

MOBILIPOP

PROGRAMME GR5

Circulation des acteurs et renforcement
des communautés de publics
français allemands et suisses



Votre contact : Isabelle Sire – isabelle@diffusionprod.com
28 rue de Molsheim 67000 STRASBOURG

INTRODUCTION

Les clubs de diffusion de musiques populaires ont pour point commun d'être confrontés à la désaffection des publics et, notamment, ils observent qu'ils ne bénéficient plus du renouvellement par les générations les plus jeunes pourtant friandes de musique, qui, par ailleurs ont adopté des modes de consommation autrement qu'en condition live dans les salles de concert traditionnelles. Ce constat est partagé par tous les clubs en Europe, et qu'ils soient dans des environnements urbains ou ruraux, ces lieux de diffusion sont mis en difficulté par la pression immobilière et peinent à retrouver un équilibre économique après la période COVID.

Face à cette situation, le programme GR5 propose de mettre en œuvre des stratégies collaboratives visant à reconnecter les publics aux lieux culturels, en expérimentant des formats innovants et attractifs, tels que des concepts de soirées thématiques ou des expériences immersives qui suscitent davantage l'intérêt du public qu'un simple concert.

Dans ce contexte nous proposons également une démarche structurée qui encourage et facilite la circulation des artistes en développement et de leurs équipes au sein d'une zone géographique transfrontalière, en s'appuyant sur ce réseau de clubs et de lieux partenaires établis et reconnus comme scènes essentielles pour les musiques populaires.

Travailler en réseau avec L'Espace Django à Strasbourg, Le Noumatrouff à Mulhouse en région Grand Est en France, l'Alte Feuerwache à Mannheim et le Café Atlantik à Fribourg en Brisgau en région Baden Württemberg en Allemagne, le club Humbug ainsi que la Kaserne à Bâle en Suisse, permet non seulement de faciliter la circulation des artistes dans « le Drei Eck », mais aussi d'initier un apprentissage entre pairs.

En mutualisant leurs connaissances, leurs ressources et leurs dispositifs existants de repérage et de mise en avant des jeunes talents, les clubs peuvent également développer des stratégies communes de fidélisation et de renouvellement des publics.

Le principal défi de ce projet consiste à **soutenir ces initiatives de renforcement communautaire, en expérimentant un programme de développement des publics**, (ainsi que des actions ciblant de nouveaux segments d'audience), et de **favoriser la circulation des artistes de leur entourage**, et plus largement des acteurs du secteur des musiques populaires, **en s'appuyant sur des stratégies communes et l'apprentissage collaboratif entre pairs**.

Les clubs représentent en effet un maillon essentiel de la chaîne de valeur symbolique qui accompagne l'émergence artistique et l'insertion professionnelle des projets musicaux. Ils disposent d'une connaissance fine de leurs territoires et de leurs publics, ce qui leur confère une capacité unique à adapter leurs offres culturelles aux besoins locaux. En travaillant ensemble à l'échelle transfrontalière, ils pourront expérimenter et partager des solutions innovantes pour relever les défis communs liés à la fréquentation, à la durabilité économique et à la réinvention de leurs pratiques face aux mutations des comportements culturels.

Ainsi, ce projet propose une réponse collective à un enjeu européen, en créant des synergies durables entre acteurs de la filière musicale transfrontalière, tout en renforçant les liens avec les publics et en stimulant l'émergence d'une nouvelle génération d'artistes et de spectateurs.

1. Nos objectifs :

Program GR5 entend se déployer sur une zone géographique transfrontalière, qui se superpose à une euro région européenne et inclut la Suisse : le Rhin Supérieur. Cette configuration est une échelle qui a du sens pour positionner les acteurs de la filière impliqués par nature dans l'exposition des artistes émergents auprès de leurs publics respectifs.

Ce projet poursuit par conséquent un double objectif :

- Définir le périmètre d'une stratégie innovante qui permette de **mobiliser et attirer de nouveaux publics pour offrir aux artistes émergents ancrés sur les territoires voisins, une exposition dans un contexte d'export de proximité,**
- **D'expérimenter un dispositif et un mode de production sur cet espace qui atténue l'effet frontière.**

Il s'appuie sur un panel de 6 lieux et fenêtres de diffusion, implantés à la fois en ville et en zone rurale, en Suisse, France, et Allemagne, désireux de s'associer pour confronter leurs analyses et leurs pratiques afin de co-construire les fondations d'une réponse commune susceptible de répondre aux enjeux et déclinaisons locales de la problématique ainsi posée.

