Biens Symboliques / Symbolic Goods

Revue de sciences sociales sur les arts, la culture et les idées

9 | 2021
Varia

Du cirque pour tous les publics ? Représentations et enjeux de programmation dans le cadre d'une Capitale européenne de la culture

Circus for All ? : The Stakes of Event Programming in the Context of a European Capital of Culture

Marine Cordier, Céline Spinelli, Émilie Salaméro et Magali Sizorn

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/bssg/777>

DOI : 10.4000/bssg.777

ISSN : 2490-9424

Éditeur

Université Paris Lumières

Référence électronique

Marine Cordier, Céline Spinelli, Émilie Salaméro et Magali Sizorn, « Du cirque pour tous les publics ? Représentations et enjeux de programmation dans le cadre d'une Capitale européenne de la culture », *Biens Symboliques / Symbolic Goods* [En ligne], 9 | 2021, mis en ligne le 27 décembre 2021, consulté le 13 janvier 2022. URL : <http://journals.openedition.org/bssg/777> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/bssg.777>

Ce document a été généré automatiquement le 13 janvier 2022.

Biens Symboliques / Symbolic Goods

Du cirque pour tous les publics ? Représentations et enjeux de programmation dans le cadre d'une Capitale européenne de la culture

Circus for All ? : The Stakes of Event Programming in the Context of a European Capital of Culture

Marine Cordier, Céline Spinelli, Émilie Salaméro et Magali Sizorn

- ¹ La question des publics, objet central pour la sociologie de la culture, a suscité de multiples recherches portant notamment sur le pôle de la réception des différentes formes artistiques et sur celui de la médiation. Certains travaux ont étudié les publics d'événements culturels de grande ampleur, tels que les festivals, permettant de dresser un portrait des spectateurs (Ethis 2002 ; Malinas 2008) ou de comprendre leur contribution au processus de démocratisation de la culture (Fabiani 2008 ; Fabiani, Ethis, Malinas 2008). Cet article est issu d'un programme de recherche qui, à l'instar de ces études, visait à analyser les pratiques et les publics d'un événement majeur, Marseille-Provence 2013 Capitale européenne de la culture (Girel 2015). Centrée sur l'offre en matière de cirque, notre enquête visait cependant moins à documenter les caractéristiques des spectateurs qu'à interroger le rôle des acteurs culturels dans la construction d'une programmation tout en saisissant leurs perceptions de l'événement et de ses publics, suivant la démarche adoptée dans une recherche dédiée à la diffusion internationale des arts du cirque contemporain (Spinelli 2015). Les préoccupations concernant l'audience sont en effet présentes dans le travail artistique comme dans l'activité des intermédiaires culturels (Lizé, Naudier, Sofio 2016) qui participent à la sélection et à la diffusion des œuvres. Outre la qualité esthétique de celles-ci ou leur coût, la prise en compte des caractéristiques du public joue un rôle central dans la fabrique d'une programmation (Dutheil-Pessin & Ribac 2017), en particulier pour les institutions culturelles subventionnées dont l'activité s'inscrit dans le cadre de

politiques publiques fondées, en France, sur un objectif de démocratisation de la culture (Dubois 1999).

- 2 Les attentes en matière de fréquentation s'avèrent particulièrement élevées dans le cas des grands événements culturels sur lesquels de nombreuses villes misent aujourd'hui pour dynamiser leur territoire et lui conférer une plus-value symbolique en termes d'image et de rayonnement (Broclain 2012 ; Lucchini 2002). Dans le cas de Marseille-Provence 2013, il s'agissait d'engager la ville dans de nombreuses transformations (construction d'équipements, projets urbains, etc.), tout en visant des retombées économiques et l'amélioration de l'image de la cité phocéenne. Parmi son abondante programmation, une manifestation spécifique, *Cirque en Capitales*, faisait figure de « temps fort » dédié au cirque : durant un mois, plus de 250 représentations de 60 spectacles ont été proposées sur l'ensemble du territoire couvert par la capitale européenne de la culture¹. L'audience importante réunie lors de ce temps fort a été saluée comme l'un des succès de fréquentation de l'année 2013, favorisant la pérennisation d'un événement centré sur le cirque sous forme d'une biennale dont quatre éditions ont eu lieu à ce jour. Ce parti-pris de placer le cirque au cœur du programme d'une capitale européenne de la culture s'avérait alors relativement inédit². Il apparaît révélateur des attentes des acteurs culturels vis-à-vis de cette forme artistique en lien avec ses transformations récentes.
- 3 Suite à l'émergence du « nouveau cirque » se référant à une logique de création (Maleval 2010), les politiques publiques mises en place en France depuis la fin des années 1970 ont contribué à la légitimation de cet art (Cordier 2018 ; Salaméro 2018) et favorisé l'essor, à côté des entreprises du cirque traditionnel telles que Gruss ou Bouglione, de nombreuses compagnies de cirque dit contemporain. Mêlant des techniques circassiennes à d'autres influences artistiques (notamment théâtrales), leurs spectacles sont joués le plus souvent dans des salles, parfois sous chapiteau ou dans l'espace public, et suscitent une fréquentation croissante (Donnat 2009). Cette diversification des esthétiques et des formats scéniques a entraîné la diffusion de ces spectacles dans des lieux spécialisés comme sur les scènes généralistes, contribuant à des logiques de fréquentation différenciées (Guy 1993 ; Lévy 2001). Cette intégration du cirque dans l'offre des institutions culturelles s'appuie sur des savoirs et représentations partagés par les critiques et par les professionnels du secteur (Rosemberg 2004) qui considèrent cet art comme étant plus facilement accessible que d'autres.
- 4 Cette idée s'est avérée fortement présente tout au long de l'élaboration du projet *Cirque en Capitales*, et ce d'autant plus que Marseille-Provence 2013 ambitionnait de rassembler une très large audience. Ainsi, comme dans le cas de la construction d'un équipement culturel, les organisateurs de l'événement ont appuyé leur argumentaire en utilisant la référence à un public « plus souvent invoqué que réellement mobilisé ou représenté » (Hélie & Champy 2003 : 238). À partir d'une enquête menée auprès de ces acteurs culturels, nous proposons d'analyser les représentations que les programmeurs se font du cirque et de ses publics. Il s'agit en particulier de montrer comment la référence aux publics visés, omniprésente dans les discours de ces acteurs, a permis de justifier les choix de programmation effectués, contribuant à légitimer la mise en avant de cette forme artistique au sein d'une capitale de la culture.
- 5 L'analyse se fonde sur une enquête de terrain collective réalisée dans le cadre du programme de recherche *Publics et pratiques culturelles de Marseille-Provence 2013, capitale*

européenne de la culture (Girel 2015). Nous avons suivi la mise en place de la programmation dédiée au cirque au cours de l'année 2013, en prêtant une attention spécifique à l'événement *Cirque en Capitales*. Douze entretiens semi-directifs ont été menés avec des membres des principales institutions culturelles impliquées dans le projet ; la plupart d'entre eux exerçaient des responsabilités en matière de direction artistique et/ou de programmation, un était en charge des relations avec les publics. Toutes ces structures (sept lieux de diffusion, une compagnie et l'association Marseille-Provence 2013), situées à Marseille à l'exception d'une d'entre elles, percevaient des subventions pour la réalisation de missions d'intérêt public, mais relevaient de statuts variés, certaines étant labellisées par le ministère de la Culture (centre dramatique national, scène nationale par exemple), d'autres non (compagnie, association). La plupart des lieux proposaient une offre culturelle pluridisciplinaire à dominante théâtrale et avaient l'habitude de diffuser ponctuellement des spectacles de cirque. Seules deux structures avaient une programmation spécialisée, l'une sur le cirque contemporain, l'autre sur les formes clownesques. Ces données ont été complétées par des observations menées à l'occasion de certaines représentations et par le recueil et l'analyse de diverses sources documentaires (articles de presse, documents de présentation et de bilan de l'événement, archives de l'association Marseille-Provence 2013) qui ont permis de retracer les étapes de l'élaboration de *Cirque en Capitales* et son traitement par les médias, depuis la phase de candidature jusqu'au bilan réalisé à l'issue de l'année 2013.

- 6 Après avoir rappelé l'origine de l'événement Marseille-Provence 2013, puis présenté le contexte et les acteurs qui ont initié le projet *Cirque en Capitales*, nous verrons comment ces derniers ont convoqué l'image idéale d'un public rassemblé pour donner forme à un événement présenté comme fédérateur, bien que dédié uniquement aux esthétiques circassiennes contemporaines. Dans leurs pratiques, les professionnels recourent à diverses formes de catégorisation de leurs publics, et si leurs choix de programmation s'inscrivent dans un même horizon de diversification de l'audience, celle-ci prend des formes variables selon les institutions concernées.

