

# Festivals et diversité : la musique au service de l'inclusion LGBTQIA+

Louise Chareyre<sup>1</sup> 

Master 2 Management du Tourisme Durable, IAE Savoie Mont Blanc.

Mémoire encadré par Boris Collet, Maître de conférences, Université Savoie Mont Blanc, IREGE.

2024, Valorisation de mémoires

<https://carnetsdeconso.com/papier/festivals-et-diversite/>

DOI : <https://doi.org/10.48748/WSJQ-D276>

---

<sup>1</sup> Contact auteur : [louisechareyre@gmail.com](mailto:louisechareyre@gmail.com)

# Festivals et diversité : la musique au service de l'inclusion LGBTQIA+

## Introduction

La reconnaissance de l'existence d'une communauté LGBTQIA+ et de son acceptation est encore un sujet plutôt récent et en construction. Malgré des avancées évidentes des droits des personnes homosexuelles ces dernières décennies, 44% des Français estiment que les personnes LGBT+ « ne sont toujours pas bien acceptées au sein de la société » (Sondage BVA pour Le Refuge, 2024) et une forte hausse des actes anti-LGBT+ a été observée en 2023 selon le ministère de l'Intérieur (*Libération*, 2024). Les propos très controversés du Président de la République Emmanuel Macron sur les personnes transgenres lors des élections législatives de 2024 (*Le Monde*, 2024) ou l'agression homophobe par quatre militants d'ultra-droite « fêtant » la victoire du Rassemblement national aux élections européennes de 2024 (*Le Monde*, 2024b) dénotent un climat « extrêmement préoccupant » selon des associations de défense des droits LGBTQIA+.

Les personnes appartenant à la communauté sont encore sujettes à de la marginalisation, de nombreuses discriminations, du harcèlement et des violences physiques et verbales. La communauté LGBTQIA+ est encore réprimée, illégale, persécutée et punie dans de nombreux pays ; elle est tolérée dans d'autres pays sans pour autant jouir de droits ; enfin dans des pays comme la France, où des mesures légales ont été mises en place, il reste encore de nombreux progrès à faire. Comme le laisse présumer l'acronyme, il existe une grande diversité au sein de la communauté LGBTQIA+, que ce soit en termes d'orientations sexuelles ou d'identités de genre. Aujourd'hui, un nombre croissant de personnes ne s'identifient plus uniquement par les genres féminin/masculin ou comme hétérosexuel (Dorais et Breton, 2019).

Il peut être intéressant d'étudier si le contexte des festivals de musique reflète ces réalités quotidiennes et s'ils peuvent tenir un rôle dans l'acceptation de la communauté LGBTQIA+ par le grand public. En effet, les festivals de musiques sont des lieux de rassemblement culturels majeurs qui célèbrent la diversité et la créativité artistique et rassemblent chaque année des milliers de personnes d'horizons variés. Les festivals de musique sont nombreux et de nouveaux voient le jour chaque année. Le ministère de la Culture en recense environ 4 000<sup>1</sup>. Leur ampleur varie, mais ils regroupent en moyenne plusieurs milliers de personnes. Les fans de tous les genres musicaux peuvent trouver des festivals qui leur conviennent : pop, rock, métal, classique, alternatif, techno... Leurs objectifs, couplés évidemment à la musique, varient également : certains ont également des vocations de sensibilisation écologique (comme WeLoveGreen<sup>2</sup>) ou sociale (comme Imag'In<sup>3</sup>). En outre, il est crucial de prendre en compte le caractère potentiellement inclusif de la consommation, en particulier celle liée à la musique. Les modes de consommation musicale, que ce soit à travers l'achat de billets pour des festivals, le streaming, ou encore le merchandising, peuvent devenir des actes symboliques de soutien à la diversité et à l'inclusion. Dans ce cadre, la consommation musicale

peut transcender le simple plaisir esthétique pour prendre une dimension sociale et politique, en s'associant à des valeurs d'inclusivité et de reconnaissance des différences.