En optant pour une approche coopérative, il s'agit de structurer ce dialogue et d'investir la question de l'émergence par le prisme de la circulation des jeunes artistes, exclus des dispositifs nationaux de soutien à l'internationalisation des carrières (réservés aux artistes déjà bien établis) et d'évaluer la pertinence, évidente du point de vue éco-responsable, de réinscrire le processus dans un environnement qui favorise le relationnel et diminue significativement les coûts de la démarche et l'impact environnemental.

Ce projet, en seconde intention, entend mettre en valeur l'esprit d'initiative et réaffirmer le rôle du lieu de diffusion, proche de ses publics et attentif à renouveler ses pratiques pour offrir une expérience renouvelée du format concert, désormais concurrencé par l'évolution des modes de consommation de la musique, notamment parmi les plus jeunes générations.

Y participer constitue un engagement à valoriser et contribuera à renforcer les compétences des équipes en place pour aborder tout segment d'audience. Il concrétise également de nouvelles opportunités pour les groupes émergents qui y prendront part, ne serait-ce que par la facilitation de la mise en relation qu'offre un tel dispositif de coopération par-delà les frontières.

En travaillant ensemble à l'élaboration d'un cadre conceptuel qui réponde aux enjeux d'attractivité des clubs, déclinable en fonction des particularités locales, le programme GR5 se veut un vecteur d'innovation et de professionnalisation pour ses parties prenantes et s'inscrit dans une démarche expérimentale visant à élaborer et expérimenter une méthodologie, adossée à une stratégie collaborative, pour **soutenir l'exposition des artistes émergents et engager une réflexion sur les ressources et les moyens à mobiliser en matière d'acquisition de nouveaux publics.**

2. Le calendrier et déroulé du projet :

Phase 1 : Préparation et Organisation (avril - juillet 2025)

STEP 1 - COORDINATION GÉNÉRALE : Cycle de réunions de coordination du lancement du projet (avril 2025) : Réunion virtuelle avec les clubs participants pour confirmer les rôles, responsabilités et attentes, les modalités de gouvernance et de conduite du projet, processus d'évaluation sur l'engagement des publics.

Format envisagé : Le programme GR5 propose un circuit intense de 10 jours mettant en avant une sélection unique de 5 groupes émergents (maximum) issus de 3 pays participants, avec un focus sur un genre musical par tournée afin de maintenir la cohésion du public. Les événements seront adaptés à la capacité de chaque salle et incluront un atelier sur la compréhension des marchés voisins et/ou une pitch session avec des professionnels locaux. Le format limite les émissions de CO2.

Mode de production envisagé : Le GR5 Tour prend en charge les cachets des artistes, les déplacements, l'hébergement, les repas, les ateliers et la communication générale afin d'enrichir l'expérience. Les économies réalisées par les clubs sur ces postes leur permettent de se concentrer sur la communication et les stratégies pour fidéliser leur public. Leur investissement se situe au niveau de la mise à disposition de leur lieu, des équipes, et de la technique pour l'accueil des musiciens : il est valorisé dans notre budget. Nous prévoyons une planification des ateliers (juin 2025) : Élaboration des contenus des pitch sessions (réunion courtes pendant lesquelles les artistes et leur entourage viennent rencontrer des professionnels et présenter = « pitcher » leurs projets), et la désignation des intervenants pour les ateliers.

Appel à candidatures et modalités de sélection : Chaque pays, par l'intermédiaire d'un collectif de professionnels incluant les salles, un réseau et des acteurs de l'industrie, propose une sélection de trois groupes. Le collectif se réunit quatre fois, dont une fois en présentiel, avant de finaliser la programmation au printemps. Une réunion finale de coordination permet de sélectionner un groupe par pays, pour un total maximum de cinq groupes.

Stratégie et mise en fabrication des supports de communication autour du projet : Préparation de campagnes sur les réseaux sociaux, partenariats et création de contenus. NB: les partenaires utilisent leurs propres canaux de communication.

Public cible et stratégie de communication – notre plan de communication : Une identité graphique cohérente sera élaborée par l'équipe de direction artistique afin de lier les divers supports de communication produits avant et après l'événement. L'objectif est de créer une image de marque reconnaissable pour le programme GR5 sur l'ensemble des plateformes et supports.