1. Genèse d'un événement dédié au cirque au sein d'une capitale de la culture

1.1. Un projet culturel au service d'un territoire en mutation

- 7 Décerné chaque année depuis 1985 par l'Union européenne³, le titre de « Capitale européenne de la culture » permet à la ville lauréate de bénéficier de financements européens via différents programmes tels que « Europe culture 2007-2013 », en vue de valoriser le patrimoine et les pratiques culturelles d'un territoire. Les villes candidates à l'obtention de ce titre sont amenées à s'inscrire dans le cadre de la territorialisation des politiques culturelles, qui implique « d'adapter un projet culturel à la situation locale et aux particularités locales » (Denizot 2008 : 71). Dans le cas de Marseille, le projet a été initié par les milieux d'affaires et soutenu par les acteurs politiques locaux, l'événement apparaissant comme un levier pour changer l'image de la ville en développant son rayonnement culturel (Grésillon 2013).
- 8 Dans le dossier de candidature soumis en 2008, le projet culturel se présentait en effet comme étant au service du « renouveau de la cité », décrite comme une « métropole en

difficulté qui se redresse ». Suite au déclin de l'activité portuaire à partir des années 1970, la ville a traversé une période de difficultés économiques et de déclin démographique, avant de connaître un certain regain d'attractivité depuis les années 2000. Marseille comptait en 2012 environ 860 000 habitants, une forte proportion d'entre eux vivant en dessous du seuil de pauvreté (26% en 2010). Les inégalités socio-spatiales y sont particulièrement marquées : les quartiers Nord (13, 14, 15, 16^{es} arrondissements) et l'hypercentre (1, 2 et 3^{es} arrondissements) concentrant les facteurs de pauvreté (Peraldi, Duport, Samson 2015) ; les Marseillais les plus fortunés résidant dans les 8^e et 9^e arrondissements, au Sud de la ville. Ceci s'accompagne d'une concentration particulièrement marquée des équipements culturels dans le centre de la ville.

- 9 Dans ce contexte, le projet marseillais a été bâti autour de l'objectif de conjuguer une « forte exigence artistique » et la volonté de toucher « des milieux défavorisés » (*Dossier de candidature*, 2008 : 72, 135). Il prévoyait notamment la construction de nouveaux équipements culturels comme le Musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée (Mucem). Le souhait de proposer un projet culturel élargi à l'échelle du territoire régional s'inscrit également dans une stratégie de redynamisation du territoire de la métropole marseillaise, visant à renforcer son attractivité en opérant une « reconquête symbolique » (Fabiani 2013), comme avaient pu le faire d'autres villes telles que Lille, capitale de la culture en 2004 (Liefoghe 2010). Perçu comme « novateur » par le jury européen (rapport de sélection du jury, 2008), ce projet qui visait à rattraper un certain retard dans le domaine culturel, a finalement permis à Marseille de l'emporter sur des concurrentes mieux dotées sur ce plan comme Lyon ou Bordeaux.

Fig. 1.

Fréquentation des spectacles de cirque en 2013 selon les lieux. À Marseille, le Parc Chanot accueillait des spectacles programmés par le CREAC et par le Théâtre du Gymnase.

© IGN BD Carto – Sylvia Girel

1.2. Un temps fort cirque pour une ville en quête d'événements majeurs

- 10 Comprendre la place accordée au cirque dans le dossier de candidature marseillais implique de prendre en compte les spécificités locales et les attentes des différents acteurs du projet. Dès 2007, l'association Marseille-Provence 2013 (MP2013), chargée d'élaborer le dossier de candidature fixant les grandes lignes de la programmation⁴, avait entamé un premier repérage des structures culturelles locales. Le cirque constituait une forme artistique déjà ancrée sur le territoire, plusieurs compagnies s'étant installées dans les années 2000 à Marseille et dans ses environs. Parmi celles-ci, Archaos, troupe pionnière du nouveau cirque créée en 1986, bénéficiait d'une notoriété élevée et d'un certain soutien de la part des pouvoirs publics. Implantés depuis 2001 dans le 15^e arrondissement de la ville, ses directeurs y avaient créé le Centre de recherche européen des arts du cirque (CREAC), lieu subventionné pour des missions de production et de diffusion. Le co-directeur de ce centre, Guy Carrara, avait été sollicité dès 2007 par l'association Marseille-Provence 2013, chargée d'entamer un repérage des structures culturelles locales afin d'élaborer le dossier de candidature. Fort de son expérience et de sa connaissance du milieu, il proposait de créer une Biennale internationale des arts du cirque. Ce projet, qu'il mûrissait depuis plusieurs années, ambitionnait de faire de Marseille une référence internationale en matière de cirque contemporain. Dans le dossier de candidature, cette idée est présentée comme une opportunité pour la ville « de se positionner dans un secteur culturel en plein développement, aussi novateur que populaire » en devenant « la capitale européenne du cirque⁵ ».
- 11 Dès cette étape de construction du projet, l'objectif d'atteindre une « mixité sociale des publics favorisée par l'objet cirque » était également mis en avant. Le projet d'initier un événement régulier dédié au cirque a rencontré un écho favorable auprès de l'association MP2013 et de son directeur Bernard Latarjet, fin connaisseur du cirque contemporain⁶, d'autant plus qu'elle permettait de pallier « l'insuffisance de rendez-vous artistiques de référence internationale⁷ » relevée à Marseille – le projet figure ainsi dans le dossier de candidature parmi les « événements européens majeurs [qui] contribueront durablement aux objectifs de la politique culturelle européenne⁸ ». La place dévolue au cirque traduisait par ailleurs la volonté de valoriser « la qualité du mariage entre cultures savantes et cultures populaires » (*Dossier de candidature*, 2008 : 27). L'offre artistique proposée en 2013 apparaissait en effet éclectique, traduisant une quête de complémentarité entre des formes dites savantes (expositions d'art contemporain, musique classique) et des pratiques ayant fait l'objet d'une reconnaissance plus récente, comme les arts de la rue ou le cirque contemporain. Régulièrement présenté comme un « art populaire » (Sizorn & Roland 2016), celui-ci est vu par les promoteurs de l'événement comme un moyen de « proposer des formes "grand public" sans sacrifier l'exigence artistique⁹ ». Les axes de programmation choisis par l'association MP2013 devaient tenir compte de ces deux objectifs, tout en composant avec les attentes émanant des collectivités locales, fortement investies dans le financement de la capitale culturelle. Les représentants de ces collectivités, également membres du conseil d'administration de l'association, étaient soucieux des retombées économiques pour leur territoire. S'inquiétant d'une offre qui serait perçue comme trop élitiste, certains élus locaux ont ainsi exprimé le souhait de voir privilégiés

des événements capables d'attirer un large public, comme le souligne ce membre de l'association MP2013 :

« La Ville [de Marseille] est demandeuse de ça, on a eu une réunion avec les élus, ils disaient de manière un peu outrancière : "faites-nous quelques grandes fêtes, des grands événements populaires, le reste on s'en occupe". »

- 12 Cette préoccupation s'inscrit dans une tendance générale à la promotion d'une « culture événementielle » par les collectivités territoriales (Appel 2008), pour lesquelles le succès d'une manifestation se mesure avant tout par sa fréquentation et les retombées économiques qu'elle génère (Bouquerel 2019). Le poids de ces attentes en matière d'audience était ainsi central dans l'élaboration du projet et de la programmation de l'année 2013.

2. Programmer du cirque pour rassembler le grand public

- 13 Une fois Marseille désignée, en 2009, capitale européenne de la culture, l'idée initiale d'une biennale a été redéfinie¹⁰ pour aboutir à la création d'un « temps fort » intitulé *Cirque en Capitales*. Le CREAC, initiateur du projet, y conservait une place centrale à travers l'organisation d'un festival nommé *Cirque en corps*, qui s'inscrivait dans une vaste programmation portée par une douzaine de structures culturelles, pour la plupart des théâtres ou des salles de spectacle généralistes. Malgré la variété de ces lieux en termes de statuts et de positions au sein du paysage culturel local¹¹, les entretiens réalisés avec leurs responsables montrent qu'ils partagent des représentations similaires sur ce que seraient le cirque et les caractéristiques de son audience. De manière récurrente, celui-ci se voit en effet désigné comme un art « fédérateur » qui permettrait de rassembler un large public. Ainsi le théâtre du Merlan, scène nationale située dans les quartiers populaires du nord de Marseille, programme fréquemment des spectacles de magie (dite « nouvelle ») et de cirque contemporain ; ce choix apparaît motivé autant par leurs qualités esthétiques que par leur attractivité supposée, comme l'indique ce membre de l'équipe de direction :

« Les formes [esthétiques] étaient vraiment intéressantes. Et puis alors après, on a en plus cette chance que le public évidemment est très réceptif à ces formes-là. Après, il faut pas forcément tomber dans la facilité. Et garder l'exigence aussi en termes de ce qu'on présente. Mais c'est vrai que c'est une entrée... ça rassemble, le cirque. »

- 14 La capacité du cirque à « rassembler » est généralement présentée comme une évidence ; dès lors, sa fréquentation est vue comme ne posant pas de difficulté particulière, contrairement à d'autres formes de spectacles. « Les gens sont assez en confiance sur les spectacles de cirque », indique un membre du théâtre Massalia, avis partagé par d'autres professionnels :

« Il y a aussi une plus grosse réponse du public parce que le cirque ça parle tout de suite, plus qu'un spectacle de théâtre. Même sur un cirque [une compagnie] qu'on connaît pas, les gens vont plus facilement au cirque qu'au théâtre. » (responsable, théâtre du Gymnase).

- 15 Cette comparaison entre les deux arts, fréquente chez les programmeurs interrogés, vise à mettre en relief les vertus prêtées au cirque : celui-ci, en réunissant des spectateurs issus de diverses origines, serait propice au dépassement des clivages sociaux. Ce type de discours tend à forger une image du « public de cirque » comme une

entité relativement unifiée, en même temps que caractérisée par une certaine diversité interne. Ces représentations s'appuient en partie sur la connaissance plus ou moins précise qu'ont ces professionnels des enquêtes sur les pratiques culturelles des Français. À première vue, celles-ci confirment l'idée que le cirque, tous genres confondus, constitue une sortie plus accessible que d'autres, en particulier pour les catégories populaires : il fait partie des spectacles où ouvriers et employés sont les plus représentés – 13 % d'ouvriers et 12 % d'employés étaient allés voir un spectacle de cirque en 2008, contre 14 % pour l'ensemble des Français (Donnat 2009) – les taux de fréquentation étant respectivement de 9 % et 13 % pour le théâtre et de 4 % et 6 % pour la danse¹². Pour autant, les rares études prenant en compte la diversité des esthétiques circassiennes mettent au jour la coexistence de deux logiques de fréquentation distinctes, selon une homologie conforme au modèle de la distinction (Bourdieu 1979) : alors que le cirque dit traditionnel rassemble un public familial et socialement diversifié, les esthétiques contemporaines attirent surtout des spectateurs diplômés issus des catégories moyennes et supérieures (Guy 1993 ; Lévy 2001).

