ne m'y connais pas »*, il n'y a *« pas de communication dessus et l'image de ces lieux n'est pas associé comme étant prévu pour une personne en situation de handicap (surtout les festivals) »*.

Afin de pouvoir connaitre les habitudes des personnes, deux questions concernaient la diffusion de concerts LIVE et rédiffusés.60,5% des répondants regardent au moins quelques fois des concerts en live et presque autant (59.2%) visionnent des concerts rediffusés. Le support majoritairement utilisé pour regarder ces concerts (LIVE ou rediffusés) sont la télévision (33.3%) et les plateformes de streaming (36.4%).

La seconde partie du sondage explique elle aussi la solution proposée mais en ce basant sur l'idée d'une plateforme (et non d'un objet) en l'expliquant avec ses termes : *« Pour pallier aux problèmes d'accessibilité des concerts et festivals, nous souhaitons «apporter» directement les concerts / festivals au public. Cela se concrétiserait par la création d'une application couplée d'un dispositif physique qui rediffuserait les concerts ayant eu lieux quelques jours auparavant avec des options activables telles que : la vidéo 360°, la multi-cam, le chant-signe, le sous-titrage, le son binaural, l'audiodescription, un système de vibration & lumière en accord avec la musique. »*

70.4% des répondants seraient intéressés par cette solution même si 63% d'entre eux ne connaissent pas toutes les techniques/technologies citées. Seuls 3 personnes sur les 81 répondants ne possèdent pas un smartphone. A contrario, ils sont 55 répondants à ne pas posséder de tablettes, prouvant que le nombre d'utilisateur de ce support est minoritaire. Un espace d'expression a aussi été mis à la fin de ce sondage. L'aspect social revient de nombreuses fois, les répondants souhaitant vivre une expérience à distance mais aussi pouvoir la partager. Un des répondants soulève le point que cette solution pourrait être la continuité de l'expérience qu'on a vécu en concert *« Pourquoi ne pas pouvoir prolonger un concert auquel on a assisté. On vivrait le concert une première fois en vrai puis ensuite on pourrait revoir le concert dans les mêmes conditions. Nostalgie. Emotion. ».*

De nombreux répondants pensent que les plateformes de streaming de concerts sont à parfaire et que l'expérience pourrait être poussée plus loin *« Je pense que cette idée d'application est excellente et fort innovante vu que pour l'instant, les supports de rediffusion de concerts ne font appel qu'à deux sens (vue et ouïe) à alors que ce projet fait appel à trois sens ce qui permet de mieux rendre l'ambiance. Pour que l'expérience soit complète, il faut peut-être ajouter des effets de chaleur produits par la salle bondée et l'odeur de bière/transpiration/parfums [...] ».*

Même si cette idée peut sembler déplacer, elle permet de réfléchir à ce qui crée une expérience musicale[79]. La musique ? La scénographie ? L'ambiance ? Le partage avec des proches ?Une autre idée qui pourrait être à creuser est celle de la réalité virtuelle comme le propose un répondant. Un autre répondant témoigne *« À vrai dire j'aime la musique mais moins sur place. En fait c'est assez particulier, j'adore les petits concerts clos ou dans des bars car on peut VRAIMENT apprécier la musique et les artistes et on s'y sent connecté. J'aime beaucoup moins écouter de la musique dans des gros concerts car les gens autour polluent la musique (fan-services, pickpocket, foules, etc..) pour moi il est compliqué de me concentrer et de vraiment apprécier la performance. Et lorsqu'en général c'est retranscrit sur internet ou quelque soit le support on entend cette forme de parasitage qui me remet en situation de « je ne peux pas apprécier la musique ». En vrai si je vais sur ce genre de site c'est pour passer du temps avec mes amis dans un cadre différent et pour faire de nouvelles expériences mais moins reliées à la musique. ».*

[79] Un début de réponse a été évoqué dans la partie *«Ayant pour objectif de créer une expérience musicale»* p.

Il est donc nécessaire que la solution puisse se distinguer d'une simple application de rediffusion de concerts/festivals. Il est aussi important de noter que certains répondants sont réfractaires à cette solution car c'est une solution technologique qui enlèverait la partie humaine et réelle de l'expérience musicale.

Ainsi, suite à cette phase de sondage, la première idée finalisée pourrait être une application à installer sur une tablette ou un smartphone permettant de vivre un concert à distance grâce à des options activables qui pourront s'exprimer directement à travers l'appareil ou via un objet externe. En interne on retrouvera donc le sous-titrage, le chant-signe, l'audiodescription mais aussi le multi-cam afin de permettre à l'utilisateur de choisir son point de vue pendant le concert et de changer librement. En externe il y aura une enceinte en barre pour le son binaural avec un dispositif permettant d'émettre de la lumière et retransmettre les flashs lumineux, et un objet vibrant accroché à la tablette. L'idée d'un dispositif dans lequel on va glisser une tablette ou un smartphone est abandonné car le dispositif nécessiterait d'être adaptable à toutes les tailles et compatible de façon universelle. Or avec le grand nombre de constructeurs et de produits proposés sur le marché, il est difficile de mettre en place une compatibilité universelle.

1.2 De l'idée au prototype

Proposer l'idée lors d'un entretien privé à un panel varié

Les sondages ont permis de comprendre les besoins, les positions et les envies des personnes qui pourrait dans l'idéal utiliser la solution. Néanmoins, même s'il contenait une partie verbatim, les réponses étaient vagues et ne concernaient pas directement la solution. Pour avoir des réponses plus poussées permettant de faire évoluer l'idée, il est intéressant de mener une étude qualitative. Pour cela j'ai mené 5 entretiens avec des personnes au profil varié.

La première personne interrogée est Léa ROBERT.
Léa ne va pas en concert car *« mon corps ne me le permet pas »*. Ces paroles font références à son hyperacousie[80]. Ce trouble la gêne notamment dans les endroits avec beaucoup de monde et bruyant comme les concerts ou les feux d'artifice par exemple. Elle souhaiterait aller en concert et écoute quotidiennement de la musique. Cela lui arrive de regarder des vidéos de concerts rediffusés mais peu souvent. Elle a plutôt tendance à regarder des clips. A contrario, elle ne regarde pas de concert en live. Elle est intéressée par l'expérimentation de la musique d'une nouvelle façon, *« je suis ouverte à tout »* et notamment à travers une application car elle se sentirait *« moins différente »* sous condition que le dispositif soit approprié. A propos de l'idée, elle trouve que c'est *« cool »* néanmoins elle se pose des questions notamment à propos des flashs lumineux, *« j'ai peur que ça gène les gens autour »*. Concernant le système de vibration dont la forme n'était pas encore définie, elle pense à une idée de gants ou de souris. En discutant avec elle, j'ai abordé l'idée de manettes qu'elle a immédiatement approuvé *« peut-être que c'est mieux les manettes. Parce qu'en concert, on n'est pas statique, on est libre. Je trouve que tenir la tablette ou le smartphone c'est compliqué »*.

[80] hyperacousie : trouble rare du sens de l'ouïe, caractérisé par une perception exarcébée des sons

Ce premier entretien a permis d'éclaircir quelques pistes qui seront approuvé par Sarah GARCIN, la deuxième personne ayant acceptée de faire un entretien.
Sarah est une personne valide qui participe souvent à des concerts, au moins une fois par mois et aime aller en festival. Dans les concerts, elle apprécie le côté social, le fait d'être avec ses amis et de pouvoir rencontrer son artiste préféré. Elle

regarde très peu de concert en rediffusion et aucun concert en LIVE car elle ne comprend pas l'intérêt, *« il n'y a plus ce côté concert »*. Elle préfère payer sa place pour profiter directement du concert. Néanmoins elle aimerait expérimenter la *« musique augmentée »*. Elle possède un smartphone mais pas de tablette.

Ses premières impressions face à l'explication de l'idée sont positives : *« C'est vachement chouette. C'est très cool. Pour les personnes handicapées, c'est très très cool car on voit rarement des personnes handicapées dans un concert surtout des personnes aveugles ou sourdes. Mais c'est surtout ça qui manque parce que tu regardes une vidéo, mais là, tu stimules tous tes sens et c'est une bonne idée. »*
Elle trouve intéressant l'idée d'avoir des flashs lumineux comme extension de la scénographie et préfèrerait avoir des manettes pour ressentir les vibrations car elle souhaite être libre de ses mouvements et pouvoir danser. Sarah qui est donc une personne qui aime vivre en live les concerts et trouve la rediffusion inutile est quand même intéressé par la solution *« Ce dispositif m'intéresse plus que de regarder simplement une vidéo. Ce qui m'intéresse dans un concert, c'est la scéno au niveau des lumières, le jeu des lumières est très important. Si tu peux retranscrire ça, c'est une bonne idée. »*

Durant cet entretien, j'ai souhaité pousser l'idée plus loin en me basant sur la suggestion des répondants aux deux sondages concernant le côté social et en évoquant notamment l'idée d'un message mais dont Sarah *« n'y vois pas spécialement d'intérêt. Je trouve que c'est intéressant mais si ça n'y est pas, ce n'est pas ça qui va me manquer »*. Je lui ai aussi proposé l'idée de pouvoir échanger en direct avec un ami à l'aide d'un micro et non par écrit. Elle trouve cette idée intéressante car cette fonctionnalité permettrait de *« vivre le concert ensemble ».* Elle émet aussi des doutes concernant le vécu de l'expérience à partir d'un smartphone et préférerait un écran plus grand comme une tablette. Elle propose d'ailleurs l'idée de pouvoir connecter des tablettes ensemble afin de faire du multi-écrans. Cette fonctionnalité pourrait l'intéresser dans le cadre d'une soirée entre amis.

La troisième personne qui a accepté d'échanger sur l'idée lors d'un entretien est Florence MEZAN, personne sourde d'une oreille ne l'empêchant pas d'aller en concert. Elle suit des cours de guitare et fait partie d'un groupe en tant que chanteuse. Au quotidien sa surdité peut la gêner au niveau de la communication ou lorsqu'elle va au cinéma et qu'une personne a un sachet de pop-corn car elle n'entend que ça. A cause de sa surdité elle ne peut pas localiser le son et c'est difficile pour elle d'en profiter lorsque c'est le cas. Sensible au monde de la surdité et souhaitant plus jeune devenir interprète LSF, elle a appris la Langue des Signes. Quand elle était petite, il y avait le collectif « les mains ont la paroles » qui faisait des poèmes et des histoires en LSF mais *« Je n'aimais pas la LSF quand j'étais petite à cause des expressions du visage ».*
Florence ne va pas aux festivals mais à déjà assisté à des concerts. Elle ne regarde pas de rediffusion car elle préfère aller sur place. Elle n'a regardé qu'un concert en rediffusion, celui d'IRMA car elle avait acheté le CD et il y avait des interviews. Selon elle « Les sourds adorent les vibrations parce qu'ils mettent la musique à fond ».

Florence a aussi été très réceptive concernant l'explication de l'idée. Pour elle, *« Regarder un concert à la tv, c'est intéressant si on est fan, mais ressentir c'est magique. »* Elle trouve notamment l'idée d'utiliser les vibrations très intéressantes et s'interroge sur la forme qui lui semble la plus appropriée. *« J'avais vu un truc dans*

"Mon invention vaut de l'or", il y avait un mec qui mettait des trucs sous le canapé des gens. Et ça faisait un type de ciné 4D avec les vibrations. » Au quotidien, Florence travaille avec des déficients mentaux et a déjà rencontré des personnes ayant une déficience visuelle. Elle est donc sensibilisée au monde du handicap. *« Les aveugles sont plus sensible au niveau des pieds pour les vibrations. Une manette c'est limité, tu dois l'avoir dans la main. Je pense que c'est plus intéressant des enceintes en tapis. Ça suppose une surface assez grande. »*

Afin de pouvoir m'aiguiller dans ma réflexion, Florence m'a partagée son expérience avec le monde de la surdité *« Les sourds de naissance n'ont pas la même perception. Ça dépend. Dans les jeunes que je suivais (...) Soit c'était dû à une méningite pendant la grossesse, soit une maladie, soit un accident. Je me souviens de ce gamin, les deux parents étaient sourds et les deux gamins aussi. Il m'a marqué parce qu'il était gentil. Parfois il y a une oppression des entendants sur les personnes sourdes. [...] J'ai appris la LSF car je voulais être éducatrice et mon prof s'est raidit. Je lui ai expliqué pourquoi. Il a eu peur car il a vécu à l'époque où, à Arras, on attachait les mains des sourds pour les empêcher de signer. »*

La quatrième personne interrogée est Damien BOURGUET.
Damien travaille sur la synesthésie dans le cadre de son mémoire. La synesthésie est par définition, selon le CNTRL, un *« Trouble de la perception sensorielle dans lequel une sensation normale s'accompagne automatiquement d'une sensation complémentaire simultanée dans une région du corps différente de celle où se produit l'excitation ou dans un domaine sensoriel différent. »* Par exemple une personne synesthète peut percevoir des couleurs en attendant des sons ou associer des bruits à des lettres de l'alphabet. Il y a donc un rapport entre les sens et la perception.

Damien va plusieurs fois par an à des concerts et rarement en festival. Il aime écouter de la musique, regarde régulièrement des vidéos de concert live et plus rarement des vidéos de rediffusion de concert. Il trouve qu'il n'y a pas assez de communication autour des concerts en LIVE. Il souhaiterait pouvoir expérimenter la musique par vibration notamment crânienne et la lumière. Il possède un smartphone mais pas de tablette.

Damien a aussi été réceptif à l'idée et trouve que c'est une bonne solution. Mais il estime que la mise en place technique pourrait être compliquée notamment pour la transmission des vibrations pas un tapis (support proposé suite à l'idée de Florence). Comme support de vibrations, il propose d'avoir « *un tapis que tu poses sur la table avec certaines zones de vibrations. Genre tu poses les avant-bras sur le tapis et tu ressens les basses au niveau du coude et les aigus au niveau des doigts ».* Il apprécie aussi l'idée d'avoir des manettes avec différentes zones de sensibilité pour décomposer le son, si cela peut éviter d'être collé au support de diffusion du concert (smartphone/tablette). Il émet aussi des doutes concernant les flashs lumineux et la mise en place technique de ce dispositif. Il pense que cela pourrait déranger et que l'utilité serait uniquement ciblée pour les personnes aveugles.

Enfin, la dernière personne de cette première série d'entretien est Dominique Breton. Dominique est un ancien ingénieur musicophile (aussi bien au niveau artistique que technique). Son dernier concert était celui de Denez Prigent mais il va rarement à des concerts car c'est souvent trop loin ou il n'y a plus de billet. Il regarde parfois des vidéos de concert en live sur Arte le samedi soir et parfois l'émission musical Alcaline ou sur CSTAR. Il visionne aussi quelques rediffusions de concert mais de préférence sur des plateformes de streaming telles que Youtube. Il possède un smartphone et une tablette.

Dominique est intéressé par le dispositif. Il propose d'ajouter une option pour les personnes qui ont des prothèses auditives ou des appareils en se basant sur le système de la boucle magnétique. Il propose qu'il y ait des réglages pour les différents profils de son. Il aime le côté *« multi-expérience »* et l'aspect *« expérience augmentée »*. Concernant les différentes solutions pour les vibrations, il apprécie l'idée d'avoir un tapis vibrant qui lui fait penser à la Fitboard, produit développé par Nintendo pour la Wii qui permet d'interagir avec le jeu et lance de petites vibrations. Pour lui l'intérêt du tapis est qu'il soit sans fil et surtout en contact avec une partie sensible du corps. Néanmoins, en évoquant le problème concernant l'accessibilité de ce dispositif aux personnes paraplégiques et tétraplégiques (perte de fonctionnalité et de sensibilité de la partie inférieure du corps voire du tronc), Dominique évoque l'idée d'un collier autour du cou ou de la tête ou encore une ceinture de type cardio. *« Un collier je pense que c'est plus facile. [...] Sinon t'as les poignets. Tout passe par le cou, que ce soit système sanguin ou nerveux. Ce qui est sensible ce sont les "autoroutes", comme le cou, ou les extrémités comme la main et les pieds. »*

Enfin il est aussi intéressé par le concept de partage du concert à distance mais il émet des réserves car pour lui, il est difficile de prédire le comportement réel des utilisateurs tant qu'il n'y a pas eu de tests.
En off de cet entretien, il évoque aussi la nécessité pour ce projet de faire des partenariats avec des constructeurs en citant SONY qui s'implique fortement dans la recherche sur le son ou encore Sennheiser.

Pour faire une synthèse de cette première vague d'entretiens, les personnes interrogées sont fortement intéressées par le concept et souhaiterait essayer un prototype. Toutes possèdent un smartphone mais uniquement deux possèdent une tablette. Concernant la forme du dispositif de vibrations, il y a eu de nombreuses propositions : manette, tapis, gant ou collier, mais les interrogés ont bien spécifié qu'il était nécessaire de pouvoir être libre de ses mouvements. Concernant les autres options, la lumière suscite de l'intérêt notamment pour la reproduction de la scénographie mais aussi des réserves tout comme l'option de messagerie. Cette option de partage pourrait être remplacer par une fonctionnalité permettant d'inviter un ami à partager l'expérience ensemble notamment s'il y a la possibilité de pouvoir échanger oralement. Ensuite l'option multi-cam incluant une vidéo 360° fait l'unanimité. Enfin le son binaural intrigue même s'ils n'arrivent pas à imaginer ce que cela pourrait donner réellement. Une des remarques qui est revenue est la réflexion concernant le partage d'expérience qui ne doit pas être délaissé et débouchant sur la question :

« Est-ce que l'expérience se vit seule ou à plusieurs ? »

Il est nécessaire de creuser la réflexion concernant le cast d'un concert et la connexion entre tablettes par exemple.

II Itérer pour faire évoluer : les premiers aperçus du prototype

Cette première phase d'entretien permet de pouvoir prendre du recul sur les différents aspects de la solution et de sa mise en place. Si le principe semble adopté, les différents paramètres techniques restent à bien définir, notamment concernant la diffusion des vibrations

Fig.2 - Prototype n°1

. Il existe déjà différents objets qui permettent le ressenti de la musique à travers les vibrations mais leur utilisation ne s'est pas démocratisée. Le plus connu est le Subpac qui est un dispositif dont les vibrations sont émises à partir d'un « sac » accroché au dos et qui est utilisé dans quelques endroits en France comme l'Aéroson à Lille ou le festival HIP Opsession à Nantes. D'autres produits comme le Vibeat, des disques utilisant des vibrations, le plancher vibrant développé par les ateliers Desmée ou encore le Soundshirt existe mais sont encore pour l'instant à l'étape de prototype. Néanmoins l'idée d'avoir des récepteurs de vibrations en plusieurs partie comme le système Vibeat est intéressant car les parties peuvent être mise à différents endroits. En s'inspirant de cette idée de plusieurs parties, on peut émettre l'idée d'avoir un système de vibrations sous la forme de 3 aimants ou disques permettant de créer plusieurs positionnements sur le corps : 1 au niveau du cou et 2 aux poignets, 2 au cou et 1 au poignet, 1 au cou et 2 aux chevilles, 2 à la tête et 1 au cou...

A partir de cette réflexion, l'idée de base peut se transformer en un prototype plus plausible qu'on nommera prototype 2. Ce prototype est constitué d'un dispositif interne (lié à l'application) et de deux dispositifs physiques externe. L'application comprend donc les options de multi-cam basée sur une caméra 360° et deux caméras fixes, le son binaural, le chant-signe, l'audiodescription, les sous-titre et l'échange entre amis à travers l'invitation à vivre un concert ensemble et de pouvoir partager son ressenti grâce au chat vocal. Les dispositifs externes sont composés d'un système de vibrations sous la forme de trois disques et deux bracelets magnétiques et d'un système de lumière sous la forme d'une barre latérale.

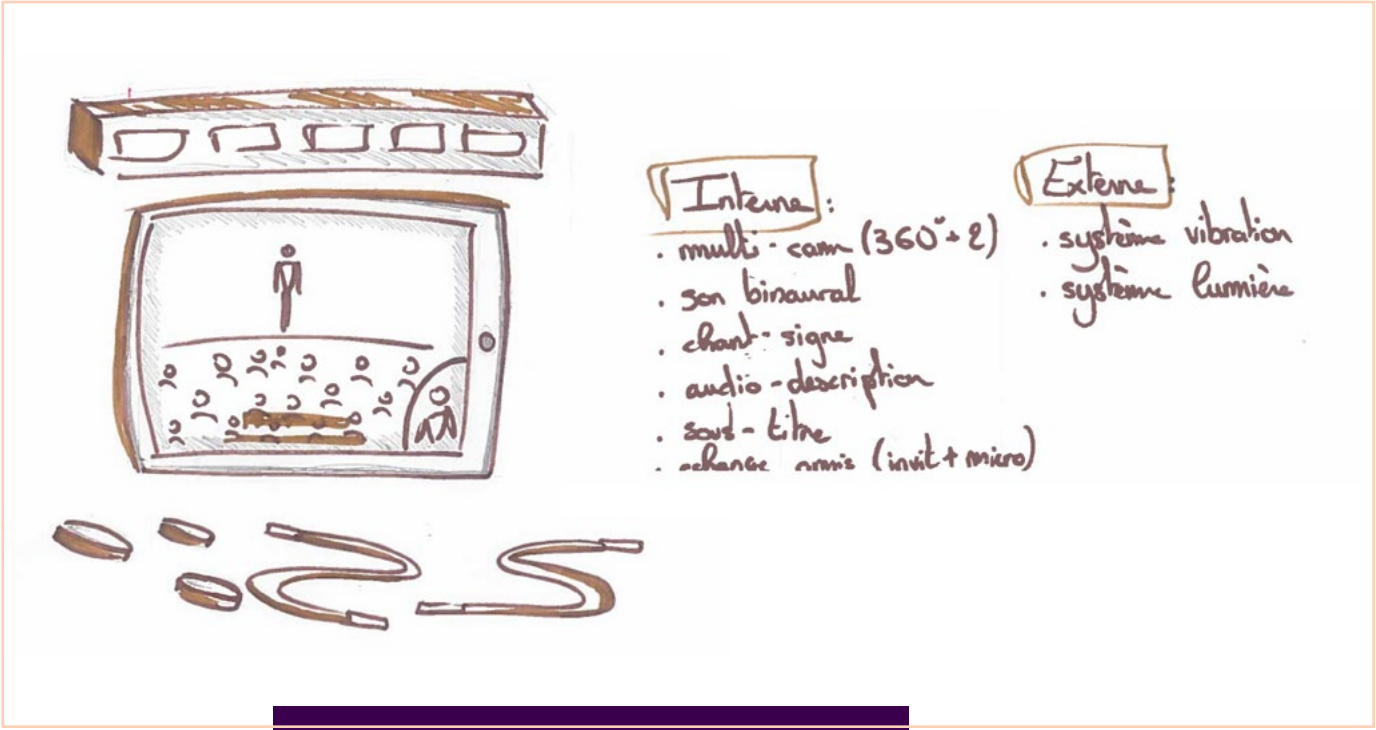


Fig.3 - Prototype n°2

C'est ce prototype qui fut présenté à différentes personnes lors de la deuxième vague d'entretiens.

La première personne à de cette deuxième vague est Charlotte FORSANS.
Charlotte travaille, dans le cadre de son mémoire, sur la rencontre des personnes à travers leurs goûts musicaux. Elle est *« fan de musique »* et grande consommatrice de concert et de festival. Elle aime écouter de la musique sur Youtube pour sa gratuité et trouve quasiment tout ce qui lui faut. Elle regarde souvent des vidéos de concerts en rediffusion mais pas en LIVE. Dans les rediffusions, elle apprécie voir le niveau du chant, la mise en scène, l'ambiance et le public. Elle possède un smartphone mais pas de tablette. Elle souhaiterait expérimenter la musique autrement que par l'écoute.

Charlotte trouve que le concept et le prototype sont intéressant. Elle y voit notamment un intérêt dans le cadre de soirée, tout particulièrement si la personne n'a pas pu aller au concert ou festival faute de moyen ou de disponibilité « Tu ne peux pas aller à tous les concerts ». Cette phrase met en avant un point intéressant sur le nombre très important de concerts mais aussi de festivals. Elle trouve aussi un fort intérêt aux disques qui permettraient de ne plus « seulement » écouter les concerts et aime l'idée d'avoir une option qui permettrait de vivre l'expérience en même temps à distance. Charlotte pense que l'utilisation de la solution dépendra du type de concert qu'elle regarde. « *Si c'est un concert calme genre acoustique, alors ça je préfère vivre seule. Mais si c'est un concert de rap, je préfère vivre ça avec les potes ».*

La deuxième personne qui a acceptée d'échanger sur le prototype est Victor JONCKHEERE.
Victor fait de la MAO[81], et travaille sur l'émotion et le rapport image/son dans le cadre de son mémoire. Il va à des concerts environ tous les mois pour ressentir des émotions, avoir une atmosphère, le public et l'artiste car souhaitant se développer professionnellement dans ce domaine, éléments importants pour lui. Il va à des festivals tous les ans lorsqu'il a l'argent nécessaire. Il regarde régulièrement des vidéos de concert, particulièrement des boilers room, au rythme d'une fois par semaine environ mais pas en entier. Dans ces vidéos, il regarde le DJ set notamment. Il regarde aussi des rediffusions de concert mais pas de concert en LIVE. Il aime voir la technique dans les concerts et en met aussi souvent en fond et lorsqu'il travaille. Il aime écouter de la musique en streaming sur Youtube. Il possède un smartphone mais pas de tablette.

[81] **MAO** : Musique Assistée par Ordinateur

Lors de la présentation du prototype, Victor n'a pas adhéré *« Pour le tout public je ne trouve pas ça agréable...pour les anneaux et le flash je ne suis pas très fan. Pour les handicapés je trouve ça cool mais pour une généralité...mais moi je ne me vois pas le faire ».* Le système de transmission des vibrations ne retient pas son intérêt. Son casque audio lui procure des sensations notamment par les basses. Il souhaiterait plutôt avoir un gilet à la place de trois disques vibrants pour ressentir les différents sons dans le dos. Il propose aussi un matelas avec des capteurs pour avoir une immersion complète.

Pour lui, le dispositif est trop faible *« Si t'as envie de faire ressentir les vibrations pour quelqu'un, je pense qu'il faut maximiser ça. Après en musique électro, tu as 5-6 grandes familles genre les kick, drums, synthé...il te faudrait une vibration par truc*

». Il évoque aussi l'idée d'un tapis vibrant ou d'un fauteuil de bureau vibrant. Il enchaine avec le dispositif lumineux qu'il trouve une nouvelle fois trop petit alors que lui y verrait plutôt un système dépliant avec une bande de LED.

L'entretien avec Victor pose une question primordiale :

Est-ce que l'immersion avec le prototype n°2 sera assez importante ?

Pour y répondre, seule une exécution technique du prototype et son essai pourra y répondre mais ses remarques font écho à une impression ressentie lors des précédents entretiens. Ainsi, avant de continuer la seconde phase d'entretiens, un prototype n°3 va être imaginé en prenant en compte les différents retours de personnes interrogées. Ce prototype contient donc un dispositif numérique sous la forme d'une application ayant différentes options comme : le multi-cam (minimum 3 caméras), la vidéo 360°, le son binaural, le chant-signe, l'audiodescription, le sous-titrage, l'échange + invitation entre les utilisateurs, les flashs lumineux, le cast et la scénographie.

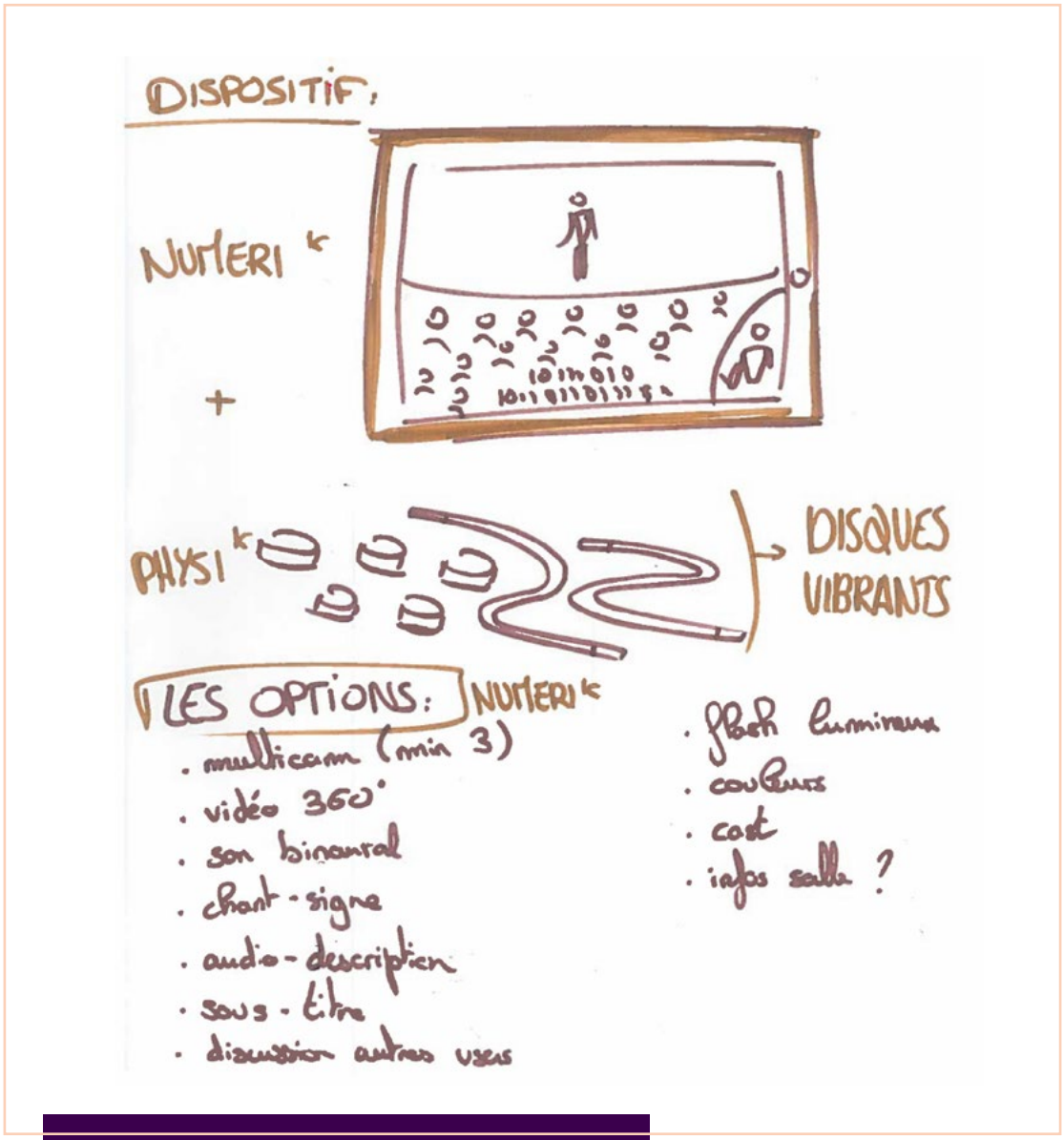


Fig.4 - Prototype n°3

Ce prototype a été présenté lors d'un troisième entretien à Hugo KORNYELI qui travaille sur l'accessibilité et le confort d'un environnement.
Hugo va régulièrement à des concerts lorsqu'il apprécie l'artiste. Néanmoins ça lui arrive souvent de se priver de concerts car il n'a personne pour l'accompagner et qu'il trouve ça moins intéressant d'y aller seul. Il aime le fait de pouvoir partager l'expérience. Le second frein est le coût des concerts. Concernant les festivals, il va aux mêmes tous les ans. Il regarde peu de vidéos de LIVE et ne regarde pas de rediffusion de concert même si l'artiste l'intéresse car c'est le genre d'expérience à vivre sur l'instant. Il possède un smartphone mais pas de tablette à cause du prix et c'est uniquement un confort visuel supplémentaire, l'écran étant plus grand).

Hugo est très intéressé par le prototype mais trouve que l'utilisation de la solution est *« étrange »* notamment le fait de vivre le concert avec quelqu'un qui est éloigné. Il émet des réserves concernant les flashs lumineux dont il doute de l'utilité d'autant plus qu'il n'apprécie pas avoir les flashs lumineux lors des concerts. A contrario, il adhère totalement à l'idée du chant signe, du son binaural et des aimants/disques vibrants qui peuvent être activés comme chacun le souhaiterait. Il émet l'idée de réfléchir à une option de VR. Ayant déjà discuté de cette possibilité avec quelques personnes, je lui explique que certaines d'entre elle ne peuvent pas supporter pendant une longue durée, à l'instar d'un concert entier, la réalité virtuelle avec les technologies actuelles.

Néanmoins il explique l'utilisation qu'il ferait de la solution *« Un concert en rediff tu ne le regardes pas tout le temps. Moi je vais mettre les moments forts. Je ne vais pas m'embêter avec les moments où y'a un problème et avec des chansons que je n'aime pas alors je la squizze »*. Je lui propose alors l'idée d'avoir un timecode pour indiquer les moments forts durant un concert, idée qu'il trouve intéressante. Il propose notamment de mettre un point d'exclamation pour les moments importants et deux points d'exclamation pour le climax, ce système permettant d'indiquer sans trop donner d'informations.

Afin de pouvoir ouvrir le champ de réflexion, l'idée de Victor concernant le « mur de LED » lui est soumise. Il met en doute la capacité immersive d'un tel dispositif et le trouve *« trop envahissant, cher et gadget »*. Il préfèrerait vivre l'expérience dans son salon et trouve donc un intérêt dans l'option du cast qui permettrait de mettre une ambiance lors d'une soirée par exemple. Il ne se voit pas utiliser la solution dans le cadre d'une expérience solitaire.

La quatrième personne de cette deuxième vague d'entretien est Alice PATIN DE SAULCOURT.
Alice a des séquelles de la Poliomyélite qu'elle a contracté lorsqu'elle était jeune entrainant une paralysie au bras droit avec un déficit musculaire à la jambe gauche et à l'épaule gauche. C'est handicapant dans la vie de tous les jours et elle essaie quotidiennement de compenser. Elle assiste à des concerts 6 ou 7 fois par an mais ne va pas à des festivals essentiellement à cause du manque de côté pratique : *« Je suis bretonne et les festivals y'en a des cools mais ils ne sont pas adaptés...Et puis ça veut dire qu'il faut rester debout, les gens poussent... »*. Lorsqu'elle va à des concerts, elle va dans des grandes salles qui ont des obligations au niveau de l'accessibilité mais par défaut ne va jamais dans la fosse. Elle regarde des vidéos sur Youtube préférant des morceaux aux concerts entier et regarde des concerts en LIVE uniquement si se sont des ballets ou des opéras. Elle possède un smartphone et une tablette.

Alice est intéressée par le dispositif qu'elle trouve complet et immersif, et elle se verrait l'utiliser seule comme actuellement en visionnant des vidéos. L'idée d'avoir uniquement la scénographie avec ses couleurs l'intrigue tout comme l'option vocale même si elle ne sait pas si elle en fera usage tout comme les sous-titres. Lui ayant soufflé l'idée que le prototype n°2 contenait un dispositif lumineux, Alice trouve, elle aussi, qu'il y a peu de valeur ajoutée et que ça serait plus une gêne. Elle souhaite essayer les disques vibrants, tout particulièrement au niveau des bras mais aussi de la tête même si elle émet des réserves concernant les sensations ressenties. Suite à l'entretien avec Hugo, je lui explique le principe des timecodes : *« Ça peut être cool comme ça même si on commence à regarder un concert, et qu'on n'a pas le temps de terminer, on peut regarder les moments sympas. Bonne idée. »*

La cinquième et dernière personne de cette seconde vague d'entretiens est Diane DEGRAEVE.
Diane est malentendante des deux oreilles depuis l'enfance. Au début elle croyait que la réalité était le silence. Son mari a le syndrome de Ménière, syndrome qui se situe au niveau de l'oreille interne se traduisant par des acouphènes[82] puis des bruits blanc[83]. La surdité de Diane a été détecté tardivement et on lui a fait comprendre que ça serait d'origine génétique. Sa grande fille est malentendante elle aussi. Diane ne parle pas la LSF ni la LCP mais elle arrive à comprendre ses interlocuteurs. Sur l'ensemble d'un discours, elle comprend environ 50% par la lecture labiale et l'interprétation. Ses grossesses lui ont aussi fait perdre de l'audition. Néanmoins elle relativise car des personnes ont un handicap bien plus lourd que le sien. Elle va régulièrement à des concerts. Passionnée de musiques techno et synthwave *« On va de temps à autre avec mon mari de 1 à 3 fois par an. Comme on aime les jeux vidéo, on met le son à fond. Là-bas, j'enlève mes appareils sinon c'est trop fort, ça défonce les appareils »*. Elle va aussi à des festivals et elle ne rencontre pas de problème d'accessibilité puisqu'elle a conscience qu'il y a des sons qu'elle n'entend pas et qu'elle n'entendra jamais. Ses appareils lui permettent de percevoir quelques sons supplémentaires mais leur efficacité est limitée. Pour elle la situation difficile est lorsqu'elle doit communiquer alors qu'elle est en concert. Elle a besoin d'être accompagné car c'est déjà compliqué pour des entendants de communiquer, c'est d'autant plus difficile lorsqu'on est malentendant. Elle souhaiterait que les personnes telles que le barman ou le personnel connaissent quelques signes comme « aller aux toilettes », « tu veux une bière ou du vin ». Pour Diane, c'est un handicap qui ne se voit pas et c'est ce qui rend parfois le regard et la gestion avec autrui compliqués *« On a plus de problèmes de communication avec les organisateurs. Même en festival ou ailleurs...parfois il faudrait des endroits qui soient indiqués plus facilement. »*

[82] **Acouphènes** : bruit entendu sans qu'il y ait une émission venant d'une source externe

[83] **Bruits blancs** : son monotone et constant n'ayant pas de source

Elle écoute de la musique partout mais ne regarde pas de concerts en LIVE ou en rediffusion. Elle regarde uniquement quelques passages sur Youtube *« mais c'est évident que le son est moins bon que quand tu le regardes sur place, à part sur le côté ambiance. En tant que malentendant, je ne regarde pas la tv française. Les spectacles comiques je les regarde qu'en diffusion pour les regarder en sous-titres sinon je ne comprends pas. Beaucoup de programmes sont sous-titrés mais il y a un décalage et ils sont mal sous-titrés. Et puis ça dépend des programmes et de leur popularité. »* Pour Diane, le sous-titrage est une technologie qui devrait être universelle, ce qui est loin d'être la situation. Elle possède un smartphone mais pas de tablette.

Concernant le dispositif, Diane est enthousiaste et apprécie l'idée même si elle pense que lorsqu'on a la possibilité d'aller à un concert, c'est plus intéressant d'être sur place. Elle est particulièrement réceptive à l'idée des disques vibrants *« Les disque c'est super intéressant. Moi qui joue aux jeux vidéo...entre la manette qui vibre et non... ça aide vraiment. On peut croire que c'est gadget mais c'est faux. On n'y prend goût et on a dû mal à s'en débarrasser après. »* Elle pense que cette expérience doit être vécue en utilisant le cast afin de pouvoir projeter le concert sur un espace plus grand qu'une tablette ou un smartphone mais elle ne s'imagine pas regarder un concert en entier. Elle se voit aussi utiliser le dispositif avec des amis ou même en fond d'illustration lors d'une soirée. Le timecode répondrait donc à sa possible utilisation, même si elle souhaiterait aussi pouvoir passer de musique en musique comme les chapitres d'un DVD.