Cependant, malgré le caractère festif et hors du temps des festivals de musique, ces derniers peuvent être le théâtre de comportements discriminatoires ou de violences envers la communauté LGBTQIA+ (Fileborn et al., 2020). Dans le contexte social actuel d'affirmation des différentes d'identité sexuelles et de genres, il nous a ainsi semblé intéressant d'étudier la problématique suivante : *comment les festivals de musique peuvent-ils être vecteurs d'inclusion envers la communauté LGBTQIA+ ?*

## Revue de la littérature

### La consommation comme vecteur d'inclusion

Selon l'office québécois de la langue française, l'inclusion, est la *“mise en place, dans un groupe, dans un milieu ou dans un système défini, de mesures visant à ce que toutes les personnes sans distinction reçoivent un traitement adapté à leurs besoins et capacités et aient accès aux mêmes avantages et possibilités”*. Le terme d'inclusion met donc l'accent sur l'action d'intégrer activement les personnes ou groupes marginalisés dans un environnement donné. Par exemple, dans le contexte des événements culturels, ou festivals de musique plus précisément, cela peut être représenté par l'ensemble des initiatives visant à accueillir et à impliquer activement la communauté LGBTQIA+. L'inclusion a été le sujet de plusieurs conventions et accords internationaux, comme par exemple la *“Convention des Nations unies relative aux droits des personnes handicapées”* ou encore la *“Déclaration des Nations unies relative aux droits de l'Homme et à l'orientation sexuelle et l'identité de genre”*. De plus, dans les 17 objectifs de développement durable des Nations Unies et l'agenda 2030 pour le développement durable, il est fait mention d'égalité, d'inclusion et de paix. La discrimination positive et les différentes lois anti-discrimination qui sont mises en place sont très aidantes afin d'aller vers une inclusion de certains groupes marginalisés (Mor Barak, 2015).

L'inclusion est un concept étudié dans de nombreux secteurs comme ceux de la culture (Durrer et Miles, 2009), des sciences sociales (Dupont, 2023), de l'éducation (Qvortrup & Qvortrup, 2017), de la technologie (Warschauer, 2003), des politiques publiques<sup>2</sup> ou encore du marketing et de la consommation (Arsel et al., 2022). En recherche sur la consommation, les études montrent que les consommateurs cherchent à être inclus dans le développement de produits et de services par exemple pour appartenir et développer une identité collective

---

<sup>2</sup> <https://lemarche.inclusion.beta.gouv.fr/ressources/quest-ce-que-linclusion/>

(Arsel et al, 2022). Ils souhaitent également que les produits soient développés avec leurs besoins spécifiques en tête et qu'ils les représentent de manière équitable (Arsel et al, 2022). Cela peut notamment permettre de combattre les préjugés et la stigmatisation.

Cela nous amène à considérer les festivals de musique non seulement comme des lieux d'inclusion et de diversité, mais aussi comme des espaces où se forment et s'expriment des communautés de consommateurs, souvent décrites en termes de tribus ou de néo-tribus.

## **Théorie néo-tribale et néo-tribalisme dans le domaine de la consommation**

Depuis une trentaine d'années, la recherche sur la consommation a développé un ensemble d'outils conceptuels et méthodologiques afin de « prendre en compte la dimension communautaire » de la consommation (Badot et Cova, 1995, p. 6). Parmi eux, le concept de tribu (et sa déclinaison en marketing tribal) s'est imposé comme un outil incontournable des analyses des expériences communautaires de consommation, qui diffère d'autres concepts tels que les sous-cultures ou les communautés de marque (Cova, 1997, 2019 ; Cova et al., 2007 ; Goulding et al., 2013). Les termes de tribalisme et de néo-tribalisme se sont ainsi imposés dans le champ de la consommation et sont souvent utilisés pour désigner la même chose. En effet, dans la littérature scientifique, de nombreux articles intervertissent les deux notions pour désigner le même objet.