- 16 De tels résultats amènent à nuancer la vision quelque peu enchantée d'un art qui serait par nature accessible à tous, quelles que soient ses formes. En effet l'idéal de démocratisation de la culture, qui faisait partie des utopies fondatrices défendues par les pionniers du nouveau cirque dans les années 1970, demeure partagé par de nombreuses compagnies comme par les acteurs culturels investis dans la diffusion et la promotion du cirque contemporain (Cordier 2014). Conscients que les avancées en matière de diversification sociale des publics s'avèrent modestes, ces derniers demeurent néanmoins attachés à cet objectif. Dans ce contexte, privilégier un discours général sur « le » cirque et « son » public permet de maintenir un certain flou sur les diverses esthétiques et les clivages sociaux qu'elles recouvrent, pour mieux valoriser son caractère « rassembleur ».
- 17 Le cirque est ainsi régulièrement désigné comme un « art populaire », tant par les artistes que par les responsables culturels. Au théâtre Massalia, dont la programmation vise en particulier le « jeune public », il est mis en lien avec la tradition foraine, comme l'évoque une salariée en charge des publics : « Le cirque, c'est très proche de la marionnette. Y a le côté populaire... origine de foire, puis le côté famille que ça suppose. » Pour un membre du théâtre du Merlan, la discipline est pensée comme « touchant tout le monde, un art à la fois populaire mais en même temps avec des formes contemporaines qui se développent ». L'usage du terme peut également revêtir un caractère plus stratégique ; il est ainsi régulièrement mobilisé par les organisations professionnelles lorsqu'il s'agit de justifier le soutien apporté au secteur par la puissance publique : « La référence au populaire permet de souligner le fait que le cirque (et là, les genres sont peu déclinés) s'adresse potentiellement à tous. Le flou sémantique entretenu par l'utilisation du mot cirque sans précision épithétique est d'ailleurs tout à fait exploité par les acteurs du cirque (contemporain notamment) » (Sizorn & Roland 2016 : 39).
- 18 La posture des professionnels interrogés apparaît donc teintée d'une certaine ambivalence : les vertus mises en avant valent surtout pour le cirque dit traditionnel, tandis que leurs choix de programmation¹³ privilégient les esthétiques contemporaines, dont ils n'ignorent pas qu'elles s'avèrent socialement plus sélectives. Dès lors, à l'image des bibliothécaires (Rabot 2011) qui orientent le lectorat vers les ouvrages qu'ils considèrent être des « valeurs sûres », les programmeurs s'efforcent de repérer,

parmi les spectacles contemporains, les plus aptes à plaire au plus grand nombre¹⁴ – cette appréciation informelle des œuvres reposant moins sur des critères explicites que sur une connaissance pratique de l’offre et des préférences supposées des spectateurs (Dutheil-Pessin & Ribac 2017). La plupart des structures ont ainsi privilégié des formes qu’elles jugeaient faciles d’accès, en organisant par exemple deux « focus » dédiés à la magie et au clown. Ces disciplines, qui connaissent également un renouveau esthétique, s’avèrent selon les enquêtes particulièrement attractives en raison de leur caractère ludique et divertissant. Le directeur du Daki Ling, lieu dédié à la diffusion de l’art clownesque, reconnaît que le choix de mettre en avant cette forme n’est pas sans lien avec son potentiel de séduction :

« On essaie de retravailler sur ce qu’est le clown, ce qu’il est devenu, mais c’est vendeur entre guillemets de communiquer autour du clown, vendeur dans le bon sens du terme, c’est pas pour racoler mais le clown c’est peut-être plus fédérateur que le théâtre de recherche par exemple. »

- 19 L’accent mis sur certaines disciplines emblématiques reflète aussi les stratégies de communication déployées par les équipements culturels pour s’adresser au public potentiel et susciter l’envie de découvrir des formes nouvelles de cirque, ce qui ne va pas de soi pour les néophytes. Les supports élaborés pour présenter les spectacles puisent souvent dans l’imagerie du cirque traditionnel dont les symboles restent profondément ancrés dans la conscience collective. Certaines figures emblématiques facilement identifiables – clowns, trapézistes, funambules, etc. – sont ainsi exploitées de façon récurrente, y compris lorsqu’il s’agit d’orienter le public vers des esthétiques particulièrement novatrices. Ces formes de détournement des symboles traditionnels, également observées dans le cas des danses folkloriques (Pamart 2014), contribuent à la « construction d’une image de la programmation » (Pasquier 2012 : 25) qui se veut lisible et rassurante pour les spectateurs potentiels, en leur signifiant qu’il s’agira bien de cirque, même si le spectacle est joué sur une scène de théâtre et ne comporte ni animaux ni Monsieur Loyal.

3. Un « art populaire » pour évoquer la fête

- 20 Habituellement perçu par les professionnels comme un levier pour rassembler des publics, le cirque rejoignait pleinement les visées plus générales de la capitale culturelle, dont l’efficacité réside dans sa capacité à fédérer. Marseille-Provence 2013 relève en effet de la même logique que d’autres événements tels que les Fêtes de la Musique ou les Nuits blanches : organisés par des municipalités afin de réunir la population locale autour d’une offre culturelle, ils permettent la composition de « collectifs éphémères » (Lallement, 2007, 2016), replacent la fête au sein de la ville et requièrent « un plan spatio-temporel spécifique, toujours unique et éphémère, où des expériences sont vécues et partagées par un certain groupe de personnes hors du cadre de la routine » (Spinelli 2018 : 25). Cette forme de festivité est souvent qualifiée de « populaire », le terme renvoyant dans ce cas au caractère gratuit et libre d’accès de ces manifestations qui favorise leur ouverture à une grande audience. Largement exploitée par les organisateurs dans le cadre de la communication (site internet de MP2013, dossiers de presse), la référence à la « fête populaire » a imprégné la mise en récit de plusieurs événements de la programmation, dont celui dédié au cirque. En partie lié à des contraintes internes à l’organisation¹⁵, le choix de placer *Cirque en Capitales* dès la fin janvier apparaissait relativement risqué. Alors que les attentes en termes d’audience

étaient particulièrement élevées pour ce premier grand rendez-vous de l'année, les organisateurs s'interrogeaient en effet sur la capacité à mobiliser largement avant qu'une dynamique de fréquentation de la capitale culturelle ait pu s'installer. Dans le même temps, débiter par le cirque visait justement à prolonger l'ambiance festive initiée dès l'ouverture de l'année 2013, afin de susciter l'adhésion d'un public local décrit comme loin d'être acquis d'avance :

« Après la fête d'ouverture, il fallait commencer l'année Capitale avec un projet emblématique, susceptible de plaire au grand public. Nous avons donc choisi de créer un temps fort sur le cirque. C'est une stratégie pour éveiller la curiosité des Marseillais, leur donner envie de découvrir la suite... Car nous savions qu'au début, ils seraient sceptiques. Et le cirque, je vous garantis que ça marche bien ! ¹⁶ »

- 21 Depuis l'ouverture, les organisateurs ont ainsi voulu délivrer un « message festif », qui marque leur volonté d'attirer un large public et de faire naître l'engouement pour l'événement : « Immédiatement après le week-end d'ouverture de la Capitale des 12 et 13 janvier 2013, *Cirque en Capitales* est le rendez-vous qui rassemble tous les publics, toutes les générations, excellent prélude à l'année qui nous attend¹⁷. » Un tel message revêt une dimension prescriptive appelant la population à s'approprier l'événement. Débiter la programmation par une manifestation dépeinte comme éminemment populaire permettait de donner corps à la dimension participative mise en avant dans le projet marseillais et de rendre visible l'engouement naissant pour l'offre culturelle proposée. L'élan collectif suscité par le week-end d'ouverture soigneusement orchestré (Girel 2013) – 450 000 personnes étaient présentes sur le Vieux-Port pour des animations faisant la part belle aux arts de la rue et du cirque (parades, acrobates, funambules, etc.) – était d'ailleurs amené à se prolonger tout au long de l'année 2013 à travers d'autres grands rassemblements. La plupart des médias ont contribué à alimenter cette image positive :

« Marseille est avide de rassemblements populaires, et manque cruellement de temps festifs. Du coup la Fête d'ouverture a souffert de son succès [...] personne n'avait parié que Marseille parviendrait à dépasser Lille 2004 et les presque 300 000 fêtards de la capitale nordique...¹⁸ ».