Le dispositif étant basé sur une réflexion des problèmes pouvant rencontrer les personnes ayant un handicap, Diane pense qu'il serait intéressant de *« recenser l'ensemble des salles de concerts et artistes qui facilitent l'accès aux handicapés. [...] Par exemple si tu as une appli qui te permet de regarder les concerts c'est intéressant mais ça ne va pas plus loin. Mais si tu recenses les différentes salles avec un accès adapté aux malvoyants, parle la LSF, sensibilisé au handicap...ça peut être bien ! »* Diane évoque un point important non développé auparavant : le placement du dispositif par rapport aux acteurs de l'expérience musicale (salle de concert, festival, artistes). Ce point sera développé plus tard.

Enfin nous abordons plus spécifiquement l'option de chat vocal et partage de concert avec un ami. Diane trouve cette option intéressante et propose aussi que les personnes (même inconnue) puissent écrire des commentaires intégrant ainsi la possibilité de rencontre et d'échange dans le dispositif.

Pour résumé les différents entretiens, les répondants trouvent l'application intéressante avec un intérêt particulier pour les disques vibrants qui permettent apportant une dimension supplémentaire à l'expérience musicale. Peu d'interviewés possèdent une tablette expliquant l'intérêt dans l'option de cast. Ils voient une utilisation soit solitaire, soit lors d'une soirée à domicile avec des amis avec un intérêt pour la scénographie et le son qui créerait une ambiance. Ils pensent qu'ils pourraient trouver un intérêt tout particulier à la solution lorsqu'ils n'ont pas pu assister au concert et souhaiteraient pouvoir le tester. L'adoption se fera aussi en fonction de la bibliothèque qui doit être fournie et mise à jour régulièrement. L'idée des flashs lumineux est définitivement abandonnée suite aux réticences de tous les répondants. Ne regardant pas les rediffusions de concert en entier, le timecode semble être une bonne solution pour les interviewés. En échangeant avec les différents interviewés, l'idée de pouvoir transformer leur environnement, d'avoir une réelle spatialisation de la musique même au niveau du corps ressort.

III Se baser sur son expérience personnelle pour progresser

Cette deuxième vague d'entretiens a permis de faire évoluer le prototype. La solution proposée, même si elle ne prétend pas copier l'expérience d'un concert ou d'un festival en live, se positionne dans la continuité et permettrait d'expérimenter l'expérience musicale d'une nouvelle façon. L'idée ayant évoluée, il est intéressant de pouvoir la comparer avec une expérience vécue lors d'un festival. Pour se faire, je me suis rendue au festival We Love Green le 3 juin 2018 pour, dans un premier temps, afin de comparer l'expérience avec l'objectif d'enrichir la réflexion sur le prototype. Cette partie est donc un témoignage de l'expérience vécue.

« Le plus gros avantage du festival est son ambiance et le fait qu'on puisse vivre les musiques en live en partageant ce moment avec l'artiste mais aussi ses amis. On a l'impression de faire parti d'un tout puisque le public, notamment pour les artistes populaires tels que Orelsan ou Lomepal, réagit d'une même façon. Néanmoins cela a un coût puisque l'entrée était à 68€ pour une journée. Le festival était à plus d'une heure de transport en commun du domicile, véritable labyrinthe pour s'y rendre. Mais j'ai surtout rencontré des difficultés de transport lors du retour à mon domicile puisque j'ai difficilement réussi à avoir le dernier métro et j'ai mis 1h30 pour rentrer. De nombreuses personnes n'ont pas eu de métro.

Au niveau de l'ambiance, c'était vraiment sympathique. On a l'impression d'être entouré par la musique et les moments les plus intenses et intéressants étaient lorsqu'il y avait des basses qui résonnaient au niveau du thorax et de l'abdomen. De plus, on peut réellement apprécier la voix et le jeu des artistes sans mixage et post-production. Néanmoins durant les concerts, je me suis souvent fait bousculer, des groupes de personnes ne cessant de passer entre nous, ce qui a eu tendance à me faire sortir du concert et à m'agacer. De plus, je ne comprenais pas toujours ce que l'artiste disait ou chantait. Enfin, il y a eu la contrainte de rester debout et de piétiner pendant une demi-journée. Une amie qui était avec moi a aussi eu beaucoup de mal à rester debout.

Enfin le dernier côté frustrant est le fait qu'on ne puisse pas assister à tous les concerts. A We Love Green, il y avait 4 scènes. J'ai assisté au concert d'Angèle mais celui-ci se finissait au moment où Ibeyi commençait sur une autre scène. Les scènes étant à des endroits opposées et Angèle ayant dépassé sur son temps de scène, j'ai mis du temps à aller d'une scène à l'autre, le déplacement n'étant pas facilité par les autres festivaliers. Finalement 25 minutes du concert étaient déjà passées. De plus, pour avoir des bonnes places dans un concert, il faut être sur place en avance. Ainsi pour les concerts de Lomepal et Orelsan, j'étais 50 minutes en avance. Une attente d'autant plus longue qu'il est compliqué de s'assoir. Au final, j'ai un très bon souvenir de ce festival mais les différents points négatif cités auparavant ont assombrit l'expérience vécue. »

Durant le festival, je n'ai vu qu'une personne à mobilité réduite et aucune personne avec une canne ou un chien d'aveugle. J'ai voulu comparer cette expérience avec la rediffusion d'un concert. A We Love Green, j'ai notamment pu assister à la performance de Lomepal. Juste avant cette performance, j'ai vu deux personnes

faire de la publicité pour Arte Concert. Je regarde assez régulièrement leurs rediffusions mais via leur page Facebook. Etant le seul média à diffuser et rediffuser le concert, je l'ai regardé sur la plateforme web Arte Concert.

« L'accès a la rediffusion a été très simple. Il m'a suffi de chercher sur internet « Lomepal We Love Green Arte" et j'ai eu accès au lien de rediffusion. J'ai donc pu voir gratuitement la rediffusion gratuitement, sans avoir à bouger de chez moi et j'entendais clairement l'artiste chanter et parler. Je me suis rendu compte qu'il y a beaucoup de phrases que je n'avais pas compris. Au début de la vidéo, on peut voir que Arte Concert est en partenariat avec Les Inrockuptibles, Grazia et France Inter mais on ne sait pas comment s'articule le partenariat. Par défaut, le son est muet et il faut l'activer. Je ne trouve pas ça intuitif mais peut-être que l'option a été mise ainsi pour éviter d'avoir du son soudainement, sans que l'utilisateur s'y attende. Lors de la rediffusion du concert, j'ai eu un sentiment de nostalgie, heureuse de pouvoir revivre le concert auquel j'avais assisté quelques jours auparavant.

Néanmoins, la réalisation du concert m'a déçu. Le changement de caméra était étrange et souvent non pertinent malgré les neuf caméras utilisées. De plus le cadrage était aléatoire et me donnait l'envie d'arrêter de regarder le concert. J'aurais aussi voulu voir d'avantage le public. De plus, une des caméras placées à l'arrière de la scène, visant le public, tremblait à cause des basses. Même si je trouvais cela déstabilisant, j'ai apprécié l'idée. Malheureusement la caméra était moins performante que les autres ce qui finalement gâchait l'effet. Concernant le son, le mixage était également aléatoire et le public gênait à certain moment l'expérience sonore. Il m'est donc souvent arrivé de zapper des moments pour voir des chansons qui me plaisaient plus. Cliquant au hasard, j'arrivais souvent en plein milieu d'une chanson alors que j'aurais souhaité l'écouter depuis le depuis. L'idée d'avoir des timecodes trouve toute sa valeur.

Enfin, sur une heure de concert, seul 20 minutes sont disponibles en rediffusion ce qui est frustrant. Sur les 23 concerts qui ont eu lieu à We Love Green, seul 4 sont disponible en rediffusion dont 3 en intégralité. Parmi ces trois concerts, il y a King Krule, 10LEC6 et Beck, trois groupes qui ne faisaient pas partie des têtes d'affiches. Cela peut être dû à des problèmes de droit de captation et de rediffusion mais créer de la frustration.

Je déplore aussi le manque d'information puisque j'ai pu prendre connaissance de la diffusion du concert par Arte Concert via deux personnes porte-drapeaux présentes sur le festival. Il aurait pu être intéressant d'avoir plus d'informations sur cette diffusion via notamment l'application du festival. »

Cette expérience a permis de voir qu'il y a clairement une rupture entre le vécu d'un festival et la possibilité de le revivre. Cette dernière expérience n'étant pas concluante ne m'engage pas à réutiliser l'application web d'Arte Concert pour voir des rediffusions de concert, le niveau de l'expérience visuelle et sonore n'étant pas à la hauteur pour ce festival.

« Chaque année, Arte Concert est présent lors du Hellfest, le festival de musique « métal » en France. Ne pouvant y assister à cause du prix, de l'éloignement et de disponibilités, j'ai suivi le festivals grâce à la page Facebook d'Arte Concert. Partenaire officiel du concert, ils ont couvert quasiment tout le festival en diffusant via Facebook Live les concerts du Hellfest. L'avantage d'utiliser le LIVE Facebook, est la notification reçue sur son portable et sur son propre compte Facebook pour chaque diffusion. Même si je n'ai pas pu regarder tous les concerts, j'en ai suivi une bonne partie.

Arte commençait les live avant le concert, cela permet de pouvoir voir l'installation mais aussi l'ambiance du public avant le concert. Au moment où le concert commence, Arte lance un générique préparé en amont qui permet d'annoncer le groupe. Ce générique fait monter l'impatience et l'excitation de pouvoir assister au concert même si on n'est pas sur place. Ensuite le concert commence. La réalisation est souvent meilleure que ce qui a été lors du concert de Lomepal. Même si souvent le mixage son n'est pas de qualité car on entend beaucoup le public, le fait de pouvoir partager en direct avec d'autres personnes nous inciter à rester sur le live. On peut notamment voir le nombre de personnes connectées ainsi que ses propres « amis » Facebook et commenter en direct. Je trouve cette option intéressante, permettant de connaitre les personnes qui aiment le même genre de musique mais également de pouvoir partager directement le concert en échangeant par message. Souvent je ne suis pas un concert en entier car je souhaite faire autre chose en même temps. Ainsi, si le concert et la scénographie sont intéressante, je le regarde pendant 20-30 minutes puis je laisse le concert en fond sonore pendant que je fais autre chose, puis je reviens de temps en temps sur le concert pour me remettre dans l'ambiance et voir l'évolution. Il m'arrive de revenir sur le concert lorsque notamment j'apprécie une chanson. »

Ces trois témoignages personnels permettent de mettre en avant la différence entre les expériences vécues : vivre le concert en LIVE, vivre le concert en DIFFERE et vivre le concert en LIVE à distance. A travers ces expériences, on remarque que l'aspect social est important mais aussi la qualité sonore et visuelle qui semble être les trois piliers pour les trois expériences ainsi que les vibrations pour l'expérience LIVE sur place.

Afin de pouvoir échanger à propos du ressenti et du prototype actuel (n°3), j'ai discuté avec Julien Vieira qui, dans le cadre de son travail de Directeur Artistique, fait face à la problématique de l'accessibilité, tout particulièrement sur le web, quotidiennement.

Julien approuve l'idée d'avoir un découpage du live pour chaque chanson. Il souhaiterait même avoir un bouton aléatoire dans le choix des chansons afin d'avoir un esprit de tracklist qui permet de ne pas avoir une expérience linéaire mais plus flexible. Il est très intéressé par les disques vibrants mais aimerait qu'ils aient également des options permettant de les activer et les désactiver. Lui ayant parlé du problème de spatialisation de l'expérience, il propose d'utiliser la domotique. Selon Futura Sciences[84], la domotique est *« L'ensemble des technologies de l'électronique de l'information et des télécommunications utilisées dans les domiciles. Elles visent à assurer des fonctions de sécurité, de confort, de gestion d'énergie et de communication qu'on peut trouver dans une maison. »* La domotique permet de rendre une « maison intelligente », c'est-à-dire qu'elle fait des actions sans que l'humain ait manuellement à le faire. Son application peut aller de la télécommande du téléviseur, aux portails automatiques en passant par les détecteurs de mouvements ou la gestion automatique du chauffage et de la climatisation. La domotique, aussi

[84] Selon le dossier *« La domotique, pour une maison intelligente »*, 7 février 2016, Futura

appelé « Smart Home » commence à conquérir le marché notamment grâce à l'Internet des Objets[85]. L'IoT *« regroupe les objets et équipements connectés à internet et les technologies qui s'y rapportent et, par extension l'universalité de tout ce qui peut être connecté via le réseau Internet pour recevoir et/ou émettre des données*[86] ». Comme exemple, on peut retrouver les thermostat, détecteurs de fumées ou une bouilloire. Julien propose différentes possibilités qui pourraient s'appliquer à la solution : les lumières connectées, le thermostat connecté ou encore le diffuseur connecté. Un autre objet auquel on ne pense pas mais qui fait parti de l'IoT est l'assistant connecté tel que Alexa d'Amazon ou la Google Home. Afin de pouvoir contrôler tous ces objets à distance, il est nécessaire d'avoir une API[87]. Une API est donc une interface de programmation permettant d'échanger des données avec des objets et de programmer des actions. Par exemple si « il est 7 heures », alors « allumer la bouilloire » afin d'avoir un thé chaud lorsqu'on se lève. Julien évoque notamment l'API IFTTT dont il se sert personnellement.

[85] terme original anglais **IoT** : Internet Of Things

[86] selon l'article *« Qu'est-ce que l'IoT ? Définition de l'IoT, l'Internet des Objets »*, 20 juillet 2017, ItSocial

[87] **API** : Applications Programming Interface

A partir des témoignages personnels et de la discussion avec Julien, il est possible de concevoir un quatrième prototype. Ce prototype est à nouveau composé de deux dispositifs. Le dispositif interne désignant l'application et contenant différentes options dont la multi-cam (avec au minimum 5 caméras), la caméra 360°, le son binaural, le chant-signe, l'audiodescription, la discussion vocale entre les utilisateurs, la scénographie (en couleur), le cast, le timecode pour les chapitres, le contraste de la luminosité et la connexion IoT qui permettra par exemple si l'utilisateur possède des lumières de reproduire la couleur et l'intensité lumineuse de la scénographie. Le dispositif externe est composé de 6 disques vibrants avec les bracelets aimantés.

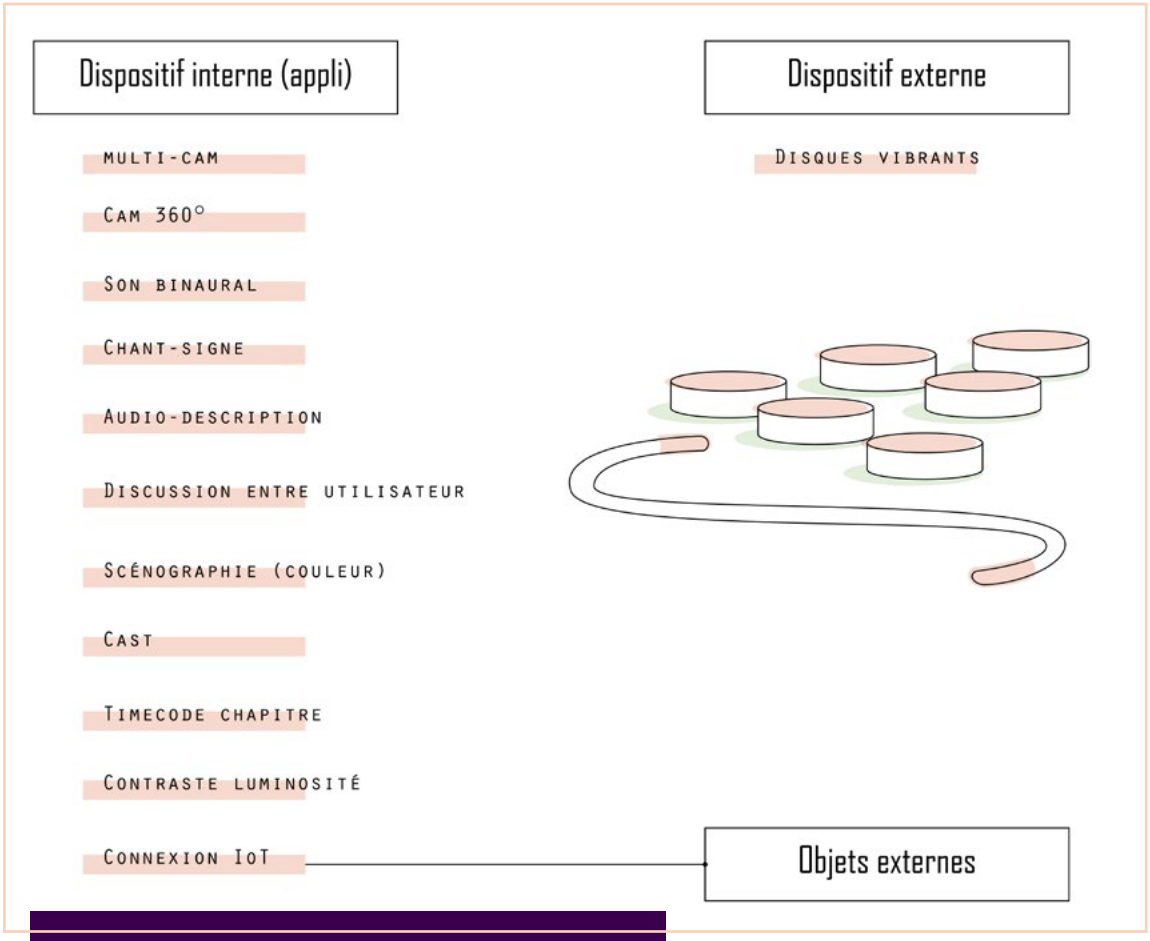


FIG.5 - PROTOTYPE N°4

Ce dispositif a été présenté à un jury de professionnels internes à l'école qui a apprécié le concept mais qui trouvait dommage qu'il n'y ait pas une partie réalité virtuelle[88] malgré la présence d'une vidéo 360. Cette option avait volontairement été mise de côté compte tenus des nombreuses contraintes. La réalité virtuelle est mal supportée par de nombreuses personnes avec les technologies actuelles et son utilisation demande de posséder un casque VR. En 2017[89], 26.5 millions de casques ont été vendu dans le monde. C'est presque le double par rapport à 2016 où le nombre atteignait les 14,9 millions mais ce chiffre reste faible à l'échelle mondiale. Il pourrait y avoir les cardboard comme alternative, carton servant de visionneuse pour le vidéo en VR, mais cette solution entraine un coût supplémentaire et n'est pas fait pour un visionnage de longue durée contrairement aux casques de réalités virtuelle qui permettent aussi l'interaction avec l'utilisateur. Néanmoins, vivre l'expérience en VR représente un réel intérêt justifiant de pouvoir proposer cette possibilité. Pour éviter d'avoir un nouveau dispositif externe à développer et intégrer ce dispositif à la solution, l'idée serait que ladite solution propose une expérience totalement adaptative ne se limitant pas uniquement à une application présentant des options activables.

[88] aussi nommé **VR** pour Virtual Reality

[89] selon Statista « *étude des ventes mondiales unitaires de visiocasques de réalité virtuelle entre 2014 et 2018* », 2018

1.3 Du prototype papier à la réalité

Un prototype issu d'un processus UX, une solution adaptable à ses envies, ses besoins et ses moyens

Finalement la phrase résumant la solution est une solution adaptée à ses envies, ses besoins et ses moyens. Ses envies car en fonction de son humeur et de ce que l'utilisateur recherche, car il y a la possibilité d'activer/désactiver les options et placer les disques comme l'utilisateur le souhaite. Ses besoins car en fonction de sa situation il peut avoir besoin d'activer certaines options pour profiter au maximum de l'expérience. Ses moyens car l'utilisateur peut modeler l'expérience en fonction de ce qu'il possède déjà et des moyens dont il dispose.

On peut ainsi distinguer plusieurs niveaux d'usage. Le cas d'usage minimum est l'utilisation de l'application avec un des écouteurs ou de préférence un casque. Le niveau suivant est la possibilité de caster le concert s'il possède un autre écran comme celui d'un ordinateur ou d'une télévision par exemple. Le troisième niveau est le son binaural global s'il possède un home cinéma. Avec les disques vibrants, l'utilisateur profite d'une expérience corporelle qui est 4ème niveau. Ensuite si l'utilisateur possède un Home Pod/Alexa/Google Home, il peut utiliser la commande vocale. Le 6ème niveau est la réalité virtuelle si l'utilisateur possède un casque VR ou un cardboard. Le niveau suivant est la scénographie augmentée avec les lumières connectée. Le dernier niveau est la connexion avec les autres objets du domaine de l'IoT comme un thermostat ou un brumisateur connecté.

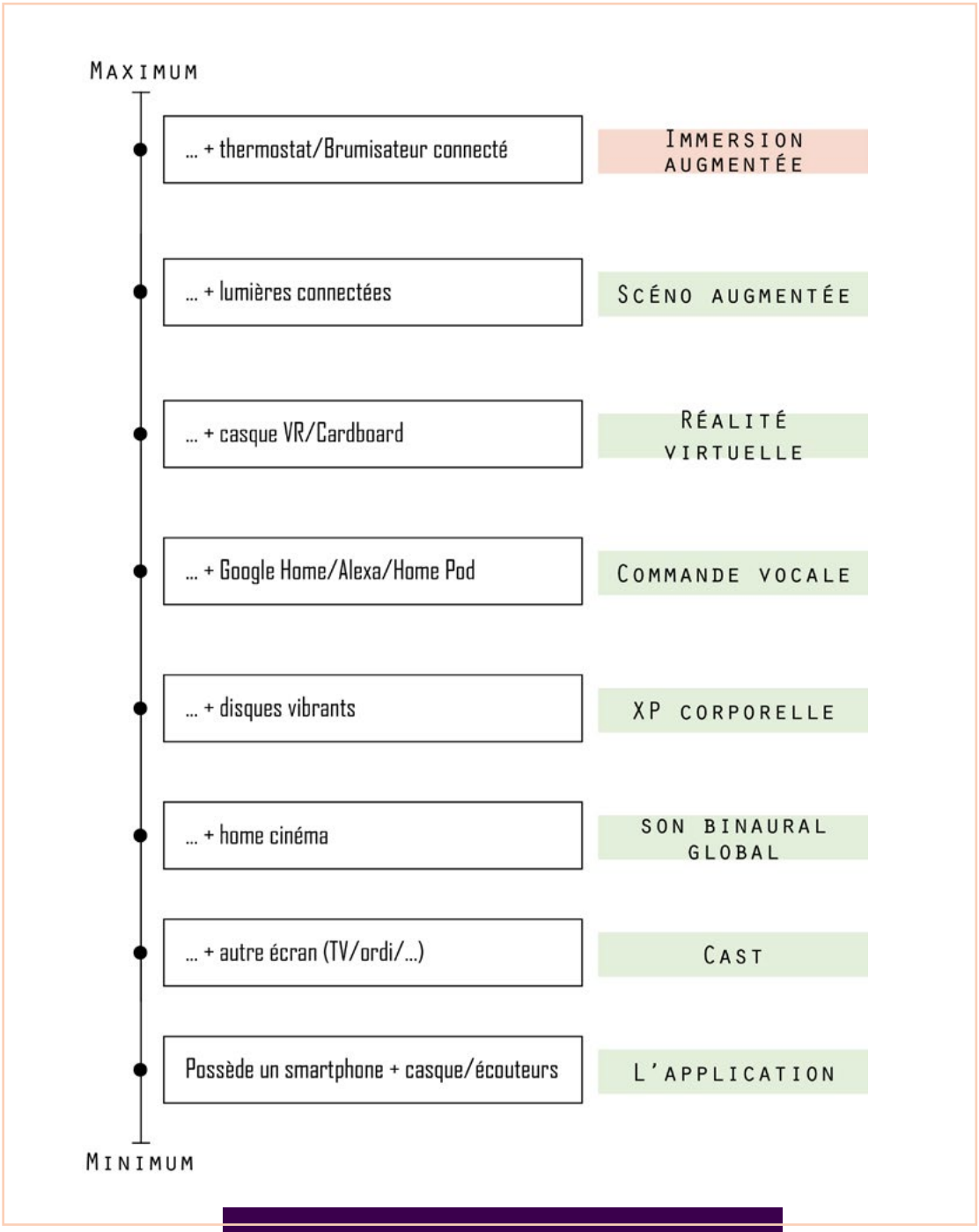


FIG.6 - LES NIVEAUX D'EXPÉRIENCE DE LA SOLUTION

Afin de pouvoir vérifier l'utilité de la solution, deux derniers entretiens ont été réalisé.

Le premier entretien était avec Patrick LAVAL.
Patrick, professeur de Langue des Signes, est fortement malentendant. Afin de pouvoir échanger avec lui, Florence a accepté de faire l'interprète. Cela a aussi permis d'avoir son avis sur le dernier prototype. Patrick écoute souvent de la musique et écoute la radio dans la voiture. Il va très rarement aux concerts tout en souhaitant le faire plus souvent. Y aller seul est peu intéressant et y aller avec ses amis sourds est difficile à réaliser. En ce qui le concerne, la dimension sociale est très importante. Il aime être accompagné par un ami plutôt que par un accompagnateur. Il préfère l'audition aux les vibrations. Il a déjà expérimenté

le plancher en bois produisant des vibrations et il trouvait le système intéressant. Mais il ne comprend pas pourquoi les personnes (sourdes ou non) vont devant les basses, il trouve qu'elles sont trop forte et se demande comment les entendants les supportent. Il regrette qu'il y ait trop peu de concerts en chant-signe, moyen qui enrichit réellement la prestation d'après lui et qu'il apprécie. Patrick regarde des concerts en rediffusion, notamment à la télévision mais aussi sur Youtube. Il préfère les regarder sur sa tablette avec un casque plutôt qu'à la télévision afin de ne pas importuner les voisins de son appartement.

Patrick souhaiter essayer le prototype mais, n'arrivant pas à se projeter dans les sensations produites, il ne sait pas s'il pourrait adopter la solution. Durant l'entretien, on a pu ressentir que Patrick vit complètement avec le handicap et qu'il s'y ait résigné et, à moins d'être convaincu, ne souhaite pas compter sur des « on-dit ». Florence de son côté a été très intéressée par l'aspect de pouvoir adapter la solution à ses envies, ses besoins et ses moyens. Elle renouvelle son enthousiasme quant au projet et à la solution.

Le dernier entretien que j'ai mené fait partie de ces rencontres qui marquent. Pour comprendre un possible futur utilisateur, il faut s'intéresser à son histoire.

Coralie Smeers, plus connue sous le nom d'artiste Lostmemory, est une auteure de BD belge, activité qu'elle a commencée pour expier son handicap et sensibiliser le grand public aux différents aspects du handicap.
Coralie est handicapé moteur. Ne pouvant plus marcher et ayant perdue la force de ses bras, elle dépend d'un fauteuil électrique. Son handicap s'est déclenché suite à une erreur médicale. Depuis qu'elle est jeune, elle a le syndrome de MRKH qui est une malformation du vagin pour laquelle, elle s'est fait opérer. L'intervention s'est soldée par une erreur médicale entrainant plusieurs opérations réparatrices à la suite de cet évènement. Puis son état de santé s'est dégradé provoquant le déclenchement du syndrome d'hypermobilité et une maladie hypercondriale. Ces deux pathologies peuvent se déclencher suite à un choc traumatique et psychologique qui dans son cas sont liées à l'erreur médicale.

[90] **MRKH** : Mayer-Rokitansky -Küster-Hauser

Elle avait 16-17 ans à l'époque et depuis son état se dégrade. A 17 ans, elle était en fauteuil roulant tout en pouvant faire quelques pas alors que depuis 2 ans elle ne peut vivre sans. *« Au niveau de l'adaptation ça a été compliqué et difficile. Ce n'est pas le handicap que j'accepte mal mais c'est la société (NDLR : belge dans son cas) qui actuellement n'est pas adaptée. Dans ma ville, plus de la moitié des commerces ne sont pas accessible. Rien que de traverser le premier trottoir je ne peux pas le descendre sans aides. Je pourrais accepter le handicap si la ville était accessible. (...) Je ne peux pas prendre les transports en commun donc je suis obligé d'être accompagné. »* Coralie n'aimait pas dessiner lorsqu'elle était enfant. Pendant la période d'hospitalisation et faute d'occupation compte-tenu de son état, elle s'est mise au dessin, ce qui est devenu une passion *« J'ai commencé à dessiner avec une BD autobiographique car c'était important pour moi et en plus il faut faire reconnaitre l'erreur médicale et c'est peu reconnu par l'état*[91]*. J'ai trouvé un autre moyen pour obtenir cette reconnaissance. »*

[91] En France l'erreur médicale est aussi peu reconnue par l'Etat

Coralie ne pouvant travailler et reconnue inapte utilise donc le dessin pour sensibiliser au handicap sous toutes ses formes *« Quand j'ai commencé ma BD, je n'ai pas trouvé de témoignages. Je me suis dit que je pouvais apporter quelque chose en partageant mon expérience »*. Mais son handicap est toujours présent puisque *« je ne peux pas dessiner longtemps et je dois faire des pauses toutes les 10/20*

minutes puis je reprends. » En Belgique, ils ont aussi le droit à l'AAH néanmoins les modalités de remboursements des soins, médicaments et équipements sont moins avantageux. Un désavantage qu'on retrouve au niveau du logement puisque les personnes handicapées en Belgique n'ont le droit de demander des aménagements qu'une fois dans leur vie.

Pour les sorties, elle va uniquement dans les magasins accessibles à son handicap. *« Je ne peux pas dire « Ah je vais faire une balade là ». Tout est calculé et je dois me renseigner à l'avance. Je sors qu'avec des personnes en qui j'ai entièrement confiance, alors qu'avec mes anciens amis j'avais l'impression d'être un poids. Je vais souvent aux mêmes endroits : hôpital, bars, magasins près de chez moi. ».*

En tant qu'auteur de BD, Coralie a.k.a Lostmemory est invitée chaque année à la Japan Expo, événement sur la culture japonaise et malgré le fait que Paris soit plus accessible que sa ville en Belgique, c'est un parcours du combattant. « *Quand je pouvais faire quelques pas, je pouvais y aller et prendre les transports en commun parce que je pouvais prendre l'escalier. Alors que maintenant je dois prendre un hôtel proche et des transports adaptés. Au niveau budget c'est beaucoup plus compliqué* ». Même pendant l'événement, elle doit faire attention à tout l'environnement car il lui est arrivé que les gens lui *« tombent dessus ou casse mon fauteuil »*. Elle privilégie donc les petites allées où il y a moins de public et longe les murs. Elle fait aussi attention à ne pas cogner dans un tibia, comportement que j'ai retrouvé lors des festivals We Love Green et Rock en Seine de la part des deux personnes en fauteuil roulant que j'ai rencontré. Mais elle déplore le comportement de certaines personnes notamment des cosplayers qui rentrent dans les toilettes handicapées et qui y restent jusqu'à 20 minutes. Ce n'est pas pour Coralie que c'est le plus gênant mais il faut savoir que beaucoup de personnes en fauteuil sont incontinente.

Coralie aimerait aller à des concerts mais elle craint qu'une fois sur place, les lieux ne soient pas accessibles, qu'elle soit mal placée ou qu'elle ne puisse pas en profiter. Mais ça l'intéresserait d'autant plus que ça la sortirait de son quotidien. Elle raconte qu'il y a peu de temps, il y avait une personne qui était en fauteuil roulant qui avait gagné une place de concert. La personne avait prévenu qu'elle était en fauteuil et on lui avait assuré que la salle était accessible. Mais une fois sur place, ils ont changé la salle et comme il y avait un escalier, elle n'a pas pu accéder au concert. Elle regarde des rediffusions de concert notamment sur Youtube. Elle visionne aussi quelques fois à la télévision mais uniquement pour les grands événements caritatifs. Elle possède un smartphone mais son utilisation lui est difficile. Elle est donc quasiment tout le temps sur l'ordinateur.

Coralie a été très enthousiaste lors de la présentation du concept et des différentes possibilités du prototype n°5. Elle trouve que la solution pourrait intéresser tout le monde, personnes ayant un handicap ou non. Mais elle pense que cela pourrait aussi intéresser d'autres utilisateurs qui n'avaient pas été évoqué : les personnes hospitalisées (pour une courte ou longue durée). En effet, celles-ci ne peuvent pas se déplacer, tout comme les personnes tétraplégiques et cela leur permettrait de vivre une expérience.

Coralie souhaiterait pouvoir essayer la solution. Elle aime le fait que tous les sens soient mis en éveil, qu'il y ait la caméras 360° et surtout les vibrations. Elle apprécie aussi l'aspect de pouvoir voir les coulisses (NDLR : lui ayant expliqué que parmi le multi-cam, il y aurait des caméras dans les coulisses).

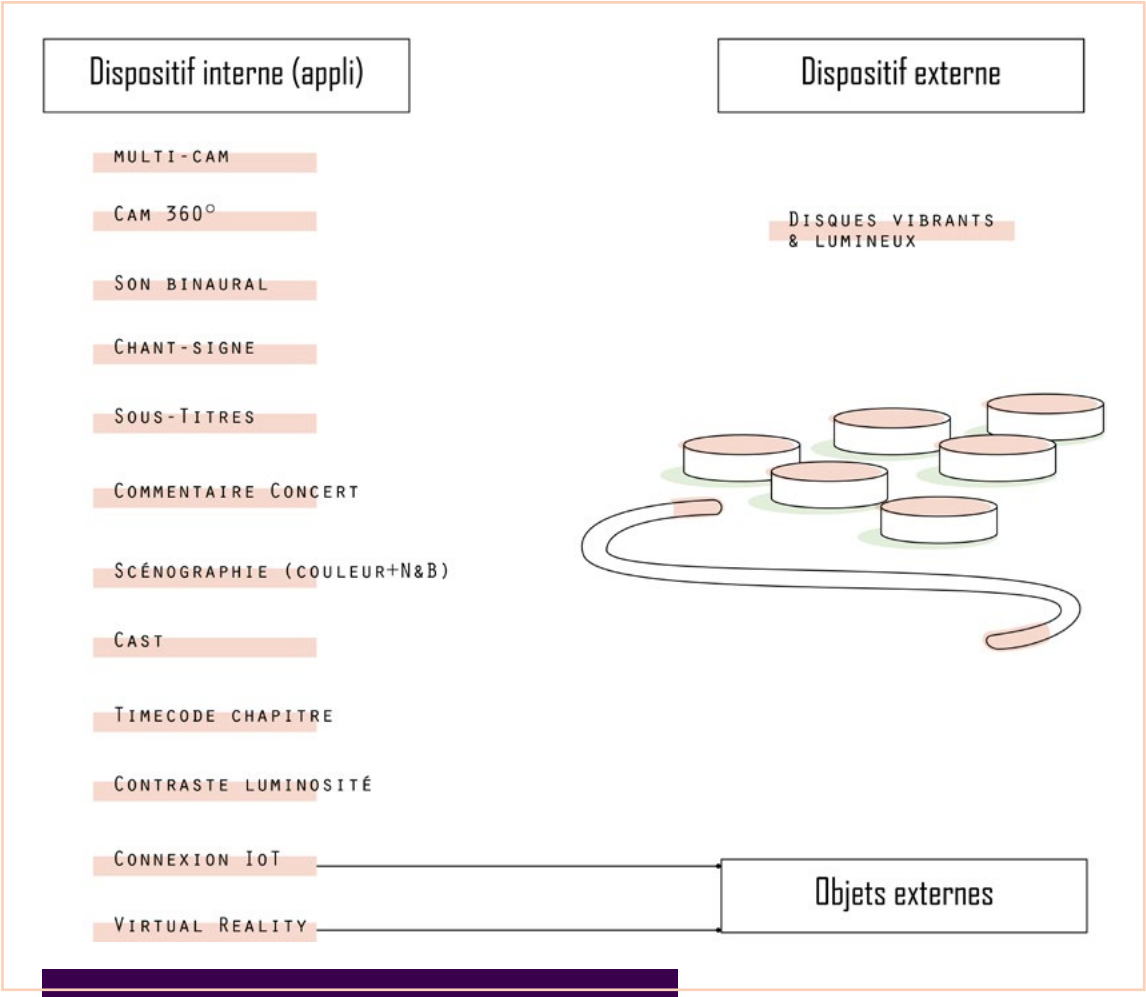


FIG.7 - PROTOTYPE N°5

Elle ne pense pas qu'elle regarderait les concerts en entier à cause de la longueur mais elle souhaiterait mettre sur pause et pouvoir revenir plus tard au même endroit. Elle trouve que les marqueurs de timecode sont donc légitimes. Concernant les disques vibrants, elle en verrait bien de différentes formes et grosseurs qui pourraient facilement s'adapter. Elle précise aussi qu'il faut pouvoir réduire l'intensité parce que certaines personnes ont une sensibilité hyper cutanée et trop de vibrations pourraient nuire à l'expérience, point qui n'avait pas été évoqué et qu'il faut retenir.

Ces entretiens ont permis de valider définitivement le concept de la solution choisie. Mais pour pouvoir s'assurer d'aller dans la bonne direction, différents outils UX[92] (Expérience Utilisateur) ont été mis en place durant tout le parcours de réflexion et de prototypage.

[92] **UX** : User Experience

II Des outils UX pour se projeter

Le premier outil a été l'Empathy Map. Une Empathy Map permet de structurer le profil du client en acquérant une meilleure compréhension de son environnement, de son comportement, de ses préoccupations et de ses aspirations. Cet outil permet d'avoir une vision claire de son utilisateur et de guider la réflexion vers une possible solution. La complexité de ce travail dans notre cas est que le profil de l'utilisateur n'est pas unique. L'Empathy Map va donc être basé sur les personnes ayant un handicap moteur et sensoriel qui sont la base de notre réflexion puisque c'est le type de public qui rencontre le plus de problèmes. Les différentes rencontres, entretiens et recherches ont permis de pouvoir enrichir l'outil. Ainsi leurs besoins se résumeraient à pouvoir accéder aux salles de concerts et aux festivals. Mais ils voient que peu d'actions sont menées concrètement et qu'il y a un fossé encore très présent entre les personnes valides et les personnes en situation de handicap que se soit au niveau physique mais aussi des mentalités. Ils souhaiteraient pouvoir profiter « comme les autres », que les lieux soient adaptés et qu'ils ne soient pas obligé de se priver de vivre des expériences musicales. Ils ne veulent plus devoir mettre en place toute une organisation complexe en amont dans l'espoir de pouvoir accéder aux concerts. De plus, une fois dans les concerts, l'inclusion n'est pas automatique et ils peuvent se sentir gênant pour les autres.