La stratégie de communication vise principalement le grand public mais aussi les professionnels de l'industrie musicale et comprend des efforts spécialisés, notamment la production de ressources documentaires, théoriques et techniques. Ces ressources comprendront des fiches d'information sur des sujets spécifiques, des podcasts avec les transcriptions des présentations, et des contenus vidéo présentant le projet et les intervenants clés. Ces matériaux serviront à la fois d'archives pour l'événement et d'outils pour la prospection future et la diffusion des connaissances.

a. Canaux de communication ciblés :

- **Professionnels de l'industrie** : Nous fournissons une communication adaptée aux professionnels du secteur musical, incluant des communications spécialisées et la production de ressources documentaires.
- **Grand public** : Des stratégies pourront inclure des efforts promotionnels plus larges pour susciter l'intérêt du public et encourager sa participation.

b. Équipe de communication 2025

La structure collaborative de l'équipe comprend des spécialistes en communication, tels que les relations presse, la création de contenu, le design graphique et le design web, afin d'assurer une stratégie de communication complète et efficace.

STEP 2 - Cycle CROWDBUILDER : Le projet débute avec un cycle de réflexion conjointe qui implique les représentants des clubs partenaires et des représentants de leurs publics afin de former une communauté mobilisée autour de la formulation des fondations d'un concept de soirée qui réponde aux enjeux de fréquentation et de mise en valeur d'un panel d'artistes émergents. Ce cycle s'appuie sur 3 séances de travail, supervisée et animée par un expert en matière de développement des publics, Ken VERMANN, dont une journée en présentiel destinée à finaliser le cadre conceptuel et à restituer ces travaux dans le cadre de SMW. En amont: chaque club partenaire sera amené à défricher la question en équipe en utilisant l'outil CROWDBUILDER développé par LIVE DMA à partir d'une déclinaison online afin de s'approprier la méthodologie qui sera appliquée par la suite.

Déploiement d'une stratégie de mobilisation commune des publics pour le concept retenu et décliné par club (à partir de juillet 2025).

Phase 2 : Production & mise en œuvre (août - novembre 2025)

Production et exploitation sur site : De septembre à novembre 2025, la tournée inclura la gestion des plannings artistiques, la logistique des déplacements et la collecte de données sur les spectateurs (démographie, engagement, habitudes). Les activités incluront des journées d'intégration (ice-breaking, programme détaillé, prévention des risques), networking, ateliers sur les marchés locaux ou sessions de pitch, balances, et concerts dans différents clubs)..
(Exemple de tournée : cf plus bas).

Phase 3 : Évaluation (novembre 2025 - janvier 2026)

En décembre 2025, une évaluation approfondie sera réalisée à travers des sondages post-tournée adressés aux artistes, équipes des lieux et spectateurs, complétée par une réunion de débriefing avec tous les clubs pour analyser les réussites, défis et enseignements tirés, afin qu'en janvier 2026, un rapport final détaillé soit élaboré. Les résultats du projet seront diffusés lors d'événements et conférences culturels à l'échelle régionale et européenne, contribuant à partager les bonnes pratiques développées.

Notre programme jour par jour :

J1 • CLUB 1 : journée d'intégration à partir de 12h00

11h00 - 12h00 : accueil des participants

12h00 – 12h45 : Introduction « ICE BREAKING » qui est qui et comment ça marche ?

> présentation du programme détaillé pour cette journée + Focus prévention des risques en tournée

13h00 : repas

15h00 Balances + résidence

J2 • CLUB 1 : Networking

14h00 – 15h30 : un atelier sur la compréhension du marché local et/ou une pitch session.

15h45 – 16h45 : temps d'interconnaissance

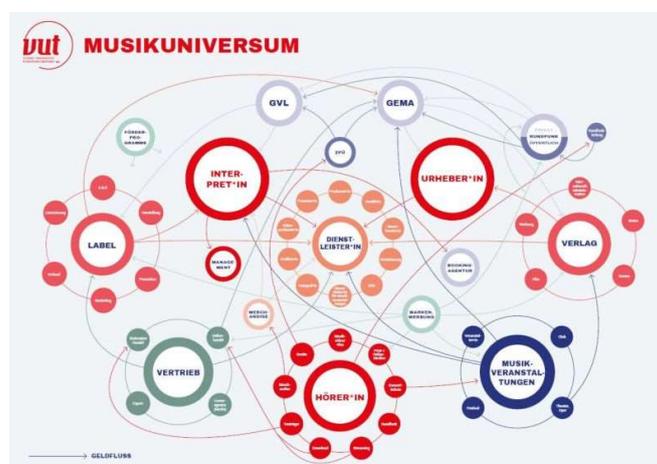
J3 • CLUB 2 : Networking et concert

09h00 – 12h00 : voyages

13h30 - 15h00 Arrivée & balances

16h00 18h30: espace pour un atelier sur la compréhension du marché local et/ou une pitch session

