

## Déplacer la scène sur les lieux du travail

Et si les entreprises proposaient des moments de musique en *live* durant la journée de travail à leurs collaboratrices et collaborateurs ? Quels seraient les impacts de ces moments musicaux collectifs ? C'est ce qu'a exploré le projet *musicdrops@work* dans trois entreprises de Suisse romande.

**Angelika Güsewell**, directrice de la recherche, **Sarah Gay-Balmaz**, assistante de recherche, et **Catherine Imseng**, collaboratrice de recherche, HEMU – Haute École de Musique, HES-SO Haute école spécialisée de Suisse occidentale

Alors que l'absentéisme, le stress et les arrêts de travail liés à un burnout engendrent des coûts élevés, les initiatives favorisant la qualité de vie, le bien-être et le sentiment d'appartenance au travail constituent un enjeu important pour les entreprises. Quant au monde de la musique classique, il fait face à des défis tels que le vieillissement ou le non-renouvellement de son public. Les professionnel·les réagissent et explorent de nouvelles modalités de transmission, de partage et de médiation de leur art.

Dans ce contexte où musicien·nes comme entreprises doivent réinventer leurs pratiques, la recherche *musicdrops@work*<sup>1</sup> a testé une démarche innovante : de courts concerts de musique classique en *live* proposés aux collaboratrices et collaborateurs durant leur journée de travail.

### Terrains et publics spécifiques

Concrètement, des étudiant·es de l'HEMU - Haute école de musique ont joué un répertoire varié de musique classique en *live*, dans les locaux de trois entreprises sises à Lausanne. Pour ces entreprises, la participation au projet impliquait d'héberger un piano et de libérer leur personnel durant dix minutes hebdomadaires, en dehors des pauses usuelles, sur une période de douze semaines.

En amont, les employé·es volontaires ont répondu à des questionnaires concernant la place de la musique dans leur vie, leur engagement et leur bien-être au travail. Après chaque mini-concert, ils et elles ont été invité·es à donner de courts retours via une application qu'ils et elles avaient téléchargée sur leur téléphone portable. Finalement, ils et elles ont été sollicités pour des entretiens de groupe, afin de recueillir leur vécu subjectif de l'expérience.

---

<sup>1</sup> Cette recherche menée par l'HEMU - Haute École de Musique, en partenariat avec trois entreprises a été financée par le Fonds national suisse de la recherche scientifique.

Les séries de concerts se sont adressées à trois publics représentant trois corps de métiers différents. Le Tableau ci-dessous (Fig. 1) comprend quelques données sociodémographiques (genre, formation, durée d'écoute musicale par semaine, pratique musicale), ainsi que des nuages de mots qui rendent compte des préférences musicales de ces trois publics.

	A. Concessionnaire automobile	B. Menuiserie	C. Bureau d'ingénierie
Equipes concernées	Atelier de réparation	Personnel de vente, équipe administrative et technique	Tous les collaborateurs et collaboratrices
Nombre de personnes	N = 64	N = 30	N = 32
Genre	64 hommes, 0 femmes	17 hommes, 13 femmes	22 hommes, 10 femmes
Formation			
○ Ecole obligatoire	29.2 %	3.4 %	9.4 %
○ Apprentissage	66.7 %	55.2 %	37.5 %
○ Maturité	4.2 %	20.7 %	6.3 %
○ Bachelor		6.9 %	6.3 %
○ Master		13.8 %	31.3 %
○ PhD			9.4 %
Ecoute musicale			
○ < 1h/semaine	4.0 %	3.3 %	3.2 %
○ 1-3h/semaine	12.0 %	13.3 %	19.4 %
○ 3-6h/semaine	28.0 %	33.3 %	29.0 %
○ > 6h/semaine	56.0 %	50.0 %	48.4 %
Pratique musicale			
○ Passée	36.0 %	56.7 %	45.2 %
○ Actuelle	4.0 %	23.3 %	19.4 %
Styles de musique écoutés			

Fig. 1 – Entreprises, publics et préférences musicales

La diversité de styles favorisés est plus restreinte chez les ouvriers de l'atelier de réparation du concessionnaire automobile que chez les collaborateur·ices de la menuiserie ou du bureau d'ingénieurs. Le goût pour la musique classique, placée au cœur des interventions musicales proposées, n'apparaît pas chez l'équipe de l'entreprise A, un peu dans la société C et de manière importante dans l'entreprise B.