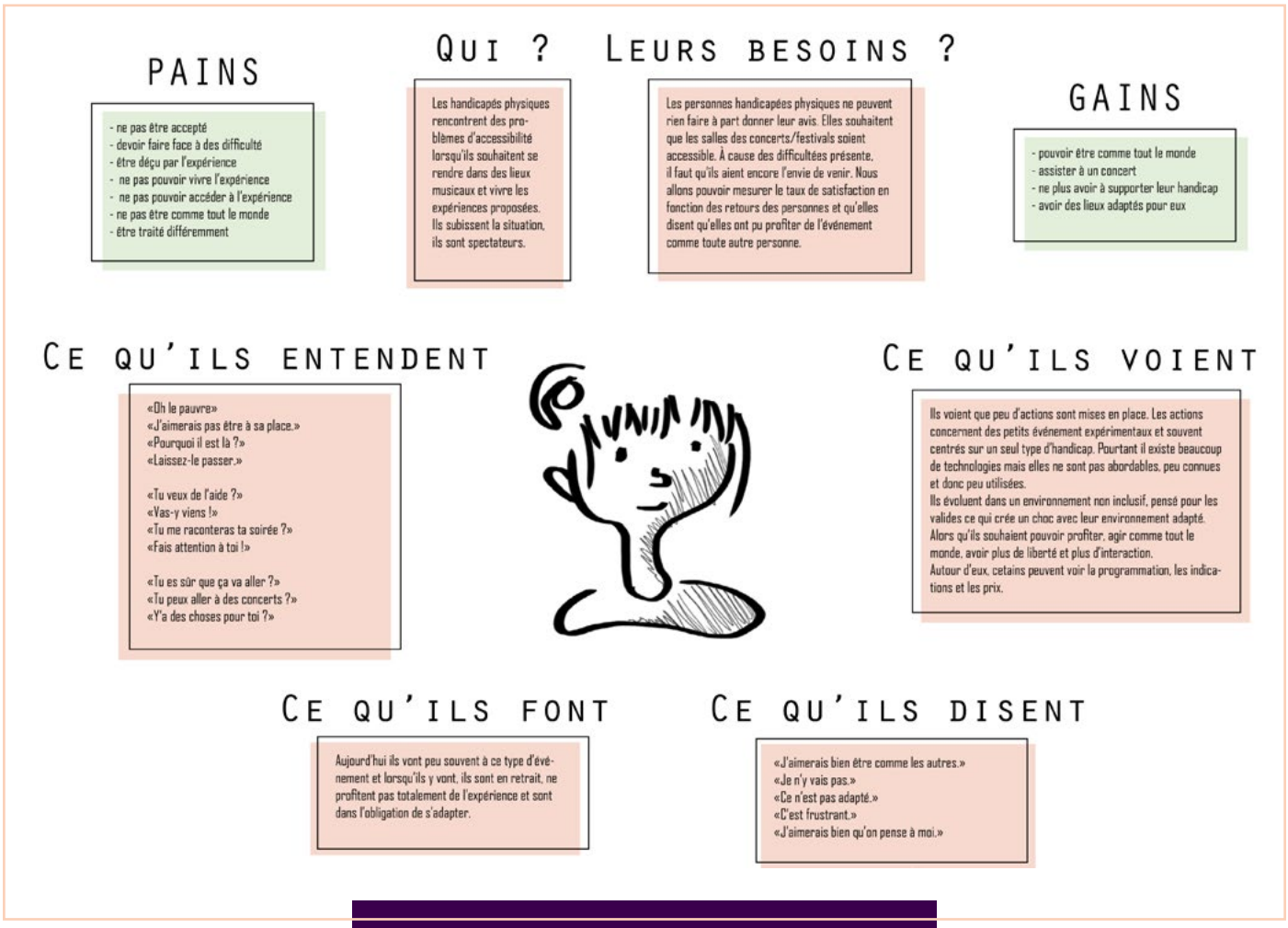


Fig.8 - Empathy Map

Une fois l'Empathy Map réalisée, il est important de s'intéresser à l'expérience que vit actuellement notre cible, avant la proposition d'une solution. Toujours dans l'idée de se baser sur « une minorité pour satisfaire la majorité », la User Journey est basée sur les personnes ayant un handicap physique et sensoriel. La User Journey, aussi appelé l'Experience Map permet de visualiser l'expérience globale d'un utilisateur lambda qui souhaite accomplir un but et ainsi de comprendre les comportements qui ont lieu.

L'expérience de notre User Journey se résume donc à une personne ayant un handicap physique ou sensoriel et qui se rend à un concert ou à un festival. La première étape, l'utilisateur est chez lui, dans un endroit connu et maitrisé. Il s'y sent donc à l'aise. Ensuite il se déplace et commence à rencontrer les premiers obstacles comme la non-accessibilité des rues avec les trottoirs, les poubelles, les travaux mais aussi les problèmes d'accessibilité des transports évoqué lors de nos précédentes recherches (exemple : présence de marches, pas d'indication sonore, personnes non formées aux problèmes d'accessibilité). Il se peut donc que la personne fasse appel à un taxi (souvent spécialisé), ce qui entraine un coût. Le seul aspect positif du déplacement est d'être accompagné par un proche. Le fait d'avoir un accompagnateur rassure la personne ayant un handicap mais dans le cadre d'un concert ou d'une activité culturelle, les personnes préfèrent y aller avec des proches, réduisant l'impression de dépendance. Une fois le déplacement réalisé, il y a l'accès au lieu.

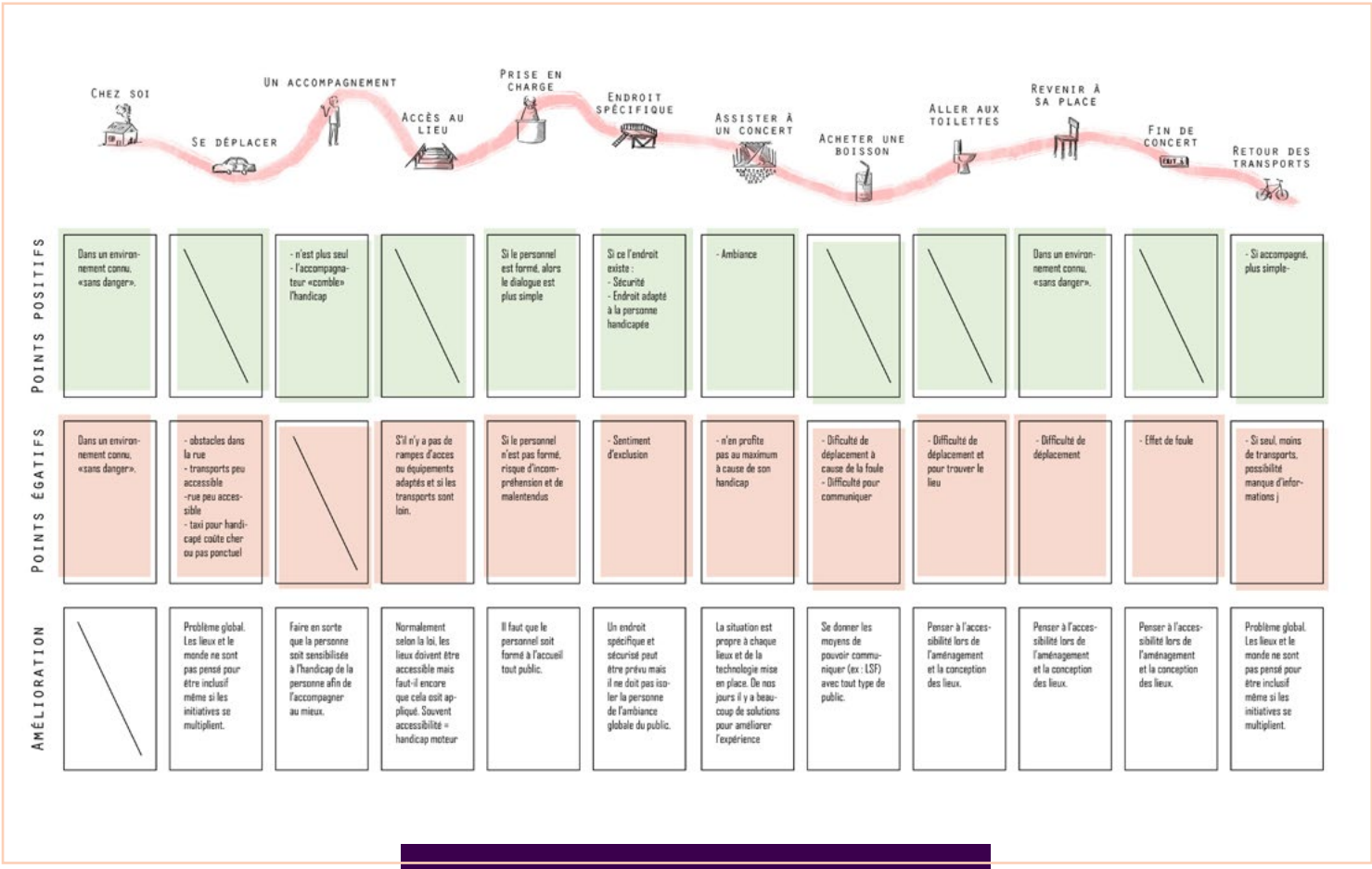


Fig.9 - aperçu de la User Journey

Cette expérience peut être très aléatoire car, comme vu précédemment, toutes les salles n'appliquent pas la loi de 2005 qui impose l'accessibilité des ERP et certaines font le strict minimum. Les festivals n'étant pas soumis à cette réglementation, l'accessibilité du lieu est soumise à leur volonté. Après l'accès au lieu, il y a l'accueil. La formation du personnel à l'accessibilité n'est pas obligatoire, seule une formation sur l'accessibilité est fournie aux managers adhérents notamment par la CSFLM. Ainsi la prise en charge peut être une expérience positive si la personne est sensibilisée aux handicaps.

L'accessibilité selon la loi concerne les lieux mais pas l'expérience musicale. Ainsi, c'est au bon vouloir des organisateurs des lieux de mettre en place des endroits ou des technologies (exemple : boucle magnétique) spécifique pour permettre aux personnes ayant un handicap de pouvoir profiter de l'expérience. Cela influe donc directement sur la motivation d'assister au concert. L'éloignement du concert ou des amis, le type de handicap, la sécurité pour la personne handicapée sont des éléments qui vont influencer le vécu du concert. Il se peut que pendant le concert, la personne veuille acheter une boisson ou aller aux toilettes. Dans les deux cas, elle va rencontrer des problèmes de déplacement et de communication avec autrui. Ensuite elle devra retourner à sa place qui sera un nouvel obstacle mais qui sera récompensé une fois avoir accédé à l'endroit si celui si est spécifique et permet de pouvoir « respirer ». Enfin le concert se termine et la personne doit faire face à l'effet de foule avant de réussir à prendre le chemin du retour. Cette étape est le reflet de la première mais peut être encore plus difficile si elle s'effectue en soirée d'autant plus si le trajet se fait par les transports en commun. Si elle est accompagnée, le retour est facilité.

Ce User Journey montre que l'action d'aller et d'assister à un concert pour une personne en situation de handicap est très aléatoire et dépend de beaucoup de facteurs. Néanmoins les problèmes rencontrés sont nombreux et il est difficile de pouvoir avoir une influence sur ces points noirs, notamment ceux concernant l'accessibilité des salles et des transports.

Le troisième outil mis en place est MoSCoW. Ce nom est un acronyme pour : Must Have, Should Have, Could Have, Won't Have. Cet outil, ne pouvant être utilisé qu'une fois le concept de la solution choisi permet de détailler les différentes étapes de réalisation du prototype. Cet outil est une base dans le cadre de la méthode Agile. Le principe est de préférer avoir un projet incomplet mais fonctionnel plutôt qu'un projet complet mais ne répondant pas aux attentes. Le premier MOSCOW a été réalisé suite à la première vague d'entretiens avec le prototype n°2. A ce moment, aucune possibilité n'a été écarté. Un deuxième MOSCOW a été réalisé d'après le prototype n°5 et il est intéressant de voir l'évolution entre les deux. D'après tous les échanges à propos du concept de la solution, dans sa première version celle-ci devra obligatoirement avoir le montage vidéo et le son qui sont la base du streaming. L'immersion étant le principe au cœur de notre solution, le son devra donc être binaural. L'autre « must have » de notre solution est les disques vibrants et lumineux qui sont l'un des composants principaux de celle-ci selon les avis des différentes personnes qui ont donné leur avis sur les prototypes. La solution devra aussi avoir la vidéo 360° avec la possibilité de vivre l'expérience en VR car cette option a été demandé spontanément par la majorité des interrogés. Toujours dans cette optique d'immersion, la taille d'écran des smartphones et des tablettes limite l'expérience. Il est donc impératif d'avoir l'option de cast. À la vue des habitudes d'usages des personnes, il est nécessaire d'avoir des time codes pour

donner des repères concernant les différentes chansons mais aussi les différents événements qui se passent durant le concert. Enfin, le point qui est revenu durant les sondages et les entretiens est l'interaction entre les utilisateurs et notamment avec leurs proches qui se traduirait par le chat vocal et un système d'invitation. Ces différentes fonctionnalités sont nécessaires à la solution pour qu'elle puisse attirer et donner envie aux personnes de l'acheter et de l'utiliser. Néanmoins pour être complet la solution devrait aussi avoir la fonctionnalité de Multi-cam qui permettrait à l'utilisateur d'être omniscient, de pouvoir commenter à tout moment le concert et voir les commentaires des autres utilisateurs, de choisir uniquement la scénographie[93], de pouvoir modifier les contrastes et la luminosité et enfin de pouvoir utiliser les éléments connectés de son environnement grâce à une connexion IoT et au système de disques à intensité modulable.

[93] la scénographie dans ce cas désigne la vidéo diffusée comme support pour les artistes lors d'un concert

Ensuite, la solution pourrait avoir un module qui permet de savoir quelles salles et festivals sont accessibles en fonction des situations. Néanmoins, suite aux différents échanges, la solution n'aura pas de flashs lumineux qui ne convainc pas les interrogés, ni de diffuseurs d'odeur car cette option n'apporte rien et risque de ternir l'expérience à défaut de la renforcer. La solution ne diffusera pas en direct compte-tenu des contraintes techniques et enfin l'option d'audiodescription est abandonnée car elle n'est pas pertinente et demande de l'investissement pour peu de résultat, l'audiodescription étant très critiquée car casse l'expérience selon les personnes malvoyantes et aveugles.

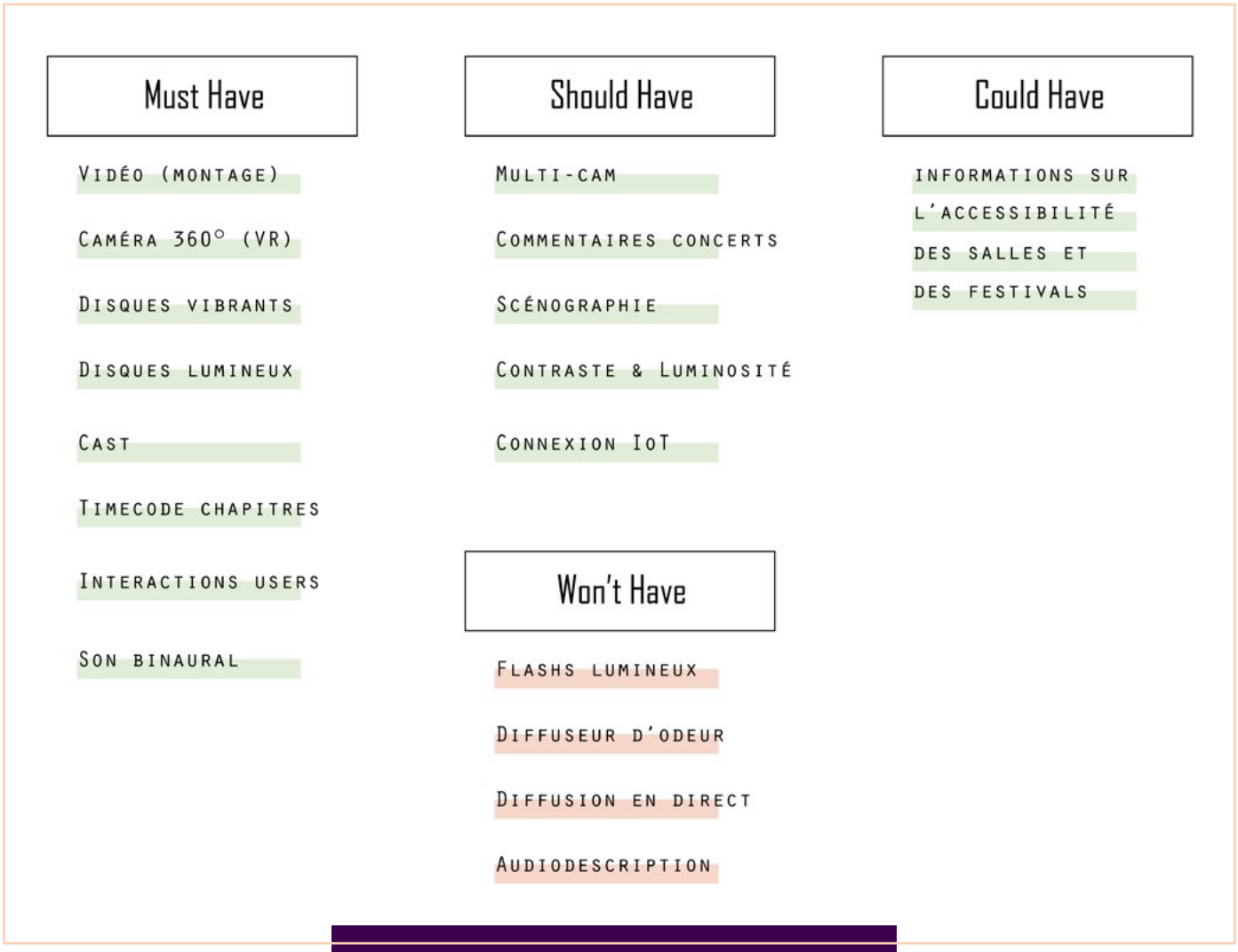


Fig.10 - Version 2 du MOSCOW

Le dernier outil mis en place concerne les personas. Un persona est un personnage imaginaire représentant un groupe ou un segment cible permettant de guider le développement du projet en se rapportant à son persona. La réflexion menée depuis le début se base sur la population qui a le plus de problèmes pour accéder à une expérience afin qu'elle puisse convenir au plus grand nombre. Dans cet objectif, une base de 4 personas dont trois représentant un des handicaps sur lequel est basé la solution (visuel, auditif, moteur) et une personne valide.

Pour résumer nous avons donc Ariane, une jeune femme de 31 ans qui est malentendante. Son ouïe, sûrement d'origine génétique, s'est dégradée peu à peu mais elle arrive à compenser au quotidien, notamment grâce à la lecture labiale. Ariane élève seule sa fille de 4 ans ce qui lui prend tout son temps et son énergie en dehors de son travail qui l'aide à subvenir financièrement aux besoins. Elle aimerait pouvoir aller plus souvent à des concerts mais la fatigue, le manque de temps et la garde de sa fille l'en empêche.

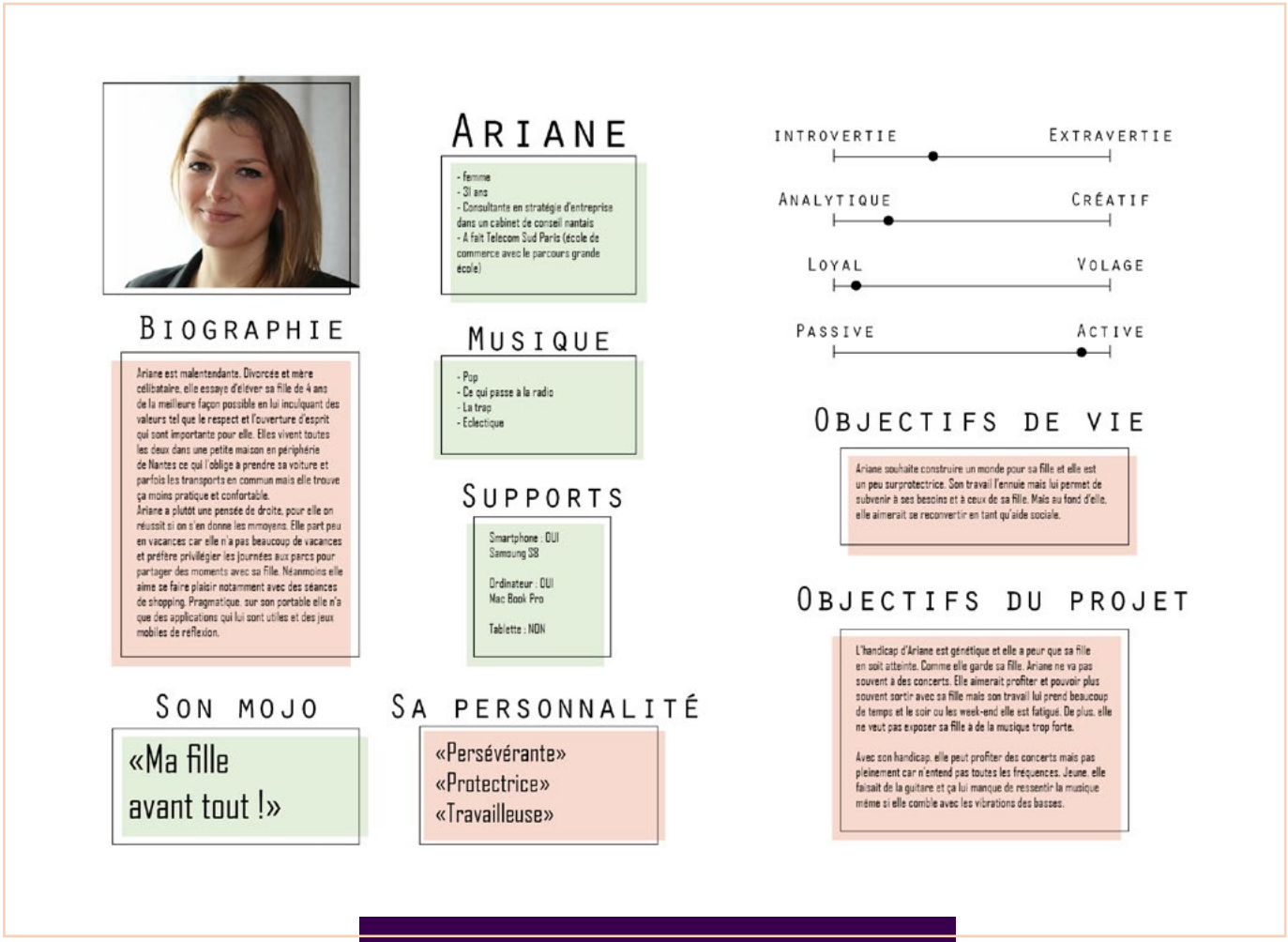


Fig.11 - Aperçu d'un persona

Notre deuxième persona est Gaëtan. C'est est un jeune étudiant en architecture d'intérieur qui aime profiter de la vie, notamment avec ses amis et sa copine. Bien qu'il aime sortir, Gaëtan a souvent des difficultés à finir les fins de mois et doit se priver malgré ses envies d'essayer de nouvelles expériences et faire des découvertes, bref sortir du quotidien.

L'histoire de Naïma est plus compliquée. Valide jusqu'à l'âge de ses 14 ans, elle perd l'usage de ses jambes suite à un accident de voiture. A partir de ce moment, elle peut se déplacer uniquement en fauteuil roulant. Ce changement brutal a compliqué ses relations sociales et elle a perdu nombres de ses amis, son copain y compris. Naïma ne fait pas beaucoup d'activités culturelles et ne part pas en vacances car lui demandant de l'organisation et un accompagnement. La situation qu'elle vit l'insupporte au quotidien et elle cherche à avoir une revanche sur la vie, d'où son envie de devenir médecin.

Enfin le dernier persona est Akim. Akim a vu sa vue décliner sans raison depuis ses 17 ans. Le déclin lent de sa vision lui a permis de se préparer et de s'adapter plus facilement à son handicap. Il est en couple avec une musicothérapeute qui l'accompagne partout où il va et le seconde dans ses tâches administratives qu'il ne peut faire seul. Tout comme Naïma, Akim ne va que dans les endroits qu'il connait car ils sont « sans danger » et ne lui demandent pas un nouvel effort d'adaptation.

III Une identité à construire

Une fois le concept trouvé et le prototype approuvé, la prochaine étape est l'identité de marque du projet.

Une identité de marque est l'ensemble des éléments constitués d'une marque. C'est la représentation mentale que va s'en faire le public, construite par la charte graphique, le nom, le positionnement, les valeurs, le prix, l'histoire et les canaux de distribution. L'identité est la façon dont la marque souhaite être perçue des consommateurs. Elle est à différencier de l'image qui est la façon dont la marque est perçue en réalité. Selon Jean-Noël Kapferer, expert des marques de renommée internationale et professeur à HEC Paris, l'identité de marque possède six facettes : le physique, la personnalité, la culture, la relation, le reflet et la mentalisation.

Avant de s'attaquer à tous ces concepts, la première étape consiste à nommer la solution. C'est le naming. Cette étape ne doit pas être sous-estimer car c'est ce qui va rester dans la mémoire des personnes, c'est ainsi qu'elles vont nommer le produit que deviendra notre solution. Un nom doit donc être pertinent et représente le premier aspect de la communication de la solution. Il y a plusieurs techniques pour trouver le nom. L'une d'elle est le brainstorming, technique qui consiste à se baser sur un le concept principal pour trouver les synonyme, les idées, la phonétique qui pourrait s'y rapporter. Dans cette solution, il y a plusieurs concepts tel que « musique », « accessible », « pour tous », « experience », « mouvement », « apporter les concerts », « festival ». En effectuant le brainstorming, plusieurs dizaines de mots ont été trouvé tel que subwoofer, BPM, waveforme, warm up, sens, rampe, vibrato, fosses, etc...Une fois ce brainstorming réalisé, on peut essayer de mélanger les mots, les déformer. Néanmoins cette étape n'a rien donné hormis « Festiv/all ». Pour évaluer le plus objectivement les qualités d'un nom, il est important de trouver ses points forts et ses points faibles. Dans le cas de Festiv/all, le nom est assez équivoque, facile à retenir. Mais il est aussi peu original et ne correspond pas totalement à la solution puisqu'il évoque uniquement les festivals.

L'autre technique est d'avoir un nom sous forme d'acronyme. Les mots importants dans la solution sont : expérience musicale, expérience augmentée, accessibilité, pour tous. À partir de ces mots, deux acronymes ressortent : DEMA (Dispositif d'Expérience Musicale Augmentée) et MEFA (Musical Experience For All). Si ces deux noms sont équivoques et permettent de comprendre rapidement le concept, au niveau phonétique et de l'écriture, ils évoquent une structure administrative, n'ayant donc aucun rapport avec la musique. Or, la phonétique compte beaucoup dans le naming puisque c'est ce qui va jouer sur la mémorisation du nom.

La troisième technique pour trouver un nom est de se baser sur des références populaires avec les expressions par exemple. Parmi les expressions liées à la musique, on a « Tous en scène », « Sous les feux de la rampe », « Être aux premières loges », « Drop the Mic », « Se mettre au diapason », « Faire vibrer la corde sensible » et « Comme dans la fosses ». Si toutes ses expressions sont intéressantes car elles évoquent bien la solution, elles ne m'ont pas inspirée pour trouver un nom.

Je suis alors reparti de zéro en me demandant :

Qu'est-ce qui est le plus important ?

L'essentiel est de représenter le concept de musique ou d'expérience musicale. Le deuxième point important est l'accessibilité à tous permise par cette solution. A lui, à elle, à toi et à moi. Elle doit permettre de placer tout le monde sur un pied d'égalité, peu importe la situation individuelle vécue au quotidien. Qu'elle et lui, toi et moi soyons pareil. N'étant pas fermée à l'idée d'avoir un nom anglophone, j'ai traduit Moi et Toi par Me et You. Il faut savoir qu'il existe un mot souvent utilisé à l'écrit que ce soit en anglais ou en français, mais aussi dans d'autres langues telle que l'italien, l'espagnol, le roumain, le portugais ou le suédois, qui signifie « pareil », « comme cité ». Ce mot est : (sic). (sic) est toujours placé entre parenthèses à la suite d'un mot, d'une expression, d'une phrase, pour préciser que ce qui précède est cité sans aucune modification. Il signifie littéralement « Ainsi écrit dans le texte, aussi étrange et/ou incorrect qu'il paraisse ». Ces trois mots, « Me », « You » et « (sic) » mis ensemble donnent « MeYou(sic) », ce qui pourrait se traduire par « Toi et Moi, nous sommes pareils ». L'idée de musique apparait plus globalement car si on lit « Meyou(sic) » cela donne phonétiquement « Music » et donc littéralement « Musique ». Pour vérifier si ce nom peut correspondre, il faut donc distinguer ses points forts et ses points faibles. Derrière « Meyou(sic) », il y a du sens et une histoire. Au niveau phonétique il se retient facilement grâce à sa ressemblance phonétique avec « Music » et il est agréable à l'écoute. Le point négatif à retenir est néanmoins son écriture qui peut sembler étrange et sort de l'ordinaire, pouvant entrainer des confusions et une mauvaise écriture.
Néanmoins l'aspect négatif pourra être effacé avec un logo efficace. Ce nom répond donc aux différents critères et raconte une histoire, l'histoire de la solution à lui seul.

« Meyou(sic) » fut ainsi retenu comme nom de marque de la solution.

Avant de créer le logo, la seconde étape consiste à trouver l'univers graphique du projet. Pour cela, il est important de chercher différents univers pour pouvoir les comparer et trouver celui qui correspondra le mieux au projet.

Le premier univers est axé sur l'humain puisque la relation sociale est le point cité régulièrement au cours des différents échanges, tout comme le jeu de lumière, un des composants des concerts. Néanmoins cet univers étant très figuratif, il laisse moins place à l'imagination et à l'interprétation contrairement à la musique qui est abstraite.

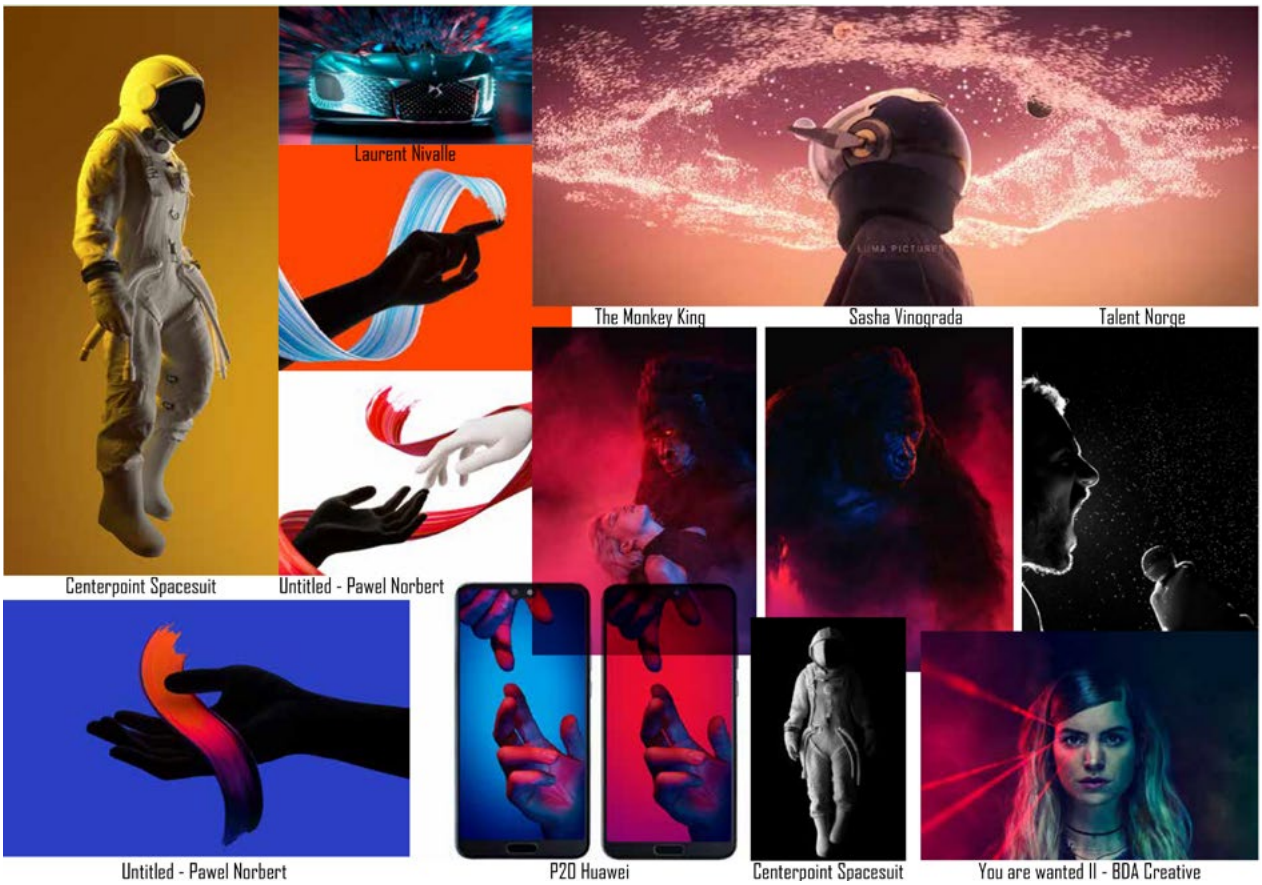


Fig.12 - Moodboard humain & lumière

Le deuxième univers est basé sur les vagues qui rappellent les waveform et l'émission de la musique. Cet univers est intéressant car il permet d'apporter une part d'aléatoire. Néanmoins il fait partie des tendances graphiques actuelles pouvant se démoder rapidement avec une impression de « Déjà vu » et révélant une dissonance avec la dimension novatrice de la solution.

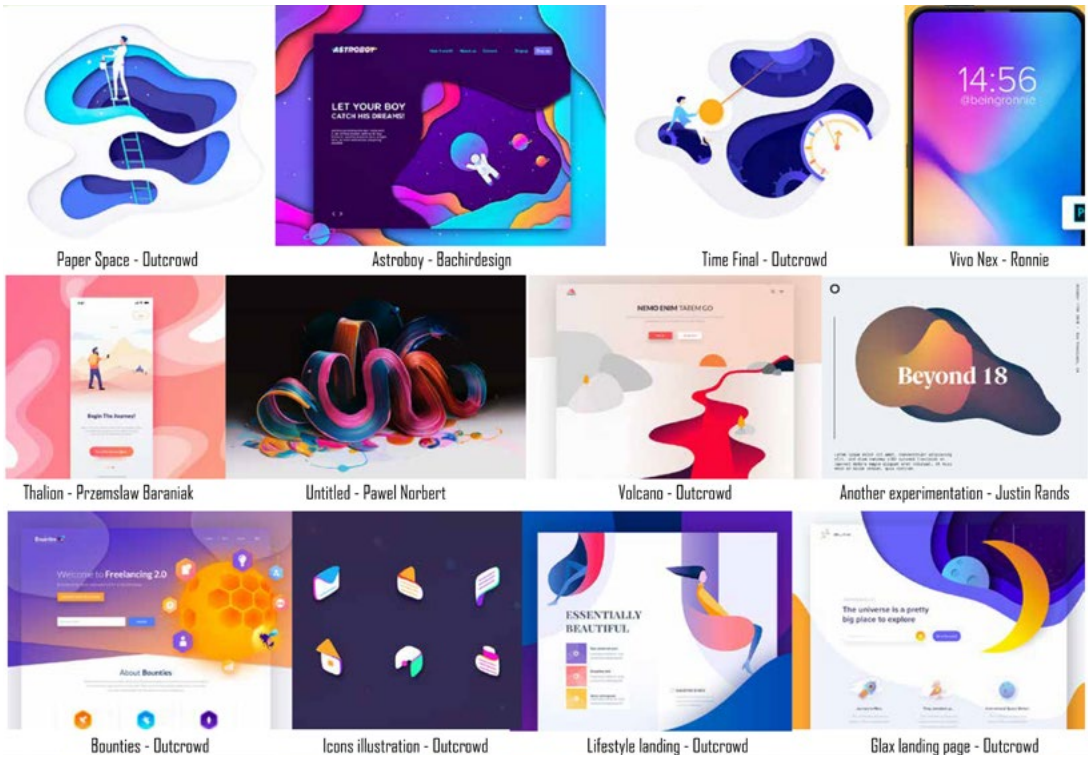


Fig.13 - Moodboard vagues colorées

Le troisième univers est basé sur la texture. En effet, l'une des craintes des interrogées est la perte des aspects de spontanéité et de réalité vécus lors des concerts. Cet univers permettrait donc de réintégrer une part de réel et de concret. Néanmoins il ne « représente » pas directement la musique.