- 22 La volonté d'incarner cette ambiance festive explique aussi la place importante accordée, dans la programmation, aux spectacles sous chapiteau. Bien que la plupart des compagnies contemporaines adoptent d'autres modes de diffusion (David-Gibert 2006), l'itinérance reste un emblème doté d'une forte charge symbolique. Pour *Cirque en Capitales*, un « village de chapiteaux » a été dressé durant un mois au Parc Chanot, non loin du Stade Vélodrome. Même si ce lieu, dédié à l'accueil de congrès et d'expositions, est peu fréquenté au quotidien par les Marseillais, le regroupement de trois chapiteaux devait assurer une meilleure visibilité de l'événement, tout en suscitant l'envie de découvrir les différentes compagnies présentes. L'emploi du terme « village¹⁹ » évoque par ailleurs une forme de convivialité, voire une quête d'authenticité, valeurs qui suscitent l'adhésion des amateurs de cirque contemporain (Lévy 2001). Quant au chapiteau, il s'agit d'une forme qui « fait communication » en soi, comme le suggérait la chargée des publics du théâtre Massalia. Pour les professionnels interrogés, la dimension festive et conviviale serait ainsi inhérente aux spectacles sous chapiteau ; la responsable du théâtre du Gymnase, qui avait choisi de programmer une compagnie itinérante, en dehors de ses murs, indique ainsi : « Déjà rentrer sous un chapiteau c'est une fête, c'est une joie, c'est une découverte [...]. C'est moins impressionnant de rentrer sous un chapiteau que de rentrer dans une salle de théâtre pour certains ». En

installant une relation de proximité entre artistes et spectateurs, le chapiteau permettrait d'aller « à l'encontre des représentations élitistes du spectacle²⁰ » en posant un cadre spécifique à la réception des œuvres. Ainsi, l'évocation du cirque sous les formes qui ont le plus marqué les imaginaires collectifs, notamment celles de la fête et du chapiteau, a servi à présenter *Cirque en Capitales* comme un événement « populaire », tout en contribuant à renforcer l'image d'une capitale de la culture festive et fédératrice.

Fig. 2.

Village de chapiteaux au Parc Chanot, Marseille, février 2013.

© Céline Spinelli

4. Des lieux culturels à la rencontre de nouveaux spectateurs

- ²³ Largement mise en avant dans les discours des enquêtés, la volonté de toucher un large public est déclinée de manière différenciée. Les moyens déployés pour conquérir de nouveaux spectateurs, en particulier ceux issus des catégories populaires, varient en effet selon le statut et le contexte d'implantation des équipements culturels, en lien avec la montée d'un « impératif de proximité » (Hélie 2005) qui incite à mieux prendre en compte les populations locales. Trois des structures enquêtées, situées au sein de quartiers populaires du centre et du nord de Marseille, se montrent ainsi particulièrement soucieuses d'assurer un lien étroit avec leur territoire d'implantation, et s'appuient notamment, pour ce faire, sur les associations de quartier. En vue de cibler les catégories considérées comme « éloignées de la culture », leurs responsables

mentionnent la mise en place de diverses actions de médiation culturelle, parmi lesquelles des ateliers de pratique du cirque, de magie ou de clown.

- 24 Dans le cadre de *Cirques en Capitales*, ces lieux ont notamment proposé des représentations dans différents quartiers de la ville, sous chapiteau ou dans l'espace public. Ce recours à une programmation hors les murs peut en effet s'avérer propice à un certain renouvellement du public des équipements culturels (Djakouane 2014), qui visent par ce biais à se rapprocher des spectateurs habituellement éloignés, tant géographiquement que symboliquement, de leur offre. Ce choix a été fait pour le festival *Tendance clown*, organisé par le Daki Ling, qui comportait des représentations payantes en salle et d'autres gratuites, dans un parc du 9^e arrondissement de la ville, afin d'« amener des spectacles dans des secteurs de Marseille où il y en a peu ». Selon son directeur, les « habitués » y étaient minoritaires :

« À vue de nez il y avait pas plus de 10-15 % de gens qu'on a l'habitude de voir [...]. Ce qui était super intéressant, c'était de voir un spectacle comme *Vu*, qui est pas des plus accessibles en première intention, et de le voir fonctionner sur un public absolument pas "éduqué" ou qui a pas l'habitude de voir des spectacles de rue, et a *fortiori* muets, minimalistes [...]. Ça crée beaucoup de jeu aussi avec ce public-là, qu'il [l'interprète du spectacle] avait parfois moins ressenti dans les festivals de rue où le public est beaucoup plus... a les codes. Là, dans le 9^e arrondissement, ils les ont pas les codes, c'est sûr. »

- 25 On voit ici comment le directeur du festival s'attache à repérer la présence de ces spectateurs non avertis, dont les réactions de gêne traduisent une faible maîtrise des codes du théâtre (de rue), à l'inverse du comportement plus discipliné des habitués des salles culturelles (Lahire 2009). Cette moindre familiarité est ici perçue de façon positive, comme un indice de la présence effective des néophytes ciblés par cette action. D'après nos observations, une bonne part de l'audience était en effet constituée de promeneurs – parents avec de jeunes enfants et personnes âgées notamment – qui n'étaient pas venus pour assister au spectacle, mais qui l'ont découvert à l'occasion de leur sortie au parc. Offrir un spectacle gratuit dans l'espace public plutôt qu'en salle, peut en effet transformer de simples passants en spectateurs éphémères. Bien que l'évaluation plus systématique des effets des actions hors les murs s'avère complexe pour les équipements culturels (Langeard, Liot, Rui 2012), jouer dans l'espace public peut, dans certains contextes, favoriser un certain brassage social en brouillant la frontière entre « public » et « non-public » (Sapiro & Picaud 2015), en particulier lorsque ce choix s'accompagne d'une politique de gratuité.
- 26 Des représentations hors les murs étaient également proposées par le théâtre du Merlan à travers la déambulation dans la ville d'une quarantaine de magiciens amateurs, que des ateliers mis en place depuis 2010 avaient permis d'initier aux bases du *close-up*. Les pratiques amateurs sont souvent conçues comme un levier pour encourager la participation des personnes résidant à proximité d'un équipement culturel, en vue de les amener à se familiariser avec sa programmation. Depuis son installation dans le 15^e arrondissement de Marseille, la compagnie Archaos organise aussi régulièrement des ateliers d'initiation pour enfants et adultes à destination des habitants du quartier. Cette familiarisation progressive avec les arts du cirque et avec le lieu aurait incité une partie d'entre eux à venir découvrir des spectacles du festival *Cirque en Corps*. Pour le directeur du CREAC, c'est le brassage de ces spectateurs « locaux » avec ceux venant d'autres quartiers de la ville qui aurait permis d'assurer une certaine mixité sociale lors du festival :

« Ce qui est intéressant c'est qu'il y a du public des quartiers Nord, forcément, puisqu'on est un quartier Nord, mais beaucoup de public des quartiers Sud qui sont venus exprès. Donc il y avait une mixité des publics et ça ne pouvait que marcher comme ça, d'ailleurs [...]. La situation géographique fait qu'il y avait une grande mixité du public et, évidemment, le dimanche après-midi c'est très familial... »

- 27 Bien que la proximité géographique soit loin d'entraîner mécaniquement la fréquentation d'un lieu culturel, la présence de spectateurs « des quartiers Nord » est ici pensée comme allant de soi, car elle apparaît comme un résultat tangible de l'important travail de sensibilisation mené par la compagnie depuis 2001. Dans le même temps, l'enjeu pour le CREAC était avant tout d'élargir son audience au-delà de la population locale, afin d'assurer une fréquentation suffisante pour la première édition du festival. En effet, son activité ayant longtemps été centrée sur la production plutôt que sur la diffusion, il ne disposait pas au préalable – contrairement aux autres structures enquêtées – d'un public d'habitues sur lequel compter pour assister aux représentations. Son directeur faisait ainsi part de ses inquiétudes quant à la possibilité d'attirer des spectateurs issus d'autres quartiers de Marseille (du centre et du sud notamment), potentiellement réticents à s'aventurer jusqu'à ce lieu situé dans un quartier populaire et excentré dont ils n'étaient pas familiers :

« C'était aussi la grande interrogation : est-ce que le public va venir ici [dans le 15^e arrondissement] ? Parce qu'au Parc Chanot [dans le 8^e arrondissement, où avaient lieu les spectacles sous chapiteau] on n'était pas inquiet [...] on savait qu'on remplirait. Et, effectivement, ça s'est vendu très vite au Parc Chanot. Ici on a été inquiet jusqu'à la fin [jusqu'au début du festival] ».

- 28 Au-delà des conséquences économiques, la volonté de « faire le plein²¹ » renvoie également à des enjeux d'ordre symbolique, en particulier pour les lieux en quête de reconnaissance institutionnelle. Dans le cas du CREAC, assurer le succès du festival *Cirque en corps* à travers une forte fréquentation était d'autant plus nécessaire qu'il s'agissait de confirmer son statut, tout juste acquis, de pôle national des arts du cirque²², et de s'affirmer comme un acteur majeur de la diffusion du cirque contemporain tant à l'échelle locale que nationale.
- 29 Si elle n'est pas toujours accompagnée, comme dans les cas précédents, d'actions spécifiques de médiation culturelle, la programmation de spectacles de cirque s'inscrit pour les structures enquêtées dans une stratégie d'élargissement de leur audience. Au fil des représentations de *Cirque en Capitales*, les acteurs interrogés se sont efforcés d'en évaluer les effets en appréciant les caractéristiques de leurs spectateurs à travers diverses formes de catégorisation.