Malgré ces différences et spécificités en termes d'affinités musicales, les retours reçus ont permis de constater que l'appréciation des pièces interprétées lors des interventions a été globalement élevée dans les trois sociétés. La plus ou moins grande familiarité des participant·es avec la musique classique ne semble donc pas avoir joué de rôle par rapport à cette dimension du vécu subjectif. En revanche, plus le niveau de formation est élevé, plus les employé·es témoignent de réactions corporelles, du sentiment d'avoir oublié la réalité ou encore d'avoir eu envie de partager leur vécu avec leurs collègues. De même, le fait d'avoir

pratiqué un instrument durant l'enfance et/ou l'adolescence va de pair avec des manifestations physiques et surtout, une plus grande appréciation de la musique.

## Écouter ensemble, (se) ressource(r) au travail

Si les habitudes et pratiques individuelles préexistantes envers la musique classique étaient variées, il ressort des entretiens de groupe menés au terme de l'expérience dans chaque entreprise que les concerts ont été assimilés à des moments de « détente ». Pour les collaborateur·ices, ces moments ont leur ont permis de prendre de la distance par rapport aux tâches en cours et à leur environnement immédiat. Les interventions musicales ont donc favorisé un genre de « reprise de soi » et ont créé une opportunité de « réaccéder à une forme d'autonomie dans le cadre contraint du travail », notamment via l'imagination (Hatzfeld<sup>2</sup>).

Au niveau social, la notion de « partage » a souvent été évoquée. Les collaborateur·ices soulignent que l'écoute collective offre une expérience commune hors des tâches professionnelles, ce qui occasionne de nouveaux échanges et permet d'évoquer des vécus personnels ou des ressentis avec les collègues. Il s'avère que ces discussions ont lieu principalement entre celles et ceux qui se connaissent déjà et que les interventions musicales contribuent donc avant tout à nourrir et renforcer des relations préexistantes. En résumé, il semble que l'écoute en groupe favorise des dynamiques positives intra-équipes et peut contribuer au bien-être de la collectivité.

## L'importance de l'espace-scène et la ritualisation des concerts

Offrir aux équipes la possibilité d'interrompre leur travail pour écouter de la musique *live* a nécessité de « ritualiser » ces moments, de définir des horaires et surtout de mettre à disposition un espace dédié aux interventions. Dans toutes les entreprises, l'espace autour du piano a été aménagé de manière à créer un cadre de concert, une sorte de "scène". Si une certaine distance entre les artistes et le public a été recherchée, même dans les espaces exigus, il n'y avait pas forcément de sièges pour le public qui est alors resté debout lors des premiers concerts. Après quelques semaines, les employés du garage automobile se sont organisés, se sont appropriés des éléments de leur environnement de travail pour s'installer plus confortablement, comme ils le feraient sur des sièges lors d'un concert dans un cadre plus traditionnel (voir Fig. 2a et 2b).

Dans le bureau d'ingénierie le piano a d'abord été placé dans un couloir, ce qui ne permettait pas à toute l'équipe de se réunir. Cela signifiait que la plupart des collaboratrices et collaborateurs restaient assis à leur poste de travail (Fig. 2c). L'agrandissement des locaux a permis de déplacer le piano après quelques semaines dans un espace adjacent aux bureaux proprement dits, ce qui a permis à toute l'équipe de se réunir dans un espace de concert plus

---

<sup>2</sup> Hatzfeld, N. (2002). La pause casse-croûte. Quand les chaînes s'arrêtent à Peugeot-Sochaux. *Terrains*, 39, 33-48.

neutre (Fig. 2d). Selon le personnel, le déménagement a été crucial, car il renforçait l'aspect "exceptionnel" des concerts, considérés comme des événements ayant leur propre espace, déconnectés des tâches habituelles, comme le montre le petit extrait d'entretien ci-dessous<sup>3</sup> :

Arthur. Ouais, je pense qu'au début, on n'a pas bien réfléchi au positionnement de la performance, un tout petit couloir, je pense que ça n'a pas aidé pour les premiers spectacles, donc ouais, désolé pour les premiers concerts... c'était vraiment un petit endroit et tout le monde était un peu plus éparpillé. Et puis quand nous avons déménagé ici au restaurant, c'était beaucoup mieux - j'ai l'impression qu'il y avait plus de mouvement, les gens devaient vraiment se lever pour venir écouter.

Gregory. L'emplacement compte

Kevin. Exactement, exactement ouais !

Gregory. Ça booste l'atmosphère....