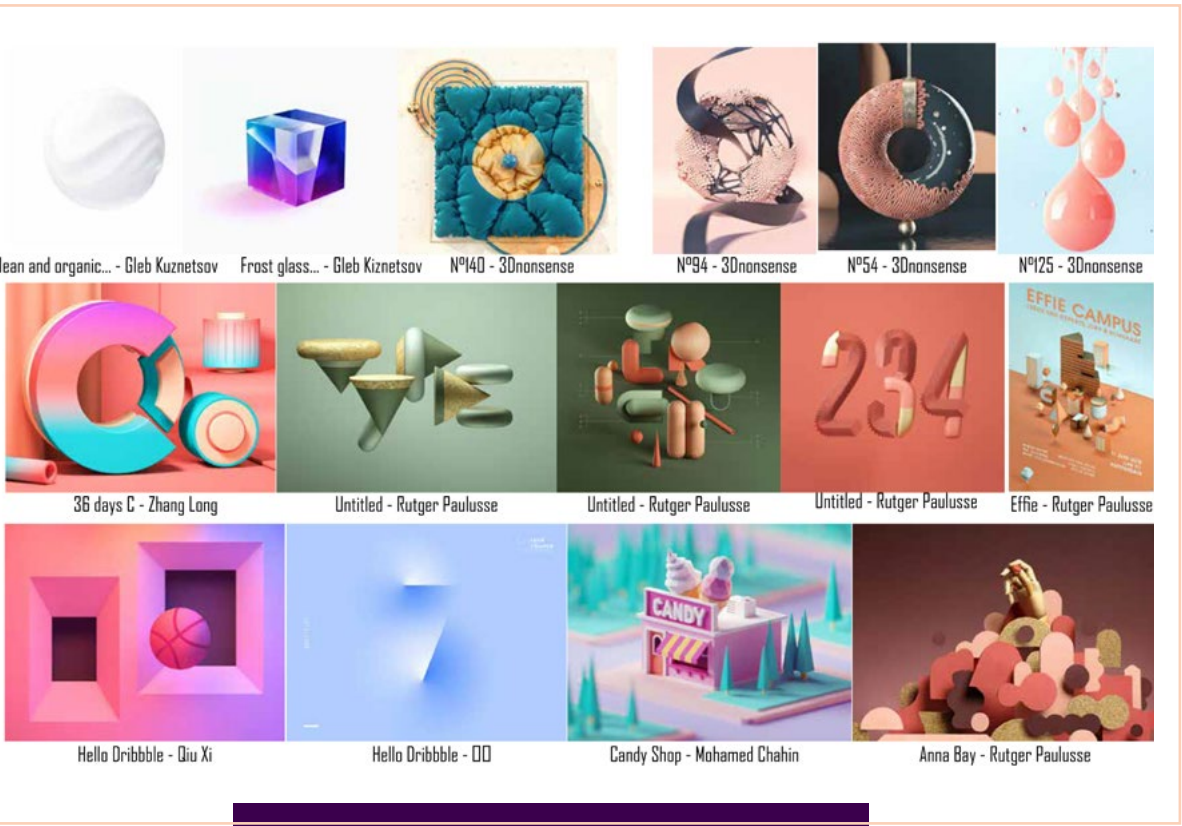
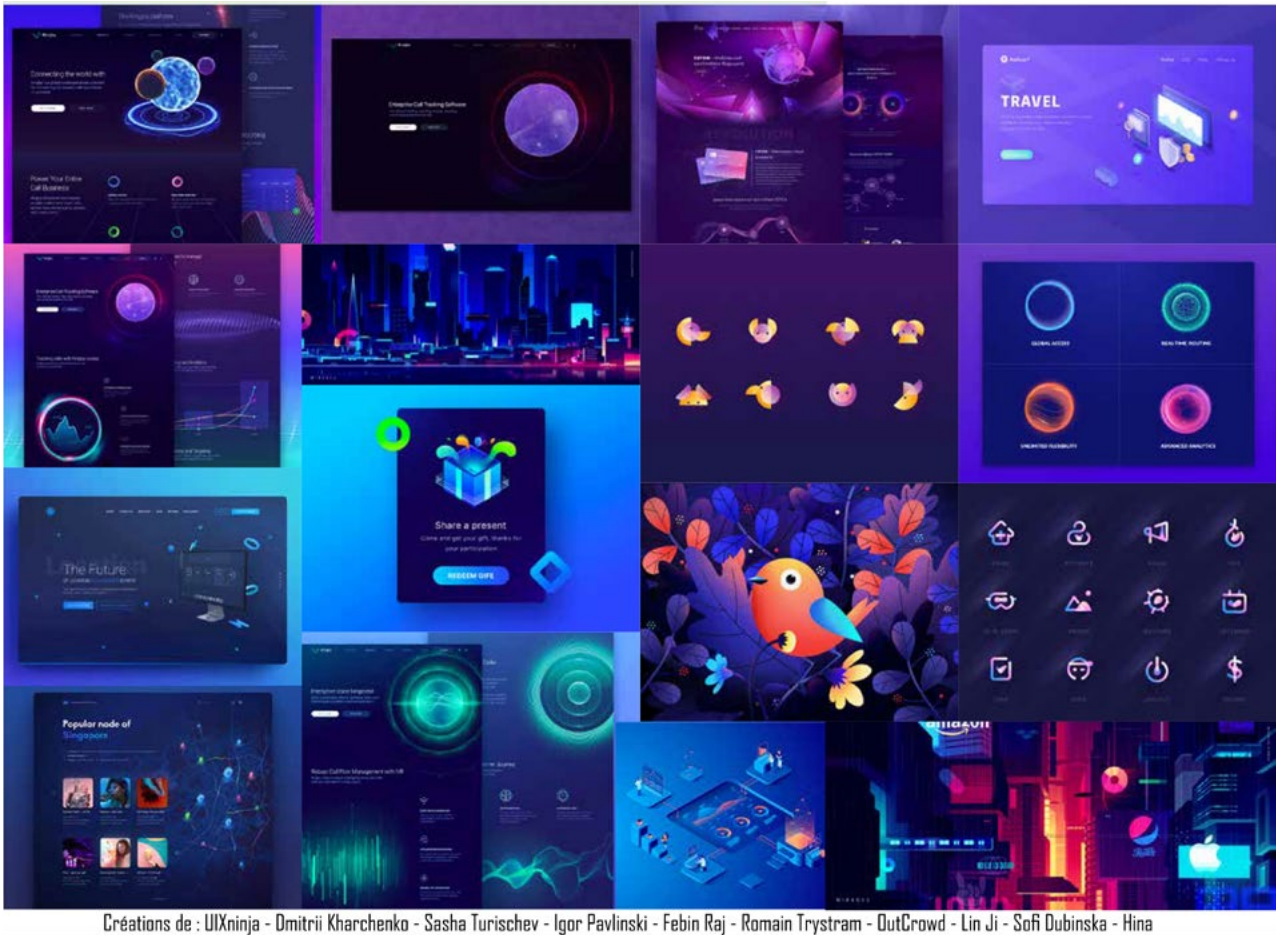


Fig.14 - Moodboard Textures 3D

Le quatrième univers est celui des effets néons. Cet univers est agréable visuellement car se repose sur une base de bleu et de violet. De plus il s'applique facilement à l'UI (Interface Utilisateur), notamment sur les sites web. Néanmoins, cette univers et déjà très utilisé et codifié comme le montre la planche de moodboard, l'une des plus homogènes. L'enjeu est ainsi de développer l'utilisation des couleurs de cet univers, facilement intégrable en communication web.



Créations de : UIXninja - Dmitrii Kharchenko - Sasha Turischev - Igor Pavlinski - Febin Raj - Romain Trystram - OutCrowd - Lin Ji - Sofi Dubinska - Hina

Fig.15 - Moodboard néon violet

L'univers suivant se concentre sur l'idée de particules. Cet univers est intéessant car il transmet l'impression de propagation de la musique et peut être manipulé à l'infini. Néanmoins on perd complètement l'idée de réel.

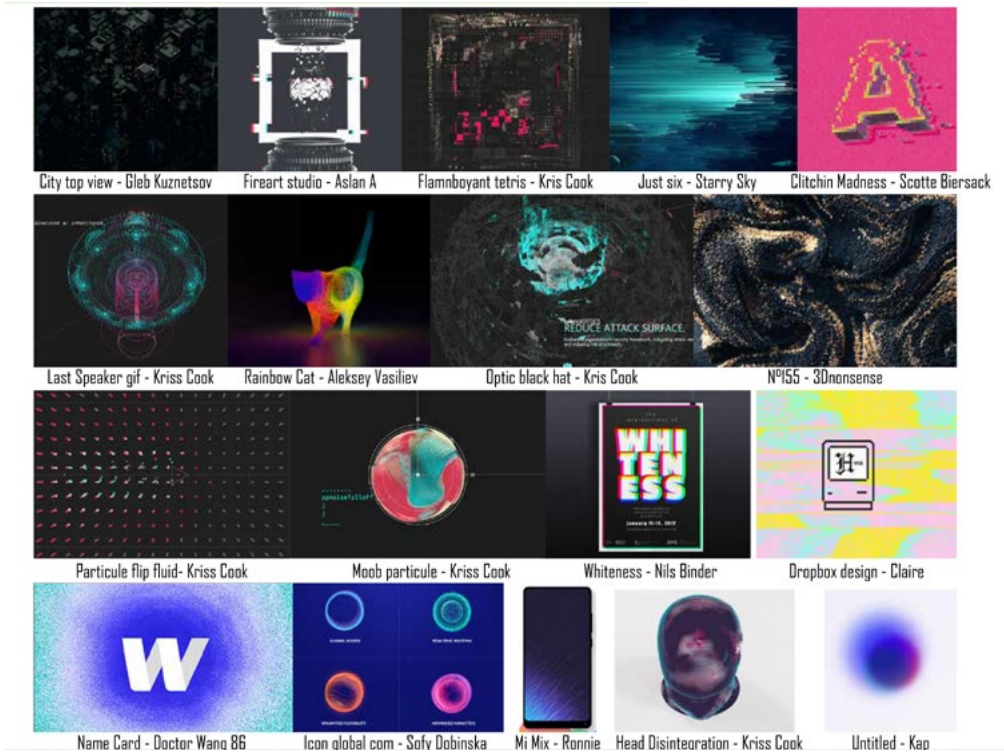


Fig.16 - Moodboard particules

Le dernier univers est celui des textures abstraites. Cet univers est intéressant car il est facilement adaptable avec la possibilité d'avoir de l'aléatoire. De plus, il reprend l'idée d'ondes musicales. C'est cet univers que j'ai sélectionné comme univers global. Des éléments des autres univers ont été sélectionné pour définir, les couleurs, le jeu typographique par exemple. Néanmoins ce moodboard semblait manquer de cohérence mais surtout de sens, ne dégageant aucun concept global.

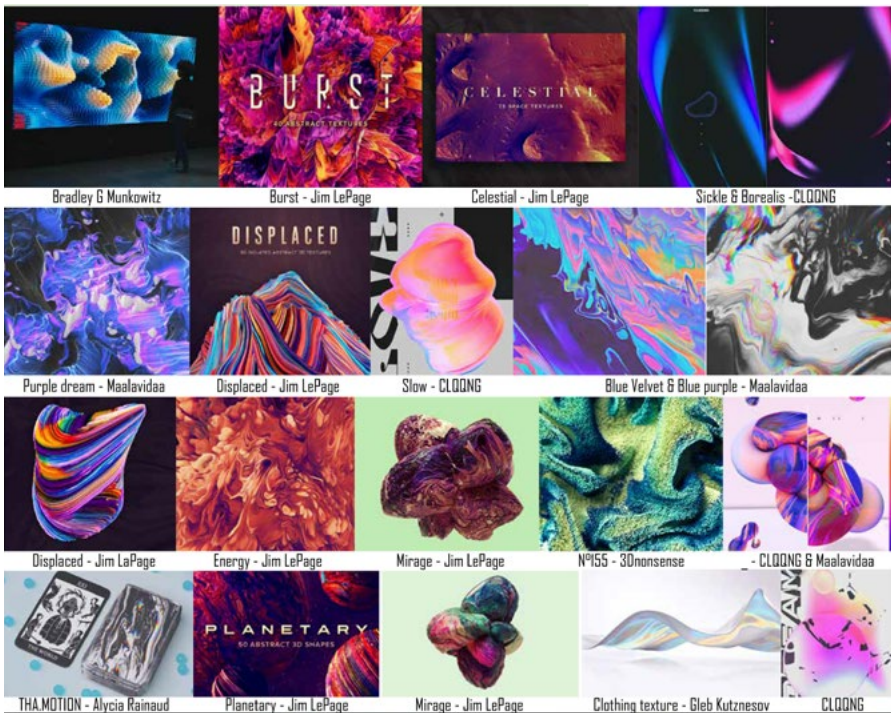


Fig.17 - Moodboard Textures abstraites

Pour trouver plus de cohérence, j'ai repris les différents éléments et concept qui semblaient important dans chacun des univers. Les concepts qui sont ressorti étaient : réalité, modulable, onde, lumière. La solution souhaite que l'utilisateur puisse vivre une expérience, que son environnement soit adapté tout en pouvant le partager. La solution n'est pas fermée, opaque. A partir de cette réflexion, un concept est ressorti : la bulle.

Car finalement chacun possède sa bulle musicale, endroit où l'on se sent bien, à l'aise, en sécurité. Mais lors d'un échange et d'un partage, la personne découvre une autre bulle, un autre univers. La bulle est de base une sphère transparente, elle est donc ouverte sur l'extérieur et à la particularité de créer des interférences lumineuses permettant, selon le point de vue, de voir toutes les couleurs du spectre visible dans les irisations. Cette réflexion s'est conclue avec la création d'un moodboard en ayant comme principales sources d'inspiration le travail de Maalavidaa, Best Gerved Bold, Gled Kuznetsov et CLQQNG.

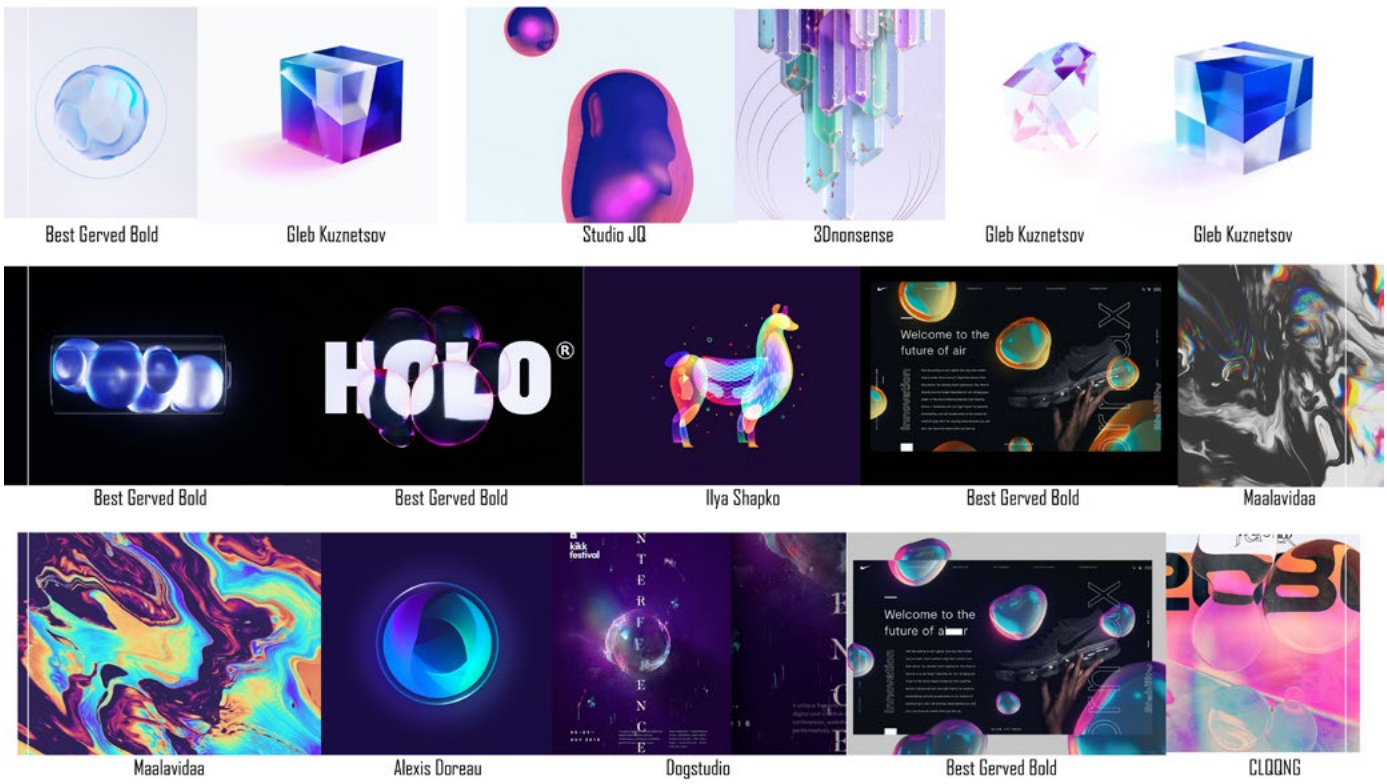


Fig.18 - Moodboard bulle

Ce moodboard est le document de réflexion pour la réalisation du logo, celui-ci étant basé sur le naming MEYOU(sic).

Ce nom est en deux parties : MEYOU et (sic). L'univers choisi ayant pour concept les bulles, il est important qu'il apparaisse dès l'élaboration du logo. Ainsi MEYOU serait écrit sous forme de bulle mais souhaitant garder le (sic) avec les parenthèses, le O se transforme en parenthèses pour y accueillir en son sein « sic ». Les couleurs choisies sont le violet qui permet de créer une atmosphère mystérieuse mais aussi « cocooning » avec des tons chauds pour les lumières. Ce logo, même s'il est susceptible de changer, permet de donner une ligne directrice pour la direction artistique de l'application, mais aussi la réflexion de la forme physique du dispositif des disques vibrants et lumineux.

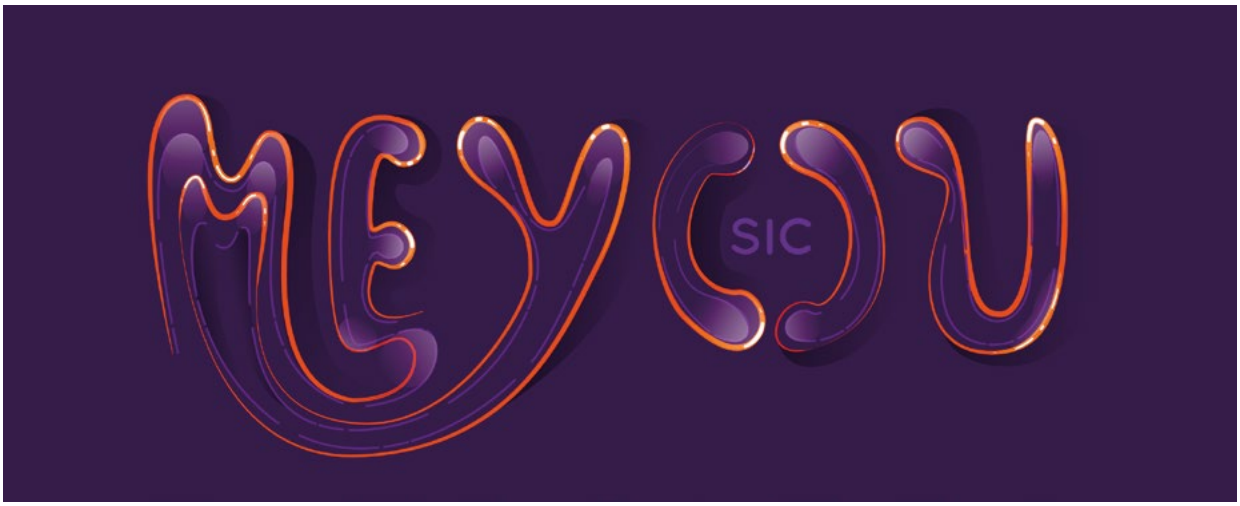


Fig.19 - Logo MEYOU(sic)

PARTIE 2

Chapitre 2. Une solution réalisable et novatrice, mais qui devra s'imposer sur un marché plurisectoriel

2.1 Se démarquer dans un marché peuplé d'acteurs variés dominé par des mastodontes

Un marché de la diffusion complet et complexe

Diffuser un concert demande l'intervention de différents acteurs qui ont parfois des doubles rôles.

En premier lieu il y a l'organisateur du concert ou du festival. C'est lui qui va demander que le concert soit diffusé. Mais pour qu'il le soit, il faut l'accord de la société de production. La société de production détient les droits pour les artistes qu'elle représente. Une fois l'accord de la société de production obtenue, alors l'organisateur du concert/festival peut alors faire appel à un studio de production audiovisuelle. Son rôle consiste à réaliser la captation et dans le cadre d'une rediffusion ou de l'utilisation des images pour un autre format, du montage, de l'étalonnage et de la post-production des images captées. Enfin, le dernier acteur est le diffuseur du concert qui assure la transmission, soit en LIVE et/ou en différé, une fois l'étape de montage, mixage, étalonnage et post-production effectuées.

Afin de pouvoir positionner la solution dans le marché il est donc nécessaire de clarifier son propre rôle dans le cadre des services proposés par la solution. Le projet est de diffuser les concerts au plus grand nombre mais en proposant une expérience augmentée. Ainsi pour pouvoir proposer des fonctionnalités telles que la VR ou le multi-cam, il est nécessaire d'avoir du matériel et une mise en place adaptée. Des ressources humaines et matérielles spécifiques nécessaires sont peu fréquemment présentes au sein des agences de production audiovisuelle. La solution devra donc intégrer le double rôle de producteur/diffuseur.

La vidéo est devenue un des médias majeurs dans la vie quotidienne notamment avec l'émergence d'internet puisqu'avant le seul média qui permettait sa diffusion était la télévision. Avec l'évolution de la technologie, les supports se sont diversifiés, le matériel de captation s'est démocratisé et est devenu abordable. Les habitudes ont aussi été modifiées avec l'arrivée d'internet. Le Web permet d'accéder à une grande quantité de contenu très rapidement profitant à la diffusion de vidéos. On retrouve ce support pour nombre de productions, documentaires, reportages, films, court-métrages, podcasts mais aussi les captations d'événement. Cette utilisation s'est

accélérée avec l'avènement des réseaux sociaux. Une vidéo permet de transmettre une grande quantité de contenu, de l'illustrer et de le rendre plus facilement assimilable. Selon Social Even[94], *« la vidéo semble aujourd'hui être le format qui a le plus d'impact sur les internautes. Simple et efficace, la vidéo, par son aspect visuel, concret et réaliste, booste les capacités de mémorisation du consommateur car elle lui permet de s'identifier et donc de se connecter davantage au message publicitaire ou éditorial »*. C'est une des raisons expliquant maintenant l'utilisation de la vidéo comme principal support de communication des entreprises.

[94] *« L'intéret de la vidéo sur les réseaux sociaux »*, 14 février 2018, Social Even

Selon le bilan de 2017 des entreprises citées, 4 milliards de vidéos sont vues chaque jour sur Youtube et 8 milliards sur Facebook. Cet engouement pour la vidéo a entrainé l'explosion du nombre d'entreprise de production audiovisuelle. Selon le CSA[95], le nombre d'entreprises de production audiovisuelles en 2000 en France était de 1356 et il a presque triplé en 15 ans, atteignant le nombre de 3728 en 2015. Mais parmi elles, 78% employaient moins de 2 ETP en 2015 et 40% n'en ont pas employé. On constate donc que ce sont en majorité des microentreprises qui ont des moyens limités. Ainsi, peu font des captations de concert qui demandent des ressources humaines et matérielles spécifiques.

[95] *« Etude sur le tissu économique du secteur de la production audiovisuelle »*, 2016, Conseil Supérieur de l'Audiovisuel

Aucune étude existe sur ce domaine mais en regardant de nombreuses captations de concert, on retrouve régulièrement les mêmes noms : Neutra Production, Sombrero & Co, Lagardère Studio, Arte Concert ou Arte Studio, Milgram Production ou Klang Malerei TV. Tous ces entreprises de productions audiovisuelles ont des moyens importants et emploient plus de 5 personnes. Et ces entreprises ont des liens avec les diffuseurs.

Les diffuseurs officiels[96] sont peu nombreux et le marché des diffuseurs est dominé par des mastodontes. Ce sont les chaines de télévision et ce, pour plusieurs raisons. Tout d'abord, avant l'arrivée d'internet, le principal média était la télévision. Les chaines étaient donc concurrentes entre elles. Même si les chaînes avaient le monopole de la diffusion de l'information et du divertissement, la diffusion des concerts n'était qu'une faible partie de leur programmation. Selon l'Observatoire de la musique[97], la diffusion des concerts (hors concerts en direct sur le plateau d'une chaîne de télévision) représentait en 2012, 2.8% du temps d'antenne des principales chaînes françaises disponibles sur la TNT alors que selon l'observatoire, plus de 55 000 représentations de spectacles et de concerts ont eu lieu la même année. Cela équivaut à 284 heures d'antennes. Les concerts et les spectacles vivants en général sont donc très peu exposés sur les chaînes de télévision. Mais avec l'avènement d'internet, un nouveau type de concurrent est arrivée : les médias du web.

[96] On omet dans cette partie les personnes qui enregistre les concerts sans autorisation

[97] *« Panorama de l'offre musicale sur les chaînes nationales de la télévision gratuite Caractéristiques générales de la programmation (2007-2012) »*, Juin 2013, CSA

Le web permet à n'importe quel individu de diffuser et partager du contenu, réduisant ainsi l'importance du rôle de diffuseur que possédait avant les chaines de télévision. Cette habitude a notamment été instaurée par l'émergence des sites communautaires comme YouTube et Dailymotion lancé respectivement le 14 février 2005 et le 15 mars 2005. Selon l'Agence de ROI Zenith[98] qui a mené une étude sur la consommation d'Internet et de la télévision sur 63 pays, en 2009, une personne passant en moyenne 48 minutes sur internet contre 188 minutes devant la télévision. En 2018, cette consommation serait de 160 minutes pour internet contre 173 minutes pour la télévision qui domine légèrement. Mais cette tendance devrait s'inverser en 2020 selon l'agence qui prévoit un temps moyen de 168 minutes pour la télévision contre 180 minutes pour Internet. Cette étude prouve que les habitudes changent et les chaines de télévision l'ont bien compris.

[98] *« Mobile internet to reach 28% of media use in 2020 »*, 29 mai 2018, Zenith the ROI agency

Ainsi les opérateurs de télévision ne se contentent plus de leur rôle de diffuseur télévisuel mais incorpore d'autre rôles. L'un de ces rôles est celui de devenir une entreprise de distribution. Ainsi les chaines ne diffusent plus uniquement le contenu mais le propose à d'autres média. Le deuxième rôle est celui de la production et le dernier est celui des médias qui permet de faire la promotion du contenu. En 2017, selon une enquête du SEDPA[99], le Syndicat des Entreprises de Distribution de Programmes Audiovisuels, 19% des entreprises de distribution étaient liés à un groupe médias, 8% étaient liés à un diffuseur et 35% étaient liés à un producteur. Seul les 38% restant sont des distributeurs indépendants. Cela montre la nécessité d'endosser plusieurs rôles, nécessité qui permet un meilleur contrôle de toute la chaine de la production à la diffusion d'un concert.

[99] Résultats de l'étude présentés dans *« Étude sur le tissu économique du secteur de la production audiovisuelle »*, 2016, CSA

Néanmoins, il reste le problème de la diffusion via le support télévisuel où le temps d'antenne n'est pas extensible alors que le public souhaite avoir toujours plus de contenus, toujours plus diversifié avec des habitudes de consommation en perpétuelle évolution.

Les chaînes de télévision sont donc allées à la conquête d'un nouveau support : internet. Sont ainsi apparues les WebTV, support permettant la diffusion de programmes télévisuels sur le web. En France, le CSA a défini des critères pour les services de communication audiovisuelle pouvant être qualifiés de WEB TV. Tout d'abord, le service doit diffuser des signaux vidéo composés d'images et de sons (contrairement aux webradios) via une interface web. Ensuite, les émissions diffusées doivent être reçues et visionnées simultanément par les téléspectateurs (contrairement à la VOD, Vidéo à la demande). Enfin, la Web TV doit disposer d'une grille de programmes structurée, résultant de choix éditoriaux et partagée en avance au public. Ces règles font partie d'une convention que les Web TV doivent respecter si elles veulent être considérées comme diffuseurs audiovisuels. Mais les chaînes ne se sont pas cantonnées à la Web TV et ont créé de véritables plateformes web qui leur donnaient de nombreux avantages. Le premier est de pouvoir toucher un public jeune qui commençait à délaisser la télévision. Le deuxième est l'extension du « temps d'antenne » et du contenu disponible. Si en effet les Web TV diffusent le même contenu que les chaînes de TV, nombreuses sont celle à proposer le visionnage du contenu pendant quelques jours après la diffusion. Ainsi, fini l'enregistrement du programme sur la télévision qui permettait le visionnage même en cas d'absence. Enfin, il permet de proposer des contenus en fonction de nos habitudes de consommation audiovisuelle. Beaucoup de contenu pouvant être revisionné, les plateformes suggèrent différents contenus en fonction de ce que l'utilisateur regarde, pouvant engager l'utilisateur à rester sur la plateforme plutôt que de zapper de chaîne en chaîne TV faute d'émission retenant son intérêt.

En 2018, il existe 27 chaînes télévisuelles nationales gratuites (TNT) qui peuvent être accessibles via une antenne hertzienne, par satellite ou via une box internet. Si certaines[100] possèdent une plateforme éponyme comme « Gulli », « Numéro 23 », « LCP » ou « l'Equipe », grands nombres de plateformes regroupent les chaînes d'un même groupe. Ainsi sur la plateforme « My Canal », on pourra retrouver la chaîne Canal +, C8, Cstar, Cnews et Infosport et sur la plateforme « MyTF1 » se trouvent les chaîne TF1, TMC, TF1 Series Film et TFX. Mais en plus deux catégories considérées comme des chaînes font leur apparition : TFou et Xtra. Ces deux « Web TV » sont en réalités des programmes de la chaîne de TF1 mais la cible étant différente. Par exemple TFou s'adresse à un jeune public en diffusant des dessins animés alors que TF1 est plus généraliste. On retrouve cette séparation aussi sur la plateforme « 6play » qui regroupe les chaînes M6, W9, 6ter, Paris Première et

[100] Cette partie résulte d'observations personnelles

Téva, mais donnant aussi accès à Stories, Comic, M6 Music et M6 Boutique qui sont des programmes issus des différentes chaînes mais qui ciblent un public bien spécifique. Mais le plus étonnant est de voir que Fun Radio, apparait comme une des chaînes de 6play. Ce constat montre un rapprochement entre le domaine de l'audiovisuel et de la radiophonie puisque cette pratique se retrouve aussi sur la plateforme France.tv où on retrouve France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô mais aussi France Info.

Cet écosystème ne se cantonne donc pas uniquement à la diffusion de contenu à la télévision (notamment de concert, aussi faible soit leur temps d'antenne) mais les acteurs élargissent leurs supports et leurs médias de diffusion grâce aux plateformes web mais pas uniquement. L'acteur le plus important à l'heure actuelle et le possible concurrent à la solution proposée est Arte.

Arte, acronyme d'Association Relative à la Télévision Européenne, est à l'origine, une chaîne de télévision franco-allemande qui diffuse depuis 1992 et propose des programmes culturels pour rapprocher les Européens. Basée à Strasbourg, ARTE est financée par la contribution à l'audiovisuel en France et en Allemagne. 85% de leurs programmes sont produits en Europe et 70% du public européens[101] regardent ARTE dans leur langue maternelle.

[101] Informations issues de la partie «Corporate» du site d'ARTE

Mais ARTE n'est pas uniquement une chaîne de télévision puisqu'en Septembre 2000, ARTE France lance ARTE Radio, une webradio à la demande proposant gratuitement des reportages et des documentaires. Conscient que les utilisateurs ne peuvent pas regarder tous les programmes, ARTE lance en septembre 2007 son service de télévision de rattrapage « ARTE+7 » qui sera utilisable directement sur la télévision. Il faudra attendre novembre 2010 pour que « ARTE+7 » soit accessible sur les smartphones, la télévision connectée et les plateformes diffusant des vidéos. La Web TV permettant la disponibilité en direct et en différé d'ARTE sur internet arrivera en janvier 2012. Mais ARTE ne se résume pas à la diffusion de documentaires. ARTE souhaite partager la culture, le savoir et la créativité. C'est ainsi qu'en février 2011, une plateforme participative dédiée à la culture contemporaine et à l'art numérique est lancée sous le nom de « ARTE Creative ». La plateforme a ensuite été incorporée à la plateforme globale web d'ARTE.

La Web TV d'ARTE regroupe d'autres portails en plus de ARTE Creative qui sont : ARTE Info qui regroupe les programme d'informations de la chaîne, ARTE Future qui depuis 2013 se consacre aux problématiques environnementales, scientifiques et économiques, ARTE Cinema lancée en 2014 qui rassemble notamment un catalogue des films diffusés sur la chaînes mais aussi des courts et long-métrages rares ou inédits, et Arte Concert qui, depuis 2009, est la plateforme dédiée au spectacle vivant en Europe et tout particulièrement à la scène émergente (musique du monde, théâtre, opéra, pop, rock, jazz et danse). En plus, ARTE propose Culture Touch, un hebdomadaire numérique offrant un aperçu de l'actualité culturelle en Europe et dans le monde.

Mais l'offre d'Arte qui nous intéresse tout particulièrement dans notre domaine, c'est ARTE Concert.

II Avec une présence importante sur les médias

Si les concerts sont peu présents sur les médias grand public, ils ont une place de choix sur les médias spécialisés.

L'un des plus importants médias est ARTE Concert. ARTE Concert, qui anciennement s'appelait ARTE Live Web, est donc une plateforme numérique dédiée à la diffusion de concerts et de spectacles vivants créée en mai 2009. Chaque année ARTE Concert propose 1000 heures de direct, un record dans le domaine, et 800 programmes couvrant tous les genres : musiques actuelles, métal, jazz, électro, world, musique classique, opéra et danse. En 2015, ARTE Concert a capté plus de 300 LIVE sur les plus grandes scènes européennes lui permettant de réaliser un record d'audience avec 8.1 millions de vidéos vues de juin à août 2015 (contre 3.5 millions pour la même période en 2014). La saison des festivals est un moment important puisqu'en 2015, de janvier à août, ARTE Concert a cumulé 11.1 millions de vidéos vues. La période des festivals représente alors 73% des vidéos vues de janvier à août 2015. ARTE Concert se positionne comme le diffuseur des plus grands festivals et concerts. Ainsi en 2015, ARTE a diffusé le festival de métal Le Hellfest, le concert de Christine and the Queens au festival We Love Green mais aussi le Gala d'ouverture de la Philharmonie de Paris ou encore le concert privé d'Alt-J à la Chapelle des Beaux-Arts. L'atout d'ARTE Concert est donc de proposer une grande variété de concerts en LIVE et en différé gratuitement.

Mais ce n'est pas son seul intérêt puisque, soucieux de toucher un large public, ARTE Concert est très présent sur les réseaux sociaux qui lui servent de plateforme de diffusion mais aussi de lien avec la plateforme web. Le premier réseau social est Youtube sur lequel ARTE Concert possède actuellement 59 000 abonnés (août 2018). L'avantage d'utiliser Youtube comme relai, est son positionnement de plateforme de streaming global, régulièrement voire quotidiennement, utilisée par des utilisateurs du monde entier. De plus, grâce au système de notifications, l'utilisateur abonné à la chaîne reçoit une information automatiquement dès qu'une nouvelle vidéo est postée sur le compte de la chaîne Youtube d'ARTE Concert. Cela permet d'avoir une meilleure visibilité au niveau du contenu. Néanmoins ARTE Concert n'utilise pas la fonctionnalité de LIVE de Youtube contrairement à un autre réseau social, Facebook. La présence d'ARTE Concert sur Facebook est bien plus importante puisque 314 000 personnes sont abonnées à la page (août 2018). Si l'implication des utilisateurs n'est pas très forte sur les posts qui obtiennent 200 likes environ, les utilisateurs se sont abonnés à la page car ARTE Concert diffuse les LIVE des concerts en direct sur Facebook. L'utilisation de Facebook comme support de diffusion a plusieurs intérêts.

Tout d'abord, contrairement à la plateforme web, les utilisateurs peuvent échanger entre eux, il recrée le côté social d'un concert. Ce côté social est renforcé par le fait qu'on puisse voir si nos « amis » regardent aussi le concert. Ensuite, ARTE a un community manager qui est présent pour gérer la communauté mais aussi répondre à ses questions et donner des informations. Par exemple, régulièrement pendant le concert, le community manager poste des informations sur le groupe pouvant aussi bien concerner la sortie de l'album du groupe que des anecdotes.

Ensuite, aussi faible peut sembler cette fonctionnalité, le spectateur a l'impression d'interagir avec le concert puisque lorsqu'il clique sur « j'aime » et sélectionne l'émoticône concernant son humeur, celui-ci apparait alors dans la vidéo, se joignant aux émoticônes des autres spectateurs, renforçant aussi le sentiment d'appartenance à une communauté.

Enfin, tout comme pour Youtube, il y a le système de notifications. Mais contrairement à Youtube où il faut s'abonner à une chaine et activer les notifications, celle-ci se font uniquement dans le cadre des LIVE. Ainsi de nombreux utilisateurs ayant installé Facebook sur leur smartphone, leur tablette ou ayant un onglet Facebook sur leur ordinateur reçoivent directement l'information, permettant à Arte Concert de toucher un public plus large comparé à Youtube ou à leur plateforme web. Néanmoins le LIVE Facebook à ses limites puisque la qualité maximale est le HD (720p) ce qui peut frustrer et amoindrir l'expérience vécue lors du visionnage. C'est pour cela qu'ARTE propose d'aller directement sur la plateforme web pour profiter du Full HD (1080p), leur permettant de récupérer des utilisateurs sur leur plateforme.

ARTE possède aussi d'autres réseaux sociaux comme Dailymotion (800 abonnés) et Instagram 25 000 abonnés) mais qui ont un moindre impact. L'Instagram permet notamment de donner un aperçu photographique (et non audiovisuel) des concerts et d'indiquer qu'ils sont en LIVE sur la plateforme.

Mais la particularité d'ARTE Concert est, en plus d'être diffuseur, son rôle de producteur de contenu grâce à ARTE Studio. C'est le studio de production d'ARTE qui intervient sur toutes les phases de la conception, du développement, de la réalisation et la finalisation des projets audiovisuels et numériques. ARTE Studio propose plusieurs offres : la mise à disposition d'un plateau de tournage et son équipement, la production qui s'occupent des captations ainsi que des productions audiovisuelles et numériques, la post-production qui peut prendre en charge le montage, le mixage, l'étalonnage et le laboratoire DVD et le LAB qui propose une expertise transverse et des activités VOD[102]. La deuxième offre, la production, regroupe notamment la captation de *« concerts ou de spectacle en multi caméras »*.

[102] **VOD** : Video On Demand, Vidéo à la demande

Mais ARTE n'est pas uniquement un diffuseur et un producteur mais c'est aussi un distributeur. C'est dans cette optique qu'ARTE a construit de nombreux partenariats avec France Musique par exemple, qui récupère les productions d'ARTE ou encore récemment la Philharmonie de Paris qui possède une plateforme de streaming web où sont rediffusés les concerts captés et co-produit par ARTE et la Blogothèque.
L'avantage pour la Philharmonie de Paris de posséder sa propre plateforme, est qu'elle fidélise les spectateurs qui n'ont pas pu venir au concert en leur proposant une retransmission de l'expérience sur une plateforme dédiée. Quelques autres plateformes arrivent à s'imposer dans le domaine de la captation de concert comme Medici.tv, disponible uniquement sur le web, et réunissant « le meilleur de la musique classique » en est un exemple. Medici.tv a donc choisi de se spécialiser dans un domaine particulier afin de devenir une référence, ce qui est actuellement le cas. D'autres diffuseurs ont choisi de se spécialiser comme Mezzo.tv, une chaîne dont la programmation est basée sur le jazz, le classique, l'opéra et la danse. Le marché concernant les web TV musicales est néanmoins très réduit, celui-ci étant fortement dominé par ARTE mais aussi par la Culture Box, la WebTV culturelle de France Télévisions diffusant principalement des concerts de tout type de musique

et couvrant notamment en 2018 les festivals Rock en Seine, Lollapalooza, Festival Interceltique de Lorient ou encore les Vieilles Charrues. En plus de la diffusion de concerts sur la télévision, les plateformes web et les réseaux sociaux, ces dernières années ont vu l'arrivée des applications.

Si beaucoup d'entre elles permettent l'écoute de la musique (comme Spotify, Deezer, Apple Music), d'autres permettent de localiser les prochains concerts (avec BandsInTown et Songkick concert notamment) et enfin certaines permettent de vivre en live des concerts. Celles-ci sont peu nombreuses sur le marché.