5. La diversification des publics : une perception située

- 30 Alors que « la connaissance du public, de ses jugements, de ses comportements ou de ses réactions est indispensable » (Souchon 1990 : 96) à l'action des programmeurs, ce savoir ne prend pas forcément appui sur des démarches d'objectivation telles que la réalisation d'enquêtes. Même s'ils connaissent le rôle des études de public, les responsables d'établissements culturels sont en effet loin d'y avoir recours de façon régulière (Romanello 2012) ; ainsi aucun dispositif particulier n'avait été mis en place par les organisateurs de *Cirque en Capitales* pour connaître précisément la composition des publics de l'événement. C'est généralement de façon empirique, à partir des

données issues de la billetterie et de leurs observations lors des représentations, que les professionnels forgent leurs propres perceptions des spectateurs et s'efforcent de repérer leurs caractéristiques. Interrogés *a posteriori* sur leur perception des effets de l'événement, tous ont salué la bonne audience de ces spectacles, en particulier pour les lieux à la programmation pluridisciplinaire qui seraient parvenus à toucher un public « différent ». Un des membres du théâtre de la Criée constatait ainsi à propos de l'année 2013 : « La fréquentation des spectacles cirque a été, on le sent, pas tout à fait celle de notre public ». Un tel résultat ne constituait pas pour autant une surprise à leurs yeux, dans la mesure où la plupart de ces lieux associaient déjà le cirque à des visées de renouvellement de l'audience, comme l'indique la responsable du théâtre Massalia : « Le rendez-vous du cirque c'est quand même l'occasion d'élargir le public ».

- 31 Pour les institutions culturelles généralistes, dont la programmation repose en grande partie sur le théâtre ou la musique classique, proposer d'autres disciplines, dont le cirque, vise en effet à faire venir un « nouveau » public. Ainsi, au théâtre de la Criée, l'audience usuelle est qualifiée par un responsable de « public très traditionnel de théâtre », ayant pour principales propriétés d'être « assez féminin, assez âgé, pas très populaire, plutôt niveau d'études assez important ». Ce public, également présenté comme « vieillissant », apparaît comme socialement homogène et éloigné de l'idéal de diversité visé par ce théâtre national. L'arrivée en 2011 d'une nouvelle direction s'est traduite par une volonté « d'ouvrir les disciplines » en proposant d'autres formes de spectacle, tant musicales ou chorégraphiques que circassiennes. La participation à *Cirque en Capitales* était l'occasion de renforcer cette orientation en donnant une plus large place au cirque en vue de renouveler l'audience : « on perçoit qu'une programmation plus éclectique attire un public plus éclectique, ça c'est certain » (responsable, théâtre de la Criée). L'offre artistique présentée comme plus « éclectique » est ainsi conçue comme un levier pour attirer des publics socialement diversifiés, dans la mesure où elle inclut des disciplines qui ne relèvent pas de la culture dite savante. Cette démarche n'est pas sans rappeler la stratégie adoptée par certains opéras qui font le choix de programmer des compagnies de danse hip-hop, genre en voie de légitimation, en vue de s'ouvrir à un public jeune et d'origine populaire (Lafargue de Grangeneuve 2003). Ces choix manifestent plus largement l'éclectisme relatif des goûts des gestionnaires de la culture, qui leur permet de tempérer des pratiques globalement empreintes de légitimisme (Dubois 2013).
- 32 Une telle démarche a aussi été adoptée par le théâtre du Gymnase, qui programme ponctuellement des spectacles de cirque. Selon la responsable interrogée, la compagnie accueillie en 2013, qui jouait sous chapiteau, a permis d'attirer durant deux semaines « un public extérieur important ». Les données issues de la billetterie montrent en effet que les abonnés ne représentaient que 24% des spectateurs, contre trois quarts en moyenne sur les autres représentations. La distinction entre, d'une part, le public « habituel », dont les abonnés constituent le noyau dur, et d'autre part, les spectateurs plus ponctuels, perçus comme « extérieurs » au lieu, apparaît structurante dans la perception que les responsables d'équipements culturels se font de leur audience. Ils opèrent ainsi des catégorisations informelles entre les usagers du lieu, en repérant tout d'abord ceux qui le fréquentent régulièrement. Les perceptions qu'ils forgent de leurs « habitués » et de leurs propriétés sociales (âge, sexe, lieu de résidence, voire origine sociale, information parfois demandée aux abonnés) sont centrales et ont valeur de référence (Urrutiaguer 2014). C'est à partir de ce cadre que peuvent être définis, en

creux et de façon relationnelle, un (ou des) public(s) plus occasionnel(s) – catégories aux contours souvent flous, qualifiées selon les cas de « nouveau », « autre », « extérieur », etc.

- 33 Dans ce cadre, chaque structure peut donner à la notion d'élargissement de l'audience un contenu mouvant dont la portée varie selon les contextes locaux. Ainsi le théâtre de la Criée a souhaité en 2013 programmer des spectacles clownsques d'une compagnie établie à Marseille depuis plusieurs années. Ce choix apparaît comme une occasion d'attirer une partie des spectateurs fidèles de la troupe, qui joue d'habitude dans une autre salle :

« Cervantes [le directeur de la compagnie] a un vrai public à Marseille, et c'est ce public-là qu'on a pu faire venir, beaucoup plus que notre public. [...] Le public de Cervantes, je pense que c'est un public assez mêlé, plus jeune, plus masculin également [...] avec beaucoup d'enfants par ailleurs, donc familles, alors que le public théâtre n'est vraiment pas tellement un public famille. »

- 34 On voit ici comment, au-delà de sa qualité artistique, l'accueil d'une compagnie locale vise aussi, de façon pragmatique, à capter un public déjà constitué, dont les caractéristiques supposées permettraient de corriger certaines lacunes de l'audience habituelle. De par leur dimension clownsque, ces spectacles auraient permis de toucher davantage de familles, parents et enfants venant ensemble²³, ce qui est plus rarement observé pour la programmation théâtrale (Donnat 2011). À l'inverse, lorsqu'ils sont joués au théâtre Massalia, lieu dédié au jeune public, c'est la capacité de ces mêmes spectacles à attirer un nombre important d'adultes et d'étudiants qui est mise en avant, les familles faisant alors figure d'habituées du lieu. Ainsi, selon les contextes, la même offre artistique a pu contribuer à « rajeunir » ponctuellement le public de la Criée, aussi bien qu'à « vieillir » celui du théâtre Massalia, opérant, dans les deux cas, une forme de rééquilibrage. De façon générale, le cirque (et le clown en particulier) est perçu comme un spectacle intergénérationnel accessible à tous les âges, y compris dans ses formes contemporaines. Dans le même temps, les programmeurs effectuent souvent un ciblage de certaines catégories d'âge en ayant recours à diverses mentions selon les œuvres (spectacle « pour la famille » ou « à partir de 10 ans »), ce qui rappelle des formes de segmentation de la demande en vigueur dans les industries culturelles telles que la télévision.

- 35 Confrontés au décalage entre l'idéal d'un public socialement diversifié, et les caractéristiques sociodémographiques de leur audience, souvent perçue comme une entité (trop) homogène en termes d'origine sociale, d'âge voire de sexe, les programmeurs misent ainsi sur le cirque pour tenter de réduire cet écart, ne serait-ce qu'à la marge. À leurs yeux, ces spectacles contribueraient à corriger les lacunes associées aux disciplines établies telles que le théâtre, en introduisant une forme de diversité sociale, fût-elle toute relative et difficile à évaluer précisément en l'absence d'études spécifiques. En particulier, faute d'information sur les caractéristiques des spectateurs ayant fréquenté ces lieux à l'occasion de *Cirque en Capitales*, il est difficile de distinguer si l'impression de renouvellement mise en avant par les professionnels interrogés relève d'une réelle diversification de l'audience – avec de nouveaux pratiquants majoritairement « issus de catégories jusque-là peu ou pas représentées » (Donnat 2007 : 20) – ou, plus probablement, d'une tendance à « l'élargissement des publics » – les nouveaux-venus étant alors surtout issus des catégories déjà surreprésentées²⁴, en l'occurrence des classes moyennes et supérieures, si l'on considère les enquêtes sur les spectateurs de cirque contemporain. De ce point de vue,

la « diversité » mise en avant par les professionnels interrogés peut également renvoyer à leur expérience de la variété des logiques de fréquentation et de réception des œuvres du cirque contemporain. Une étude récente confirme que celles-ci attirent, outre un public de connaisseurs, composé d'adultes sensibilisés depuis de nombreuses années parfois aux évolutions de cet art, une part notable de spectateurs occasionnels, dont de nombreux parents et leurs jeunes enfants qui y voient une sortie familiale propice à « l'émerveillement » (Salaméro & Julhe 2017).

6. Fréquentation et construction d'un « public de cirque contemporain »

- 36 Alors que d'autres enquêtes ont permis de documenter la multiplicité des modes de réception et d'appropriation des formes artistiques proposées durant l'année 2013 (Girel 2015), l'évaluation des événements culturels privilégie généralement quelques indicateurs quantitatifs (fréquentation, retombées économiques) au détriment d'analyses plus fines qui renseigneraient sur la structure sociale du public. Souvent relevées dans les rapports d'évaluation des capitales européennes de la culture, de telles lacunes ont aussi été déplorées dans le cas de Marseille-Provence 2013 (Maisetti 2015). Le bilan officiel de celle-ci, tout en vantant la réussite de l'opération au vu d'une fréquentation totale estimée à onze millions de visites, déplorait l'absence d'étude spécifique qui aurait permis de cerner précisément les caractéristiques des différents publics concernés.
- 37 Pour ce qui est de *Cirque en Capitales*, les quelque 250 représentations avaient permis de totaliser 56 000 entrées : ce chiffre, interprété comme un niveau de fréquentation élevé, a été salué par l'ensemble des acteurs concernés. Le « taux de remplissage » des lieux, qui atteignait 85% en moyenne, a également été mis en avant, manière de souligner que cette forme avait bien « fait le plein ». Ainsi traduit en termes quantitatifs, le succès de l'événement a pu agir comme un révélateur de l'existence d'une réelle demande au niveau local pour cette forme artistique, y compris aux yeux des organisateurs pour qui ce public de cirque restait encore à construire, comme le souligne le directeur du CREAC :
- « On se disait "il faut qu'on fasse un public". [...] Ici [à Marseille avant 2013] il n'y a pas de public de cirque contemporain. Des fois le théâtre du Merlan fait un petit truc, le Gymnase... [...] Donc il y avait beaucoup d'interrogations par rapport à ça [...]. Et en fait on a été impressionné [durant *Cirque en Capitales*] parce qu'il y avait un public qui avait envie, qui attendait et qui était là et qui était présent, puisqu'on était plein. »
- 38 Si les spectacles de cirque programmés ponctuellement avant 2013 avaient déjà su éveiller la curiosité de certains spectateurs, l'offre abondante proposée durant Marseille-Provence 2013 a constitué un cadre propice permettant aux amateurs de multiplier les sorties au cirque, et aux néophytes de s'initier à ses formes contemporaines. Cette situation permet de souligner que les intermédiaires culturels, et en particulier les programmeurs, contribuent activement, à leur échelle, au processus de production du goût pour une forme artistique (Lizé & Roueff 2010). En sélectionnant les œuvres jugées « accessibles » et en les déclinant selon divers modes de réception (salle, chapiteau, espace public), les organisateurs de l'événement ont notamment œuvré à consolider et à élargir un cercle de spectateurs connaisseurs du

cirque contemporain, disposés à devenir des consommateurs réguliers d'une offre vouée à s'étoffer au niveau local.