Pourtant, il y a une distinction à faire entre les deux. D'après Cova (1997), le concept de tribu est associé à des valeurs « quasi-archaïques » et est fondé sur des caractéristiques traditionnelles comme la famille, la religion ou encore la nationalité. Le tribalisme fait référence au fait de favoriser les intérêts de son propre groupe (ethnique, culturel ou social) au détriment de la coopération avec des groupes extérieurs. Le tribalisme peut être observé dans divers contextes, y compris la politique, l'économie et la société en général. Dans une société post-moderne, chaque individu appartient à plusieurs tribus distinctes, où il tient des rôles différents. Le concept de tribu a été « réactualisé » pour laisser place au concept de néo-tribu, théorisé par Michel Maffesoli. Pour Maffesoli (1988), la néo-tribu est « sans la rigidité des formes d'organisation qui nous sont familières, elle renvoie plutôt à une certaine ambiance, un état d'esprit, et s'exprime de préférence à travers des modes de vie qui privilégient l'apparence et la forme » (p. 137). C'est un « brouillage des frontières » (Cova, 2019, p.19). Les néo-tribus sont souvent « hétérogènes en termes d'âge, de sexe, de revenu, etc. », (Vorobjovas-Pinta et Hardy, 2021, p.7). Dans un monde de plus en plus interconnecté, le néo-tribalisme peut transcender les frontières géographiques traditionnelles et se manifester dans des communautés en ligne et des *fandoms*.

Il semble y avoir un consensus dans la littérature sur deux aspects qui déterminent le néo-tribalisme. Le néo-tribalisme se caractérise donc par sa nature éphémère, c'est-à-dire que les individus peuvent participer à une multitude de regroupements temporaires (Hardy et al., 2013), et fluide, c'est-à-dire que les individus font des allées et venues (Carù et Cova, 2015), changeant de masque social au gré de leurs interactions. Certains auteurs nuancent néanmoins le concept, puisque selon eux, la néo-tribu peut se prolonger sur la durée en fonction du contexte. Dans la majorité des cas cependant, l'appartenance à une néo-tribu est à court-terme et dure le temps d'une série d'expériences et d'interactions entre ses membres (Keller, 2008). Ces tribus sont éphémères mais ces regroupements temporaires sont tout de même intenses (Cova et Shankar, 2018) et ces expériences peuvent être transformantes (Skandalis, Byrom et Banister, 2016), mobilisant des ressources matérielles et symboliques pour construire leur identité collective. D'après Goulding et al. (2013), les tribus sont multiples, ludiques, transitoires et entrepreneuriales, ce qui les différencie d'autres concepts comme les sous-cultures.

Comme évoqué précédemment, les individus appartenant à une néo-tribu forment des groupes instables mais ils sont maintenus ensemble essentiellement grâce à des émotions et des passions (Otnes et Maclaran, 2007). Les tribus de consommateurs se rassemblent donc autour « d'expériences éphémères liées à un produit, un service, une marque ou une activité de consommation spécifique » (Carù et Cova, 2015, p. 280). La consommation d'un produit ou d'un service en communauté joue un rôle de « liaison » (Cova, 1995). En effet, le néo-tribalisme favorise le développement du lien social en offrant aux individus un sentiment d'appartenance et de solidarité au sein de leur tribu éphémère. En participant à des activités collectives, en partageant des expériences communes et en célébrant des rituels partagés, les membres des tribus néo-tribales renforcent leurs liens sociaux et contribuent à la construction d'une identité collective. Le néo-tribalisme remet ainsi en question les notions conventionnelles d'identité, d'appartenance et de solidarité.