19h30 – 00h00 : concerts, etc...(bis repetita)



3. Les résultats directs de ce programme sont :

- L'émergence d'un réseau transfrontalier coordonné, agrégé autour d'objectifs de projet, avec la définition d'un cadre et de modalités de coopération et de gouvernance,
- La constitution d'une méthodologie de travail conjointe (et d'un modèle économique correspondant) qui interroge et renouvelle les pratiques des lieux à l'endroit de la quête de nouveaux publics. Ce travail collaboratif ancre la capacité des clubs partenaires dans leur rôle d'acteurs de la circulation des artistes par-delà les frontières,
- Un cadre d'export accessible et une fenêtre d'exposition étudiée pour valoriser et rémunérer les artistes émergents et leur offrir des opportunités de rencontrer de nouveaux publics, en dehors de leur pays d'appartenance,
- Un dispositif opérationnel qui incorpore la délivrance de compétences formelles et facilite les échanges de pair à pair pour ouvrir de nouvelles perspectives en terme de développement de carrière pour ces profils d'artistes,
- Un mode opératoire qui repose sur l'analyse critique et l'articulation d'un ensemble de pré-requis, de conditions et de modalités de déploiement susceptibles d'être répliqué et de trouver un terrain d'application sur des espaces géographiques similaires.



4. L'inclusion et la diversité au sein du programme :

Le programme GR5 vise à être inclusif et diversifié en s'assurant que chacun, quelle que soit sa race, son origine ethnique, son genre, son orientation sexuelle, son âge, son handicap ou son statut socio-économique, se sente valorisé et représenté à tous les niveaux du projet. Nous reconnaissons que l'inclusion et la diversité sont essentielles pour créer un environnement culturel riche : c'est pourquoi chaque club signera une convention dans laquelle ces principes seront explicitement approuvés.

Voici les stratégies et actions spécifiques que nous mettrons en œuvre pour garantir l'inclusivité :

Nous nous appuyons sur les lignes directrices des clubs les plus avancés sur ces questions, comme le club Humbug à Bâle. Cela inclut la formalisation des critères de sélection des artistes pour le comité de programmation dans des accords officiels, l'encouragement des membres du comité à explorer des musiques en dehors de leurs préférences habituelles et l'amélioration des conditions d'accueil. En outre, les clubs collaboreront avec des organisations locales soutenant les minorités, telles que des collectifs LGBTQIA+. Une fiche récapitulative comprenant une charte sera également créée et partagée avec les artistes.

Les clubs travailleront avec des organisations communautaires locales et des maisons de jeunes pour promouvoir les événements et créer des opportunités permettant aux jeunes issus de divers milieux socio-économiques de participer, notamment grâce à des initiatives de mentorat pour les publics.

Nous garantirons la sélection d'artistes émergents issus de divers horizons, en nous concentrant sur la représentation des différents genres, origines ethniques et orientations sexuelles, et en priorisant l'inclusivité dans le choix des artistes. Le programme GR5 présentera une large palette de perspectives culturelles, offrant une plateforme aux groupes sous-représentés pour se faire entendre sur la scène européenne.

Le projet s'efforcera également d'accueillir des artistes et des spectateurs en situation de handicap en veillant à ce que les lieux soient accessibles. Cela inclut l'accès pour les fauteuils roulants, la collaboration avec des lieux respectant ou dépassant les normes d'accessibilité, et la mise à disposition quand cela est possible de ressources supplémentaires telles que des dispositifs d'aide auditive ou des aménagements sensoriels, si nécessaire.

Nos efforts de marketing et de communication mettront l'accent sur l'inclusivité en s'assurant que le contenu soit accessible, non discriminatoire et accueillant pour des personnes de divers horizons. Nous mettrons en œuvre des campagnes multilingues fournissant des informations dans différentes langues.

Grâce à ces stratégies et actions, le programme GR5 vise à créer un environnement plus inclusif et diversifié pour les artistes, les spectateurs et tous les acteurs du projet, garantissant que les expressions culturelles soient accessibles à tous, indépendamment de leurs origines.