- 39 Le succès de l'événement et la mise en évidence d'un « public de cirque contemporain », désormais quantifié, ont en effet permis au CREAC de convaincre les collectivités territoriales – qui avaient initialement refusé de s'engager dans un financement pérenne – de subventionner la création d'une Biennale Internationale des Arts du Cirque (BIAC). Portée par une trentaine de structures culturelles situées sur le territoire de la région Provence Alpes Côte d'Azur, la première édition de la BIAC s'est tenue avec succès début 2015. À cette occasion, l'image d'un peuple marseillais unanimement enthousiasmé par le cirque a opportunément été reprise par le maire de la ville qui présentait la biennale comme un « formidable cadeau pour tous les Marseillais et tous les habitants du territoire, qui avaient plébiscité le cirque contemporain en 2013²⁵ ». Cet engouement s'est confirmé au fil des éditions, le bilan de la biennale de 2019 recensant plus de 110 000 spectateurs, dont 77 500 à Marseille, permettant à ses organisateurs de la présenter comme « le plus grand festival de cirque au monde ». Au-delà de son caractère éphémère, la capitale européenne de la culture a ainsi permis d'ancrer durablement le cirque contemporain au sein des institutions culturelles locales comme dans les pratiques des publics, faisant de Marseille et sa région un nouveau lieu de référence en ce domaine.

Conclusion

- 40 Convoquée dès la phase de candidature de Marseille au titre de capitale, la figure consensuelle du « grand public » est devenue, une fois objectivée par les chiffres, un argument en faveur de la reconduction d'un événement dédié au cirque comme de la poursuite d'une certaine forme de politique culturelle. Les retombées économiques et touristiques associées à la forte fréquentation enregistrée durant l'année 2013 ont en effet incité les élus locaux à miser à nouveau sur la logique événementielle pour poursuivre la transformation de l'image de Marseille. Première ville française à obtenir le titre de Capitale européenne du sport en 2017 – année présentée comme « sportive et festive », elle a organisé une suite de la capitale culturelle avec l'événement « Marseille Provence 2018, mon amour », qui a réuni plus d'1,2 million de personnes. Comme dans d'autres métropoles, ces projets s'inscrivent dans une forme d'utilisation de l'offre culturelle par les politiques d'aménagement du territoire, un phénomène observé dans le cas de Lille après 2004 (Gravari-Barbas & Jacquot 2007). S'ils contribuent bien à développer l'offre et les pratiques culturelles sur un territoire, ces projets s'intègrent dans des processus de requalification urbaine, souvent assortis d'une gentrification de certains quartiers (Peraldi *et al.* 2015 ; Vivant 2008), ce qui n'a pas manqué de susciter les critiques de certains acteurs marseillais (Maisetti 2014).
- 41 Les événements artistiques constituent ainsi un cadre d'observation privilégié pour mettre au jour la manière dont les responsables d'équipements culturels articulent diverses visées et niveaux d'action, qu'il s'agisse de répondre aux injonctions émanant des politiques culturelles, locales ou nationales, de traduire leurs aspirations à une mixité des publics, ou encore d'accéder à une forme de reconnaissance. De manière générale, l'élaboration d'une programmation prend appui sur leurs représentations des formes artistiques auxquelles sont associées diverses propriétés, ainsi que sur leurs perceptions des publics visés. Cette présence de caractéristiques communes à la

pratique des programmeurs a été soulignée par ailleurs dans le cadre d'une analyse plus large de l'organisation de festivals de cirque contemporain en France et au Brésil (Spinelli 2015). Dans le contexte brésilien, les qualités d'« un » public (conçu de façon uniforme malgré sa diversité) et ses goûts supposés influaient sur le choix des spectacles proposés dans les festivals. La prise en compte d'un « goût local », tel que perçu par les professionnels, façonnait en retour les perceptions des spectateurs sur le cirque. Ainsi, la fabrique d'une programmation s'associe intrinsèquement à celle de nouveaux publics, parmi lesquels certains pourront devenir des amateurs de cirque contemporain (Spinelli 2019 : 115, 123).

- 42 Dans le cas marseillais, le cirque a été présenté, de par ses propriétés esthétiques et ses multiples logiques de fréquentation, comme une forme particulièrement propice à la conquête du « grand public », d'autant plus que les symboles empruntés à l'imaginaire du cirque traditionnel ont permis de renforcer la dimension festive de l'événement. L'insistance des professionnels interrogés sur le caractère « fédérateur » de cet art traduit leur adhésion aux valeurs fondatrices de la politique culturelle, qui se manifeste par un engagement dans la quête de « nouveaux » spectateurs. Pour la plupart des structures enquêtées, la participation à *Cirque en Capitales* s'inscrit dans le prolongement d'une stratégie de diversification de l'offre et d'élargissement de leurs publics au-delà du cercle des habitués. Pour un lieu spécialisé tel que le CREAC, les enjeux en termes d'audience s'avèrent d'autant plus importants qu'il s'agit de consolider son statut d'acteur majeur du cirque contemporain, tant au niveau local que national. Dans le même temps, l'analyse des discours permet de montrer comment certaines représentations du public visé peuvent être mobilisées à des fins stratégiques, en vue de justifier le recours à l'intervention publique ou d'étayer des enjeux de reconnaissance - l'usage rhétorique de termes tels que « populaire » ou « mixité » renvoyant à un registre lexical privilégié par les politiques culturelles. Dans ce contexte, les professionnels interrogés s'accommodent parfois d'un flou sémantique qui entretient une certaine confusion tant sur les esthétiques concernées que sur les catégories sociales réellement touchées par le cirque contemporain.
- 43 Particulièrement visible dans le cas du cirque, cette perception ambivalente du public a été largement partagée par les acteurs culturels impliqués dans la mise en œuvre de Marseille-Provence 2013. De façon révélatrice, le bilan de l'opération reconnaissait ainsi que « si les cadres et professions intellectuelles sont très présents dans les manifestations, la moitié des opérateurs pense que son public était plus diversifié socialement que d'habitude » (Association MP2013 & Euréval 2014 : 94). Cette propension à surestimer la diversité sociale du public évoque une forme de croyance collective qui peut aussi constituer une manière de tenir à distance le « discours d'échec de la démocratisation » (Fleury 2007) et de limiter le désenchantement que suscite le constat de la persistance des inégalités d'accès à la culture.
- 44 Ainsi, étudier la question des publics du point de vue des acteurs culturels contribue à prendre en compte « l'interdépendance fonctionnelle » (Lizé & Roueff 2010 : 11) entre les activités de production (entendues ici au sens large, en incluant les fonctions de programmation) et de réception des œuvres, lesquelles donnent généralement lieu à des approches sociologiques distinctes. Dans la mesure où la définition même du public fait l'objet de conceptions différentes selon les acteurs (Hélie & Champy 2003 ; Picaud 2017), ce type d'approche invite également à étudier la manière dont les études de public donnent lieu à des formes multiples d'appropriation et d'usages de la part des

responsables d'équipements culturels (Romanello 2015). Une telle démarche d'enquête permettrait, enfin, d'interroger plus largement les modalités selon lesquelles ces professionnels élaborent leurs connaissances et leurs représentations des spectateurs.

BIBLIOGRAPHIE

ASSOCIATION TERRITOIRES DE CIRQUE (2008). *Regards sur les publics des arts du cirque au sein de Territoires de Cirque : constats et interrogations*.

ASSOCIATION MARSEILLE-PROVENCE 2013 & EURÉVAL (2014). « L'évaluation des impacts de Marseille-Provence 2013, capitale européenne de la culture ».

APPEL Violaine, BANDO Cécile, BOULANGER Hélène, CRENN Gaëlle, CROISSANT Valérie, TOULLEC Bénédicte (dir.) (2008). *La Mise en culture des territoires. Nouvelles formes de culture événementielle et initiatives des collectivités locales*. Nancy, Presses Universitaires de Nancy.

BOUQUEREL Fanny (2019). « Dynamiques artistiques et "politique de cohésion" européenne : opportunités et limites d'un cadre d'intervention à l'échelle régionale ». *Sociologie de l'art* : 29-30.

BOURDIEU Pierre (1979). *La Distinction. Critique sociale du jugement*. Paris, Minuit.

BOURDON Jérôme (2004). « La triple invention : comment faire l'histoire du public ? ». *Le Temps des médias*, 3 : 12-25.