## **Contexte et méthode de la recherche**

Dans le contexte de l'événementiel, un « événement » désigne toute manifestation organisée rassemblant un public autour d'une activité spécifique, qu'elle soit culturelle, sportive, commerciale ou sociale (Ananian, Clergeau et Piriou, 2017). Ces événements sont des lieux où les comportements à risque peuvent être exacerbés, comme par exemple des festivals de musique ou des événements sportifs. Par comportements à risque, nous entendons toutes les différentes formes que peut revêtir l'agression dans les interactions humaines, comme exposé dans *Les conduites agressives* (Pahlavan, 2002). Fileborn et al. (2020) soulignent le peu de recherches académiques disponibles sur le sujet dans leur analyse sur les nombreux épisodes de violence dans des festivals australiens. Selon Platt et Finkel (2020), les événements sont vus comme des lieux de rupture où les débordements seront plus tolérés. Il faut prendre en compte la nature imprévisible des individus présents dans les

festivals. Par ailleurs, la consommation d'alcool et de drogues dans des événements rend les minorités plus vulnérables à ces comportements (Fileborn et al., 2020). Tous ces paramètres font que l'inclusion peut également être mise à mal lors d'événements culturels.

Néanmoins, le secteur des loisirs et des arts est considéré comme un moyen efficace pour aborder l'inclusion sociale et, de manière plus spécifique, les événements ont un impact important sur celle-ci (Laing et Mair, 2015). En fonction de ce qui est mis en avant et à l'honneur dans un événement, cela permet de mettre en lumière ce qui est important pour une société (Finkel et al., 2018). Ils peuvent délivrer des messages sociaux ou politiques et influencer des changements de comportements. Par conséquent, à l'inverse, en ne prenant pas en compte certains éléments, comme par exemple un segment de la population comme la communauté LGBTQIA+, les événements les marginalisent et les excluent automatiquement. C'est donc parce que ces événements favorisent l'inclusion, qu'ils peuvent aussi, paradoxalement, créer des situations d'exclusion. Par exemple, un événement axé sur la diversité peut donner le sentiment à certaines personnes, qui ne s'y identifient pas, d'être mises à l'écart.

Pour ce travail, nous avons mis en place une démarche compréhensive (Dumez, 2013) basée sur des entretiens qualitatifs. Pour recruter nos répondant·e·s, nous avons commencé par recruter dans notre entourage puis avons eu recours à la méthode « boule de neige », en demandant à nos répondant·e·s s'ils et elles connaissaient d'autres personnes susceptibles de répondre à nos questions. Les entretiens ont donc été menés sur la base d'un guide d'entretien qui comportait les principaux thèmes que nous souhaitions aborder (expériences festivalières, lien avec la communauté LGBTQIA+, opinion sur certaines mesures d'inclusion mises en place...) avec une introduction, une phase spontanée, une phase assistée et une phase réaction. Nous avons donc eu des réponses à nos questions de la part de quinze personnes, âgées de 21 à 55 ans. Ces personnes se sont toutes rendues à au moins un festival de musique (souvent plus) et six d'entre elles ont également été bénévoles ou organisatrices lors de festivals de musique. Elles appartiennent toutes à la communauté LGBTQIA+ et les orientations sexuelles et identités de genre des répondant.e.s sont variées.

## **Résultats principaux**

Dans le cadre de notre étude, nous avons donc cherché à étudier les expériences festivalières de personnes issues de la communauté LGBTQIA+. Nous avons ainsi mis l'accent sur leur perception générale de ces événements culturels mais également sur leurs histoires et vécu personnels, notamment en termes de sécurité et d'inclusion en tant que personne appartenant à la communauté LGBTQIA+. Les résultats suggèrent que les festivals de musique ne produisent pas systématiquement de discrimination et peuvent, dans certains cas, jouer un rôle positif en matière d'inclusion, notamment envers la communauté LGBTQIA+.

Cependant, ce rôle n'est pas automatique ni universel. Le contexte spécifique du festival, ainsi que la gestion des organisateurs, influencent fortement cette dynamique.