5. Qui sommes-nous ? Principes de gouvernance :

Avec plus de 25 ans d'expérience en tant que producteur de spectacles, Diffusion Prod a bâti une solide réputation en gestion de projets, développement artistique et organisation de tournées à travers l'Europe. En tant qu'initiateur de la Strasbourg Music Week—une convention professionnelle transfrontalière et un festival—l'organisation a démontré son expertise en collaborant avec des partenaires européens des quatre pays frontaliers voisins et les autorités locales, ainsi que sa capacité à rassembler les principaux acteurs de l'industrie de la musique pop dans cette région transnationale.

Basée à Strasbourg et à Nancy en France, avec un département « évènementiel dirigé par la coordinatrice Isabelle Sire, Diffusion Prod est l'organisation partenaire principale du programme GR5. L'organisation supervise les aspects administratifs du programme, y compris la définition des actions du projet en collaboration avec les représentants des clubs partenaires, ainsi que la gestion des ressources humaines, des opérations financières et de l'administration générale. Pour renforcer l'équipe du programme GR5, elle recrutera un responsable de tournée et de production ainsi qu'un chargé de communication ou une agence de communication.

Diffusion Prod s'appuie sur l'expertise d'organisations tant au niveau local qu'euro-régional et européen. La communication, la production, la direction artistique et technique sont gérées en collaboration avec les 5 clubs et prestataires de services pour les aspects opérationnels :

- Alte Feuerwache (Mannheim, Allemagne)
- L'Espace Django (Strasbourg, France)
- Le Café Atlantik (Fribourg en Brisgau, Allemagne)
- Café Humbug (Bâle, Suisse)
- La Kaserne (Bâle, Suisse)
- Le Noumatrouff (Mulhouse, France)

Tous les partenaires, qu'ils soient locaux ou euro-régionaux, sont impliqués dans des activités telles que la programmation, la réservation, le coaching, l'observation, le plaidoyer et le soutien aux projets culturels et aux propositions artistiques. Ce modèle de coopération soutient la structure du programme GR5, favorisant un environnement dynamique et inclusif pour l'industrie de la musique pop.

a. Structure de l'équipe et expertise

Isabelle Sire : En tant que coordinatrice, Isabelle apporte une vaste expérience et un leadership aux projets transnationaux, assurant l'alignement stratégique et une administration efficace.

Ubbo Gronewold et Maria Kretschmar d'Alte Feuerwache à Mannheim en tant que responsables administratifs du projet pour la demande d'aide à Bundes Stiftung « Nouveaux Horizons » gèrent l'administration de l'aide en préparant cette demande de subventions pour le côté allemand.

Tiphaine Gagne en tant que responsable administrative du projet : elle gère les demandes de subventions et les budgets pour le côté français, ainsi que les contrats et les accords de partenariat.

Caroline Desgeorge en tant que responsable de la production de tournée : rédige les feuilles de route, et organise la tournée avec les groupes sélectionnés et les besoins des clubs, ainsi que les ateliers.

Un.e chargé.e de communication / agence : Responsable de l'élargissement de la portée et de l'engagement du projet grâce à des efforts de communication stratégique, garantissant que l'événement attire un public diversifié et large.

L'expertise combinée de Diffusion Prod Strasbourg et d'Alte Feuerwache, ainsi que le réseau des clubs dans leurs pays respectifs appelés les partenaires collaboratifs, tant au niveau local qu'à travers l'Euro région, assure une approche solide et dynamique pour l'organisation du programme GR5. La collaboration structurée avec des organisations départementales et des délégations fédérales, couplée à des efforts stratégiques d'administration et de communication, positionne le projet pour une croissance durable et un succès pérenne. Ce modèle de coopération est fondamental pour construire et renforcer le programme GR5, favorisant un environnement où les réseaux professionnels prospèrent et où de nouvelles opportunités de marché sont explorées.



b. Gouvernance et méthodologie :

A travers la rédaction d'une convention les clubs partenaires et Diffusion Prod définissent leurs valeurs communes et règles de gouvernance, le format de l'événement, le mode de production, ainsi que les critères de sélection des artistes pour le bon déroulement du projet. Ce processus permettra de clarifier les **rôles et responsabilités**, les attentes, et les modalités de gouvernance du projet.