L'une des deux plus connus est Quello Concerts qui permet de regarder un concert en rediffusion mais possède aussi une WebTV qui diffuse en continu des rediffusions de concert selon les genres. Quello est décrit comme *« un Netflix super sympa pour les films de concert et les documentaires musicaux. »* Quello propose aussi de voir en LIVE les concerts mais redirige vers une plateforme payante qui est Nugs.net. Cette plateforme est uniquement en anglais et payable en dollars ce qui réduit le nombre possible d'utilisateurs.
La deuxième application est Live List, une application gratuite qui permet à n'importe quel producteur de soumettre son « show » et se place donc comme un catalogue permettant de recenser les LIVE musicaux. Leur diffusion est gratuite ou payante selon le producteur. Les LIVE en eux-mêmes peuvent être hébergés en externe et notamment sur Youtube. L'application a une plateforme web qui possède les mêmes fonctionnalités que celle-ci. Pour les besoins de ce mémoire, j'ai installé l'application. Néanmoins, en 3 mois, je n'ai pas regardé un seul concert faute de temps et des bugs réguliers de l'application.
Enfin la dernière application est 3.6 LIVE. 3.6 est une vidéothèque spécialisée dans les vidéos LIVE à 360°. Leur slogan est *« Revis la chaleur d'un concert en totale immersion, sans les odeurs de transpirations ! ».* Les vidéos proposées sont en 4K et la captation est réalisée avec La Coopérative de Mai. L'application, développée par la société de production audiovisuelle Homework propose aussi de basculer instantanément en mode VR/360° et 2D sans aucune publicité et gratuitement. L'application, sortie en janvier 2017 a connu un certain succès grâce aux différentes captations des concerts de « Salut c'est Cool » et « Danakil » à La Coopérative de Mai. Mais depuis juin 2017, il n'y a plus aucune activité sur les réseaux sociaux et les liens de téléchargement pour l'application n'existent plus. Ainsi, à l'heure actuelle, la seule application qui proposait une expérience pouvant se rapprocher de la solution proposée n'existe plus.

Enfin, il existe un dernier support pour (re)diffuser les concerts mais qui est peu utilisé en France : la diffusion d'un concert au cinéma. Cette pratique n'est pas à confondre avec le ciné-concert qui consiste à projeter un film dans un cinéma et de jouer la musique en direct. Certains cinémas diffusent en effet des concerts en direct ou en différée. Cette pratique, si elle est rare pour les concerts de musique pop par exemple, est très utilisée pour la diffusion d'Opéra. Il existe notamment le programme « Viva l'Opera » lancé en partenariat avec l'Opéra National de Paris qui permet la diffusion en direct de certains opéras dans les cinémas UGC. Cette pratique permet de démystifier l'opéra et de le rendre plus accessible en « déplaçant » l'expérience dans un endroit plus populaire que l'opéra, le cinéma. Les cinémas Pathé Gaumont proposent également des programmes permettant l'accès des concerts et des spectacles vivants en LIVE grâce à des partenaires tels que la Comédie-Française, le Metropolitan Opera ou le Ballet du Bolchoï. Pathé-Gaumont proposent quelques rediffusions de concerts notamment d'André Rieu et

Jacques Brel, concerts qu'on retrouve aussi dans les cinémas de Kinépolis. Ainsi, à l'heure actuelle, les cinémas ne sont pas des concurrents directs sur le marché de la diffusion et de la rediffusion de concerts malgré le fait que beaucoup possède un atout : le son binaural grâce à Dolby Atmos.

III Les forces et les faiblesses du projet face à ce marché

Comme vu précédemment, le marché de la diffusion et de la rediffusion de spectacles vivants est constitué de nombreux acteurs mais dominé en France par quelques acteurs aux multiples rôles.

Afin de pouvoir évaluer la viabilité de la solution proposée, il est important d'analyser les « opportunités » et les « menaces que présente donc l'environnement dans lequel va évoluer le produit mais aussi ses propres forces et faiblesses grâce à l'outil SWOT[103]. L'environnement semble à première vue ne pas être réellement opportun pour accueillir une nouvelle solution comme celle proposée. Malgré le fait qu'il y ait peu de concurrent direct, ceux-ci sont bien présents et ancrés dans le paysage du streaming de concerts avec une forte influence, voire une domination de la part d'ARTE qui est partenaire de nombreux festivals maitrisant le marché grâce à ses multiples rôles de producteur, distributeur et diffuseur. Les concurrents sont présents depuis de nombreuses années et se sont institutionnalisés. De plus, ils ont pu créer de nombreux partenariats avec différents acteurs du domaine musical comme le streaming audio avec Deezer, la radio avec France Musique et Radio France ou encore les médias. Ces partenariats rendent ces concurrents d'autant plus légitimes. En plus d'une d'un environnement qui semble hostile, il se pose la question des droits.

[103] **SWOT** : Strengths, Weakness, Opportunities, Threats

Afin de pouvoir diffuser le concert d'un artiste, il faut obtenir l'autorisation de l'artiste-auteur car selon la loi française, la totalité des auteurs de créations originales bénéficient, à ce titre, de la protection par le droit d'auteur. Ainsi, il est nécessaire que les auteurs cèdent leurs droits de capter leur(s) contribution(s) et de les utiliser dans le cadre de l'exploitation de l'œuvre audiovisuelle que constitue un concert.

Pour cela il est nécessaire d'établir un « contrat de cession de droits d'auteur[104] », sans cela, la captation et la diffusion du concert est illégale. Dans ce contrat, afin qu'il soit valable, il est nécessaire de préciser les droits cédés comme le droit de reproduction qui permet de capter le concert, le droit de représentation qui permet la diffusion et le droit d'utilisation secondaire qui concerne le merchandising. Ces droits peuvent être cédés à titre exclusif ou non-exclusif. Pour que le contrat soit valable, il est important d'indiquer les modes d'exploitation envisagés dans le cadre de l'utilisation de ces droits. Parmi ces modes d'exploitation, il y a la télédiffusion (par satellite, hertzien, câble...), le « pay per view » et la VOD, la vidéo (DVD

[104] Données issues *« De la captation au spectacle »*, 11 mars 2014, IRMA

notamment) et d'autres modes pouvant être envisagés. Enfin ce contrat doit aussi indiquer son étendue comme la diffusion sur internet, sa destination (si l'usage est privé, public ou commercial), son lieu d'exploitation (l'étendue géographique) et sa durée, généralement entre 3 et 20 ans. Il est intéressant de voir que sur les différentes plateformes de rediffusion de concerts, le visionnage est souvent disponible pendant 1 an seulement. Il est important de différencier le contrat d'engagement conclu entre le producteur du spectacle et l'artiste interprète, et le contrat concernant l'enregistrement qui nécessite un contrat spécifique.

Ce contrat peut être négocié par le producteur du spectacle ou le producteur audiovisuel, même s'il est préférable que ce soit le producteur du spectacle qui obtienne au préalable l'ensemble des autorisations nécessaires auprès des contributeurs. Même s'il peut être compliqué d'obtenir les autorisations et les droits, il est dans l'intérêt des artistes mais aussi du producteur du spectacle d'accepter une captation pour plusieurs raisons. Tout d'abord, cela permet de faire « durer » le spectacle dans le temps. La captation permet aussi aux personnes qui n'ont pas pu venir au concert de profiter d'une part de l'expérience. Enfin, la captation peut servir d'outil promotionnel permettant de promouvoir l'artiste, son album et son univers, et pour le producteur, son spectacle.

Le producteur du spectacle peut décider d'enregistrer lui-même le spectacle ou de faire appel à un producteur audiovisuel qui dans ce cas, devra signer un « contrat de production audiovisuelle » qui, par définition, donne autorisation et présomption de cession des droits pécuniaires des auteurs au producteur. Ce cas s'applique si le producteur audiovisuel est engagé uniquement pour capter le spectacle. Autre situation, le producteur audiovisuel signe un contrat de coproduction avec le producteur de spectacle, devenant ainsi coproducteur et participant au financement de la captation moyennant la négociation d'une part de recettes d'exploitation de l'œuvre audiovisuelle. La question du droit peut être une menace dans ce cas-là car avec les groupes connus il est très difficile d'obtenir les droits et c'est une question à part entière.

Ensuite une autre menace relève plus d'un état d'esprit. Ces dernières années ont vu exploser les applications et innovations technologiques qui ont permis de réaliser des progrès dans tous les domaines au niveau de la création et du divertissement. Ces avancées technologiques, bien qu'elles aient une utilité ont, peu à peu, créées une pensée à contre-courant, alimentée par de nombreuses études et alertes de la part des scientifiques concernant les effets de l'utilisation des objets numériques sur la santé. Les personnes passent trop de temps devant les écrans. Cette tendance s'est vue amplifié par l'arrivée des smartphones, des tablettes qui permettent de remplacer de nombreux autres objets (calculatrice, appareil photo, livres, etc...) et l'utilisation d'internet grandissante a créé une véritable inquiétude et une prise de conscience chez la population. Cela se ressent notamment dans les sondages qui ont été réalisés dans le cadre de ce projet ou dans certains entretiens. Des personnes interviewées déplorent « encore un truc pour rester à l'intérieur et pas sortir ». Il y a une volonté de se déconnecter, même si dans la réalité, les personnes utilisent toujours autant leur smartphone.

Enfin la dernière menace est la recherche du gratuit. Cette habitude de consommation a été elle aussi instaurée sur internet qui est un outil puissant

permettant d'accéder aussi bien à des livres, des programmes, des articles, des vidéos et d'autres contenus gratuitement. Cette habitude de l'accès libre a entrainé d'autres comportements comme la copie illégale. En effet, si un contenu n'est pas gratuit, alors l'utilisateur ne souhaitant pas payer va essayer de trouver un « crack » afin d'obtenir gratuitement ce contenu. Néanmoins cette culture du « tout gratuit » a aussi fait apparaitre un autre comportement qui pourrait se traduire par « je paye pour ce que j'estime avoir de la valeur ». Ainsi il n'est pas rare qu'un utilisateur qui a téléchargé un contenu comme un jeu vidéo, qui en a profité, achète par la suite le jeu pour « se donner bonne conscience » et rémunérer les personnes que l'utilisateur estime méritant. L'utilisateur se sent plus investit. Le concept de cette pratique se retrouve aussi dans le crowdfunding qui par définition signifie le « financement participatif ». L'utilisateur investit la somme qu'il souhaite dans un projet qui lui tient à cœur afin que celui-ci puisse voir le jour et obtenir des contreparties de son financement.

Même si les menaces sont présentes dans cet environnement, celui-ci offre aussi des opportunités.

Le premier étant, malgré une présence forte des concurrents, aucun ne propose d'expérience augmentée du streaming différé d'un concert, que ce soit en France mais aussi dans le monde entier à l'heure actuelle. De plus, il y a peu de nouveaux concurrents sur ce marché, ce qui permet de se présenter comme nouvel acteur unique et novateur.

Ensuite, la seconde opportunité de cet environnement est l'augmentation de la consommation de vidéo. En juillet 2017, l'IAB et Médiamétrie[105] ont publié une étude montrant que 63% des internautes regardent une vidéo tous les jours et parmi les utilisateurs de 18 à 24 ans, 84% d'entre eux regardent des vidéos tous les jours. 70% des utilisateurs le font depuis chez eux. Et surtout 35% de ces vidéos sont des vidéos clips musicaux, ce chiffre atteignant les 49% lorsque les internautes visionnent des vidéos sur une plateforme dédiée. Le visionnage des vidéos, et notamment de vidéos musicales, est donc entré dans les habitudes.

[105] *« Etude : la consommation de vidéos en France »*, 12 juillet 2017, Blog Du Modérateur

En plus d'une forte consommation de vidéo, ces dernières années ont vu apparaitre beaucoup de festivals[106]. Ainsi la période de 2013 et 2015 a enregistré 132 festivals supplémentaires portant à 1887 le nombre de festivals en France selon le « Barofest » de 2015 réalisé en coopération entre l'IRMA, le CNV et la SACEM. Ainsi, malgré un environnement qui semble être hostile pour les festivals notamment à cause les coûts engendrés et de la fragilité financière des structures organisatrices, comme en témoigne Jean-Paul Roland, directeur général des Eurockéennes en disant « Rien n'est acquis, nous recommençons tout à zéro chaque année », le taux de « natalité » des concerts reste supérieur au taux de « mortalité ».

[106] *« L'incroyable succès des festivals de musique »*, 10 juillet 2016, Challenges

Une autre opportunité fait écho à une des menaces énoncées précédemment. Si la population craint que la technologie ne les coupe de la réalité, les français l'utilisent au quotidien et sont très friands des nouveautés technologiques qui pourraient notamment proposer de nouveaux modes de consommation. Pour s'en apercevoir, il suffit de comparer les chiffres de fréquentation mais aussi de retombées médias du plus important salon dédié à l'innovation, le CES[107] de Las Vegas. En 2018, ce salon a accueilli en 4 jours 182 198 personnes, a été mentionné plus d'un million de fois avec le #CES2018 et @CES. Les story Snapchat du CES ont été vu 49 millions de fois et le salon a été mentionné dans 107 120 médias de

[107] **CES** : Consumer Electronics Show

tout horizon (print, online et broadcast) atteignant le chiffre impressionnant de 71.7 milliards d'impression potentiel uniquement pour le mois de janvier 2018[108]. Cet engouement tout comme celui pour les casques VR par exemple, cité dans une partie précédente, montrent l'engouement pour l'innovation technologique.
Enfin, la dernière opportunité est la reconnaissance du handicap. Même si le handicap reste encore tabou pour une partie de la population, il est de plus en plus reconnu et accepté par les personnes valides. Cela est notamment dû aux différentes initiatives mise en place aussi bien du côté des associations que des entreprises et des différentes lois qui ont été votées, notamment la loi handicap de 2005.

[108] Selon les différentes sources citées dans « CES by the Numbers », 2018, CES

Ainsi après cette analyse de l'environnement, on peut en conclure que la curiosité technologique et son entrée dans les mœurs et les habitudes en font un environnement plutôt accueillant. Cependant, il pourrait être difficile de se faire une place parmi des concurrents bien ancré sur ce marché à moins de créer des partenariats avec les différents acteurs du domaine. Les barrières à l'entrée sont fortes. Pour pouvoir se positionner, il est donc maintenant important de connaitre les forces et les faiblesses du produit.

Si l'on commence avec les points positifs, l'une des plus grandes forces de la solution étant qu'elle propose une expérience complète unique car cela n'a jamais été fait auparavant. Cette expérience est d'autant plus unique, que la réflexion pour arriver à cette solution est basée sur une recherche UX centrée sur les problématiques que peuvent rencontrer les personnes ayant un handicap physique et sensoriel. De plus, cette solution est basée sur une innovation technologique que sont les disques vibrants et lumineux, un des principaux atouts de cette solution. C'est eux qui permettront d'accéder à une expérience corporelle. Cette solution, en plus de proposer une innovation technologique, est basée sur des technologies nouvelles qui attirent. Cela est notamment le cas pour la connexion IoT et la vidéo 360° qui permet un visionnage en VR.

Ensuite, l'autre atout est la recherche UX citée auparavant. Puisque cette solution pose les bases de sa réflexion sur les difficultés rencontrées par des personnes handicapées et qu'elle vise à les supprimer ou à les pallier, alors cette solution peut convenir à tout public.

Il a précédemment été constaté que les concurrents étaient puissants et légitimes notamment grâce à leurs partenariats. Au vu de l'innovation et de l'expérience que propose cette solution, il serait possible de pouvoir établir un schéma de partenariat avec différents acteurs. Ces acteurs peuvent venir de domaines différents notamment du domaine de l'expertise sonore pour le son binaural, mais aussi des diffuseurs de concerts qui pourraient s'associer à la solution pour proposer un nouveau type d'expérience ou encore des producteurs de spectacle qui pourraient ainsi toucher le public qui n'a pas pu assister au spectacle ou acquérir un nouveau public.

Enfin la dernière force de ce projet est le double rôle de producteur audiovisuel/diffuseur qu'endosse cette solution. Pour mettre en place la solution et proposer des concerts avec une expérience augmentée, il est nécessaire de produire le contenu. Or, ce contenu n'est habituellement pas produit pour la diffusion de concert que ce soit pour le chant-signe, le son binaural ou la vidéo 360° notamment. Ce rôle de producteur est donc nécessaire pour pouvoir endosser pleinement le rôle de diffuseur et proposer une expérience complète.

Néanmoins, les rôles de producteur et diffuseur à assurer peuvent aussi être une faiblesse. Les réaliser demande des moyens financiers et humains. Le coût de ces moyens nécessaires peut avoir son importance, notamment lorsqu'on lance un nouveau produit. Cela est sa deuxième faiblesse. Ce produit, cette solution, est nouvelle. Elle n'a pas d'antécédent sur le marché. Il y a donc le risque qu'elle ne trouve pas son public et qu'elle échoue dès les premiers mois de lancement si elle n'arrive pas à s'imposer face aux autres concurrents déjà présents sur le marché et qui possèdent des moyens humains et financiers pour supporter leurs prestations.

Ce risque de voir la solution échouer dès son lancement est renforcé si elle ne trouve pas le soutien d'acteurs du marché de la musique pour pouvoir appuyer sa légitimité. Ces acteurs pouvant permettre le lancement du produit et servir de relai, notamment de communication lui assurant la crédibilité, l'attractivité et la visibilité. Ensuite cette solution est proposée par une personne inconnue du monde musical et c'est une faiblesse à ne pas négliger. Par exemple, en 2015, l'entreprise JauntVR, spécialisée dans la réalisation de vidéos en 360°, avait dévoilé une application de réalité virtuelle permettant de visionner un concert, celui de « Live and Let Die » de Paul Mc Cartney. Même si Paul Mc Cartney ne s'était pas investi dans cette application, il en est devenu le sponsor et de nombreux médias ont titré « l'application de réalité virtuelle de Paul McCartney[109] » ce qui a permis à l'application d'avoir un impact et une diffusion auprès d'un public plus large. Plus récemment, et dans un autre domaine, l'actrice Maisie Williams a lancé Daisie le 1er août 2018, un réseau social permettant aux jeunes artistes de montrer leur travail et de créer un lien entre eux. Maisie Williams, alias Arya Stark dans la série à succès Games of Thrones incarne l'un des personnages les plus appréciés de la saga. La série qui a lancé sa carrière lui confère maintenant une popularité qui a permis en quelques semaines de faire parler de l'application dont le Instagram comptait déjà 53 000 abonnés à la date du 23 août 2018 et 36 000 sur Facebook.

[109] Notamment The Guardian *« Paul McCartney launches free virtual-reality concert app »*, 21 novembre 2014

Enfin, la dernière faiblesse, évoquée notamment par les personnes interrogées au cours des entretiens de présentation des prototypes, est la bibliothèque. Afin de faciliter l'adoption de solution, il est nécessaire qu'elle possède et propose un grand choix de concerts. Ainsi, avant même son lancement, il est impératif d'avoir capté certains concerts ou réalisé un partenariat avec des festivals pour disposer d'un catalogue et d'une offre.

Pour résumé, la solution possède de nombreux atouts notamment au niveau technologique puisqu'elle propose un tout nouveau type d'expérience musicale augmentée qui peut être utilisé par tous. Mais c'est une nouvelle solution qui demande un investissement conséquent en amont et des partenaires ou sponsors afin d'assurer une bonne communication et l'adoption du dispositif.

2.2 Grâce à une bonne communication

Une bonne solution, sans communication, reste dans les cartons

Lors du dernier point concernant les faiblesses du projet avait été mis en évidence l'importance d'une bonne communication.

A l'origine, la communication est un échange d'informations entre un émetteur et un récepteur. Ce message peut être transmis via différents canaux, aussi appelés médias de transmission, qui permettent l'acheminement du message. Il existe 4 grandes catégories de canaux de communication.

Le premier concerne les médias dit « traditionnels » dans lesquels on retrouve la presse écrite comme les journaux et les magazines, la radio concernant aussi bien les émissions que les espaces pub, la télévision pour qui ce principe s'applique, le cinéma et l'affichage.

Le deuxième Média concerne le média web dans lequel on peut trouver la presse en ligne avec les magazines et les revues notamment, la publicité en ligne et enfin les plateformes communautaires comme sur les réseaux sociaux, les blogs ou les groupes par exemple. Ce dernier média est l'un de ceux qui fonctionnent le mieux car il permet le partage de contenu et son interaction directe notamment avec les systèmes de « like » et de « commentaires » et permettant le développement du sentiment d'appartenance. Souvent, le contenu sur ce canal de diffusion est basé sur de la vidéo. Par exemple, récemment, en juillet 2018, Intermarché a lancé sa gamme « L'essentiel » sous sa marque distributeur Chabrior ». Le but de cette vidéo était de lancer la gamme en insistant sur le concept qui est, « une gamme avec uniquement l'essentiel », et donc pas de colorant, ni d'additifs. Pour en faire la promotion, ils ont pris le problème à l'envers et ont proposé à un panel de gens de goûter différentes glaces et différents yaourts qui étaient colorés d'une façon différente. Les personnes désignaient quel était le goût des différents produits,

personne n'arrivant à se mettre d'accord. La vidéo révèle à la fin qu'ils avaient le même goût et que ce qui avait impacté leur perception était la couleur avec la baseline de fin *« Quand on voit ce qu'un simple colorant peut faire sur notre cerveau, on se dit qu'on a bien fait de lancer la gamme l'Essentiel »*. Cette vidéo a eu un fort impact puisqu'elle a été visionné 2 millions de fois[110]. Un lancement réussi.

[110] nombre de vues totales de la vidéo publicitaire en mode publique et non repetorié hébergées sur Youtube

Le troisième média est le « Hors médias traditionnel ». Ce média est notamment constitué des événements dits traditionnels comme les stands, les salons et les conférences, les événements alternatifs avec les formations et le street-marketing, les relations publiques avec le lobbying, le courrier postal et le courrier direct notamment par téléphone, les réunions « tupperware ». Dans cette catégorie, l'un des canaux le plus impactant et faisant le bonheur des publicitaires et qui ose le plus en termes d'originalité est le street-marketing. Le Street-marketing permet à la marque d'aller directement au potentiel consommateur et de lui faire vivre une expérience qui poussera la personne à devenir consommateur en achetant le produit. Cet achat peut être motivé par plusieurs leviers. Ainsi, soit l'acheteur veut revivre cette expérience, soit il a maintenant une image positive du produit car la marque a su prouver sa créativité et suspendre le consommateur.

Un exemple de campagne de communication axée sur le street-marketing est Wilkinson pour le lancement de son Hydro 5 Power Select. Wilkinson va proposer une expérience à des voyageurs de la Gare Montparnasse en installant un toboggan à côté des escaliers et des escalators et en instaurant des niveaux, comme des niveaux de difficulté (1 étant l'escalier, 2 les escalators et 3 le toboggan). Sur la vidéo de restitution de l'expérience, on voit les voyageurs, intrigués par ce dispositif, emprunter le toboggan assis, coucher, faisant glisser des valises, tout en étant souriant. Tandis que les personnes qui prennent les escalators ont le visage fermé. Les personnes qui prennent l'escalier souffrent à cause du poids de leur valise. Cette opération a été mise en place pour mettre en avant le plus produit du rasoir se résumant au choix du niveau de vibrations.

Enfin, le dernier média est le « Hors Média WEB » qui regroupe les plateformes individuelles comme les sites internet et les intranets, la communication asynchrone avec le mailing et la newsletter, la communication synchrone avec le chat et les visioconférences notamment et les applications mobiles. Ce média concerne une communication plutôt passive puisqu'il est nécessaire que l'internaute ait effectué une demande comme une recherche internet ou s'est inscrit à la newsletter pour recevoir les informations.

II Un stand expérimental comme outil de communication

Lors des différents entretiens effectués, l'un des prérequis demandés par toutes les personnes interrogées lorsque leur a été posée la question « Est-ce que vous voudriez adopter cette solution ? » a été « Oui, mais si je peux l'essayer avant ».

L'utilisateur souhaite donc essayer afin d'être sûr de son achat. C'est notamment pour cela que sont mises en place des dégustations dans les épiceries par exemples, les essais d'habits en magasin ou encore les périodes d'essai pour les logiciels ou les sites de streaming par exemple. Parmi les différents médias énoncés auparavant, la solution idéale pourrait être d'accueillir le public sur un stand, et cela pour plusieurs raisons.

Tout d'abord, un stand se trouve souvent dans un endroit fréquenté lors d'un événement qui peut notamment être un salon. Il permet donc d'aller à la rencontre du public, idée qu'on retrouvait dans le street-marketing, et de pouvoir échanger avec lui car le stand est tenu par une ou plusieurs personnes qui font partie de la structure gérante. Le stand peut toucher deux types de public : celui qui connait déjà l'entreprise ou le produit et qui souhaiterait en savoir plus, dans un lieu où l'idée de « commercial » et d'« achat » est plus abstraite mais aussi de conquérir un nouveau public en présentant ce que l'entreprise propose. Et cela est l'un des aspects les plus utilisés pour un stand. La présentation et la démonstration. Car même s'il n'y a pas d'achat immédiat, le stand est là pour convaincre le potentiel client et utilisateur que son produit en vaut la peine.

Mais au-delà de la présentation et de la démonstration, il y a aussi l'expérience. A la différence de la démonstration, l'expérience permet au visiteur d'essayer le produit, de le tester par lui-même et donc de se faire son propre jugement. Le stand est le média qui attire le plus car il permet au visiteur d'être acteur et non plus uniquement spectateur. Mais ce moyen de communication n'est pas le plus utilisé car il demande souvent des moyens et peut ne pas avoir beaucoup de valeur ajoutée dans certains cas. On retrouve ainsi surtout ce genre de stand dans le domaine du jeu vidéo comme à l'E3[111], le plus important salon du jeu vidéo au monde, où le but des stands est de divertir les visiteurs afin de les faire adhérer à la marque ou à la licence et de proposer une expérience basée sur le jeu. Le stand devient alors une extension du jeu qui le fait passer du virtuel au réel et immerge un peu plus le visiteur dans l'univers. Et cet aspect est l'un des plus importants. Pour faire venir les visiteurs qui ne connaissent pas la marque ou le produit, l'apparence du stand peut faire la différence en se distinguant des autres exposants par son originalité et l'univers qu'il crée.

[111] **E3** : Electronic Entertainment Expo

Par exemple, en comparant les exemples de stands suivants, le stand d'écosystème est grand, aéré et lumineux. Le fait d'être aussi lumineux lui donne une apparence plus chaleureuse. Celui d'original K retient le regard car il utilise des matériaux inhabituel et noble tel que le bois, le simili-ardoise et le fer. De plus, il est posé sur de la pelouse synthétique. On retrouve l'utilisation de la pelouse pour le stand Open qui permet de délimiter un espace pour le stand mais aussi de sortir le visiteur de l'idée d'être dans un salon. Le stand d'Open est intéressant car hormis la pelouse, il n'a pas d'autres limitations physiques ce qui lui permet d'être ouvert. Seul quelques objets comme la maquette ou un panneau indiquent les coins du stand. Ce qui est intéressant avec ce stand, c'est l'utilisation d'accessoires comme les lampes, les skis, les panneaux ou les fleurs, qui permettent de créer un univers à part entière et qui le rend plus réel. On retrouve cette idée sur les stands des marques de jeux vidéo qui recrée un décor réel qui sert aussi de photocall permettant au visiteur d'interagir avec le décor que devient le stand. Cette idée de décor est aussi présente avec Munsingwear où les vêtements que proposent la marque se retrouvent comme éléments de décor du stand sur les murs. La particularité de ce stand est sa délimitation avec des « barrières » créant des limites physiques mais omettant très peu la vue du stand de l'extérieur. Les limites du stand ne sont pas uniquement marquées par les barrières mais aussi par la surélévation du sol qui « sort » le visiteur du sol de l'endroit.

Fig.20 - Stands Ecosystèmes, Original K, Open et Munsingwear

Fig.21 - Stands Jeux Vidéo : XBOX360 et Ubisoft

Néanmoins tous ces constats sont faits à partir de photos et non d'expériences réelles. Afin d'optimiser le stand, j'ai donc observé ceux réalisés les étudiants d'E-artsup Paris dans le cadre de leurs projets de fin d'études. Les stands de 3x3x3m étaient alignés les uns à côté des autres.

Quels sont les stands qui ont le plus retenu l'attention ?

Les stands les plus attrayants étaient ceux qui étaient les plus lumineux ou qui avaient une ambiance lumineuse particulière. Ensuite, il y avait le contenu du stand. Ceux qui retenaient le plus l'attention étaient ceux qui ont été pensé comme une véritable pièce qui, avec différents éléments, ont créé un ensemble cohérent avec l'émergence d'un univers particulier. Un stand ne se résume pas à une table et une chaise, il doit avoir des objets pour lui donner vie. Il faut donc au maximum éviter les imprimés qui peuvent donner un côté bas-de-gamme. Il est intéressant pour le visiteur de pouvoir entrer dans le stand comme s'il entrait dans l'univers du produit, qu'il s'immergeait dedans. Ainsi, il semble nécessaire de ne pas fermer son entrée. Il faut penser son stand en 3D et jouer avec la profondeur de celui-ci.

Ensuite, un visiteur ne souhaite pas toujours aller directement vers le stand, mais préfère savoir en amont son sujet, avant même d'avoir échangé avec la personne qui le tient. Le stand doit « teaser » le produit ou le projet. Pour cela il y a plusieurs techniques, notamment l'utilisation d'un kakémono, d'un panneau ou alors d'un ordinateur afin de pouvoir diffuser une vidéo par exemple pour expliquer le produit. Il est aussi nécessaire de prévoir un support que pourra garder le visiteur afin qu'il ait un « souvenir » physique. Ce support peut être sous forme de flyer mais il peut aussi s'agir de goodies comme des badges ou des sacs. Il est aussi nécessaire de prévoir des cartes de visites qui seront le premier contact de la marque avec le visiteur pouvant être un professionnel intéressé par le produit. Ce support a une durée de vie plus longue qu'un flyer. Ensuite, il est nécessaire d'attirer les visiteurs sur son stand. Cette attirance peut être visuelle avec l'apparence du stand comme dit précédemment mais elle peut aussi jouer sur les autres sens comme l'odorat ou l'ouïe. Ainsi, il peut être intéressant de posséder un instrument de musique.
Afin d'être repéré de loin mais aussi d'inscrire le nom du produit, il est important que celui-ci soit visible grâce à un rétroéclairage par exemple ou avec des lettres en relief.

III Le prototype du stand

Ces différentes observations vont permettre de pouvoir mener une réflexion sur le stand qui pourrait accueillir la solution.

Comme dit précédemment, les personnes souhaitent essayer pour pouvoir adopter et acheter la solution. Ainsi, le stand doit être en capacité d'accueillir l'expérience. Pour que l'expérience soit optimale, il est impératif qu'elle se déroule dans le noir, d'avoir un espace suffisant entre la personne et l'écran qui diffusera le concert et une chaise tournante afin de permettre à la personne de tester l'option VR de l'application. Cette chaise doit aussi être confortable, avec un dossier, ce qui nécessite une nouvelle fois de la place afin que la personne soit détendue et puisse ressentir de façon optimale les vibrations des disques. En plus d'accueillir l'expérience, le stand doit aussi présenter le produit. Afin de pouvoir réaliser un stand répondant à tous ces critères et prenant en compte les observations, plusieurs « prototypes » ont été dessinés.

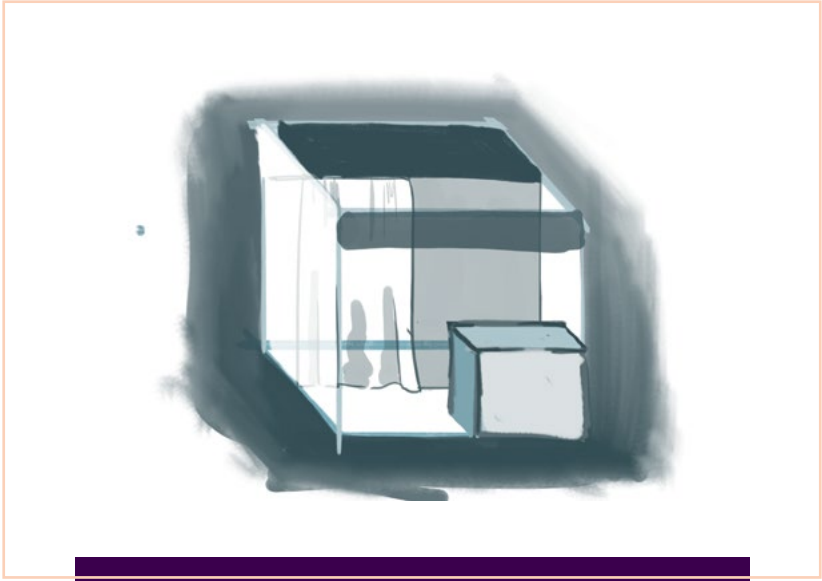


Fig.22 - Croquis n°1 du stand

Le but du premier croquis était de réfléchir physiquement à la base des éléments qui devaient être mis en place, le stand étant un 9m3. Ainsi, il y a un cube devant le stand qui peut servir à disposer des papiers ou un écran afin de pouvoir présenter le produit. Derrière celui-ci, il y a un espace pensé pour la personne qui tiendra le stand. Enfin, lorsque le visiteur rentre dans le stand, il poursuivra dans une deuxième partie plongée dans le noir en traversant le rideau afin de pouvoir vivre l'expérience. Pour que le stand soit reconnu de loin et que le nom reste dans la mémoire des personnes, il pourrait y avoir une planche avec le nom au-dessus du stand.

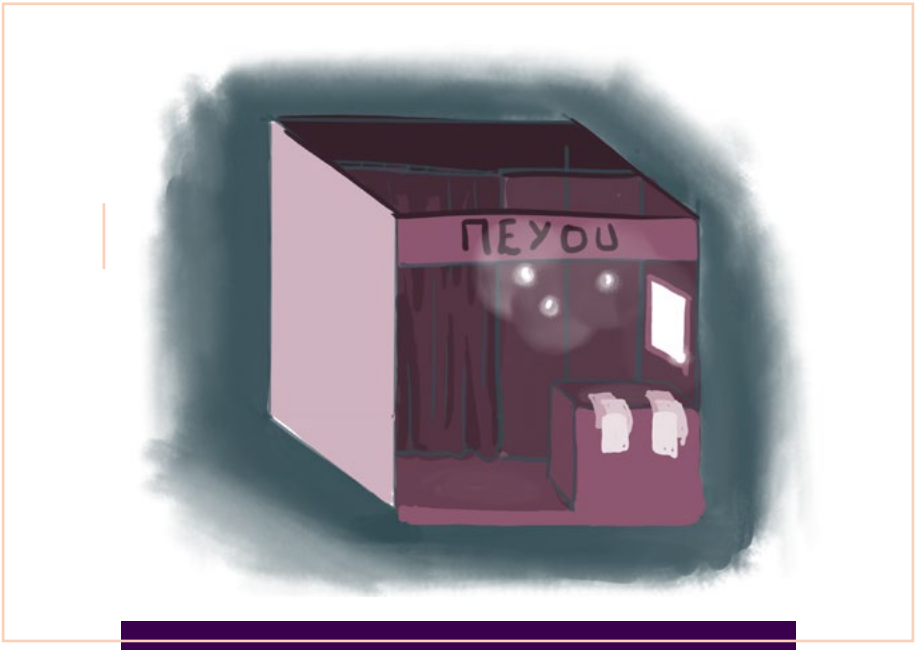


Fig.23 - Croquis n°2 du stand

Le deuxième croquis est l'évolution du premier puisqu'il vient instaurer une possible ambiance pour le stand. L'ambiance et l'univers du stand doit refléter l'univers et l'identité de la solution. Ainsi ce stand serait un monochrome basé sur la couleur principale de l'identité et de la charte graphique, le violet ou bordeaux foncé. L'avantage de cette couleur est de pouvoir créer une ambiance intimiste, « cocooning » qui permet notamment de mettre en avant les jeux de lumières des sphères lumineuses qui rappellent le concept de l'identité : les bulles.

Fig.24 - Croquis n°3 du stand

L'idéal, comme le montre le troisième croquis est la possibilité que le stand puisse incarner ce concept en prenant une forme de bulle. L'avantage de ce concept est qu'il retient l'attention car il se démarque par sa forme et de permettre au visiteur d'être véritablement dans « sa bulle musicale ». En plus du stand-bulle, il y aurait devant un bocal dans lequel le visiteur pourrait récupérer un flyer, et un siège afin que la personne qui présente le stand puisse s'asseoir. Cet aspect n'est pas à négliger. Lors d'une journée de présentation de stand, il n'y a pas toujours la même affluence et ces journées à parler en continu entouré de bruits sont fatigantes. Ainsi, il est nécessaire de prévoir un siège mais aussi une activité pour permettre de passer le temps. Une des idées permettant de « faire passer le temps » pourrait être le mur à dessin, idée inspirée du stand de Célia Maurieras pour son projet de fin d'étude. Cela permet de transformer le stand en fonction du temps, attise la curiosité et permet aussi bien aux visiteurs qu'aux personnes qui tiennent les stands voisins de participer.

Néanmoins, cette idée de stand-bulle est plus difficile à réaliser et techniquement ne rentre pas dans un espace de 9m3 si l'on souhaite pouvoir faire vivre pleinement l'expérience à tous les visiteurs.

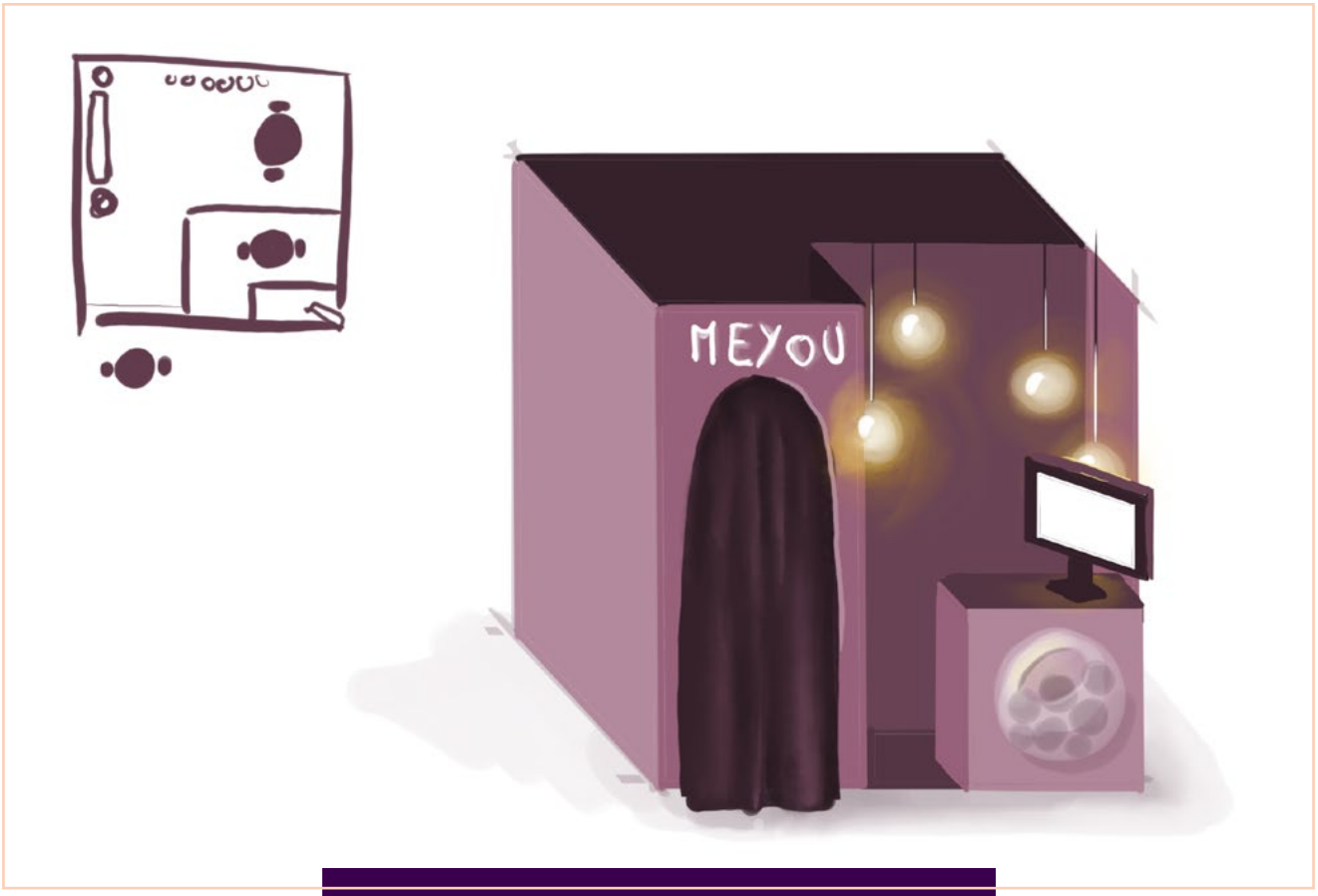


Fig.25 - Croquis n°4 du stand

Le quatrième croquis présente donc un stand de nouveau basé sur un stand de 9m3 et reprend le 2nd croquis à quelques exceptions. Le fait d'essayer de produit doit être une expérience en lui-même. Ainsi, il peut être intéressant d'avoir un « palier » lorsque le visiteur entre dans la partie expérience du stand, afin de le « préparer » à l'expérience du produit qui va suivre. Le stand devient alors une attraction. Dans cette partie expérience, le siège et le visiteur se trouvent dans le coin droit afin d'être au maximum isolé du bruit et de la lumière. La télévision elle se trouve dans le coin gauche afin de mettre le maximum de distance entre l'utilisateur et l'écran. Afin que la personne utilise un maximum les fonctionnalités de la solution, il est nécessaire que l'expérience se fasse en deux étapes : une étape avec le casque VR et les disques permettant de vivre pleinement l'expérience 360°, et une étape sans le casque VR, où l'utilisateur pourra alors profiter de toutes les options tels que les disques vibrants et lumineux et la connexion IoT avec un affichage en cast sur la TV.