Ainsi, nos entretiens ont révélé un sentiment général de positivité parmi les participant·e·s en ce qui concerne les différentes expériences festivalières qu'ils et elles ont eu. Les répondant·e·s ont insisté sur l'ambiance d'insouciance et de liberté associées aux festivals, qui représentent des lieux où ils peuvent être eux-mêmes sans crainte de jugement. Un répondant a même exprimé une idée qui renvoie à la notion d'inclusion : « *Si on est là c'est qu'on veut vivre la même expérience, voir les mêmes concerts donc on a au moins ce point en commun, il n'y a pas de raison de discriminer* » (Sasha, 23 ans) Cette phrase témoigne du sentiment de communauté qui peut naître lors des festivals de musique. La diversité et le mélange des publics et des genres musicaux sont également des aspects essentiels de l'expérience festivalière que soulignent les répondant.e.s.

Une autre idée évoquée durant les entretiens qui semble importante à noter est le fait que dans l'effervescence des festivals, les festivalier·e·s et leur « tribu » sont souvent dans leur propre bulle, absorbés par la musique et l'atmosphère festive, et ignorent ce qui se passe autour d'eux. Cette attitude insouciance permet d'offrir un répit bienvenu aux réalités extérieures mais elle soulève également des questions sur la conscience sociale et l'inclusion au sein de ces événements. Plusieurs répondant.e.s ont souligné le fait que l'identité de genre ou l'orientation sexuelle n'a plus aucune importance pour les gens dans ces événements culturels puisque les festivalier·e·s n'y font tout simplement même plus attention. Ainsi, il semblerait que le contexte festivalier incite à une forme d'évasion où les groupes sont « dans leur bulle » et ne font plus attention aux autres (ce qui peut être à la fois positif puisque cela réduirait les attitudes discriminantes ; ou négatif puisque plus personne ne se soucie des autres). Cela peut inviter à une réflexion plus profonde sur la manière dont nous interagissons avec les autres dans le contexte des événements culturels.

Les festivals, bien qu'étant des lieux de célébration et d'insouciance, peuvent aussi être le théâtre d'expériences moins enthousiasmantes. Entre les comportements indésirables et les dérives liées à la consommation d'alcool, ces événements ne sont pas uniquement positifs. Quatre des répondant.e.s ont été victimes d'actes homophobes lors de festivals qui les ont mis mal à l'aise et ont nui, momentanément, à leur expérience festivalière.

Les festivals de musique représentent souvent bien plus que de simples concerts et deviennent des lieux hors-du-temps sur plusieurs jours où se rassemblent des milliers de personnes pour un même but. Dans le cadre de notre étude, nous avons cherché à déterminer si les répondant.e.s trouvaient que les festivals étaient inclusifs, et plus particulièrement inclusifs envers la communauté LGBTQIA+. L'inclusion ne se limite pas à l'accès physique à l'événement. Elle englobe également la création d'un environnement accueillant et respectueux où tou.te.s les participant.e.s se sentent valorisé.e.s et représenté.e.s. Un festival n'est pas inclusif juste parce qu'il n'y a pas eu d'incidents. De plus, l'absence d'exclusion ne

signifie pas nécessairement que tous les individus vont se sentir inclus ou représentés de manière équitable. Même en l'absence de discrimination directe, certaines personnes LGBTQIA+ peuvent se sentir marginalisées en raison de leur identité qui n'est pas représentée dans l'événement (par exemple une personne non-binaire qui doit choisir entre des toilettes pour hommes ou pour femmes). Pour certains répondant.e.s, la musique est elle-même vecteur d'inclusion. En effet, la musique joue un rôle central dans la création de communautés et dans le renforcement des liens sociaux depuis longtemps. Pour beaucoup, c'est une plateforme pour s'exprimer librement, indépendamment de son origine, orientation sexuelle ou identité de genre. Dans le contexte des festivals, elle rassemble autour d'une passion commune et devient un endroit pour la partager, ce qui lui conférerait un aspect inclusif : « *la musique c'est un truc assez universel où déjà on peut trouver la communauté LGBT sans qu'il n'y ait particulièrement d'actions faites pour elle. Dans ma tête c'est déjà inclusif en soit* » (Laura 1, 22 ans).