Le projet mettra en place un processus de travail avec la méthode CROWDBUILDER (développement des publics) pour adapter le format des événements et le concept de chaque soirée aux besoins et attentes des publics. Ce cycle de réflexion mènera à la mise en place de stratégies de mobilisation des publics sera supervisé par un expert en développement des publics et impliquera les représentants des clubs. Il sera co animé par les équipes de Diffusion Prod durant 3 sessions de travail, dont une journée en présentiel. Les données démographiques et les niveaux d'engagement des publics seront suivis à l'aide de formulaires de collecte permettant de recueillir des informations clés : genre, âge, récurrence des visites et fréquentation.

Suivi de la production : La **gestion des ressources humaines et financières** sera assurée par la coordination au sein de Diffusion Prod afin de garantir le bon déroulement des événements dans le respect des contraintes financières, en collaboration avec les équipes des clubs et la production.

Les responsables de la communication dans chaque club seront encouragés à faire connaître le projet au sein de leurs réseaux professionnels, à partager les étapes sur les réseaux sociaux, et à engager des discussions pour développer le projet et attirer de nouveaux clubs. Cette stratégie d'engagement favorisera un sentiment de participation et d'implication active du public et des équipes de communication des clubs.

Des efforts seront faits pour minimiser l'empreinte environnementale du projet, notamment en encourageant les options de transport écologiques (van mutualisé) et en offrant des services de restauration durables. Nous collaborerons avec des prestataires et clubs partenaires pour la durabilité et pour réduire les déchets autant que possible.

Un **bilan détaillé** sera compilé pour analyser les résultats du projet, y compris les données sur la participation du public, les retours des artistes et des clubs partenaires et leurs équipes, ainsi que les pratiques de gestion durable.

Des **rapports et des documents collaboratifs** seront également développés pour partager les bonnes pratiques en matière de programmation conjointe et de renouvellement des publics. Ces résultats seront présentés lors de **conférences culturelles** et d'événements professionnels pour garantir la diffusion et l'impact de l'initiative au-delà du projet immédiat.

Grâce à une gouvernance partagée entre Diffusion Prod et ses partenaires, un système de gestion des ressources efficaces, et une approche collaborative du développement des publics, le programme GR5 sera un projet solide et inclusif, capable de produire des résultats mesurables et durables.

c. Les clubs partenaires ou partenaires collaboratifs :

Travailler à l'échelle de 3 pays et plus particulièrement sur 3 régions frontalières nous a incités, pour rester pertinents, à co-construire avec des intervenants de terrain pertinents les thématiques afin de discuter des problématiques communes, pour au final viser à :

- Développer une meilleure connaissance des marchés voisins,
- Agir sur notre empreinte écologique,
- Créer un réseau durable pour augmenter l'employabilité et les compétences dans les régions transfrontalières,
- Partager des solutions résilientes et créer des initiatives ensemble.

Approchés pour la cohérence de leurs profils avec les attendus du projet, ils ont d'ores et déjà validé leurs participations respectives. Chaque opérateur transfrontalier sait parfaitement quels organismes institutionnels du secteur musical de leur pays sont tenus de donner une visibilité de premier plan à ces contenus produits, dans leurs propres réseaux professionnels. Les intervenants désignés seront également invités à communiquer sur l'action auprès de leurs réseaux professionnels respectifs, dans le cadre de leurs fonctions.



ALTEFEUERWACHE (Mannheim, Allemagne)

Référent : Ubbo Gronewold

L'Alte Feuerwache de Mannheim a été construite en 1912 dans un style néo-baroque avec des éléments d'Art nouveau pour servir de caserne principale des pompiers jusqu'en 1975. Après le déménagement des pompiers, le bâtiment a commencé à se dégrader, mais il est devenu un lieu de rencontre culturelle grâce à des concerts organisés dans l'ancienne halle des véhicules. Les projets de démolition, envisagés en 1974, ont été annulés suite à des protestations citoyennes, et le bâtiment a été classé monument historique. En 1981, après des travaux de rénovation, il a été transformé en centre culturel offrant un programme varié. Depuis 2005, il est géré de manière indépendante en tant que gGmbH, accueille diverses institutions culturelles et propose une large gamme d'activités. Financé partiellement par des fonds municipaux et des revenus propres, il est aujourd'hui un centre culturel emblématique de Mannheim, plusieurs fois récompensé.