BROCLAIN Elsa (2012). « Tango°. Enjeux d'une stratégie de promotion territoriale fondée sur la réappropriation d'un patrimoine musical ». *Questions de communication*, 22(2) : 123-140.

CORDIER Marine (2014). « Acteurs et enjeux de la démocratisation culturelle : le cas du cirque (1970-2010) ». *Carnet de recherches du Comité d'histoire du ministère de la culture et de la communication sur les politiques, les institutions et les pratiques culturelles*. [Consulté le 15 avril 2019].

CORDIER Marine (2018). « De la relégation à la consécration : l'accès à la reconnaissance du "nouveau cirque" ». In RENARD Fanny, ELLENA Laurence, HUMEAU Pierig (dir.). *La Reconnaissance à l'œuvre - Luttres de classement artistique, processus, ambivalence*. Limoges, Presses Universitaires de Limoges : 41-57.

DAVID-GIBERT Gwénola (2006). « L'archipel économique du cirque ». *Développement culturel*, 152.

DENIZOT Marion (2008). « Du théâtre populaire à la médiation culturelle : autonomie de l'artiste et instrumentalisation ». *Lien social et politiques*, 60 : 63-74.

DJAKOUANE Aurélien (2014). « Le territoire du spectateur. Changement d'échelle et décentralisation théâtrale ». *Pôle Sud*, 41(2) : 101-115.

DONNAT Olivier & LÉVY Florence (2007). « Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques ». *Culture prospective*, 3(3) : 1-21.

DONNAT Olivier (2009). *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique*. Paris, La Documentation française.

- DONNAT Olivier (2011). « Pratiques culturelles, 1973-2008 : Dynamiques générationnelles et pesanteurs sociales ». *Culture études*, 7(7).
- DONNAT Olivier & OCTOBRE Sylvie (dir.) (2001). *Les Publics des équipements culturels. Méthodes et résultats d'enquêtes*. Paris, ministère de la Culture et de la Communication.
- DUBOIS Vincent (1999). *La Politique culturelle. Genèse d'une catégorie d'intervention publique*. Paris, Belin.
- DUBOIS Vincent (2008). « Cultural Policy in France: Genesis of a Public Policy Category ». Working paper.
- DUBOIS Vincent (2013). *La Culture comme vocation*. Paris, Raisons d'agir.
- DUTHEIL-PESSIN Catherine & RIBAC François (2017). *La Fabrique de la programmation culturelle*. Paris, La Dispute.
- ETHIS Emmanuel (2002). *Avignon, le Public réinventé : le festival sous le regard des sciences sociales*. Paris, La Documentation française.
- FABIANI Jean-Louis, ETHIS Emmanuel, MALINAS Damien (2008). *Avignon ou le Public participant – Une sociologie du spectateur réinventé*. Montpellier, Éditions de L'Entretemps.
- FABIANI Jean-Louis (2008). *L'Éducation populaire et le théâtre : le public d'Avignon en action*. Saint-Martin d'Hères, Presses Universitaires de Grenoble.
- FABIANI Jean-Louis (2013). « Marseille et son projet culturel : la ville, l'Europe et la Méditerranée ». *L'Observatoire*, 34(2) : 28-30.
- FLEURY Laurent (2007). « Le discours d'"échec" de la démocratisation de la culture : constat sociologique ou assertion idéologique ? ». In GIREL Sylvia & PROUST Serge (dir.). *Les usages de la sociologie de l'art : constructions théoriques, cas pratiques*. Paris, L'Harmattan : 75-100.
- GRAVARI-BARBAS Maria, JACQUOT Sébastien (2007). « L'évènement, outil de légitimation de projets urbains : l'instrumentalisation des espaces et des temporalités événementielles à Lille et Gênes ». *Géocarrefour* : 82(3). [Consulté le 19 janvier 2020].
- GIROUD Matthieu & GRÉBILLON Boris (2011). « Devenir capitale européenne de la culture : principes, enjeux et nouvelle donne concurrentielle ». *Cahiers de géographie du Québec*, 155 : 237-253.
- GIREL Sylvia (dir.) (2015). *Publics et pratiques culturelles de Marseille-Provence 2013, Capitale européenne de la Culture*. Rapport de recherche, DEPS, ministère de la Culture.
- GIREL Sylvia (2013). « La scène artistique marseillaise et ses publics : quelques points d'analyse à partir du week-end d'ouverture de l'année capitale ». *Faire-Savoirs*, Association AMARES éditions.
- GUY Jean-Michel (1993). « La fréquentation et l'image du cirque ». *Développement culturel*, 100.
- HELIE Thomas (2005). « La proximité au risque de la banalisation. La politique territoriale du ministère de la Culture en question(s) ». In LE BART Christian & LEFEBVRE Rémi (dir.). *La proximité en politique*. Rennes, PUR : 215-231.
- HELIE Thomas & CHAMPY Florent (2003). « Les jeux avec la définition du public dans la production des équipements culturels ». In DONNAT Olivier & TOLILA Paul (dir.). *Le(s) Public(s) de la culture. Politiques publiques et équipements culturels*. Paris, Presses de Sciences Po : 227-240.
- LAFARGUE DE GRANGENEUVE Loïc (2003). « L'Opéra de Bordeaux, la danse hip-hop et ses publics ». In DONNAT Olivier & TOLILA Paul (dir.). *Le(s) Public(s) de la culture*. Paris, Presses de Sciences Po : 343-357.

- LAHIRE Bernard (2009). « Entre sociologie de la consommation culturelle et sociologie de la réception culturelle ». *Idées économiques et sociales*, 155 : 6-11.
- LALLEMENT Emmanuelle (2007). « Événements en ville, événements de ville : vers de nouvelles ritualités urbaines ? ». *Communication et organisation*, 32 : 26-38. [consulté le 01 octobre 2019].
- LALLEMENT Emmanuelle (2016). « Quand on se rassemble en ville : ethnographie de la festività urbaine contemporaine ». *Socio-anthropologie*, 33 : 89-99.
- LANGÉARD Chloé, LIOT Françoise, RUI Stéphanie (2015). « Ce que le théâtre fait au territoire. Reconfiguration du public et évaluation ». *Espaces et sociétés*, 163(4) : 107-123.
- LÉVY Florence (2001). « À nouveaux cirques, nouveaux publics ? ». In GUY Jean-Michel (dir.). *Avant-garde : cirque ! Les arts de la piste en révolution*. Paris, Éditions Autrement : 183-200.
- LUCCHINI Françoise (2002). *La Culture au service des villes*. Paris, Anthropos/Economica.
- LIEFOOGHE Christine (2010). « Lille 2004 Capitale européenne de la culture, ou la quête d'un nouveau modèle de développement ». *Méditerranée*, 114. [Consulté le 19/01/2020].
- LIZÉ Wenceslas, NAUDIER Delphine, SOFIO Séverine (dir.) (2014). *Les Stratèges de la notoriété. Intermédiaires et consécration dans les univers artistiques*. Paris, Éditions des archives contemporaines.
- LIZÉ Wenceslas & ROUEFF Olivier (2010). « La fabrique des goûts », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 181-182 : 4-11.
- MAISETTI Nicolas (2014). *Opération culturelle et pouvoirs urbains. Instrumentalisation économique de la culture et luttes autour de Marseille-Provence Capitale européenne de la culture 2013*. Paris, L'Harmattan.
- MAISETTI Nicolas (2015). « Jouer collectif dans un territoire fragmenté. L'économie politique de Marseille-Provence Capitale européenne de la culture 2013 dans la recomposition de la gouvernance urbaine ». *Gouvernement et action publique*, 1(1) : 61-85.
- MALEVAL Martine (2010). *L'émergence du nouveau cirque. 1968-1998*. Paris, L'Harmattan.
- MALINAS Damien (2008). *Portrait des festivaliers d'Avignon. Transmettre une fois ? Pour toujours ?* Grenoble, Presse Universitaire de Grenoble.
- PAMART Émilie (2014). « Le ré-enchantement des danses et musiques populaires. Le cas du festival de Martigues ». *Communication & langages*, 181(3) : 33-51.
- PASQUIER Dominique (2012). « La sortie au théâtre. Réseaux de conseil et modes d'accompagnement ». *Sociologie*, 3(1) : 21-37.
- PERALDI Michel, DUPORT Claire, SAMSON Michel (2015). *Sociologie de Marseille*. Paris, La Découverte.
- PETERSON Robert (1992). « Understanding audience segmentation : From elite and mass to omnivore and univore ». *Poetics : Journal of Empirical Research on Literature, Media, and the Arts*, 21 : 243-258.
- PICAUD Myrtille (2015). « Les salles de musique à Paris : hiérarchies de légitimité et manières d'entendre les genres musicaux ». *Actes de la recherche en sciences sociales*, 206-207 : 68-89.
- PICAUD Myrtille (2017). « Définitions concurrentes et caractéristiques "du public" au festival littéraire de Manosque ». *Revue ¿ Interrogations ?*, 24. [Consulté le 29 juillet 2020].
- RABOT Cécile (2011). « Les "coups de cœur" d'une bibliothèque de lecture publique : valeurs et enjeux professionnels d'une sélection littéraire ». *Culture & Musées*, 17 : 63-84.
- ROSEMBERG Julien (2004). *Arts du cirque. Esthétiques et évaluation*. Paris, L'Harmattan.

ROMANELLO Gloria (2012). « "Merci pour votre collaboration". Quelques réflexions sur les modalités d'approche des publics dans les institutions d'art contemporain ». *Marges*, 15. [Consulté le 19 janvier 2020].