## Discussion et conclusion

Comme nous l'avons vu dans la littérature, les néo-tribus, concept développé par le sociologue Michel Maffesoli, font référence à des groupes éphémères et fluides qui se forment autour d'intérêts communs, de modes de vie partagés ou d'expériences partagées plutôt que sur des liens traditionnels tels que la famille ou la proximité géographique. Les événements comme les festivals de musique sont des lieux propices à la formation de néo-tribus entre des festivalier.e.s qui partagent un intérêt commun pour un genre musical, un artiste ou une ambiance particulière. Puisque ces tribus sont caractérisées par un sentiment d'appartenance partagé, de camaraderie et d'identité collective, nous nous sommes demandé si elles jouaient un rôle dans la promotion de l'inclusion envers la communauté LGBTQIA+.

Les tribus de consommateurs offrent un moyen utile de décrire les expériences communautaires de consommation qui diffèrent des sous-cultures de consommation et des communautés de marques. Contrairement aux sous-cultures, les tribus ne sont pas des subversions durables des institutions dominantes et, contrairement aux communautés de marques, les tribus ne recherchent pas des marques emblématiques comme lieux d'expériences de consommation. Au contraire, au sein des tribus, les liens sociaux établis entre les consommateurs - ou la valeur de liaison entre consommateurs - sont plus importants que ce qui est consommé (Cova, 1997). En outre, contrairement aux sous-cultures et aux communautés de marque, l'appartenance à une communauté est fragmentée et éphémère. (Goulding et al., 2013).

Contrairement à ce que nous avons vu dans la littérature, il semblerait que ce phénomène de création et d'appartenance à une néo-tribu dans un festival ne soit pas aussi exacerbé que certaines études portant sur des festivals comme le Hellfest et sa « tribu métal » (Mombelet



et Ferrand, 2012). En effet, les répondant·e·s ont confié ne pas vraiment se mélanger à d'autres groupes et avoir des interactions dans l'ensemble très limitées avec des individus qui n'appartiennent pas à leur groupe d'amis originel. Ils sont « dans leur bulle ». Dans le cas des expériences festivières de nos répondant·e·s, un intérêt commun se manifeste clairement : s'amuser et profiter du moment et de la musique. Mais le sentiment d'appartenance à une tribu ne semble pas prévaloir contrairement à ce qu'un certain nombre d'étude sur les festivals de musique a pu mettre en évidence (e.g., Collin-Lachaud, 2010). Ainsi, nous n'observons pas de dynamique d'inclusion active des personnes LGBTQIA+ grâce à la formation de néo-tribus lors des festivals, mais plutôt une absence d'exclusion due à une attitude d'indifférence généralisée des participant·e·s vis-à-vis des un·e·s des autres.

Cependant, notre enquête met en évidence la création de liens sociaux entre les festivalier·e·s, ce qui donne une responsabilité en termes d'inclusivité aux organisateurs. En utilisant la notion de passion partagée, les organisateurs peuvent encourager les festivalier·e·s à se connecter autour d'intérêts communs et de valeurs partagées. Cela peut être en créant des espaces de rencontre, comme des stands, qui favorisent les interactions sociales. Ainsi, comme l'ont récemment suggéré Cova et Barès (2024), il semble pertinent de rompre le concept de lien social « avec ses racines tribales ». Comme l'expliquent les auteurs « l'ancrage tribal, qui a fait la force de sa théorisation initiale en attirant les chercheurs, est aujourd'hui un inconvénient car il limite les applications potentielles du concept de valeur de lien à une époque où le monde social est en pleine mutation ». Ainsi, même si le concept de (néo)tribu ne semble pas constamment pertinent et applicable dans le contexte des festivals de musique, la notion de lien social, conscientisée ou non, mérite d'être mieux prise en compte par les organisateurs d'événements. En effet, elle est souvent abordée par ces derniers sous l'angle de la « prévention », visant à encadrer les interactions sociales pour limiter les débordements. Toutefois, ces mesures ne devraient pas uniquement viser à limiter les risques, mais aussi à encourager un environnement favorable aux connexions positives et à l'inclusion.