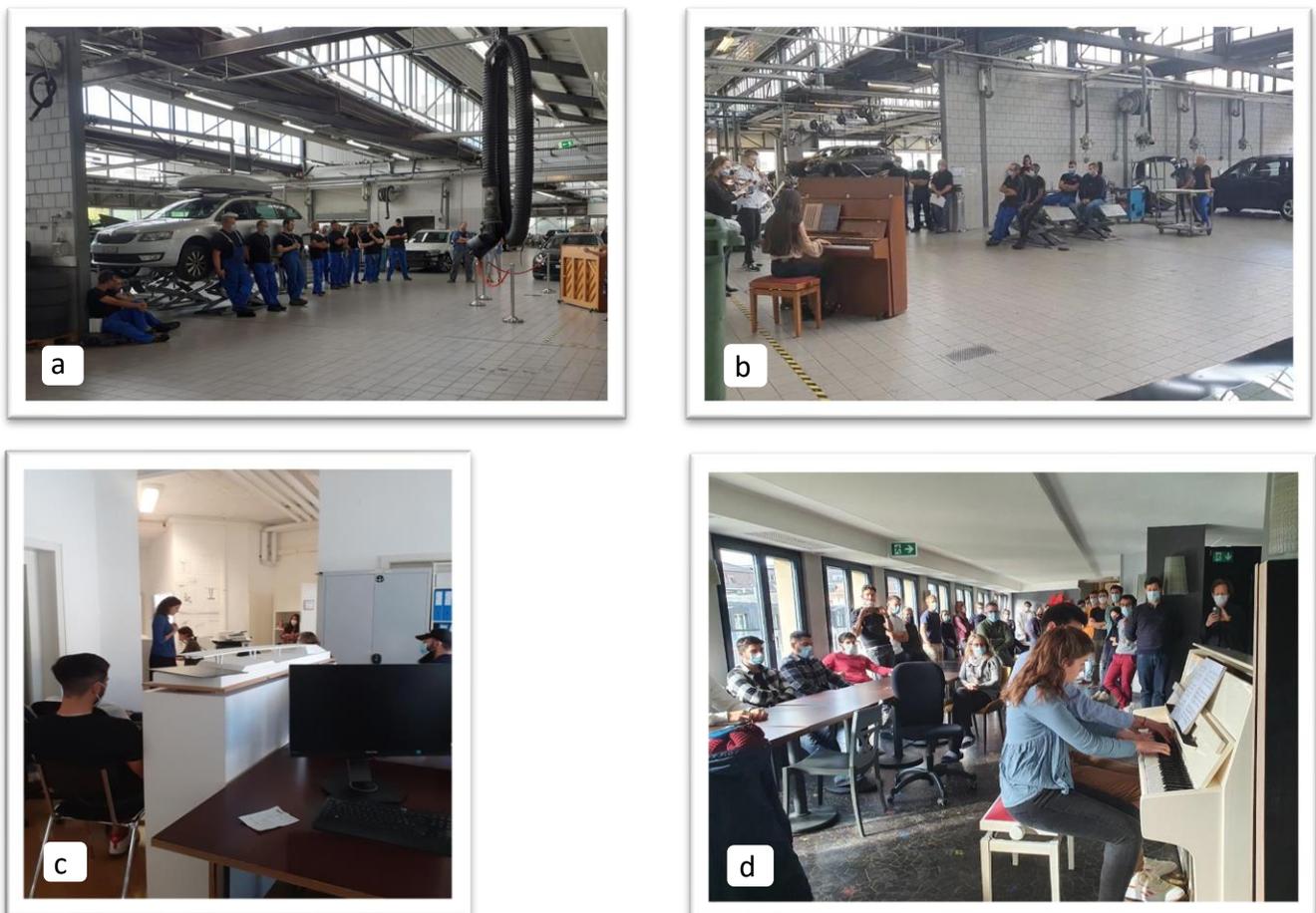


Fig.2 – Espaces de concert et « ritualisation » dans deux entreprises

<sup>3</sup> Focus groupe réalisé en décembre 2021 dans le bureau d'ingénierie

En résumé, les résultats indiquent que l'écoute collective de concerts en *live* peut favoriser la qualité de vie au travail en favorisant le bien-être subjectif et social du personnel. Ces enjeux s'avèrent prégnants en termes de gestion des ressources humaines.

Si *musicdrops@work* a soutenu l'accès à la culture en entreprise pour toutes et tous, il a aussi été noté que la décision d'accueillir ce projet est venue 'd'en haut', soit des trois directions. Les équipes n'ont pas été impliquées dans la conception et la mise en œuvre du dispositif. Elles n'ont donc pas pu se prononcer sur le choix de l'endroit d'installation du piano et de la « scène », celui de l'horaire ou du répertoire.

Adopter une démarche plus participative et horizontale serait une piste intéressante pour la suite. Elle contribuerait à interroger et faire évoluer le décroisement de l'art ainsi que la médiation des pratiques culturelles, ce qui est un enjeu majeur pour la future génération de musicien·nes classiques et surtout, un enjeu sociétal en faveur du bien-vivre ensemble.

Pour en savoir plus :

Güsewell, A., Gay-Balmaz, S., & Imseng, C. (2022). Musicdrops@work: impact of shared listening to short live music interventions on sense of belonging and subjective well-being at work. *Frontiers in Psychology*.

<https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2022.865938/full>