ROMANELLO Gloria (2015). « Des études de publics pour quoi faire ? L'utilisation des outils de connaissance des publics dans la gestion des musées et centres d'art contemporain en Espagne et en France ». *ICOFOM Study Series*, 43b : 221-240.

SALAMÉRO Émilie (2018). « Politiques publiques du cirque. Reconnaissance artistique et segmentation d'une profession (1978-1993) ». *Politix*, 121 : 217-237.

SALAMÉRO Émilie & JULHE Samuel (2017). « De l'art de l'émerveillement à celui du détournement. Contribution à une sociologie des regards sur le cirque contemporain », *Terrains /Théories*, 7 : 1-19.

SAPIRO Gisèle, PICAUD Myrtille, PACOURET Jérôme, SEILER Hélène (2015). « L'amour de la littérature : le festival, nouvelle instance de production de la croyance. Le cas des Correspondances de Manosque ». *Actes de la recherche en sciences sociales*, 206-207 : 108-137.

SIZORN Magali & ROLAND Pascal (2016). « Le cirque : un art populaire ? De la popularité quantifiée à l'authenticité revendiquée ». In DAKHLIA Jamil, LE NOZACH Delphine, SÉGUR Céline (dir.). *À la recherche des publics populaires (2)*. Nancy, Presses Universitaires de Lorraine : 29-41.

SOUCHON Michel (1990). « Les programmeurs et leurs représentations du public », *Réseaux*, 39 : 93-108.

SPINELLI Céline (2015). *Circuits d'un art itinérant. Festivals de cirque et échanges artistiques entre la France et le Brésil*. Thèse de doctorat en Anthropologie sociale et ethnologie. Paris/São Paulo, École des hautes études en sciences sociales/Université de São Paulo.

SPINELLI Céline (2018). « Terrain festif contemporain : une mise en perspective de fêtes et festivals ». *Socio-anthropologie*, 38 : 19-30.

SPINELLI Céline (2019). « La fabrique du comique : le rire comme outil de communication dans le cadre de performances artistiques ». *Ethnologies*, 41(2) : 113-127.

URRUTIAGUER Daniel (2014). « Les représentations des publics dans le monde de la danse contemporaine ». *Quaderni*, 83 : 29-40.

VIVANT Elsa (2008). « La mise en scène d'une friche par un cirque : le Cirque Électrique à la Cour du Maroc ». In FOURMAUX Francine (dir). *Les lieux du cirque*. Paris, Le Manuscrit : 93-122.

NOTES

1. Ce territoire rassemblait 97 communes situées autour de Marseille et d'autres villes du département des Bouches-du-Rhône, dont Arles et Aix-en-Provence, où un festival de cirque était aussi proposé en septembre par le Centre international des arts en mouvement.

2. Si d'autres capitales de la culture avaient déjà proposé des spectacles de cirque, comme Lille en 2004, ceux-ci avaient donné lieu à une programmation assez modeste en termes de nombre de représentations.

3. Initialement « Ville européenne de la culture », ce dispositif renommé en 1999 a été initié par Melina Mercouri et Jack Lang, respectivement ministres de la culture grecque et français. Depuis 2009, deux villes au moins sont désignées « capitales » chaque année parmi une liste de candidates au sein des États membres de l'Union européenne.

4. L'association MP2013 a également contribué au financement de *Cirques en Capitales* à hauteur de 1,2 million sur un budget global de près de 4 millions, pris en charge par les collectivités territoriales.
5. Guy Carrara, « Présentation du projet de Biennale des arts du cirque », archives de l'association Marseille Provence 2013, 2007.
6. Ancien membre du cabinet du ministre de la culture Jack Lang (1991-1992), Bernard Latarjet a dirigé durant dix ans le Parc de la grande halle de la Villette à Paris, établissement au sein duquel il a soutenu la diffusion du cirque contemporain.
7. Dossier de candidature de Marseille au titre de capitale européenne de la culture, 2008, p. 97.
8. *Ibid.*
9. J.-F. Chougnet, directeur général de Marseille-Provence 2013, introduction du dossier de presse « Cirque en Capitales », 2013.
10. Sollicitées en 2009 sur ce projet, les collectivités territoriales n'avaient pas souhaité s'engager sur un financement pérenne requis pour une biennale.
11. À l'image des salles de musique parisiennes (Picaud 2015), ces lieux se distinguaient également par des degrés variables de renommée et de « capital symbolique », liée en partie à leur ancienneté, à leur implantation dans des quartiers socialement différenciés (centraux ou périphériques) et au niveau de reconnaissance institutionnelle dont ils bénéficient.
12. Le cirque se distingue également par un taux de « non-public » très faible, seuls 22 % des Français de plus de quinze ans n'ayant jamais assisté à un spectacle de cirque au cours de leur vie (Donnat 2009).
13. L'accueil d'une entreprise emblématique du cirque « traditionnel » (cirque Gruss) avait été envisagé par le théâtre du Gymnase mais le projet n'ayant pu aboutir, c'est une compagnie contemporaine (jouant sous chapiteau) qui a été programmée.
14. À titre d'exemple, les spectacles de cirque ayant une dimension comique et/ou très spectaculaire sont en général jugés plus accessibles que les œuvres où la dimension textuelle (à travers une part de jeu théâtral) est importante.
15. Il s'agissait notamment d'inclure dans la programmation le festival de cirque *Janvier dans les étoiles*, organisé depuis plusieurs années à la Seyne-sur-Mer par le Théâtre Europe.
16. Interview d'Ulrich Fuchs, directeur général adjoint de MP2013, *8e art magazine*, n°22, nov-déc, 2012, p. 31.
17. Jean-François Chougnet, directeur général de Marseille-Provence 2013, Introduction du dossier de presse « Cirque en Capitales ».
18. Freschel Agnès, *Cahier Zibeline* « spécial MP2013. Un mois d'année capitale », février 2013.
19. On peut noter que Lille 2004 avait aussi mis en place un village de chapiteaux, le « Barnum des postes », situé à proximité de quartiers populaires du sud de la ville.
20. « Cirque en campagne. 10 propositions pour mai 2012, une nouvelle politique du cirque en France », mai 2012 : p. 4.
21. Le taux de remplissage très élevé (95% en moyenne) des spectacles du festival *Cirque en corps* a en effet constitué un signe tangible de sa réussite en termes de fréquentation.
22. L'implication du CREAC dans Marseille-Provence 2013 a favorisé son obtention en 2012 du label de pôle national cirque. Bénéficiant d'un soutien financier de la part du ministère de la Culture et des collectivités locales, ces structures (au nombre de 14 actuellement) ont pour missions l'aide à la création et la diffusion du cirque contemporain.
23. Ce public familial est présent même si la compagnie présente son travail comme relevant du clown « de théâtre » qui ne s'adresse pas spécialement aux enfants.
24. Plus largement, dans un contexte de montée d'un éclectisme des goûts culturels (Coulangeon 2003), la programmation de formes « populaires » peut aussi être vue comme une façon de combler les attentes de spectateurs « omnivores » (Peterson 1992), qui peuvent ainsi ajouter le cirque à la palette de leurs sorties culturelles.

25. Jean-Claude Gaudin, « Édito du Maire de Marseille », programme de la BIAC, janvier 2015 : p. 6.

RÉSUMÉS

À travers le cas de l'événement Marseille-Provence 2013, Capitale européenne de la culture, cet article interroge la place accordée aux publics dans la mise en place d'une programmation dédiée au cirque. S'appuyant sur une enquête de terrain associant entretiens, observations et analyse documentaire, il prend pour objet les représentations que les acteurs culturels se font du cirque et de ses publics, et la manière dont ils justifient l'élaboration d'une programmation. L'étude de leurs discours montre que, tout en partageant une vision idéalisée d'un cirque censé permettre de rassembler un large public, les professionnels ont su mobiliser de manière stratégique la référence à cet « art populaire » pour donner forme à un événement qui se voulait fédérateur et festif. Le cirque contemporain est ainsi perçu comme un moyen d'élargissement de leur audience, qui prend des formes diverses en fonction des contextes. Même si les réels effets en termes de diversification sociale des publics demeurent difficiles à évaluer, la forte fréquentation suscitée par l'événement a permis de rendre visible l'existence d'un public de cirque contemporain au niveau local.

Focusing on the case of Marseille-Provence 2013, European Capital of Culture, this article investigates the importance placed on the audience in the scheduling of circus events. Based on a field study combining interviews, observations, and documentary analysis, its central theme is cultural actors' representations of the circus and circus audiences, and the ways in which these actors justify the scheduling of events. A study of the speech of circus professionals shows that, while sharing an idealized vision that circus attracts a wide audience, they draw on references to this "popular art" strategically to give substance to an event that is intended to be fun and to bring people together. Contemporary circus is thus seen as a means of broadening the audience, which takes various forms depending on the context. While the real impact in terms of social diversification of audiences remains difficult to assess, high attendance at the event has made the existence of a contemporary circus audience visible at the local level.

AUTEURS

MARINE CORDIER

Université Paris Nanterre/Institutions et dynamiques historiques de l'économie et de la société (IDHES)

CÉLINE SPINELLI

Institut de recherche Robert-Sauvé en santé et sécurité du travail/Université de Montréal/
Laboratoire de recherche en relations interculturelles (Labrri)

ÉMILIE SALAMÉRO

Université Toulouse 3 Paul Sabatier/Faculté des sciences du sport et du mouvement humain
(F2SMH)/Centre de recherche sciences sociales, sport et corps (Cresco)

MAGALI SIZORN

Université de Rouen Normandie/Centre d'études des transformations des activités physiques et
sportives (Cetaps)