LE NOUMATROUFF (Mulhouse, France)

Référent : Olivier Dieterlin

Depuis 1992, le Noumatrouff a forgé sa place au sein du réseau national des musiques actuelles. Il est l'un des premiers cafés-musiques devenu en 1998 une Scène de Musiques Actuelles labellisé par l'État et est doté de deux salles de concert (600 et 300 places) complété par six studios de répétition. Le lieu s'engage à promouvoir la diversité musicale (rock, rap, électro, etc.) et à offrir un programme de soutien aux artistes émergents, allant de la formation aux résidences artistiques. Le projet repose sur trois axes : la diffusion, avec plus de 50 concerts annuels et un soutien à la scène régionale ; l'accompagnement des artistes, avec un Centre de Ressources proposant ateliers et master-classes ; et la médiation culturelle. Olivier Dieterlin, passionné de musique, co-écrit en 1988 un projet pour une maison du rock à Mulhouse, contribuant à l'ouverture du Noumatrouff en 1992. En 1998, il devient salarié et, après avoir obtenu un DESS en management de projets, il est nommé directeur en 2003. Sous sa direction, le Noumatrouff émerge comme un lieu dynamique pour la scène musicale locale, soutenant de nombreux artistes talentueux.

ESPACE DJANGO (Strasbourg, France)

Référent : Benoit Van Kote

L'Espace Culturel Django Reinhardt, situé dans le quartier du Neuhof à Strasbourg, est un lieu polyvalent qui réunit une salle de concert (Espace Django), une médiathèque (gérée par la Ville et l'Eurométropole de Strasbourg) et une école de musique (gérée par le Centre Social et Culturel du Neuhof). Cette plateforme culturelle offre diverses activités : assister à des concerts, rencontrer des artistes, lire, emprunter des livres, ou encore pratiquer un instrument. Ce site de proximité favorise l'accès à la culture et nourrit l'intérêt pour la musique. Situé au cœur du Neuhof, un quartier en pleine rénovation urbaine depuis les années 2000, Django participe activement aux projets sociaux et culturels de cette communauté de 22 000 habitants, riche de ses diversités. Depuis 2016, la programmation de ce lieu dynamique est menée par son codirecteur, passionné par l'animation culturelle locale.

HUMBUG CLUB (Bâle , Suisse)

Référente : Gabi Elvira Soliman

HUMBUG, dirigé par l'association Kultur Kieswerke Basel, fonctionne en tant que collectif depuis la mi-2020 et a subi une restructuration en 2024, devenant majoritairement composé de personnes FLINTA. Le collectif est divisé en huit groupes de travail (par exemple : programmation, bar, collecte de fonds et communication), tous guidés par un Code de conduite et un cadre de sensibilisation visant à garantir une collaboration respectueuse et équitable entre les membres de l'équipe. En tant que seul collectif majoritairement dirigé par des FLINTA dans le milieu des clubs, dominé par les hommes à Bâle, HUMBUG joue un rôle crucial dans la promotion de la diversité et constitue un exemple rare d'institution culturelle gérée de manière collaborative. Engagé à remettre en question les inégalités de genre dans le paysage culturel suisse, HUMBUG s'efforce de fournir un environnement juste et solidaire pour son jeune collectif FLINTA tout en créant un espace culturel durable où les voix marginalisées peuvent s'épanouir.

LA KASERNE (Bâle , Suisse)

Référent : Marcel Bisevic

La Kaserne Basel est le plus grand centre culturel du nord-ouest de la Suisse dédié aux scènes indépendantes de théâtre contemporain, de danse, de performance et de musiques actuelles. Située au cœur de Bâle, elle dispose de trois salles polyvalentes, dont le manège et deux écuries, pouvant accueillir jusqu'à 1 700 personnes au total. En plus de sa programmation artistique diversifiée, la Kaserne abrite la KaBar, qui se transforme chaque mardi en ZischBar, un lieu de rencontre dynamique pour la communauté LGBTQIA+ de Bâle. Ce centre joue un rôle essentiel dans la promotion et le soutien des artistes locaux, nationaux et internationaux, offrant un espace où les voix indépendantes et innovantes peuvent s'exprimer et se développer.

LE CAFE ATLANTIK

Référent : en cours

Le café Atlantik est situé au Schwabentorring 7 à Fribourg-en-Brigau, c'est un établissement emblématique de la scène alternative de la ville. Fondé il y a plus de 40 ans, il est réputé pour son ambiance bohème et sa programmation musicale éclectique, accueillant régulièrement des concerts et des événements culturels.



6. Nos attentes et les perspectives :

Ce projet explore les ressorts et les mécanismes qui participent de l'émergence des projets musicaux sous l'angle de la diffusion, c'est-à-dire, un mode d'exposition qui passe par la performance live. Il revendique l'espace transfrontalier comme un terrain d'expérimentation propice à la circulation des artistes qui souhaitent s'essayer à l'export, tout en veillant à réintroduire de la proximité géographique d'abord et relationnelle ensuite, dans la démarche.