Pour permettre le passage entre les deux étapes, il est donc nécessaire que la personne qui tient le stand intervienne. Le « palier » permet donc à cette dernière d'être dans la partie expérience sans l'interrompre. Néanmoins ce placement connait un problème. Si la personne doit rentrer, sortir ou vérifier où en est l'expérience, l'ouverture du rideau fait entrer de la lumière qui viendra gêner la visibilité de l'écran. Cette problématique a fait naitre le 5ème croquis.

Fig.26 - Croquis n°5 du stand

Le cinquième croquis reprend donc la réflexion des anciens croquis à la différence que l'entrée n'est plus directement accessible au visiteur mais celui-ci doit entrer tout d'abord dans le stand afin de pouvoir accéder à la partie expérience, Il y a donc une véritable entrée dans l'univers. Cela nécessite néanmoins deux ouvertures, la façade qui permet de créer la partie présentation et le côté afin que le visiteur puisse accéder à la partie expérience. L'avantage de cette disposition, est aussi la transformation du « mur de façade » en support d'affichage qui pourra ainsi accueillir le nom mais aussi une baseline pour susciter la curiosité des visiteurs. Pour compléter la présentation, un écran sera mis à disposition permettant de diffuser en boucle une vidéo. Un panneau indiquera l'entrée afin d'indiquer au spectateur l'existence de l'animation. La partie présentation du stand sera éclairée par des bulles lumineuses. On retrouvera aussi cette idée de bulle avec la bulle géante qui se trouve dans la partie présentation et qui contiendra des bulles renfermant à l'intérieur un badge, un flyer et une carte de visite. Ces bulles qui porteront le logo du produit, permettent d'avoir un support physique pouvant être conservé par les visiteurs. La disposition des éléments (écran, lumières, siège) ne change pas dans la partie expérience, mais la disposition de la porte en intérieur du stand permet lors de l'ouverture du rideau que la lumière atteigne uniquement une partie non utilisée pour l'expérience et n'émette pas de lumière directe.
Cette solution portant sur l'accessibilité à tous, il sera nécessaire de s'assurer de son accessibilité et utilisant notamment des pictos, des informations en braille et son accès physique.

Cette 5ème idée de stand est celle retenue à l'heure actuelle car c'est la disposition qui semble la plus optimale. Néanmoins, elle est susceptible de changer notamment au niveau de l'apparence. La solution Meyou(sic) repose sur l'utilisation des sens pour enrichir une expérience, ainsi il serait intéressant à travers ce stand d'utiliser le sens qui ne n'apparait pas dans cette solution : le toucher. Pour réaliser cela, il serait donc nécessaire d'avoir différents matériaux mais tous de la même couleur afin de pouvoir « titiller » l'envie du visiteur à vouloir toucher le stand.

2.3 Un projet conséquent tout comme son budget

L'expérience client comme point d'entrée du business model

Afin de pouvoir lancer le produit qu'est la solution, il est nécessaire de penser à la réalité du projet, aussi bien dans sa réalisation, que par les moyens de communication (en dehors du stand), mais aussi d'effectuer faire une comparaison du parcours utilisateur sans la solution et avec. Pour comprendre comment pourrait réagir et interagir l'utilisateur, on créer un costumer journey[112].

[112] **Costumer journey** : Experience Client

La costumer journey est composée de trois parties : la période avant le lancement du produit, l'expérience avec le produit et la période après l'utilisation du produit. En premier il y a donc la période avant le lancement du produit qui doit donner un avant-goût, « teaser » le produit, donner envie. Le but étant que le (tout) public ait une réaction se résumant à « J'ai trop envie d'essayer », en prenant en compte que les seules expériences passées peuvent être les diffusions ou rediffusions de concerts via différents supports comme les plateformes, la télévision ou en DVD.

Il est donc important de mettre à disposition du contenu comme les coulisses du projet, une vidéo montrant un utilisateur vivant l'expérience, des témoignages, les endroits qui distribueront le dispositif et la date de sortie qui pourront être relayés sur les réseaux sociaux et différents médias aussi bien online qu'offline et qui permettront de faire la publicité et la relation presse du produit. Plusieurs canaux peuvent remplir cette fonction comme les salles de concerts, l'affichage dans les transports en commun, les réseaux sociaux, les magazines spécialisés en High-Tech, les influenceurs ou encore les associations de personnes handicapées. Ce dernier canal n'est pas à négligé car la solution est basée sur les problèmes que rencontrent les personnes ayant un handicap. Il est donc important que contacter les principaux acteurs dans cet univers. L'autre univers, en plus des médias axés sur le design et les tendances, est celui du high tech. Cet univers attire et apprécie l'innovation. L'application 3.6 en est un bon exemple puisque le projet a été relayé notamment dans le magazine 01net, l'un des principaux magazines sur le thème

High-tech. Face à ce dispositif, le public s'attendra à vivre une véritable expérience unique puisque c'est la promesse de la solution mais aussi de pouvoir avoir accès à une bibliothèque de concerts importante.

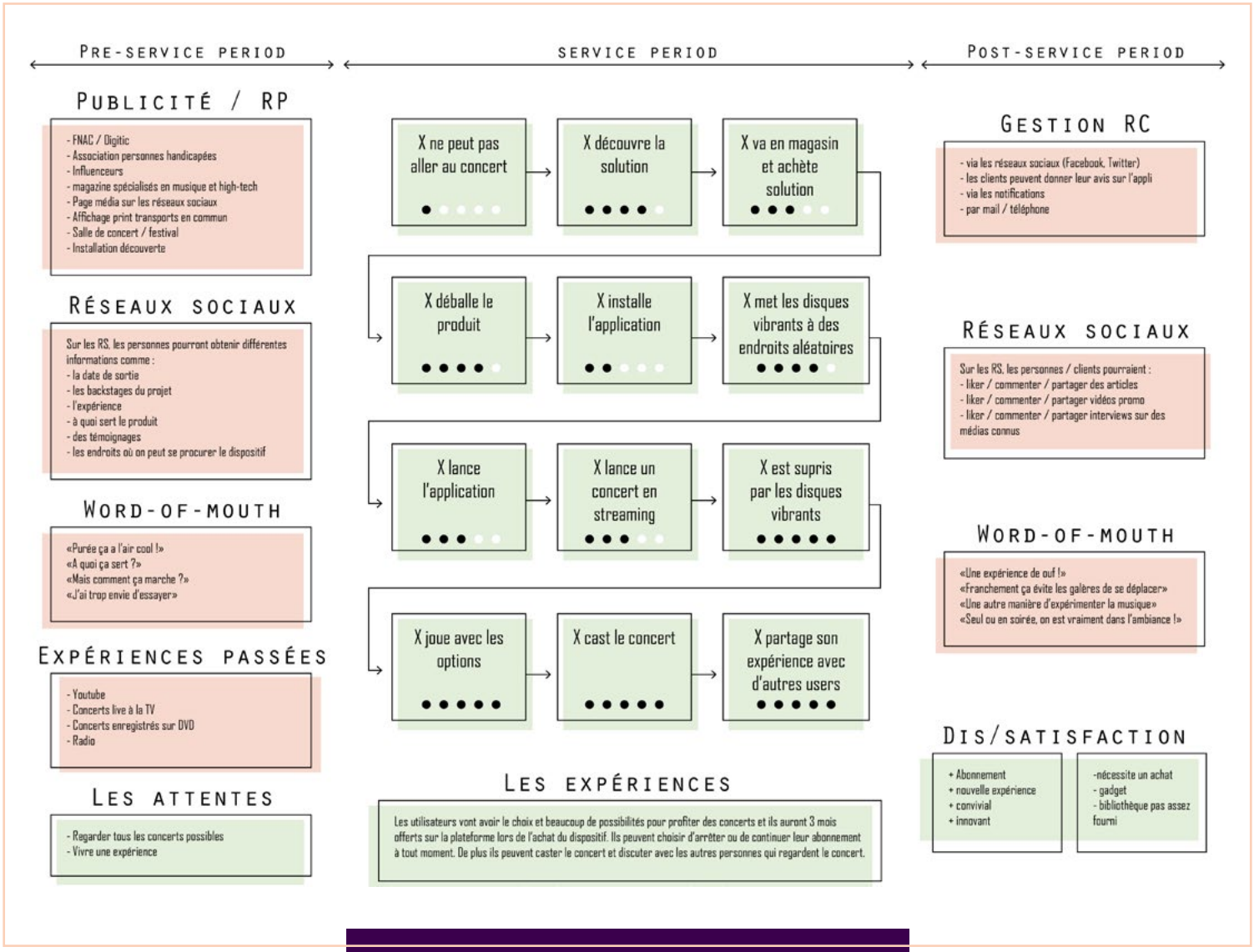


Fig.27 - Aperçu du Costumer Journey

La deuxième période est donc l'utilisation du produit. Cette période montre, avec le même principe que la user journey, les étapes par lesquelles va passer le consommateur de la solution.

Ce « voyage » commence donc avec un constat qui a été relevé de nombreuses fois au cours de ce mémoire., X, notre consommateur, ne peut pas aller au concert à cause d'une raison qui peut être de cause financière, technique, logistique, temporelle ou humaine. Mais X souhaite quand même vivre ce concert et en cherchant si l'artiste ne faisait pas d'autres représentations, il découvre la solution qui peut être proposée par des sites partenaires. X peut donc choisir de commander le produit par internet ou d'aller directement en magasin. S'il va en magasin, il se peut qu'il

y ait un stand pour lui permettre d'essayer, sinon il l'achète directement. X revient chez lui et déballe le produit. Avec le QR code fournit il installe l'application et suit les instructions. X déballe les disques vibrants, est intrigué, et les place à des endroits aléatoires ou selon le schéma qui lui est indiqué. X lance l'application puis regarde un des concerts disponibles sur l'application. Il est surpris par les disques vibrants et le ressenti combinant le visuel, le son et les vibrations. Ensuite X joue avec les options afin d'avoir un aperçu de toutes les possibilités, notamment la connexion IoT et la 360° mais aussi le cast. Il découvre aussi qu'il peut partager son ressenti avec les autres utilisateurs.

Une fois l'expérience faite, X pourra partager son expérience avec ses proches mais aussi interagir avec la marque et cela se passe dans la dernière période, celle qui vient après l'utilisation du produit.

L'utilisateur pourra contacter et échanger avec la marque de différentes façons, soit par les réseaux sociaux tels que Twitter ou Facebook, en donnant un feedback directement sur l'application, par mail ou téléphone et il recevra des informations via les notifications. Sur les réseaux sociaux, l'utilisateur pourra aussi interagir (aimer, commenter et partager) avec l'univers du produit via les différents articles, les vidéos promotionnelles et les interviews sur des médias. L'objectif est, qu'une fois que l'utilisateur ait essayé le produit, qu'il relaie son appréciation pouvant être, *« une expérience de ouf ! »* ou *« Seul ou en soirée, on est vraiment dans l'ambiance »* par exemple. Plusieurs points de satisfaction pourront l'inciter à le faire, comme le fait de vivre une nouvelle expérience, innovante et conviviale mettant au second plan le coût d'achat du produit, l'image potentiellement « gadget » du produit voire la bibliothèque limitée de l'offre.

II S'associer pour mieux s'imposer

Une fois les différents aspects de la solution actés, la seconde étape pour que le projet puisse se concrétiser est de statuer sur la façon dont il pourrait être vendu.

La difficulté de cette étape est la nécessité de rentabilité pour les distributeurs du produit. Mais il faut penser aussi au retour sur investissement du consommateur qui lui aussi investit dans un produit espérant obtenir le même résultat que la promesse. L'un des exemples les plus récents et qui a fait parler de lui est le jeu vidéo « No Man's Sky ». No Man's Sky est un jeu sorti sur Play Station 4 et PC en début août 2016. Le jeu promettait un monde infini grâce à son univers généré de façon procédural, c'est-à-dire de façon automatique selon un ensemble de règles définies par des algorithmes. Ainsi le joueur pourrait voyager de planètes en planètes à bord de son vaisseau pour accomplir des quêtes sans qu'aucune planète, créature, faction, vaisseau, module et bâtiment ne se ressemblent. L'attente était donc grande parmi les joueurs et ils ont été 212 000 à acheter le jeu rien que sur PC. Malheureusement, lorsque le jeu est sorti, il a été très mal accueilli par les joueurs car, si en effet le jeu était construit de façon procédurale, ils avaient l'impression

que c'était un amas d'éléments différents et non des univers, les quêtes étaient répétitives, les graphismes moins bons que les trailers et surtout il n'y avait pas le mode multijoueur tant attendu. De plus le jeu coûtait à l'époque 60€. Toutes ces raisons[113] réunies ont rapidement fait monter le mécontentement chez les joueurs dont beaucoup ont demandé le remboursement. Deux semaines seulement après le lancement, le jeu ne comptait plus que 20 000 joueurs sur PC. Cette expérience a donné une leçon aux studios de jeux vidéo qui « survendent » leurs produits. Depuis, en août 2018, soit deux ans après, le studio a fait une mise à jour majeure qui a réussi à ramener 100 000 joueurs toutes plateformes confondues (PlayStation 4, PC et cette fois-ci Xbox One), soit deux fois moins que sur PC au lancement. Ainsi, il est important de penser à l'expérience de l'utilisateur et son rapport qualité/prix. Cette réflexion mène à un business model.

[113] De nombreux articles parlent du sujet mais celui de référence est *« No Man's Sky sur PC : 90% de joueurs en moins en 10 jours »*, 24 août 2016, Gameblog

Le business model, aussi appelé modèle économique, est le concept qui permet à une entreprise de penser à tous les facteurs de réussite et de leur organisation afin de générer une valeur ajoutée d'un projet ou d'une activité.. Pour réaliser le business model, il est nécessaire de rappeler quelques éléments.

Le premier élément est la cible. Bien que la solution soit pensée pour tout le monde, afin de pouvoir atteindre une cible, il est nécessaire de restreindre le périmètre. Ainsi la cible de cette solution est composée de personnes allant et souhaitant aller en festivals et en concerts. Elle cible les « consommateurs » de festivals et de concerts et ceux qui souhaiterait y aller mais qui ne peuvent pas pour diverses raisons.

Le deuxième élément est le produit en lui-même. À cette cible on lui propose une solution de visionnage de concert à distance composée d'une application et d'un dispositif physique comprenant des disques vibrants et lumineux. La force de ce produit est sa proposition d'expérience augmentée des concerts dont aucun produit ne propose un concept similaire sur le marché. Néanmoins il y a des incertitudes concernant ce produit car son usage nécessite une bibliothèque de concert fourni afin de satisfaire l'utilisateur et qu'il ne se limite pas à une utilisation unique. De plus, ce concept étant nouveau sur le marché, il va devoir convaincre les potentiels utilisateurs de son utilité.

Le troisième point est celui des canaux de diffusion. Afin que cette solution puisse être accessible à l'achat au plus grand nombre, les points de distribution devront être physique, comme dans les magasins, et virtuel grâce à l'achat sur internet. Une partie de la cible allant en festival, il pourrait aussi y avoir des points de vente et de démonstrations sur les festivals grâce à un stand. La communication sur ce produit se fera essentiellement sur les réseaux sociaux, via les médias notamment tendance, high-tech, handicap et design, et grâce au stand qui sera le porte-drapeau du produit dans les festivals. Pour fidéliser les utilisateurs, des mises à jour seront régulièrement effectuées.

Le quatrième point concerne les revenus. Afin de connaitre l'avis des potentiels utilisateurs, j'ai demandé lors de la deuxième vague d'entretien aux personnes interrogées, le mode d'achat quelles préféreraient. Plusieurs propositions leur ont été faites. En premier l'achat unique, la personne achète le dispositif physique et

peut accéder à l'application. La deuxième proposition était la récurrence, option où l'utilisateur paie au visionnage du concert. La troisième était l'abonnement, proposition où l'utilisateur paie un certain montant par mois pour avoir accès à l'application. Les avis ont été très divergents puisqu'aucun n'a adopté la même solution. Ainsi Charlotte aimerait pouvoir acheter la solution en une seule fois, tandis que Diane aimerait que l'application soit gratuite et que l'achat se fasse à l'unité en fonction du concert. Hugo, quant à lui, pense qu'il est nécessaire que les disques et l'appli soit ensemble mais il propose que les applications comme le 360° et le son binaural soit payantes contrairement aux sous-titres ou au chant-signe. Cette idée peut être intéressante mais est contraire au principe d'unicité minimale de l'offre et d'égalité quel que soit l'utilisateur. Enfin, Alice souhaiterait avoir une semaine d'essai et Victor propose de payer un certain prix en fonction des options, cette idée ramène au même constat que l'idée d'Hugo en créant un déséquilibre.

La solution pour contenter un maximum d'utilisateurs sans ternir l'intérêt serait de combiner plusieurs principes. Tout d'abord, l'installation de l'application est gratuite. Cela permet à l'utilisateur de se familiariser avec l'application. De plus l'utilisateur pourra visionner 2 à 3 minutes du concert et jouer avec les options avant que le concert ne s'arrête. Ainsi, pour que l'utilisateur voit tout le concert, il devra payer. C'est là que le choix va être donné à l'utilisateur. Il peut choisir d'acheter les disques avec un paiement unique qui lui donnera accès à vie à l'application et augmentera son expérience, ou il peut choisir l'abonnement. Dans ce cas-là, l'utilisateur paiera de façon récurrente un montant tous les mois. Le but de ce choix est d'inciter l'utilisateur à acheter les disques qui lui permettront de vivre véritablement une expérience augmentée. Néanmoins s'il ne le souhaite pas, on lui laisse le choix d'opter pour l'abonnement qui sera plus rentable sur le long terme et plus couteux pour l'utilisateur. Néanmoins, pour garantir une expérience optimale, il n'y aura aucune publicité sur l'application. Le prix des disques lui sera fixe mais les festivaliers pourront bénéficier de réductions grâce aux partenariats.

Dans ce business model, il est nécessaire de réfléchir à la possibilité du partenariat. Il existe plusieurs types de partenariats : le partenariat financier, le partenariat opérationnel et le partenariat avec les fournisseurs.

Les festivals peuvent être des partenaires financiers et opérationnels intervenant aussi bien pour la captation des concerts que la vente du produit. Par exemple, les personnes qui souhaitent venir aux festivals mais qui ne peuvent pas, ou alors les personnes qui souhaitent revoir un concert, pourraient trouver sur le site et les réseaux sociaux du festival une publication sur la possibilité de voir ou revoir les concerts grâce à la solution. Le call to action pourrait être appuyé par la possibilité de bénéficier d'une réduction sur l'achat des disques ou sur l'abonnement. De plus un partenariat permettrait d'avoir une présence légitime, voire privilégiée sur le festival.

Dans un premier temps, la cible principale du partenariat est les festivals et non les concerts car la cible est plus hétéroclite de par la variété des artistes se produisant et l'esprit « festivalier ». D'autres partenariats seraient possibles, notamment financiers, avec des entités telles que l'IRMA[114] ou le CNC[115].

Concernant les partenariats opérationnels, il pourrait être intéressant de devenir un complément de Culture Box ou ARTE Culture mais il serait plus probable qu'ils souhaitent acquérir la solution notamment ARTE Concerts. Cette probabilité est notamment appuyée par les paroles de Véronique Cayla qui souhaite vouloir faire

[114] **IRMA** : Centre d'Information et de Ressources pour les Musiques Actuelles

[115] **CNC** : Centre National du Cinéma et de l'image animée

d'Arte un groupe numérique qui vient de lancer le 2 septembre dernier Arte 360 VR. Enfin le dernier partenaire pourrait être les lieux de vente de spectacle comme la FNAC ou Digitick qui proposerait pour ceux qui le souhaitent et pour qui le prix est trop élevé, la solution.

Même si la stratégie du partenariat avancé précédemment semble logique, dans les faits, cela peut sembler plus compliqué à mettre en place comme le confirme Bénédicte Hamon, Chargée de Mécénat à Rock En Seine. *« C'est intéressant comme dispositif mais la réalisation notamment la captation n'est pas simple car il y a la question des droits. »* Mais au-delà de la question des droits, elle remet en question le parcours et la mise en place de la solution. *« Je pense que ça a une utilité pour le festival mais ce n'est pas le festival qui va le demander. »* et pour elle *« Je pense que cela nécessite le soutien d'une marque. (...) Le rapport coût et importance du dispositif est trop faible pour un festival. Alors que la marque pourrait se servir du dispositif pour promouvoir le produit, par exemple la télévision ».*

Ainsi, pour elle, les marque proposant les produits et permettant d'augmenter l'expérience comme la télévision, le casque VR ou encore les lumières connectées pourraient être les partenaires premiers, la solution se plaçant comme expérience promotionnelle et la marque appuyant son utilité et sa crédibilité. Concernant les captations, elle approuve le fait de s'associer à Culture Box ou Arte Concert afin d'avoir les ressources financières et matérielles pour capter. Selon Bénédicte, le coût du dispositif s'il était demandé par le festival leur reviendrait trop cher et elle fait le parallèle avec la captation 360 *« La 360° maintenant ça se fait beaucoup notamment et se sont les partenaires qui mettent ça en place car ça coûte très cher. L'année dernière ils proposaient tous quelque chose en 360° mais pas cette année. »* Enfin, elle pense que pour un festival, le dispositif aurait globalement plus de valeur ajoutée s'il pouvait être utilisé pendant la réalisation de celui-ci.

Au vu de ce témoignage, il semble donc plus pertinent de chercher des partenariat au niveau des constructeurs et des distributeurs.

III Un budget et un planning prévisionnel pour anticiper l'ampleur du projet

Afin que le projet puisse devenir réalité, il est important de définir un budget prévisionnel qui va permettre de lister les postes de dépenses et ainsi de pouvoir établir un planning de gestion du budget en fonction des rentrées et sorties d'argent.

Le projet se compose de plusieurs postes de dépense. Le premier est la gestion de projet qui comprend la conception et la gestion du projet notamment et qui coûtera 7920€. Le deuxième poste de dépense est la conception graphique. Bien qu'une première piste ait été réalisée, rien n'est définitif et la direction artistique est amenée à changer. Ainsi on évalue à 20 jours pour un budget de 7200€ la conception graphique.

Ensuite, le poste de dépense suivant concerne l'application. Afin que l'application puisse être réalisée, il est nécessaire d'embaucher un développeur. Dans l'optique d'être accessible au plus grand nombre, il est prévu le développement de l'application sous 3 environnements : IOS, Android et Windows (notamment pour les personnes préférant ou ne pouvant utiliser que leur ordinateur comme Coralie par exemple). Dans ce poste de dépense doit être pris en compte le développement back-end (logiciel) de l'application et front-end (apparence). Mais aussi les différents paramètres comme le compte développeur afin de pouvoir mettre l'application sur le magasin d'application, le serveur, la sauvegarde et la base de données et les frais de maintenance assuré par le développeur. Le budget total de ce poste de dépense est donc le plus important puisqu'il atteint selon les estimations 34 545€.

Mais le produit n'est pas uniquement composé de l'application mais aussi du dispositif physique incarné par les disques vibrants et lumineux. Pour réaliser les disques, il sera nécessaire de réaliser une étape de design produit afin de réfléchir à son apparence finale mais aussi une étape de recherche qui permettra de décider quelle technique employer pour que l'expérience des disques soit optimale. Enfin il y aura l'étape de fabrication du dispositif. Le total estimé pour ce poste est de 11 500€. Afin que le produit puisse être dans les grandes surfaces, il sera nécessaire qu'il ait un packaging. Au total, la direction artistique du packaging et l'impression sont estimés à 3000€ pour 500 exemplaires mais ce total n'est qu'une estimation puisqu'il dépendra de la complexité technique du packaging et du nombre d'exemplaires.

Néanmoins, la solution ne peut pas fonctionner s'il n'y a pas la base essentielle de celui-ci : les concerts. Maintenant dans les festivals, quasiment tous les concerts ont une captation car les images sont retransmises sur des écrans placés sur les côtés de la scène afin que le public puisse mieux voir ce qui se passe sur scène. Ainsi, il y a plusieurs possibilités pour capter un concert. La première possibilité est qu'une agence de production audiovisuelle capte le concert et accepte que l'on récupère les images. Cette possibilité nécessiterait peut-être de devoir compléter le dispositif, notamment pour la caméra 360°. L'autre solution est d'avoir une équipe propre au projet pour capter le concert. Ainsi, il serait nécessaire de louer du matériel comme une caméra 360°, des appareils GH5 de Panasonic (qui sont aussi bon en photo qu'en vidéo) ou encore des harnais. Ce dispositif est une proposition mais il peut s'enrichir en fonction du concert. Dans ce deuxième cas, le montant total pour une demi-journée de captation serait donc de 1692€.

Une fois le concert capté, la prochaine étape est la mise en ligne d'un concert augmenté. A titre indicatif, il y aurait plusieurs étapes notamment le montage, la captation du chant-signe avec un chant-signeur et la gestion du son pour un total de 4500€.

Les postes de dépense précédents font partie de ceux qui sont essentiel pour que le projet puisse exister. Néanmoins, comme dit dans un des titres de ce mémoire, « Une bonne solution, sans communication, reste dans les cartons ». Le premier outil essentiel pour faire connaitre la solution et donner plus d'informations la concernant est donc un site web. Il est rentré dans les habitudes des internautes d'utiliser internet pour avoir plus de renseignements. Il est donc nécessaire de mettre un certain nombre d'informations concernant le produit à disposition sur le site (comme le but du dispositif, par qui il a été créé, comment a-t-il été créé et où peut-il être acheté). Créer un site web demande plusieurs ressources et comporte plusieurs étapes. En premier il y a la direction artistique du site qui sera une déclinaison de l'univers artistique final de la solution. Ensuite il y a la conception-

rédaction, une étape à ne pas négliger car c'est l'argumentaire de la solution et il peut être réutilisé par les médias s'ils relaient l'existence de la solution. Une fois ces deux étapes finalisées, elles seront mises en application lors de la phase de développement qui nécessitera un développeur. D'autres dépenses seront à prévoir notamment l'hébergement du site, le nom de domaine ou le certificat HTTPS. Ce dernier point est très important car sans ce certificat, les sites sont classés comme étant dangereux et le navigateur peut afficher une fenêtre d'avertissement demandant à l'utilisateur s'il souhaite réellement y accéder, décourageant l'utilisateur et ternissant l'image.

Le deuxième outil important a été évoqué précédemment : le stand. Même si des premières idées de stand ont été évoquées, rien n'est une nouvelle fois définitif notamment concernant la direction artistique du stand puisqu'elle dépendra de l'univers graphique final adopté. Une fois le design créé, il sera nécessaire de trouver les objets et la matière première pour réaliser ce stand et passer à l'étape de fabrication. Le coût du stand reviendrait donc à 4100€. Sur le stand, on pourra retrouver des goodies qui permettront de laisser une trace physique du produit et de mieux s'inscrire dans la mémoire du visiteur. Cela constitue un autre poste de dépense. Dans ces goodies, on pourrait retrouver notamment des stickers, des flyers, des mini-triangles, des cartes de visite, des Pins ou encore des totbag et des t-shirts.

Le stand et le site web sont deux outils importants pour donner des informations mais leur action reste passive. Il est donc nécessaire de cibler le public plus directement notamment grâce à une campagne de promotion. L'un des supports majeurs sera un film de présentation du produit montrant aussi les coulisses avec les différentes étapes de fabrication afin d'immerger le spectateur dans l'univers. L'autre levier peut être les influenceurs. Le statut d'influenceurs est apparu notamment avec les réseaux sociaux comme Instagram et Youtube. Les influenceurs permettent d'être des relais pour une marque et de communiquer sur un produit sans que cela fasse « trop publicité » car les personnes qui suivent les influenceurs ont une relation de confiance et de proximité avec eux. Parmi les influenceurs possibles, un se révèle être tout particulièrement intéressant dans le cadre du produit : TechNews&Tests. Romain de la chaine TechNews&Tests parle des nouveautés technologiques sur le marché, des innovations et donne un avis objectif, c'est ce qui fait la recette de son succès et a convaincu 800 000 abonnés sur sa chaine de le suivre. Le 30 juin 2018, il a sorti une vidéo intitulée « Ce produit high-tech est unique ! » concernant le Subpac. Un autre relai pourrait être les articles de presse et l'embauche d'un community manager afin qu'il puisse gérer les relations avec les utilisateurs et les visiteurs des réseaux sociaux concernant le produit.

Enfin, le dernier poste de dépense, qui peut paraitre anecdotique mais est nécessaire, concerne le dépôt de marque mais aussi les licences nécessaires pour la réalisation du projet. Ce montant s'élève à 998€. Le total de tous les postes de dépenses atteindrait donc le montant de 100 957,50€.

Liste des postes de dépenses

	Jours	Prix	Total
Conception Projet			
Conception & gestion du projet	20j	360€	7 200€
Naming	2j	360€	720€
			7 920€
Conception Graphique			
Conception Graphique	20j	360€	7 200€
			7 200€
Application (dev pour 1 environnement)			
Direction Artistique (dont UX/UI)	15j	360€	5 400€
Développement Front-end	20j	500€	10 000€
Développement Back-end	30j	500€	15 000€
Compte développeur (store)	-	-	100€
Serveur	-	-	120€
Sauvegarde	-	-	100€
Base de donnée	-	-	75€
Frais de maintenance (15% dev)			3 750€
			34 545€
Dispositif physique			
Design produit	10j	360€	3 600€
Recherches	15j	360€	5 400€
Fabrication	5j	500€	2 500€
			11 500€
Captation d'un concert			
1 caméra 360°	1j	10€/u	10€
3 GH5 + objectif 12-60 F2.8	1j	45€/u	135€
Cadreur (x3)	1/2j	412,5€/u	1 237,50€
Régisseur (moi)	1/2j	360€	180€
Trepied (x2)	1j	15€/u	30€
Harnais stabilisateur (x2)	1j	22€/u	44€
Carte SD - 128Go - 300Mb/s (x4)	1j	7€/u	28€
Micro son (Rode Videomic) (x4)	1j	7€/u	28€
			1 692,50€
Mise en ligne d'un concert augmenté			
Montage (scéno, multi-cam, lumière)	2j	500€	1 000€
chant-signe	1j	500€	500€
Sous-titrage	3j	500€	1 500€
Gestion du son	3j	500€	1 500€
			4 500€
Site web			
Direction Artistique	5j	360€	1 800€
Conception Rédaction	2j	360€	720€
Développement Front-end	3j	500€	1 500€
Développement Back-end	1j	500€	500€
Hébergement (serveur)			72€
Nom de domaine	-	-	10€
Certificat HTTPS			50€
			4 652€
Stand			
Direction Artistique	7j	360€	2 520€
Matières premières / objets	-	-	500€
Fabrication	3j	360€	1 080€
			4 100€
Campagne Promotion			
Film de présentation du projet	5j	500€	2 500€
Community Manager	1m	-	800€
Influenceurs			10 000€
RP	-	-	1 000€
Article presse			5 000€
			19 300€
Goodies			
Stickers	100ex	-	60€
Flyers	250ex	-	40€
Mini-triangle (home-made)	1/2j	-	200€
Cartes de visite	100ex	-	30€
Pim's	100ex	-	40€
Totbag	40ex	-	200€
T-shirt	50ex	-	380€
			950€
Autres			
Dépôt de marque	-	-	50€
Licence Adobe	-	-	840€
Licence office	-	-	108€
			998€
Packaging			
Direction artistique	5j	360€	1 000€
Impression	500ex	-	2 000€
			3 000€
			100 957,50€

Fig.28 - Budgetisation du projet

Pour qu'un projet, notamment de cette ampleur, puisse se réaliser, il faut donner des étapes de production. Pour cela, il peut être intéressant de réaliser un rétroplanning. Un rétroplanning est un calendrier prévisionnel élaboré en partant de la date à laquelle le travail doit être terminé. Ce calendrier a été établi sur la durée d'un an, sur une période allant de septembre jusqu'à août car la période des festivals se situent souvent entre mai et août. Ainsi le mois de septembre serait consacré à la conception du projet tandis que le mois d'octobre sera très dense puisqu'il concerne la conception graphique et le dispositif physique. L'idée de faire les deux en simultané se justifie par le fait que l'apparence des disques doit être en accord avec la conception graphique générale. Ensuite le début du mois de novembre sera consacré à l'élaboration du packaging. De novembre à janvier, le directeur artistique travaillera en étroite collaboration avec le développeur afin de créer l'application.
En Février, plusieurs captations de concert augmentée seront mises en ligne afin d'avoir du contenu sur l'application. Puis pendant deux semaines qui chevauchent la fin du mois de février et le début du mois de mars aura lieu la création du site web grâce à tous les éléments créés précédemment avec l'aide d'un développeur. A partir de mars et pendant trois semaines en avril, aura lieu la conception du stand qui va permettre de vivre l'expérience en elle-même. C'est pendant cette période qu'il pourra y avoir divers retours sur les différents éléments de la solution afin que l'expérience proposée par le produit et vécue dans le stand puisse être optimale. Les goodies qui se trouveront sur le stand seront conçu sur les deux semaines qui chevauchent le mois d'avril et de mai. Enfin, la dernière étape est celle de la promotion où il faudra démarcher les partenaires mais aussi se faire connaitre du grand public. Cette période remplit la fin de ce rétroplanning allant d'avril à août.

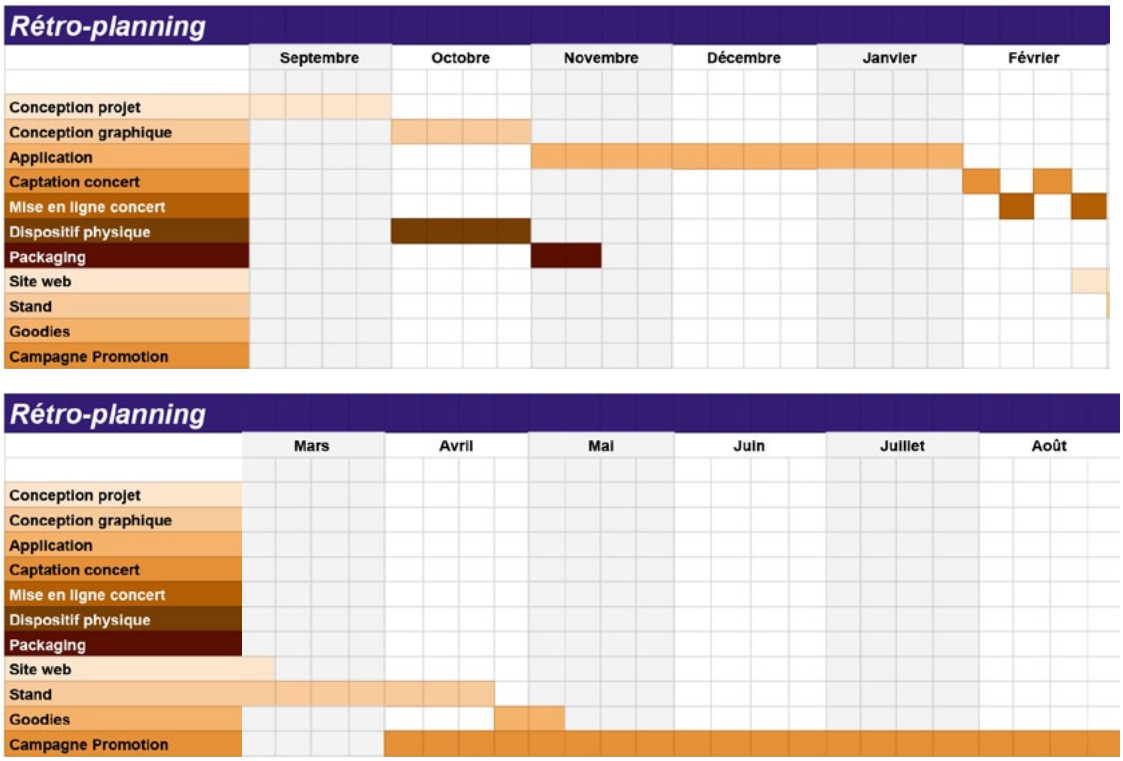


Fig.29 - Retro-planning du projet

La dernière étape est de déterminer un budget prévisionnel. Celui-ci permet de prévoir quelles seront les ressources et dépenses. Afin que le projet puisse voir le jour, il faudra faire un apport préalable de 10 000€ et un emprunt de 40 000€. Ensuite, le budget total estimé étant de 100 000€, il est nécessaire de trouver des sources financières supplémentaires notamment avec les partenariats financiers dont le montant pourrait s'élever à 40 000€ mais aussi en lançant une campagne de crowdfunding. L'avantage d'une campagne de crowdfunding est bien sûr de récolter des fonds mais aussi de se faire connaitre auprès du public avant même la sortie du produit. C'est notamment grâce à moyen participatif de financement que le Olydri Studio a réuni en 2017 plus d'un million d'euro pour son jeu vidéo « Noob, le RPG ». Le nouvel album de Stupeflip a aussi été financé sur Ulule en 2016 en réunissant 427 972€. L'avantage qu'ont ces deux exemples est qu'ils possédaient déjà avant de lancer leur campagne de Crowdfunding, une communauté qui les suivait. Ainsi le montant prévu pour compléter la campagne de Crowdfunding de « MEYOU(sic) » serait de 10 000€.