De plus, les festivals de musique peuvent être des plateformes avec un potentiel pour influencer les attitudes et les comportements de leurs participant·e·s (ces effets ne sont pas nécessairement généralisables à tous les événements, bien que certains festivals favorisent l'inclusion). Cependant, cela reste limité et dépend de la manière dont ils sont organisés (si le message transmis est clair et n'est pas qu'un message de surface comme dans les cas de *pinkwashing* ou de *greenwashing*) et de l'engagement de leurs participant·e·s à s'ouvrir à de nouvelles perspectives (facteur que l'on n'a pas pu mesurer ici). De nombreuses politiques et initiatives pourraient être intéressantes à mettre en place durant les festivals de musique – ou événements en général – pour que tou·te·s s les participant·e·s LGBTQIA+ se sentent bienvenu.e.s, respecté.e.s et en sécurité (dispositifs de sécurité, de communication, d'éducation ou d'actions plus subtiles à mettre en place). Cependant, les réalités complexes de l'inclusion dans les festivals ne doivent pas être sous-estimées puisque les organisateurs

doivent jongler avec une multitude de considérations sociales, politiques et économiques, tout en préservant l'identité propre de leur événement.

## Références

- Ananian P., Clergeau C., Piriou J. (2017), *Tourisme et événementiel : enjeux territoriaux et stratégies d'acteurs*. Presses de l'Université du Québec.
- Arsel Z., Crockett D. Et Scott M.L. (2022). Diversity, Equity, and Inclusion (DEI) in the Journal of Consumer Research: A Curation and Research Agenda. *Journal of Consumer Research*, Volume 48, p920-921.
- Badot O. et Cova B. (1995), Communauté et consommation : prospective pour un « marketing tribal », *Revue Française du Marketing*, (151): 5-18.
- Carù A. et Cova B. (2015). Co-creating the collective service experience. *Journal of Service Management*, 26(2), p.280.
- Collin-Lachaud, I. (2010). Eurockéennes, Francofolies, Vieilles Charrues ou Main Square Festival: Le rituel communautaire comme source de fidélisation. *Décisions Marketing*, 60(4), 43-53. <https://doi.org/10.3917/dm.060.0043>
- Cova B. (1995). *Au-delà du marché: quand le lien importe plus que le bien*. L'Harmattan, Paris.
- Cova B. (1997). Community and consumption: Towards a definition of the "linking value" of product or services. *European Journal of Marketing*, Volume 31, p.298-300.
- Cova B. (2019). Jamais sans ma tribu ! Modulations de la relation de service en marketing tribal. *Décisions Marketing*, Volume 95, p.19. <https://doi.org/10.7193/DM.095.15.32>.
- Cova B. et Barès F. (2024) Extricating the concept of linking value from its tribal gangue. *Marketing Theory*. Online first.
- Cova B. et Shankar A. (2018). Consumption tribes and collective performance, In Arnould, E.J. et Thompson, C.J., Eds., *Consumer Culture Theory*, Londres, Sage, pp. 87-106.
- Cova, B., Kozinets, R. V., & Shankar, A. (2007). *Consumer Tribes*. Routledge.
- Dorais M. et Breton S. (2019). *Nouvel éloge de la diversité sexuelle*. Vlb éditeur.
- Dumez H. (2013). Méthodologie de la recherche qualitative. Les 10 questions clés de la démarche compréhensive. *Revue française de sociologie*, Volume 56, p.194-196.
- Dupont M. (2023), L'« inclusion », une porte ouverte sur les entraves et les hiérarchies sociales, *Lemonde.fr*, 20 septembre.
- Finkel R., Platt L. (2020). *Gendered violence at international festivals: an interdisciplinary perspective*. Routledge.