Cette approche se veut vertueuse et empreinte d'une éthique de responsabilité, dans la mesure où elle tend à limiter les coûts y compris environnementaux et évite les travers unanimement dénoncés de l'internalisation irraisonnée des carrières. Elle est également attentive aux problématiques sociétales et à la manière dont les acteurs culturels s'en emparent pour préserver la diversité des expressions musicales et œuvrer dans le sens des principes d'égalité et d'inclusion, des valeurs cardinales auxquelles les jeunes générations s'identifient plus volontiers.

En choisissant d'agir au cœur d'un écosystème périphérique, ce projet se propose de renforcer les compétences des acteurs de terrain qui disposent d'un équipement et font valoir des velléités de participer pleinement au soutien des artistes en développement, à partir de leur ancrage local.

Cette capacité à se projeter dans un processus de coopération entend aussi se répercuter sur la posture des équipes, avec les externalités positives que procure la mise en réseau. Les bénéfiques les plus visibles concernent le renforcement structuré des compétences, l'appropriation de ressources inspirantes et l'accès à des financements complémentaires, susceptibles de les aider à mieux travailler leurs territoires respectifs, notamment à l'endroit du renouvellement et de l'acquisition de publics, vus comme des alliés à mobiliser sur un mode participatif.

Le projet vise à repositionner les clubs en tant qu'acteurs clés et espaces de découverte musicale, offrant des expériences uniques au sein de leur environnement. En proposant de nouveaux formats de concerts live, il cherche à renouveler l'intérêt du public et à dynamiser la scène musicale locale.

L'exploitation de l'échelle transfrontalière sert de tremplin pour l'exportation des artistes, offrant une alternative plus accessible que les dispositifs traditionnels tels que le Bureau Export. Cette approche repose sur la collaboration directe avec les acteurs locaux, s'inscrivant dans un écosystème à échelle humaine, fonctionnant de manière immédiate et non institutionnelle. Ainsi, le processus d'émergence artistique est recalibré en circuit court, favorisant une dynamique plus réactive et adaptée aux réalités du terrain.

Le modèle économique proposé mutualise les coûts liés aux déplacements, à la communication et bénéficie d'économies d'échelle, générant ainsi des revenus redistribués de manière équitable et proportionnée entre les parties prenantes. Ce système est conçu pour être soutenable, adaptatif et évolutif, permettant l'intégration de nouveaux entrants sans compromettre l'équilibre financier du projet. En optimisant les ressources et en partageant les charges, il assure une répartition juste des bénéfices, tout en maintenant une flexibilité nécessaire pour s'adapter aux évolutions du secteur et accueillir de nouveaux partenaires.

c. Perspectives à moyen et long terme :

Le programme GR5 vise à transformer durablement le secteur musical en mettant en œuvre plusieurs stratégies clés :

- Repositionner les clubs comme des acteurs et des espaces de découverte musicale et d'expériences singulières dans leur environnement : le programme repositionne les clubs en tant qu'acteurs centraux de la découverte musicale et d'expériences uniques, redéfinissant leur rôle et renforçant leur intégration dans leur environnement local.
- Renouveler l'intérêt des publics avec de nouveaux formats live: en introduisant de nouveaux formats de concerts, GR5 cherche à capter l'attention de divers publics, en particulier les jeunes générations, en proposant des expériences musicales innovantes et immersives.
- Le programme utilise la coopération transfrontalière comme tremplin pour l'exportation des artistes, offrant une alternative plus accessible et décentralisée que les dispositifs traditionnels tels que le Bureau Export.
- En collaborant étroitement avec les acteurs de terrain, GR5 favorise un écosystème à échelle humaine, fonctionnant de manière immédiate et non institutionnelle, pour une mise en œuvre plus agile et adaptée aux réalités locales.
- Recalibrer le processus d'émergence artistique en circuit court : Le programme privilégie un circuit court pour l'émergence artistique, facilitant l'accès des nouveaux talents aux scènes locales et régionales, et accélérant leur développement professionnel.

Ces initiatives visent à dynamiser le secteur musical en Europe, en renforçant les infrastructures locales, en stimulant l'innovation dans les formats de concerts, et en facilitant la mobilité et la reconnaissance des artistes au-delà des frontières nationales.