Enfin, la mise en vente du produit se fera idéalement en mai et on estime un niveau de vente générant 1000€ par mois ce qui donnerait comme budget restant en septembre 2019, 3642,50€.

Budget prévisionnel

	2018-2019												
	Septembre	**Octobre**	**Novembre**	**Décembre**	**Janvier**	**Février**	**Mars**	**Avril**	**Mai**	**Juin**	**Juillet**	**Août**	**Total 2019**
Apports en capital	10 000€												
Apports en comptes courants													
Emprunts	40 000€												
Partenariats					20 000€	20 000€							
Crowfunding							10 000€						
Vente									1 000€	1 000€	1 000€	1 000€	
Total des rentrées	50 000€				20 000€	20 000€	10 000€		1 000€	1 000€	1 000€	1 000€	**104 000€**
Report cash flow	47 742€	34 982€	28 322€	9 490€	13 657€	24 404,50€	29 032,50€	20 597,50€	16 002,50€	11 882,50€	7 762,50€	3 642,50€	**3 642,50€**
Conception projet	660€	660€	660€	660€	660€	660€	660€	660€	660€	660€	660€	660€	
Conception graphique	600€	600€	600€	600€	600€	600€	600€	600€	600€	600€	600€	600€	
Application : DA			5 400€										
Application : DEV				14 572,50 €	14 572,50 €								
Captation concert						1 692,50€							
Mise en ligne concert						4 500€							
Dispositif physique : DA		3 600€											
Dispositif physique : DEV		7 900€											
Packaging : DA				1 000€									
Packaging : FABRICATION				2 000€									
Site web : DA						1 800€	720€						
Site web : DEV							2 132€						
Stand : DA							1 260€	1 260€					
Stand : FABRICATION								1 580€					
Goodies								475€	475€				
Autres	998€												
Campagne Promotion								3 860€	3 860€	3 860€	3 860€	3 860€	

Fig.30 - Budget prévisionnel

CONCLUSION

Les recherches effectuées ont permis de mettre plusieurs choses en avant. Tout d'abord concernant le domaine de la musique, celle-ci est consommée quotidiennement et sous différentes formes. Cette consommation, ce mot ayant son importance puisqu'il y a un véritable marché, peut concerner la musique enregistrée ou la musique LIVE. Mais dans les deux cas, son usage et ses modalités d'utilisation ont évolué au fil du temps passant de l'usage d'un tourne disque au streaming pour la musique enregistrée, et de la musique de cours royales aux festivals pour la musique LIVE. Cette évolution est essentiellement dû aux avancées technologiques qui ont permis de passer à des systèmes mécaniques à des systèmes numériques. Mais il y a aussi eu une évolution des mentalités puisqu'au fil des siècle, la musique a été démocratisé, n'étant ainsi plus uniquement réservé à une minorité élitiste. Cette démocratisation a été renforcé avec la création des festivals qui ont eu pour objectifs de donner accès à la musique au plus grand nombre.

Mais cette démocratisation de l'accès de la musique profite-t-il véritablement à tous ?

C'est ce que nous avons cherché à savoir en nous intéressant à une « minorité » souvent oubliée par la société : les personnes handicapées. Lorsqu'on parle d'accès à tous, le terme qui s'y réfère est l'accessibilité. Les recherches sur l'accessibilité ont permis de mettre en évidence plusieurs aspects. Tout d'abord, l'accessibilité est un principe récent puisque la première loi qui l'aborde en France date de 1975, même s'il faudra attendre 2005 et la Loi Handicap pour qu'il y ait une véritable prise de conscience. Ensuite, ce principe et son application ne sont pas figés et dépend véritablement d'une volonté politique notamment au niveau du gouvernement. Ainsi, même si la notion d'accessibilité est de plus en plus prise en compte, rien n'est acquis et en fonction des gouvernements, les différentes actions ont été remises en cause. Ces changements incessants font que la société française actuelle tend à devenir accessible mais il reste de nombreuses actions à menées. L'une de ses actions est la sensibilisation de la population aux handicaps comme l'ont montré les recherches concernant les préjugés sur le handicap. Il y a une méconnaissance de la réalité des personnes ayant un handicap et nos recherches concernant aussi bien le fait d'aller faire ses courses, avoir une éducation ou travailler ont permis de se rendre compte des difficultés auxquelles elles font face au quotidien. Nombreux sont les personnes qui pensent que le handicap ne concerne qu'une minorité de personnes. Pourtant, avec le vieillissement de la population, ce principe d'accessibilité deviendra une problématique qui prendra de plus en plus d'importance. Et les premiers à s'intéresser à cette problématique sont les lieux culturels.

Les lieux culturels ont été les premiers à avoir cette volonté d'être accessible au plus grand nombre, bien avant la loi sur les ERP. Cette volonté est animée par deux résolutions. La première étant si les lieux et l'expérience proposées sont accessibles, alors le public à venir en profiter sera d'autant plus important. La deuxième étant le côté social et humaniste de ces lieux.

On a pu s'apercevoir que cette volonté n'était pas restreinte aux lieux culturels mais concerne aussi les lieux musicaux. Celle-ci a été initié par les petits festivals comme « Au Foin de la Rue » mais a rapidement convaincu d'autres festivals jusqu'à certains collectifs de festivals qui dans leur charte ont intégré un volet accessibilité. Cette progression dans la prise de conscience de l'importance de l'accessibilité va sûrement se renforcer avec la récente Charte des Festivals crée en juillet 2018 par le Ministère de la Culture qui encourage l'accès à tous.
Cette notion d'accessibilité est le principe même du Design for All, mouvement crée en 2002 où l'aspect « fabriqué pour tout le monde » est pris en compte dès la réflexion de l'« objet », que ce soit un service, un environnement ou un objet. Le Design for All ou la Conception Universelle, bien que cela soit un état d'esprit et une méthode de réflexion, a vu son utilisation croitre avec les avancées technologiques. La technologie permet d'expérimenter de nouvelles manières « d'écouter » la musique par exemple, notamment via les vibrations ou la lumière. On en revient ainsi à une expérience multisensorielle.

Mais malgré ces avancés, l'expérience musicale et l'accès aux lieux de concerts et de festivals semblent encore être inaccessible pour une majorité de personnes ayant un handicap selon les témoignages et études trouvées. En qualité de jeune créative, il peut être intéressant de proposer des solutions pour répondre à la question : « *Quel design déployer pour faire vivre à distance une expérience musicale captée en LIVE à tous ?* »

Proposer une solution qui s'adapte à tout le monde en prenant en compte les handicaps est donc possible mais demande une démarche rigoureuse et un échange permanent avec les différents utilisateurs potentiels, sans exclure les valides. Ainsi les nombreux entretiens ont permis de faire évoluer le prototype. Ces échanges ont aussi permis de mettre en évidence un besoin qui concerne aussi bien les personnes valides que les personnes ayant un handicap mais aussi une envie de vouloir expérimenter la musique d'une façon autre que celles qui sont actuellement proposées.

La solution finale proposée est en deux parties. La première est une application qui peut être installée sur tout environnement smartphone et tablette mais aussi

ordinateur. Elle permet de visionner un concert quelques jours après qu'il ait eu lieu en proposant une expérience qui s'adapte aux envies, aux besoins et aux moyens de l'utilisateur. Ainsi l'application propose différentes options activables en un clic comme le sous-titrage, le visionnage de la scénographie, le son binaural, la multi-caméra ou encore le casque. La deuxième partie de la solution est composée de disques vibrants et lumineux qui s'adapteront à la musique jouée pour faire vivre une expérience corporelle. Cette expérience pourra être augmenté grâce à la vidéo 360° que l'utilisateur pour visionner avec un casque VR, les commandes vocales s'il possède un assistant vocal ou encore transformer visuellement son environnement s'il possède des lumières connectées grâce à la connexion IoT.

La solution est complète et complexe. Complète car elle met en œuvre différentes techniques et technologies pour certaines existantes mais encore sous-exploités ou trop méconnues du grand public comme le son binaural, le chant-signe ou l'IoT. Dans une société axée sur la personnalisation du produit et de l'expérience dans le but de satisfaire son utilisateur, la solution s'inscrit dans cette mouvance en proposant une expérience adaptative, inclusive et immersive. Car c'est bien l'immersion notamment via la spatialisation proposée par la VR, le son binaural ou encore les disques vibrants qui permettent au corps d'être un élément de l'expérience musicale en devenant un réceptacle, que la véritable expérience prend vie. Mais si les possibilités offertes ouvrent le champ de l'expérience, ils complexifient aussi la solution par plusieurs aspects. L'un de ces aspects concerne la réalisation et la concrétisation de la solution qui demande des ressources financières et humaines importantes dont une partie de ses ressources devra être utilisé de façon récurrente pour « faire vivre » et animer la solution. Notre réflexion a aussi permis d'aboutir sur la nécessité de mettre en place un ou plusieurs partenariats avec des distributeurs comme ARTE Concert ou des constructeurs afin que la solution soit viable. Mais cette solution est aussi complexe car, bien que n'étant pas une révolution, elle innove dans le domaine de la retransmission musicale et devra trouver sa place dans le parcours de la musique LIVE et rediffusée en interagissant avec de nombreux acteurs.

Le développement d'une réflexion pour aboutir à cette solution n'est donc qu'un début vers sa possible réalisation. Mais c'est aussi une porte d'entrée pour sensibiliser à la réflexion d'un design plus inclusif, qui prend en compte les différents aspects et personnes de notre société actuelle pour s'éloigner des clichés et des aprioris qui peuvent dicter la création. C'est à partir de ces réflexions que de nouvelles approches et expériences pourront naitre et ainsi avoir le pouvoir de faire évoluer les mentalités.

BIBLIOGRAPHIE

LIVRES

LHOPITEAU-DORFEUILLE, Michèle. *Toutes les clés pour explorer la musique classique de l'antiquité à nos jour.* Paris : Le Bord de l'eau édition, 2008. ISBN ; 2-35-687003-2

MUSSAT, Marie-Claire. *Kiosque à musique et urbanisme. Les enjeux d'une autre scène In : Le concert et son public : Mutations de la vie musicale en Europe de 1780 à 1914 (France, Allemagne, Angleterre)* [en ligne]. Paris : Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2002 (généré le 01 septembre 2018). Disponible sur Internet : <http://books.openedition.org/editionsmsh/6784>. ISBN : 9782735118168. DOI : 10.4000/books.editionsmsh.6784.

Ludovic Tournès, *Du phonographe au MP3 : Une histoire de la musique enregistrée*, Paris, Autrement, 2008. Disponible en ligne à l'adresse : https://halshs.archives-ouvertes.fr/file/index/docid/651573/filename/du_phono_au_MP3.pdf

Mayol Samuel, *« L'influence de la musique publicitaire : une étude empirique sur les effets persuasifs de la musique classique »*, Management & Avenir, 2011/7 (n° 47), p. 281-294. DOI : 10.3917/mav.047.0281. URL : https://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2011-7-page-281.htm

MEADEL, Cécile. *La propagande par le divertissement, un masque de normalité. Cinéma et radio en France pendant la deuxième guerre mondiale.* Halshs Archives Ouverte. [en ligne] 11 novembre 2004. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://halshs.archives-ouvertes.fr/file/index/.../2004LucePropagandeCineRadio.doc

CHADOURNE, André. Les cafés-concerts. Gallica [en ligne]. 15 octobre 2007. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://lehall.com/galerie/universitemarseille/wp-content/uploads/2009/01/cafeconcert.pdf

France Inter. *L'inconscient et le Cerveau Mélomane.* France Inter [en ligne]. 1 janvier 2015. [consulté en août 2018] . Disponible à l'adresse : https://www.franceinter.fr/emissions/la-tete-au-carre/la-tete-au-carre-01-janvier-2015

COUTURIER, Brice. *La musique, expression d'identités collectives ?* France Culture [en ligne]. 9 mars 2012. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.franceculture.fr/emissions/les-idees-claires/la-musique-expression-didentites-collectives

FIEVET, Daniel. *Quand la musique nous manipule. France Info.* [en ligne]. 26 août 2014. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/info-sciences/quand-la-musique-nous-manipule_1765561.html

France 3. *Lieux public : l'accessibilité des handicapés, un problème toujours pas résolu.* France TV Info [en ligne]. 13 janvier 2017. [Consulté en mai 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.francetvinfo.fr/sante/handicap/lieux-publics-l-accessibilite-des-handicapes-un-probleme-toujours-pas-resolu_2017148.html

France Info. *Accessibilité : dix ans après une loi contraignante, peu de bâtiments publics sont aux normes.* France TV Info [en ligne]. 29 zvril 2016. [Consulté en mai 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.francetvinfo.fr/economie/emploi/carriere/vie-professionnelle/travail-et-handicap/accessibilite-peu-de-batiments-publics-sont-aux-normes_1428467.html

J'en crois pas mes yeux. *Série 1, Episode 2 : "Portefeuille".* J'en crois pas mes yeux [en ligne]. 2010. [Consulté en juin 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.jencroispasmesyeux.com/accueil/serie-1/episode-2/

TABBAGH, Etienne. *Intégrer les personnes en situation de handicap coûte-t-il si cher ?* Nouvelles Ecoutes [en ligne]. 11 décembre 2017. [Consulté en juillet 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.nouvellesecoutes.fr/splash/

France 3. *Lieux public : l'accessibilité des handicapés, un problème toujours pas résolu.* France TV Info [en ligne]. 13 janvier 2017. [Consulté en juillet 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.francetvinfo.fr/sante/handicap/lieux-publics-l-accessibilite-des-handicapes-un-probleme-toujours-pas-resolu_2017148.html

Musée des arts et métiers. *Design universel : défi ou utopie ?.* Musée des arts et métiers [en ligne]. 29 octobre 2015. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.arts-et-metiers.net/musee/design-universel-defi-ou-utopie

LANERY, Romain. *Vidéo : Ce produit high-tech est unique !.* TechNews&Tests sur Youtube [en ligne]. 30 juin 2018. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.youtube.com/watch?v=17X6mk17_p8

Musique Culture 68. *Panorama de la musique.* Musique Culture 68.[en ligne] [consulté en août 2018). Disponible à l'adresse : http://www.musique-culture68.fr/wp-content/uploads/2015/09/panorama.pdf

GOUDEY, Alain. *De l'utilisation de la musique en marketing.* Alain Goudey. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://alain.goudey.eu/02-These-Goudey-identite_sonore_ch1.pdf

ROSSIER, Emilie. *La musique dans l'empire romain.* UNIL [en ligne]. Année 2004. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://wp.unil.ch/chronozones/files/2013/07/rossier2004.pdf

DELORD, Dominique. *La chanson entre histoire, paroles et musique.* Le Hall [en ligne]. 29 octobre 2008. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://lehall.com/galerie/universitemarseille/wp-content/uploads/2009/01/cafeconcert.pdf

LEDENT, David. *L'institutionnalisation des concerts publics.* Maison des Sciences de l'Homme [en ligne]. 2009. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://revues.mshparisnord.org/lodel/appareil/pdf/809.pdf

Caisse Nationale de Solidarité pour l'autonomie. *Mots-clés de l'aide à l'autonomie.* CNSA [en ligne]. 27 avril 2011. [Consulté en avril 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.cnsa.fr/documentation/Mots-cles_Accessibilite2011_27-04_BD.pdf

Ministère de la Santé et des Solidarité. *Définition de l'accessibilité : une démarche interministérielle.* Travail Emploi Gouv [en ligne]. Septembre 2006. [Consulté en avril 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.cnsa.fr/documentation/Mots-cles_Accessibilite2011_27-04_BD.pdf

ALFANDARI Elisabeth. *Communiqué de presse.* Malakoff Médéric [en ligne]. 23 juin 2017. [Consulté en mai 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.malakoffmederic.com/groupe/blobs/medias/s/326248d416e007da/2017-06-23-CP-Malakoff-Mederic-Etude-Handicap-Culture.pdf

LADAPT. *#KillLaBetise : la première campagne d'interpellation de LADAPT.* LADAPT [en ligne]. décembre 2016. [Consulté en juin 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.ladapt.net/sites/default/files/atoms/document/dp_kill_la_betise_contre_les_prejuges_0.pdf

Ministère des Solidarités et de la Santé. *Charte des Festivals.* Solidarité Santé Gouv [en ligne]. Août 2018. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://solidarites-sante.gouv.fr/

CNV. *La diffusion des spectacles de variétés et de musiques actuelles en 2016.* CNV [en ligne]. Septembre 2017. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.cnv.fr/sites/cnv.fr/files/documents/PDF/Ressource/stats_diffusion/2017078cdlc2016_France.pdf

Articles

BENCIVELLI, Silvia. *Dossier - Pourquoi aime-t-on la musique ?*. Futura Sciences [en ligne]. 14 décembre 2017. Date de dernière mise à jour : 15 décembre 2017. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.futura-sciences.com/sante/dossiers/medecine-aime-t-on-musique-929/page/8/

GOUNELLE, André. *Musique et foi : la valeur religieuse de la musique.* André Gounelle [en ligne]. Date de publication : inconnu. [consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://andregounelle.fr/divers/musique-et-foi-la-valeur-religieuse-de-la-musique.php

Tagg, Philip. *Les fonctions de la musique de film.* Tagg [en ligne]. Date inconnue. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://tagg.org/udem/musimgmot/LissaFunxFr.htm

LEGAZIER, Edvard. *Le cerveau mélomane : la musique au service de la médecine.* Legazier. [en ligne] 15 janvier 2015. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://legazier.com/cerveau-melomane/

FERGUS. *Mozart et la musique de divertissement.* AgoraVox [en ligne]. 5 janvier 2015. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.agoravox.fr/culture-loisirs/culture/article/mozart-et-la-musique-de-161486

ROLLAND, Sylvain. *Piratage : qu'est-ce que le "stream ripping", qui effraie tant l'industrie musicale ?*. La Tribune [en ligne] 21 septembre 2018. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.latribune.fr/technos-medias/internet/piratage-qu-est-ce-que-le-stream-ripping-qui-effraie-tant-l-industrie-musicale-751098.html

Monkey Tunes. *Droit d'auteur : auteurs, compositeurs, éditeurs...qui touche quoi ?.* Monkey Tunes [en ligne]. 2014. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.monkey-tunes.com/droit-dauteur-auteurs-compositeurs-editeurs-touche-quoi/

BOCCHECIAMPE, Fabien. *L'évolution des ventes des différents supports de musique : vers un retour des CD et vinyles ?* CMC Studio [en ligne]. 13 avril 2018. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.cmc-studio.fr/single-post/2018/04/13/L%E2%80%99%C3%A9volution-des-ventes-des-diff%C3%A9rents-supports-de-musique-vers-un-retour-des-CD-et-vinyles-

MICLET, Brice. *On sait que l'on vend beaucoup de vinyles, mais qu'est-ce qui fait qu'un vinyle se vend ?.* Slate [en ligne]. 28 décembre 2014. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.slate.fr/story/95869/explications-ventes-vinyles

SAVAGE, Mark. *Music streaming boosts sales of vinyl.* BBC [en ligne]. 14 avril 2016. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-36027867

DENIS, Jacques. *Vinyle, un retour qui tourne en rond.* Libération [en ligne]. 20 avril 2017. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://next.liberation.fr/musique/2017/04/20/vinyle-un-retour-qui-tourne-en-rond_1564070

ROLLAND, Sylvain. *Musique : le streaming fait désormais jeu égal avec les ventes physiques.* La Tribune [en ligne]. 4 juillet 2018. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.latribune.fr/technos-medias/internet/musique-le-streaming-fait-desormais-jeu-egal-avec-les-ventes-physiques-783950.html

OSWALD, Nadia. *L'histoire du streaming musical en 15 dates.* Elise News [en ligne]. 18 juin 2015. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://elise.news/2015/06/histoire-du-streaming-musical-en-15-dates-spotify-deezer-youtube-apple/

Ministère de la culture. *La fête de la musique : un événement musical mondial.* Culture Gouv [en ligne]. 19 février 2018. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://fetedelamusique.culture.gouv.fr/L-evenement/Presentation-de-la-Fete

CNRS. *Paris et la musique, toute une histoire.* CNRS [en ligne]. décembre 2005. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://www2.cnrs.fr/presse/thema/631.htm

MOYENCOURT, Arnaud. *La grande histoire des musiciens-chanteurs de rue en France.* Ritournelles et Manivelles [en ligne]. Juillet 2011. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://www2.cnrs.fr/presse/thema/631.htm

ZENZILE. *Ciné-concert : Berlin.* Zenzile [en ligne]. 2012. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.zenzile.com/cine-concert/

LOYAL, Bernard. *Musique et cinéma muet. Philharmonie de Paris* [en ligne]. Aucune date. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://digital.philharmoniedeparis.fr/contexte-le-role-de-la-musique-dans-le-cinema-muet.aspx

Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire. *Politique de l'accessibilité.* Ecologique solidaire Gouv [en ligne]. 15 septembre 2017. [Consulté en avril 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/politique-de-l-accessibilite

Articles

BANCAUD, Delphine. S*colarisation des élèves handicapés : Quel est le bilan du quinquennat Hollande ?.* 20 minutes [en ligne]. 6 septembre 2016. [Consulté en mai 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.20minutes.fr/societe/1918803-20160906-scolarisation-eleves-handicapes-bilan-quinquennat-hollande

SEURET, Franck. *Emploi des personnes handicapées : Hollande n'a pas rempli son contrat.* Faire Face [en ligne]. 8 novembre 2016. [Consulté en mai 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.20minutes.fr/societe/1918803-20160906-scolarisation-eleves-handicapes-bilan-quinquennat-hollande

ASSANTE, Vincent. *Le pire quinquennat que les personnes dites handicapées aient connu !.* ANPIHM [en ligne]. 20 février 2012. [Consulté en mai 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.anpihm.fr/wa_files/chronique_20f_C3_A9vrier_202012_20_281_29.pdf

BACQUE, Raphaëlle. *Laurence Chirac, la fille aînée de Jacques Chirac, est morte.* Le Monde [en ligne] 14 avril 2016. Date de dernière mise à jour : 15 avril 2016. [Consulté en mai 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.lemonde.fr/disparitions/article/2016/04/14/laurence-chirac-la-fille-ainee-de-jacques-chirac-est-morte_4902448_3382.html

WEYMANN, Evelyne. *Emploi et handicap sous le quinquennat Hollande : reculs, initiatives et résultats.* Association des Paralysés de France [en ligne] octobre 2017. [Consulté en mai 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.lemonde.fr/disparitions/article/2016/04/14/laurence-chirac-la-fille-ainee-de-jacques-chirac-est-morte_4902448_3382.html

SEURET, Franck. *Macron An I : le handicap, priorité oubliée ?.* Faire Face [en ligne]. 7 mai 2018. [Consulté en mai 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.faire-face.fr/2018/05/07/macron-bilan-handicap/

GALY, Henri. Handicap : *Macron, un an déjà ! Un de trop ?.* Médiapart [en ligne]. 10 mai 2018. [Consulté en mai 2018]. Disponible à l'adresse : https://blogs.mediapart.fr/henri-galy/blog/100518/handicap-macron-un-deja-un-de-trop

BIENVAULT, Pierre, PEIRON, Denis. *Un bilan en demi-teinte pour la loi sur le handicap de 2005.* La Croix [en ligne]. 10 février 2015. [Consulté en mai 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.la-croix.com/Ethique/Medecine/Un-bilan-en-demi-teinte-pour-la-loi-sur-le-handicap-de-2005-2015-02-10-1278863

LELIEVRE, Pierre. *La France repousse à nouveau l'accessibilité aux handicapés.* Le Figaro [en ligne]. 21 juillet 2015. [Consulté en mai 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.lefigaro.fr/politique/2015/07/21/01002-20150721ARTFIG00217-la-france-repousse-a-nouveau-l-accessibilite-aux-handicapes.php

France Musique. *Les français et la musique.* France Musique [en ligne]. 14 avril 2014. [Consulté en mai 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.francemusique.fr/actualite-musicale/les-francais-et-la-musique-2529

DURAND, Anne-Aël. *L'accessibilité des handicapés, un problème toujours pas résolu. Le Monde* [en ligne]. 26 février 2014. Date de dernière mise à jour : 21 juillet 2015. [Consulté en juin 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.lemonde.fr/societe/article/2014/02/26/accessibilite-des-handicapes-pourquoi-l-echeance-de-2015-n-etait-pas-tenable_4374025_3224.html

Audrey. *Coup de gueule : l'accessibilité, et si on en parlait.* Roulettes et sac à dos [en ligne]. 19 avril 2015. [Consulté en juin 2018]. Disponible à l'adresse : http://roulettes-et-sac-a-dos.com/coup-de-gueule-accessibilite/

AFP. *Accessibilité : 96% des lieux engagés dans la démarche ?* Informations Handicap [en ligne]. 30 mars 2017. [Consulté en juin 2018]. Disponible à l'adresse : https://informations.handicap.fr/art-erp-accessibilite-bilan-20-9722.php

LE BRETON, Marine. *Sourd ou malentendant, un handicap parfois moqué, souvent incompris.* HuffingtonPost [en ligne]. 12 mars 2015. Date de dernière mise à jour : 5 octobre 2016. [Consulté en juin 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.huffingtonpost.fr/2015/03/12/journee-nationale-audition-sourd-malentendant-handicap-moque-incompris_n_6840104.html

Annelise. *J'ai testé pour vous...être malentendante.* Madmoizelle [en ligne]. 12 août 2011. [Consulté en juin 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.madmoizelle.com/etre-malentendante-29007

UNAPEI. *Handicap cognitif et emploi : préjugés.* UNAPEI [en ligne]. 2016. [Consulté en juin 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.unapei.org/Une-personne-handicapees-peut-donner-une-mauvaise-image-aux-clients.html

ADAPEI. *5 préjugés sur le travail des personnes handicapées.* ADAPEI de la Sarthe [en ligne]. 2016. [Consulté en juillet 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.adapei72.asso.fr/5-prejuges-travail-personnes-handicapees/

PFEIFFER, Alice. *La mode face au handicap : démarche inclusive ou geste de bonne conscience ?* Les Inrockuptibles [en ligne]. 30 janvier 2018. [Consulté en juillet 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.lesinrocks.com/2018/01/30/style/la-mode-face-au-handicap-111036794/

LES ECHOS. *Osez recruter des travailleurs handicapés... une richesse pour l'entreprise !.* Les Echos [en ligne]. 1 août 2016. [Consulté en juillet 2018]. Disponible à l'adresse : http://archives.lesechos.fr/archives/cercle/2016/08/01/cercle_159363.htm

BYS, Christophe. *Le handicap : un marché d'avenir ?* Usine Nouvelle [en ligne]. 18 novembre 2011. [Consulté en juillet 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.usinenouvelle.com/article/le-handicap-un-marche-d-avenir.N163270

INSEE. *Bilan démographique 2017.* INSEE [en ligne]. 16 janvier 2018. [Consulté en juillet 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.insee.fr/fr/statistiques/1892088?sommaire=1912926

VACHERON, André. *Défi du vieillissement : comment prévenir les handicaps ?* Le Figaro [en ligne]. 26 janvier 2017. Date de dernière mise à jour : 10 mai 2017. [Consulté en juillet 2018]. Disponible à l'adresse : http://sante.lefigaro.fr/article/defi-du-vieillissement-comment-prevenir-les-handicaps-/

SEURET, Franck. *Clichés et préjugés : "Les gens me réduisent à mon handicap"*. Faire Face [en ligne]. 21 avril 2017. [Consulté en juillet 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.francetvinfo.fr/sante/handicap/lieux-publics-l-accessibilite-des-handicapes-un-probleme-toujours-pas-resolu_2017148.html

Ministère de la culture. *Etats des lieux de l'accessibilité des équipements culturels.* Culture Gouv [en ligne]. Date inconnue. [Consulté en juillet 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Developpement-culturel/Culture-et-handicap/Informations-pratiques/Etat-des-lieux-de-l-accessibilite

OKEENEA. *La Seine Musicale : une accessibilité sur mesure !.* Okeena [en ligne. 8 août 2017. [Consulté en juillet 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.okeenea.com/actualites/seinte-musicale-accessibilite-sur-mesure/

FENOGLIO, Antoine. *Design universel : défi ou utopie ?.* Sismodesign [en ligne]. 5 février 2016. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://blog.sismodesign.com/fr/design-universel-defi-ou-utopie/

Cite du Design. *Quand le design... conçoit pour tous.* Cité du Design [en ligne]. 2015. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.citedudesign.com/fr/editions/170315-quand-le-design-concoit-pour-tous

Designer +. *Présentation. Designer Plus* [en ligne]. Avril 2015. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.designersplus.fr/qui-sommes-nous/presentation/

L'ADN. D*écouvrez le buzzword de l'année : l'inclusive design.* L'ADN [en ligne]. 5 avril 2018. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.ladn.eu/entreprises-innovantes/transparence/decouvrez-le-buzzword-de-lannee-linclusive-design/

Design for all Fondation. *Design for All is design tailored to human diversity.* Design for All [en ligne]. Date inconnue. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://designforall.org/design.php

NEWFLUX. *Qu'est-ce que l'Inclusive Design ?.* Newflux [en ligne]. 2016. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://newflux.fr/2016/09/28/quest-ce-que-linclusive-design/

BERKOWICZ, Michel. *La domotique par coffret de distribution.* Futura Science [en ligne]. 15 novembre 2010. Date de dernière mise à jour : 7 février 2016. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.futura-sciences.com/maison/dossiers/maison-domotique-maison-intelligente-1007/page/7/

Centre d'Information et de Ressources pour les Musiques Actuelles. D*e la captation d'un spectacle à son exploitation.* IRMA [en ligne]. 14 novembre 2011. Date de dernière mise à jour : 11 mars 2014. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.irma.asso.fr/De-la-captation-d-un-spectacle-a

Challenges. *L'incroyable succès des festivals de musique.* Challenges [en ligne]. 10 juillet 2016. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.challenges.fr/lifestyle/sortir/l-incroyable-succes-des-festivals-de-musique_3196

BENCIVELLI, Silvia. *Dossier - Pourquoi aime-t-on la musique ?.* Futura Sciences [en ligne]. 14 décembre 2017. Date de dernière mise à jour : 15 décembre 2017. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.futura-sciences.com/sante/dossiers/medecine-aime-t-on-musique-929/page/8/

IDATE. *Spectacle en ligne : une nouvelle scène ? Décryptage et leviers de croissance.* Prodiss [en ligne]. Mai 2014. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.prodiss.org/sites/default/files/atoms/files/02_spectacles_en_ligne_une_nouvelle_scene_decryptage_et_leviers_de_croissance.pdf

Association des Paralysés de France. *La Conception universelle : Concept, implications, principes & perspectives.* APF [en ligne]. Avril 2011. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://accessibilite-universelle.apf.asso.fr

ARTE CONCERTS. *2015 : Les festivals de l'été 2015 ont offert à ARTE CONCERT une fréquentation record !.* Arte TV [en ligne]. 8 septembre 2015. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://download.pro.arte.tv/uploads/Audience-COncert.pdf

Caisse Nationale de Solidarité pour l'Autonomie. *2017 : les chiffres clés de l'aide à l'autonomie.* CNSA [en ligne]. Juin 2017. [Consulté en juin 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.cnsa.fr/documentation/17-09_cnsa_chiffrescles_2017_exe2_bd.pdf

Maintien à domicile. *Les chiffres clés du handicap.* Maintien à domicile [en ligne]. 2013. [Consulté en juin 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.maintienadomicile-conseils.com/cadre-de-vie/les-chiffres-cles-du-handicap

MADEUF, Caroline. *Accessibilité : le mode d'emploi et les chiffres clefs.* Handirect (en ligne]. 5 mai 2017. [Consulté en juillet 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.handirect.fr/accessibilite-handicap-loi-2015/

COËFFE, Thomas. *Etat des lieux de l'usage mobile (2017) : temps passé, notifications, propension à payer, applications populaires...* Blog Du Modérateur [en ligne]. 25 août 2017. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.blogdumoderateur.com/comscore-mobile-app-report-2017/

COËFFE, Thomas. *Etude : la consommation de vidéos en France.* Blog Du Modérateur [en ligne]. 12 juillet 2017. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.blogdumoderateur.com/etude-video-france-2017-mediametrie/

Mediametrie. *Global TV : 9.5 millions de Français regardent chaque jour la TV autrement.* Médiametrie [en ligne]. 12 avril 2018. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse :https://www.mediametrie.fr/television/communiques/global-tv-9-5-millions-de-francais-regardent-chaque-jour-la-tv-autrement.php?id=1859

CNV. *Les festivals de musiques actuelles en 2016 : caractéristiques et évolutions budgétaires.* CNV [en ligne]. avril 2017. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adressse : https://www.cnv.fr/sites/cnv.fr/files/documents/PDF/Ressource/lettres_info/dossiers/20170418_IndicsFestivals_2016_BAT.pdf

SNEP. *Global Music Report 2018. SNEP Musique* [en ligne]. 2018. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.snepmusique.com/wp-content/uploads/2018/04/Global-Music-Report-2018.pdf

IFPI. P*anorama 2017 de la consommation de musique dans le monde. I*FPI [en ligne]. 2017. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.ifpi.org/downloads/MCIR_French.pdf

Conseil Supérieur de l'Audiovisuel. *Etude sur le tissu économique du secteur de la production audiovisuelle - 2ème édition.* CSA [en ligne]. 13 juin 2017. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse :https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Thema-Toutes-les-etudes-realisees-ou-co-realisees-par-le-CSA-sur-des-themes-specifiques/Les-etudes-du-CSA/Etude-sur-le-tissu-economique-du-secteur-de-la-production-audiovisuelle-2e-edition

RTS. *Comparatif des plateformes de streaming de musique.* RTS La 1ère [en ligne]. 20 novembre 2017. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.rts.ch/la-1ere/programmes/on-en-parle/9101886.html/BINARY/oep-streaming.pdf

SNEP Musique. *L'économie de la production musicale,* édition 2017. SNEP [en ligne]. Juin 2017. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.snepmusique.com/wp-content/uploads/2017/06/GUIDE-ECO-web.pdf

SNEP Musique. *Produire en France ; Bilan 2017 du marché de la musique enregistrée.* SNEP [en ligne]. Février 2018. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.snepmusique.com/wp-content/uploads/2018/02/02-2018-DOSSIER-DE-PRESSE-MARCHE-2017.pdf

Information is beautiful. *Money too tight to mention ? Major music streaming services compared.* Information is beautiful [en ligne]. 3 mars 2018. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://informationisbeautiful.net/visualizations/spotify-apple-music-tidal-music-streaming-services-royalty-rates-compared/

AUFFRAY, Christophe. *Chiffres clés : le marché français de la musique sur internet.* ZDnet [en ligne]. 20 février 2018. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.zdnet.fr/actualites/chiffres-cles-le-marche-francais-de-la-musique-sur-internet-39790982.htm

CROISET, Laure. *La fête de la musique 2018 en 5 chiffres.* Challenges [en ligne]. 21 juin 2018. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.challenges.fr/lifestyle/la-fete-de-la-musique-2018-en-5-chiffres_595940

GUEUDAR DELAHAYE, Pierre. *Le bilan des festivals de l'année 2016.* Tous les festivals [en ligne]. 12 décembre 2016. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.touslesfestivals.com/actualites/le-bilan-des-festivals-de-lannee-2016-121216

THOME, Quentin. *Le bilan des festivals de l'année 2017.* Tous les festivals [en ligne]. 12 décembre 2017. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.touslesfestivals.com/actualites/le-bilan-des-festivals-de-lannee-2017-121217

AGEFIPH et FIPHFP. *Chiffres clés : Les personnes handicapées et l'emploi.* Handiplace [en ligne]. Mai 2011. [Consulté en avril 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.handiplace.org/media/pdf/autres/Chiffres_Cles_AF_2010.pdf

AGEFIPH, FIPHFP. *Chiffres clés : les personnes handicapées et l'emploi.* Fonction Publique [en ligne]. Juin 2014. [Consulté en juin 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.fonction-publique.gouv.fr/files/files/score/Actualites/ChiffresClesAGEFIPH_FIPHFP_BD.pdf

AURASENS. *Go Beyond music. Immerse your senses through vibration* [en ligne]. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.aurasens.com/

MAANS. *Music As A New Sense* [en ligne].[Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://maans.eu/

MELOMIND. *The brain-training solution to rediscover balance and efficiency* [en ligne]. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.melomind.com/

AUDIOORB. *A speaker you can actually go inside by studio total* [en ligne]. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.designboom.com/technology/audioorb-a-speaker-that-you-can-actually-enter-by-studio-total-01-02-2014/

LOFELT. *The New Wave in Natural Haptics* [en ligne]. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://lofelt.com/

IRVING, Michael. *Smart glove translates sign language gestures into text. New Atlas* [en ligne]. 13 juillet 2017. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://newatlas.com/sign-language-translate-glove/50474/

TIMMPI. *Qui Sommes-nous ?* [en ligne]. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://timmpi.com/fr/qui-sommes-nous/

David. Seeing AI : *Comment Microsoft va permettre aux aveugles de voir le monde qui les entoure.* Science Post [en ligne]. 1 avril 2016. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://sciencepost.fr/2016/04/microsoft-presente-seeing-ai-projet-aide-aveugles-a-voir-monde-entoure/

ARTE CONCERT. *Le meilleur du spectacle vivant, toute l'année, comme si vous y étiez !.*[en ligne]. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.arte.tv/fr/videos/arte-concert/

CULTURE BOX. *Toute l'actualité culturelle près de chez vous.* [en ligne]. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : https://culturebox.francetvinfo.fr/

VIBEAT. *Music for dead* [en lligne]. [Consulté en juin 2018]. Disponible à l'adresse : https://vimeo.com/173188249

SUBPAC. *Feel physical Audio in Music, Gaming, VR and Cinema.* [en ligne]. [Consulté en mai 2018]. Disponible à l'adresse : http://subpac.com/

3.6. LIVE. *Tes concerts à 360° à la Coopérative de Mai.* [en ligne]. [Consulté en août 2018]. Disponible à l'adresse : http://36vr.homework.family/

ICONOGRAPHIE

Fig.1 Application du Nintendo Labo

Fig.2 Prototype n°1

Fig.3 Prototype n°2

Fig.4 Prototype n°3

Fig.5 Prototype n°4

Fig.6 Les niveaux d'expérience de la solution

Fig.7 Prototype n°5

Fig.8 Empathy Map

Fig.9 Aperçu de la User Journey

Fig.10 Version 2 du MOSCOW

Fig.11 Aperçu d'un persona

Fig.12 Moodboard Humain et Lumière

Fig.13 Moodboard Vagues Colorées

Fig.14 Moodboard Texture 3D

Fig.15 Moodboard Néon Violet

Fig.16 Moodboard Particules

Fig.17 Moodboard Textures abstraites

Fig.18 Moodboard Bulle

Fig.19 Logo MEYOU(sic)

Fig.20 Stand Ecosystèmes, Original K, Open et Munsingwear

Fig.21 Stand Jeux Vidéo : Xbox360 et Ubisoft

Fig.22 Croquis n°1 du stand

Fig.23 Croquis n°2 du stand

Fig.24 Croquis n°3 du stand

Fig.25 Croquis n°4 du stand

Fig.26 Croquis n°5 du stand

Fig.27 Aperçu du Costumer Journey

Fig.28 Budgetisation du projet

Fig.29 Retro-planning du projet

Fig.30 Budget prévisionnel

Afin de permettre au lecteur de pousser plus loin sa compréhension du domaine de l'accessibilité et de l'expérience musicale, voici 4 extraits des entretiens cités dans ce mémoire

ANNEXES

Extraits des entretiens et rencontres (prises de notes en direct)

Florence MEZAN

APARTE
Sourde d'une oreille donc par des 2 oreilles mais pas de soucis pour aller à un concert. Ami sourde avec une éduc, 2 anciens collègues. 3 anciens élèves sourds. A côté de son boulot, salle de spectacle. Il y a une rampe mais c'est pentu au point que même les poussettes ne peuvent pas l'utiliser et donc les personnes handicapées moteurs sont obligées de faire un grand détour. Comme elle est sourde d'une oreille, Florence entend quand même. Elle fait des cours de guitare et fait parti d'un groupe en tant que chanteuse.