- Fileborn B., Wadds P., Tomsen S. (2020). Sexual harassment and violence at Australian music festivals: Reporting practices and experiences of festival attendees. *Australian & New Zealand Journal of Criminology*, 53(2), 194-212. <https://doi.org/10.1177/0004865820903777>.
- Finkel R., Sharp B., & Sweeney M. (2018). *Accessibility, Inclusion, and Diversity in Critical Event Studies*. Taylor & Francis.
- Hardy A., Vorobjovas-Pinta O. (2021). Resisting Marginalisation and reconstituting space through LGBTQI+ events. *Journal of Sustainable Tourism*, Volume 29, p.7.
- Inclusion. Office québécois de la langue française. <https://vitrlinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/fiche-gdt/fiche/26560999/inclusion>.
- Laing J., et Mair J. (2015). Music Festivals and Social Inclusion – The Festival Organizers’ Perspective. *Leisure Sciences*, 37, 1-17. <https://doi.org/10.1080/01490400.2014.991009>
- Le Monde (2024a). L’Elysée défend la position de Macron sur le changement d’état civil en mairie, la gauche et les associations LGBTQIA+ indignées. 19 juin.
- Le Monde (2024b). A Paris, quatre militants d’ultradroite ont été condamnés pour une agression homophobe. 12 juin
- Libération (2024). Forte hausse des actes anti-LGBT+ en 2023 selon le ministère de l’intérieur. 16 mai.
- Maffesoli M. (1988). *Le Temps des Tribus : le déclin de l’individualisme dans les sociétés postmodernes*. La Table Ronde.
- Mombelet, A., et Ferrand, L. (2012). Musiques rock et metal: regards et perspectives des sciences humaines et sociales. *Sociétés*, 11(3), 5-13.
- Mor Barak M. (2015). Inclusion is the Key to Diversity Management, but What is Inclusion?. *Human Service Organizations Management*, Volume 39, p.83-84.
- Otnes C. et Maclaran P. (2007). The Consumption of Cultural Heritage among a British Royal Family Brand Tribe. *Consumer Tribes*.
- Pahlavan F. (2002). *Les conduites agressives*. Armand Colin.
- Quatre militants d’ultradroite condamnés pour une agression homophobe à Paris*. (12 juin 2024). Franceinfo. [https://www.francetvinfo.fr/faits-divers/paris-quatre-militants-d-ultradroite-condamnes-pour-une-agression-homophobe\\_6600231.html](https://www.francetvinfo.fr/faits-divers/paris-quatre-militants-d-ultradroite-condamnes-pour-une-agression-homophobe_6600231.html)
- Qvortrup, A., & Qvortrup, L. (2017). Inclusion: Dimensions of inclusion in education. *International Journal of Inclusive Education*, 22(7), 803-817. <https://doi.org/10.1080/13603116.2017.141250>
- Skandalis A., Byrom J. et Banister E. (2016). Paradox, tribalism, and the transitional consumption experience: in light of post-postmodernism. *European Journal of Marketing*, 50(7/8), p.2-3.
- Sondage BVA pour Le Refuge (2024), La situation des jeunes LGBT+ en France. Juin. url : [https://le-refuge.org/wp-content/uploads/2024/06/Le\\_Refuge\\_La\\_situation\\_des\\_jeunes\\_LGBT\\_en\\_France\\_Juin\\_2024.pdf](https://le-refuge.org/wp-content/uploads/2024/06/Le_Refuge_La_situation_des_jeunes_LGBT_en_France_Juin_2024.pdf)
- Warschauer, M. (2003). *Technology and Social Inclusion: Rethinking the Digital Divide*. The MIT Press.