Le seule truc qui peut la gêner (en concert, le son est tellement fort qu'elle qu'entend bien) c'est lorsqu'elle va au cinéma et qu'une personne a un sachet de pop-corn, elle n'entend que ça. A cause de sa surdité d'une oreille elle ne peut pas localiser le son. Tant qu'elle ne peut pas localiser le son, c'est difficile pour elle de profiter. N'entend pas son gênant.

INTRODUCTION
• Elle ne va jamais en festival.
• Elle a déjà fait des concerts 4 concerts d'IRMA. Elle a fait un concert de Mickael Junes car il reprend la musique de Goldman. Maintenant elle y va plus souvent que quand elle était jeune. Elle y va plus facilement. L'année prochaine, elle va participer à la fête de la musique.
• Quand elle chante, elle ne s'entend pas. A chanté 2 fois. La 1ère fois le 30 avril. A un moment chanteur ne connaissait pas les paroles. C'était mis du côté où n'entendait pas. J'ai peur de chanter faux. Dernier cours de guitare, elle a chanté zombie et a réussi à s'entendre
• Elle ne regarde pas de rediffusion, elle préfère aller sur place. Elle a dû regarder uniquement le concert d'IRMA en rediffusion car elle avait acheté CD. Et il y avait des interviews. Elle ne regarde pas la TV car elle n'est pas dans l'ambiance, ce n'est pas pareil. Au Stade de France, elle a vu Dépêche Mode mais de loin et avec rediffusion live sur écran pour mieux voir.
• Les sourds adorent les vibrations parce qu'ils mettent la musique à fond. Elle adore les gens dans la rue qui font du tam tam. A Versailles, elle a vu un spectacle de son & lumière dans les jardins et très sympa. Donc baser une expérience là dessus, ça doit être intéressant. C'était de la musique classique à Versailles lors d'une sortie organisée par le CE. C'était sympa mais c'était pas le style de musique qu'elle écoute en voiture. La musique que je peux écouter ça peut m'intéresser.
Possède une tablette + smartphone
• Normalement handicap physique = moteur, sensoriel = sourd / aveugle
• Actuellement : il y a des concerts en chant-signe notamment pendant le festival des Vieilles Charrues. Un concert, il y avait eu un interprète. Quand j'étais petite, il y avait "les mains ont la paroles". Elle faisait des poèmes et des histoires (et pas uniquement des infos). J'aimais pas la LSF quand j'étais petite à cause des

expressions du visage. Une fois, je suis allée au cinéma avec jeunes sourds. On était un groupe avec sourds et y'a une gamine qui se retourne et comprend pas la LSF.

PROTOTYPE
«Whoua. C'est génial. Visualiser un concert. A posteriori je le ferais plus facilement. Mais est-ce que peut le faire technique. Mais le concept est juste génial. Le jour où ça se concrétise, je prend l'option. Même au niveau ressenti, sans être sourds. Moi, j'ai commencé la guitare c'était pour mon plaisir, pour chanter pour mon chien. C'était mon prof qui voulait que j'intègre un groupe. A un moment il a réussi. Il m'a intégré aux Rockwood (un groupe de 3 déjà existant). Même en cours individuel et accompagné par un batteur, bah, ça fait pas du tout le même effet. Regarder un concert à la tv, c'est intéressant si on est fan, mais ressentir c'est magique. Ton idée elle est super. Après c'est l'appliqué techniquement. Même pour les sourds. A côté, je travaille avec déficient mentaux. Pour te dire, je vais chez les résidents et je fais parfois jusqu'à une heure de route. Si je met une musique et que quelqu'un connait trop, c'est compliqué parce qu'ils vont se mettre à chanter. AHAH

L'appli, je trouve ça génial. Il me semble que j'avais vu un truc. Il faut que je regarde. C'était sur internet. C'était "incroyable invention" ou du genre et y'avait un mec qui mettait des trucs sous le canapé des gens. Et ça faisait un type de ciné 4D avec les vibrations. Ah c'est ça, "Mon invention vaut de l'or". Et y'avait un mec, il a été en dernier mais pas choisit mais son truc était sympa. Je le trouve pas... En fait, ils travaillent avec Conforama. Il en retenait 3 ou 4 et avait pour but de les commercialiser. Son projet c'était un pied de lit lumineux et qui permettait de ne pas se cogner. Y'avait des gamins aussi qui inventaient un truc qui s'adaptait à tous les récipients au micro-onde mais qui n'est pas encore commercialisé. C'était pas pour les vibrations pour les sourds mais pour faire bouger ton canapé.

Les aveugles sont plus sensible au niveau des pieds pour les vibrations. Une manette c'est limité, tu dois l'avoir dans la main. Je pense que c'est plus intéressant des enceintes en tapis. Ca suppose une surface assez grande. J'ai des amis aveugles qui sont souvent en couple avec des sourds. L'handicap dépend de l'origine de la surdité. Florence a eut un oreillon qui lui a cramé un nerf. Les sourds de naissance n'ont pas la même perception. Ca dépend. Dans les jeunes que je suivais. J'en avais très peu, ¾ c'était familial. Soit c'était une méningite pendant la grossesse, soit une maladie, soit un accident. Je me souviens de ce gamin, les deux parents étaient sourds et les 2 gamins aussi. Il m'a marqué parce qu'il était gentil. Parfois il y a une oppression des entendants sur les sourds. De plus il y a un nouveau problème avec le gouvernement qui souhaite supprimer les classes intégrées. Ces parents là n'était pas dans ça. J'ai appris la LSF car je voulais être éducatrice et mon prof s'est raidit. je lui ai expliqué pourquoi. Il a eu peur car a vécu à l'époque où, à Arras, on attachait les mains des sourds pour les empêcher de signer. Mais j'aimais pas l'ambiance à Arras. Le matin on te calcule pas et l'après-midi on te dit bonjour. Mais je garde un souvenir de super élèves avec qui j'ai gardé contact. Les vibrations entrent par les jambes. Si un truc dans la main comme portable ça marche. Quand j'étais à l'institut des sourds, il existait des réveil vibrants. Ca te réveillait, ça marchait d'enfer mais c'était dans boutique spécialisée. Maintenant il existe la visioconférence et les sourds ne sont plus stigmatisé. Quand je travaillais au plessis robinson, il y avait déficients mentaux et une sourde. Ca s'appelait, service d'ateliers sourde...et les personnes ne voulaient pas que ce soit marqué car ils ne veulent pas être stigmatisé. Ils ont carte de transport. Un résident ne voulait pas sa carte car il était écrit dessus qu'il était handicapé (sur carte AMETIS) mais

maintenant ce n'est plus écrit sur la carte navigo. Là, je travaille dans un service de déficients mentaux, ils ont des apparts en ville et ça peut être ton voisin, ils ont envie d'être le plus normal possible. Triso ça se verra toujours mais ils font tout, tout seul (comme ceux qui ont une angoisse). Si cet appli se créer, ça mettra tout le monde sur pied d'égalité.»

Diane DEGRAEVE

INTRODUCTION

Diane est malentendante des deux oreilles et en permanence depuis toute petite. Au début elle croyait que c'était le silence. Son mari a le syndrome de Ménières, c'est au niveau de l'oreille interne, et il a eu des acouphènes puis des bruits blancs. "Ca a été détecté tardivement car on m'a fait comprendre que j'entendais pas bien et apparemment c'est d'origine génétique. Ma grande petite fille est malentendante. Je ne parle pas la langue complétée". Sa grande fille ne parle pas LSF. Même sans appareil, elle comprend bien les gens. Sur l'ensemble d'un discours, elle comprend 50%. Comme elle pratique depuis qu'elle est petite, elle fait de l'interprétation et de la lecture labiale. Les grossesses lui ont fait perdre en audition. Ca peut impacter même les gens qui sont complètement entendant. Après, ça peut revenir ou sinon pas du tout. Et si t'es déjà malentendante t'es plus à même de perdre l'audition quand t'es enceinte. Elle relativise car des personnes ont un handicap bien plus lourd que le sien. Quand on est salarié, les appareils sont pris en charge donc c'est plus simple.

Elle va à des concerts. Passionné de techno et de synthwave. "On va de temps à autre avec mon mari de 1 à 3 fois par an sinon dans des lieux très bruyants. Comme on aime les jeux vidéo, on met le son à fond. Là-bas, j'enlève mes appareils sinon c'est trop fort, ça défonce les appareils."

Elle va aussi à des festivals. Devait y aller au mois de juin. "Pour être franche j'ai pas de problème d'accessibilité mais quand y'a des sons que j'entend pas, y'en a que j'entendrais jamais. Clairement quand j'ai mes appareils, y'a de sons que j'entend en plus et quand je les enlève, y'en a que je perçois plus. Mais comme concert bruyant, j'arrive à percevoir."

"Moi la seule chose que je trouve pas gênante mais difficile...déjà pour quelqu'un qui entend, parler dans le cadre d'un concert c'est compliqué genre...discuter ou commander une bière. Mais quand t'entend pas c'est encore plus compliqué. A moins d'être accompagné par quelqu'un qui peut faire des gestes...c'est compliqué. Un des derniers concerts en novembre, il y avait une personne qui faisait son mémoire sur l'accessibilité de sourds et malentendants et elle parlait avec mon mari car je ne pouvais pas comprendre. A mon sens pour les gens qui pratiquent... tu vois y'a des langages pour bébé...si tu vas voir un barman...peut-être qu'ils pourraient apprendre quelques signes genre "aller aux toilettes" "tu veux une bière ou du vin". apprendre des petites phrases-clé sur une appli où tu peux dire "je veux si, je veux ça". A preuve du contraire, même si on est malentendant, on veut pouvoir commander une bière ou autre et on veut pas se freiner pour ça. Souvent

les gens font attention mais parfois pas...et les gens peuvent être pas sympathique à ce sujet. Parfois ils font exprès de mal parler. Y'a des gens qui font attention et d'autres qui font exprès. C'est rare mais quand ça t'arrive et c'est particulièrement désagréable. C'est pas correct. Et encore c'est un handicap qui ne se voit pas. On a plus de problèmes de communication avec les organisateurs. Même en festival ou ailleurs...parfois il faudrait des endroits qui soient indiqués plus facilement.
Chez moi j'écoute de la musique, dans le métro...partout en fait
Normalement j'ai un appareil bluetooth mais c'est pas terrible pour les gens qui parlent au téléphone mais j'ai un casque bluetooth qui a de grandes oreilles pour que ça ne me fasse pas mal. J'ai des petits appareils mais avec des gens qui ont des grands appareils plus compliqué au niveau des casques. Mais le truc qui est bien c'est qu'il y'a beaucoup de prévention dans les concerts sur la perte auditive mais...j'ai un soucis avec ça... genre l'alcool faut pas trop boire mais y'en à disposition partout. Par contre je trouve ça très cool qu'il y ait les bouchons ! C'est un peu comme si tu dois manger un gâteau sucré mais qu'on te dit que tu vas grossir. Là, tu sais que tu vas dans un endroit bruyant pour écouter musique, c'est différent de l'autoradio.

Ne regarde pas de concerts en live ou en rediff. Sur youtube, elle regarde des concerts mais que quelque passages "mais c'est évident que le son est moins bon que quand tu le regardes sur place, à part sur le côté ambiance. En tant que malentendant, je regarde pas la tv française. Les spectacle comique je les regarde que en diffusion pour les regarder en sous-titres sinon je comprend pas. Beaucoup de programmes sont sous-titrés mais il y a un décalage et ils sont MAL sous-titrés. Et puis ça dépend des programmes et de leur popularité. Je crois aussi que ça dépend des opérateurs...même RMC ne sous-titre pas. Chez Free on avait plus de sous-titres que maintenant qu'on est chez Orange. Je sais pas comment c'est fait mais c'est mal foutu. C'est pas dans la légalité car c'est censé fonctionner partout. C'est pas uniquement des histoires de direct. Le vrai direct n'existe pas car les émissions sont différées de 3min. Même BFM et autre, en fonction des horaires y'a plus de sous-titres mais ils sont plus correct et fidèles à ce niveau là.
possède téléphone, pc mais pas tablette.

Dispositif m'intéresserait. Y'a plein de concerts qui ont des spots, y'en a pas mal qui intègrent des effets visuels et on voit la différence. Le visuel joue beaucoup pour les malentendants, on est plus attentif quand la musique monte. Mais de fait, maintenant que t'en parles...de fait...oui. Y'a un concert il y a quelques temps de John Carpenter avec toutes les musiques. Moi y'avait des sons que j'entendais pas du tout. Avant je les entendais mais maintenant plus du tout. La musique j'entendais pas, le visuel permettait de l'intégrer...de savoir quand est-ce que ce que le son allait d'arriver. Ca demande un travail au niveau des artistes. On voulait aller à des concerts de Carpenter Brut et de fait...dans ce milieu là ils intègrent souvent du visuel...pas musique de films...mais les musiques des années 80 et elles intègrent visuels."

PROTOTYPE
«Les disque c'est super intéressant. Moi qui joue aux jeux vidéo...entre la manette qui vibre et non...et bah ça aide vraiment. On peut croire que c'est gadget mais c'est faux. On n'y prend goût et on a dû mal à s'en débarrasser après.
Ton impression sur le dispositif ?
Super idée. C'est un dispositif qui m'intéresserait. J'avoue après...que regarder un concert sur un tablette c'est dommage tant qu'on peut avoir accès autant y aller.

Mais les disques c'est super intéressant. La tablette je trouve que c'est dommage (ndlr : je n'ai pas encore expliqué l'option de cast). Pour les gens qui le vive en direct même au niveau des vibrations c'est intéressant mais je vais pas regarder un concert sur un tablette ou autre. Après ça dépend du type de concert. Après ça dépend des gens. Genre la musique classique..t'as pas besoin de danser et de faire la fiesta.

(EXPLIQUE L'OPTION DE CAST)

Pour être très franche dans tous les cas, tout ce que tu as sur ton smartphone ou ta tablette tu le met sur la tv. Pour nous en tout cas c'est banal. Nous, notre PC c'est notre tv sauf qu'on l'utilise plus comme plateforme téléchargement. Pour les personnes qui ont moins l'habitude de le faire, clairement ça peut être intéressant. Je ne me vois pas regarder un concert en entier car je peux déjà y accéder. Mais si je suis une personne en fauteuil, je pense que la personne sera contente d'accéder à minima. Ce qui me manque dans les concerts c'est le côté pratico-pratique. J'ai cette chance d'avoir la possibilité d'accès. En streaming, je ne regarderais pas un concert en entier car je regarderais 20-30min et ça sera plus des choses sur lesquelles j'ai envie de bouger. Avoir ça à plusieurs...oui. Je ne mettrais pas ça tout le temps en fond mais 30min oui avec des amis je le ferais.

(EXPLIQUE IDÉE TIMECODE)

Ca, c'est intéressant oui. Même de passer de musique en musique ça peut être cool et puis c'est comme les chapitre en DVD, tu pases à celui qui t'intéresse.

Et donc est-ce que tu serais intéressée par ce dispositif ?

Encore une fois, moi j'y vais directement donc je ne regarde pas forcément sur tablette ou autre. Non le système de vibration c'est super mais c'est le travail en amont avec les artistes surtout pour ceux qui ont une partie visuelle très forte car ils intègrent déjà ce côté là...après comment pourrait se faire le rendu...à voir...faut pas que ça dénature l'oeuvre

"Qu'est-ce que tu verrais comme option supplémentaires ?"

Heu...je sais pas...par contre ce qui serait bien c'est de recenser l'ensemble des salles de concerts et artistes qui facilitent l'accès aux handicapés et notamment aux personnes ayant un handicap moteur à mon avis mais les salles qui ont une vraie accessibilité...celles qui jouent le jeu et participent à la chose. Par exemple si tu as une appli qui te permet de regarder les concerts c'est intéressant mais ça ne va pas plus loin. Mais si tu recenses les différentes salles avec un accès entre accès malvoyant, parle LSF, sensibilité à l'handicap...ça peut être bien ! Le système tu l'envisages dans un concert

"Pas du tout. Tout du moins ce n'est pas mon but"

Je pense que ça pourrait être plus simple et puis ça fonctionne directement dans le concert et non selon le code. Je pense que ça pourrait être très intéressant. À mon sens, ça, ça pourrait être intéressant pour tout un tas de gens, handicapés ou non.

"Qu'est-ce qui motiverait ton achat ?"

Je pense que le fait de recenser les salles avec un accès plus facile comme je te le disais et également si tu peux choisir avec un système de recherche intégré et avec les concerts. Pas avoir tous les détails de la terre entière. Mais si c'est lié à la FNAC ou à Digitick, ça pourrait être intéressant. L'objectif n'est pas de les remplacer mais ça se vendra plus facilement. Mais de fait si..du coup...la partie facilitation de l'accès des salles indiquées...ça pourrait être très bien. L'objectif c'est de nous faire

sortir. Et pourquoi pas lier après fonction connexe avec une option pour simplifier la commande de bière (*rire*) et avoir d'autres choses qui simplifie. Ce n'est pas "youtube" avec de la lumière.
(voit ma mine dubitative)
Je trouve que c'est une super idée. Mais autant dire les choses franchement.
Je suis d'accord avec toi et je préfère ça. Le but est vraiment d'obtenir un dispositif qui répond aux attentes et aux besoins.
Si y'a des systèmes pour lier ça (ndlr : le dispositif) pour sortir. Pour qu'elle (ndlr : le dispositif dont l'application) soit fondamentalement utile, il faut qu'elle puisse s'inscrire dans le parcours du concert. Genre...même développer un système d'entraide et autres. Même faire du covoiturage. N'importe quel système parce que le covoit c'est compliqué...ça peut être intéressant. Je pense surtout aux personnes ayant un handicap moteur et surtout en fauteuil roulant parce que c'est plus compliqué. Malentendant c'est parfois compliqué mais on se débrouille. Mais les personnes handicapées moteur doivent être accompagné. Les aveugles, certains sont autonome, mais plus compliqué pour les PMR.

(EXPLIQUE OPTION CHAT ET PARTAGE DE CONCERT AVEC UN AMI)
Ca peut-être intéressant si y'a système de chat ou non si...géolocalisation inconnu. Sinon ce qui peut être intéressant, c'est les personnes qui écrivent des commentaires. Dire qu'on invite les amis, etc...moi, perso, je suis un véritable ours donc par en rêve mais why not ça m'intéresserait. Mais discuter avec une personne que tu connais pas en regardant live, c'est plus intéressant.

Salomé NASHED

• L'université a tenté de la faire partir et quitter ses études. Ils ne voulaient pas lui faire passer les exams. Mais lorsqu'elle a validé le 1er semestre de la L2, ils ont compris qu'elle était capable de suivre les cours
• Ne pas voir n'empêche pas le fait de pouvoir analyser des résultats
• Être aveugle demande une adaptation permanente. Salomé passe sa vie à la bibliothèque afin de rattraper ce qu'elle loupe en cours
• En TD, demande d'expliciter (car trop de "c'est là", "ici").
• Son problème de DV : ne fixe pas car a une grosse tâche au milieu => vision centrale touchée. Lorsqu'elle était petite, connaissait les couleurs mais maintenant voit seulement l'intensité lumineuse : MALADIE GÉNÉTIQUE
• Sur ordi, utilise seulement le vocal, clavier en braille.
• A apprit à lire le braille en CE2
• A été à l'Institut National des Jeunes Aveugles à partir du CM1 pendant 3 ans (mais à arrêter après la 6ème) car => "la vrai vie n'est pas de rester dans un cocon".
• Les DV doivent se se confronter au "milieu normal"/"milieu ordinaire".
• Pour Salomé, important de savoir ce qu'est la vrai vie (car si trop adapté, DV commence à avoir peur des voyants).
• Toucher plus sensible
• Quand on ne voit pas, on apprend à se servir des autres sens
• ATTENTION : parfois les gens prennent les DV par le bras subitement, sans rien dire (surprise). Une fois, une personne a même attrapé le bout de sa canne (très dangereux car se repère dans l'espace uniquement avec la canne).

• Métroconnexion => aide les DV en indiquant le nombre de couloirs entre les stations.
• QUESTION : est-ce que je suis un poids pour mon entourage ?
• PB : les obstacles en hauteurs. Ex : panneaux oblique ou porte de voiture ouverte. comme canne au ras du sol, les DV ne s'en rende pas compte
• rer => problème : trop de direction, parfois ne dessert pas toutes les stations
• Aime aller dans les musées => adore s'imaginer les choses. Sa soeur essaye de décrire. Ce qu'elle imagine est différent de ce qu'on voit. La personne qui décrit est obligée de voir; Vision très personnelle.
• ADORE LA 3D et les maquettes, mais trouve l'art contemporain compliqué
• Trouve ça dommage qu'il n'y ai pas de site dédié aux événements destinés pour les aveugles. La connaissance des événements ne marchent que par bouche à oreille => problème de communication
• PROBLEME audio description => quand musique ou dialogue sont intéressantes, l'audiodescription est trop présente => ne peut pas réfléchir ou profiter du moment (et en particulier de la musique). L'audio description est intéressante lorsque la scène est muette. Mais l'audiodescription apporte beaucoup quand même aux aveugles. L'audiodescription est trop littérale, pas assez poétique (trop objectif, trop froid) => pas prit à part entière, impression obligation et pas assez travaillé (ne fait pas partie intégrante du film).
• Comédie musicale avec audiodescription mais lu par un comédien (bien plus intéressant et vivant, surtout qu'il se tait durant les dialogues).
• La danse par contre très difficile à décrire par mouvement continuel
• Salomé fait du piano depuis 2003 au conservatoire => partition en braille. Code spécial ! Do croche : 1-4-5. Do noir : 1-4-5-6. Accords se lit de gauche à droites (très linéaires). Mais problème, pas beaucoup de centre adapte les partition en braille.
Pour DV, sérieux manque d'accès information et problème adaptation => le monde s'attend à ce que les DV s'adaptent => leur rend pas la vie facile (manque adaptation Film, livre, partitions)
• Si document est en pdf, peut pas l'adapter et le lire. Format pdf considéré comme une image. Problème de lecture car logiciel LRC (logiciel reconnaissance caractère) ne le reconnait pas.
• PROBLEME DEPENDANCE (car problème d'accessibilité)
• Quand elle est à la fac, problème car ne voit pas le tableau. Etude sup difficile pour les DV. Beaucoup abandonne car inadapté et ils vivent avec les subventions. Etude de lettre plus facile pour les DV.
• AUTRE PROBLEME : l'Institut National des Jeunes Aveugles ne suit les DV que jusqu'au lycée.
• L'apprentissage de l'anglais pour les DV est aussi difficile car le son "i", "e", "ee", "ea" sont les même (donc problème d'écriture).
• Normalement dans les universités, il existe des "Relais Handicap Santé Etudiant" mais rencontre des problèmes de financement et pas assez sur les DV (habitué à gérer les poignets cassés et les fauteuils roulants).
• Le braille n'est pas universel (braille lettre latine, braille lettre ruse, etc...). Il existe 2 types de braille : intégral et abrégé
• Les voyants sont content lorsqu'ils font une petite action, mais cela ne suffit pas. Lorsque Salomé a cours de Géométrie, prend cube (pour visualiser les points a, b, c...etc)
• PROBLEME : non-voyant et voyant ne communique pas entre eux + les voyants CROIENT connaître l'handicap
• 1er moyen pour adapter les choses est de communiquer autour
• Salomé est issu d'une famille de 4 enfants, il sont 2 enfants DV et 2 voyants.

• Jamais ses frères ou soeurs ne vont laisser un placard ouvert (et préviens toujours où est le café) La seule pièce où elle a peur : cuisine à cause de l'huile chaude par exemple
• Pour faire les courses => le franprix et le Liddle OK mais le Carrefour NON (car trop grand, on ne s'y retrouve pas). Mais grâce à la livraison, cela facilite l'handicap IDEE => braille sur les boite de gâteau / mettre les étiquette de supermarché en braille / télécommande qui scanne les prix : GOOD
• Lors que les DV ne travaillent pas, aide de 800€ => Allocation Adulte Handicapé (le montant dépend du département). Grâce à l'aide, parfois gagne plus que le SMIC et se complaisent, ne font plus d'effort
• Feuille plastique => 130€ le paquet. Il faut aussi des compas spéciaux
•Jeux de carte agrandie => 30€ le paquet
• Personne pour lire livre / aider dans les devoirs : 10-15€/h
• PROBLÈME : les chaussures s'abiment vite car se cogne. Les étiquettes en braille sont chers. L'allocation permet de pouvoir payer une partie de tous les outils qu'un DV a besoin
• Compassion => cool. Pitié => aime pas, c'est fatiguant
• Iris braille => 11 000€
• Tous les 3-4 ans, peut demander une aide pour le matériel spécial DV
• PROBLÈME : au niveau administratif, très difficile car même les papiers pour faire des demandes aides DV, sont écrit en noir. Ex : une synthèse vocale coûte 3000€, pour faire la demande, doit remplir dossier très lourd et pas adapté en braille. La société voyante n'adapte pas les demande (pour voyants, les demandes des gens en fauteuil roulant = DV). SI Salomé devait vivre toute seule, administratif = Peur En hiver, ne supporte pas de mettre un gant (car a l'impression de perdre un sens) Dans la station Bastille, ça sent les lingettes pour bébé (c'est comme ça que le frère de Salomé sait dans quelle station il est).
• Salomé appréhende de perdre totalement la vue. Elle ne peut pas vivre au jour le jour, car doit s'organiser mais essaye de ne pas penser au déclin. Ne doit pas faire fixation là dessus car rend malheureux. Jusque là elle a réussi à s'adapter, a de la chance car sa perte de vue est progressive. Les couleurs lui manque. (C'est pour ça qu'elle adore les livres et l'art). Aime Zola car beaucoup de description (elle est à égalité avec les gens qui voit). 10-11 ans : perd couleur rose-violet. Voyait rouge & bleu jusqu'à 15-16 ans => mais garde souvenir précis, mais son rouge != rouge réalité (rouge personnel, peut l'imaginer mais pas le reconnaître). Elle voit la brillance (ex : lumière marché de Noël, arrive à deviner stand devant eux grâce à l'odorat).
• Si il pleut, ne peut pas avoir parapluie car le bruit la déconcentre.
• Les voyants on souvent l'impression que "parce qu'on ne voit pas, on ne peut pas réfléchir".
• Salomé est photophobe (ne supporte pas la lumière). Donc lorsqu'elle porte des lunettes même en hiver, les personnes la regardent bizarrement. Elle ne voit qu'en bas à droite (donc ne fixe pas les gens).
• Les jeunes confrontés à l'handicap = plus facile. très difficile d'être aveugle entre 25-50ans que jeune ou personnes âgés.
• Mission handicap, important dans les entreprises.
• Il y a quelques semaines, relais handicap super content car comme peu d'handicapé et que les entreprises doivent embaucher 6%, alors beaucoup d'embauches.
• Salomé est fatiguée de devoir s'adapter, elle n'a plus le temps de s'intéresser réellement aux sujets (notamment d'études) car doit se concentrer. Elle espère pouvoir un jour profiter du travail sans avoir à s'adapter

• Problème d'information au sein du milieu DV et entre le milieu handicap & voyant et PROBLEME : des choses sont faite pour les DV mais les DV ne sont même pas au courant
• Même si ne possède pas le sens de la vue, possède le "sens des masses" => si un bâtiment n'est plus là d'un coup, DV le sent
"Inclusion scolaire" = milieu ordinaire

Aurélia AUBERT

• Nous c'est que surdité. développer projet accessible personne sourde et permettre accessibilité pour tous

• Asso existe depuis 2014. On a mis une bonne année ½ ce qui se faisait. Viens master culture. Je connaissais pas surdité et LSF et au début but asso était à rencontrer musicien sur Lille et personnes milieu surdité pour créer projet musicaux ou adapté projets existant. 1ere année, on a pris rappeuse, beat box, dj et on a ajouté chant-signeuse. Le chant signe est une manière interprété sur scène mais de manière poétique. Rendre compte ce qui est dit de manière globale ce qui est dit. Pas mot à mot mais poème. Manière assez simple car pas moyen technique et cette année projet qu'on développe avec dj, chant-signeuse et guitariste et de réfléchir conception morceau en réfléchissant directement surdité et pas en adaptant. On a travaillé avec l'aéronef. Eux permet faire résidence avec 1er groupe et on projet à l'année free son et on développer outil vibre en rythme avec morceau. Et on acheté subpac. Ils sont dispo gratuitement à la location. L'outil c'est un pot de fleur et dessus globe qui fait image en rythme mais c'est des image comme windows player et dessus mis téléphone. C'est un clin d'oeil car sourds pas utilisé téléphone fixe. Eux vibrent et un envoie electro choc comme patch vibrant. permet moment d'échange.

• Nous ce qu'on fait visuellement avec adulte entendant et sourds enfant. On fait atelier pour LSF. Le dj a fabriqué thonoscope. C'est une plaque de métal et on met poudre qui fait forme différente en fonction onde. Ca fait pas entendre mais ça fait visualisé. Ca permet d'avoir connaissance technique son de manière ludique.
Ona fait série 6 ateliers avec enfants, CRESDA, pour enfant sourds, internat et en journée sont dispatché école normale. On leur demande comment ils signeraient et ensuite on met soit des vrais signe, soit des émotions. On met pas tous les mots en signes mais il faut s'exprimer avec le corps.

• Moi j'ai crée l'asso, c'était mon projet de fin d'étude. Moi j'étais sur master culture pour travailler dans musique. Et j'ai rencontré sourds dans musée et je me suis demandé comment je pouvais parler passion musique aux enfants sourds. J'aime musique expérimentale. y'a pas que musique agréable, y'a des trucs bizarres qui amènent émotion. on est une 12aine bénévole. Moi de manière globale, je fais demande subvention et mise en contact.
Avec l'onde et l'aéronef. J'étais allé les rencontrer en mode prospection. On a une asso et un groupe, Clémence Beaujeman accepte. Subvention fondation de france et donc propose résidence car veut rendre lieu accessible. 5 moments pour discuter pot de fleur avec ingenieur. Ensuite restitution 21 juin car festif pour français mais pas sourd. Mais ensuite groupe personne sourde qui est monté sur scène. Mur du

son groupe de 5 sourds qui font percu et chant-signe. Au début il y avait notre groupe. Le chant signe rajoute côté visuel et poétique, on peut comprendre même si comprend pas langue des signe. ET puis il y avait les sourds qui devaient s'obliger à découvrir groupe entendant. Quand y'a eu groupe sourds, les malentendants étaient content car communauté. Et les entendants ont dû se forcer car pas habitué mais c'était intéressant car effort des deux côtés.

• Dans notre nouveau projet, on aimerait mettre un vj ou aimerait mettre travail sur l'onde. Si on met trop visuel, sourds peut pas suivre chant signe. Il faut pas que le visuel prenne trop la place. Comment rendre les choses visuelle sans écraser vibrations et puis les musiciens car chacun joue quelques chose. Première vibration (projet). On aura une autre résidence. Au début du projet seulement jeux de lumière. on a fait un set de lumière. y'avait pas de chanson ni de texte écrit, mais jouait émotion avec lumière et signe qui traduisait la musique. Pas forcément agréable car chanteur criait pour la peur et chant signeuse grand signe et lumière bleue. Entendant était mal à l'aise. C'était un premier concert. Et en fait les gens au moment de la joie plus détendu. on a fait passer les gens avec différentes émotions. La lumière joue plus que les images mais ne bloque pas l'oeil. Même quand t'écoute de la musique, les chansons vont t'apporter émotion, t'as pas besoin de voir. parfois juste choses subtile qui vont apporter quelque chose. Quand tu regardes film, tu regardes mais fait pas appel à souvenir. on veut pas bloquer le truc et tout le monde peut sentir chose différente.

• V motion project pas de l'onde. Mettait comment on pouvait voir la musique.
Le flow, salle autour culture urbaine tenue par la ville qui va nous accueillir avec projet première vibrations pour résidence. Projet avec collège à côté et sensibiliser personne entendante culture sourde. Devant leur lieux y'a énorme mur et invite artiste et avait déjà envie de faire un graffiti et pendant ce temps et mettre en musique ce dessin. Ce serait mettre en musique accessible mais que ça soit visuel et musical. Mais de manière globale c'est un projet qui intéresse beaucoup de monde même si pas personne sourde dedans. Car idée ouvrir lieux car salle concert mais ça tient pas à grand chose lieux adapté persone handicap. On met place subpac et chant signe. Ca fait le chemin petit à petit. Après dans nos autre projet, on fera sur petit festival sur culture à côté lille, idée mettre musique adaptée et culture africaine et sourde.

• Pourquoi personne sourde ? Dans l'asso, je connaissais pas de personne sourde et je viens d'apprendre la LSF. Plusieurs étudiantes en LSF alors sourds peuvent rejoindre. De manière générale, à l'aéronef en 21 juin 50% sourds parce que groupe sourds. Discussion chanteur qui était sourds mais famille entendante et bercé par culture djembé. Du coup lui voyait famille jouer mais beaucoup sourds viennent culture sourdes depuis des générations et musique éloigné. Quand entendant propose musique sourds, c'est mal vue. Mais pas l'idée. Nous le but c'est la mixité. Mais c'est dû en entendant de proposer ça. dans le passé attachait main dans le dos pour pas parler LSF. Depuis 20005 tout doit être adapté mais pas le cas. Y'a une entrave historique. Y'a du entre sourds. Et puis aussi, ce qui nous disait musicien. Mais si fait quelque chose et que c'est pas adapté, alors ne reviendront plus. Si se déplace une fois et pas accueil LSF, pas adapté, alors ils ne vont pas rester. Ca met la pression. En 2014, a fait petite soirée dans bar avec interprète, fait vidéo pour expliquer LSF. 80 personnes sont venus. Des personnes dans l'escaliers. Entendant pas de problème mais pour les sourds voyait pas interprète

et vu beaucoup entendant donc sont reparti. C'est assez compliqué de se faire sa place. ils veulent pas...ils vivaient sans avant donc pourquoi essayer ? Ce que je déplore un peu, il y a quelques projets qui tournent en France dont Radikal MC et Litual qui est chant-signeuse (depuis 20 ans). Ils sont mal accepté car même si lui parent sourds et elle qui s'investit depuis 15 ans mais toujours pas accepté. On l'a programmé à l'aéronef et le Gestival aussi. Une fois qui on trouvé un truc, il vont le programmer et le reprogrammer sans aller plus loin. Manque de curiosité. Si une initiative marchent bien, ne va pas vers d'autre, moins de prise de risque. Litual beaucoup programmé car fait beaucoup de choses mais y'a pas le truc "je vais tenter d'autres choses". C'est ce qu'on avait voulu faire le 21 juin où on avait fait questionnaire. Et y'a eu 3 réponses dont 1 musiciens.C'est dommage, si t'as pas le retour des gens, tu peux pas améliorer.

• A toulouse, y'a énormément de sourds. Je comprenais pas trop. Je suis allé à journée sourds. QUand tu prend métro toulouse, t'as les même autocollant mais adapté. Même dans bar, le barman comprend LSF voir l parle ou sourds. A toulouse, tous les événements ouverts à tout le monde.S i sourds veut aller conférence sur l'art urbain, y'a de grand chance pour que l'interprète soit là. Ca se fait petit à petit et du coup se sentent pas gêner même de faire une conversation avec des entendants. Alors que partout en france c'est compliqué. Quand barrière dans la ville, difficulties projet commun. Tout est adapté. Même les sourds organisent des trucs, mais pas que pour les sourds. Souvent quand y'a des soirée dit pour sourds et entendant, si t'as jamais signé de ta vie, t'es pas à l'aise, ça marche dans les 2 sens. Y'a peut-être de la déception. Y'a des gens proposent projet mais répond plus car marchent pas..

• Je trouve qu'il y a amélioration dans l'accessibilité mais vu que je m'intéresse plus...je sais pas. Mais tu vois Gestival, 2ème année, festival culture sourde. Y'a peu de festival en france, seul clin d'oeil ou autre. Ca serait bien chaque région ait son festival. Après tout ce qui est porjet chant signe. Fait à l'aéronef qui avait fait 3 dates avec chant-signeuse. Après y'a eu 2 autres dates. Une salle de concert à Dunkerque, pour ouverture de saison en 2017, fait venir projet concert chant-signe et choses faite pour enfant, adulte et sourds. PLus créer projet adapté et plus y'aura d'acceptation. Y'a le festival au foin de la rue, ils font chant-signeur sur scène. Je pense que ça se développe mais ça prend du temps. Je pense que public sourd est le prochain public. Le chant signe c'est pas compliqué à mettre en place. Maintenant quelque salle on fait ça va prendre de l'ampleur. Ils savent maintenant salle peuvent s'ouvrir à public.

• Tu pars souvent plein d'ambition mais souvent déception. mais aéronef ca a été un coup de chance. Y'a pas vraiment de frustration. On aimerait bien proposer mini-festival avec plein de projet adapters; J'avais imaginé festival avec une ouverture à tous.. J'aimerais pouvoir vraiment proposer que des musiques différentes mais avec des manières différentes de ressentir et que ça devient normal que les personnes sur scène fasse du chant signe.

PROTOTYPE

• Dans l'idée c'est vraiment chouette. Ca aborde vraiment tout ce qui est autour d'un concert. Toujours plus côté surdité, quand on regardait avec aéronef. Y'a de 9 subpac et on réfléchissait comment par exemple application qui vibre en rythme. Si tu peux l'utiliser pendant concert en live c'est bien. Parce que là les subpac relié en bluetooth à la console son, tu ressens en live. Mais faut que ça soit chargé et pas trop éloigné console son. Y'a ce côté aussi où nous aussi si un concert nous plait on achète cd. Les sourds nous disait qu'à la fin il voulait acheter cd d'un concert mais pouvait pas acheter car pas DVD et pas profiter. Alors que si lumière tu peux partager et profiter.

Tu parlais de sortir des salles; Nous le but global pour synthétiser l'asso. Nous c'est comme une boîte en prod, créer contenu, des groupes adapté. Salle adapt lieux alors que nous avec un catalogue avec des groupe adapté.