

Colloque // Montpellier 12-13 novembre 2009

Am
public N°1
l'audience des festivals

Synthèse et points de vue



Ami public n°1 : L'audience des festivals

Fondée en 1959, France Festivals (Fédération Française des Festivals internationaux de musique) a célébré ses 50 ans par un événement d'envergure : un colloque de dimension internationale organisé les 12 et 13 novembre 2009 à l'Opéra Comédie de Montpellier, avec le soutien de la Région Languedoc-Roussillon et bénéficiant du partenariat privilégié de Réseau en Scène Languedoc-Roussillon.

Plus de 300 personnes, dont de nombreux directeurs de festivals en France et à l'étranger, sont venues au rendez-vous. À cette occasion, les résultats de l'étude menée par Emmanuel Négrier sur les publics des festivals ont été présentés⁽¹⁾.

Quatre tables rondes ont ensuite eu lieu au cours de ces deux journées riches d'échanges, de débats et de questionnements. Elles ont porté sur les nouvelles pratiques et nouveaux publics des festivals, les stratégies de programmation, les festivals et le développement local et enfin, les festivals en tant qu'instruments des politiques culturelles. Une vingtaine d'intervenants étaient présents, dont des directeurs ou présidents de festivals de la région et de la France entière, comme Armand Meignan (Europa Jazz Festival au Mans), David Olivera (Festival International de musique de Besançon), Geneviève Girard (Les Méditerranéennes), René Koering (Festival de Radio France et Montpellier Languedoc-Roussillon), Franck Tanneau (Festival Chapiteuf de Castelnaudary), Benoît Thiebergien (Festival les 38^e Rugissants de Grenoble) ou encore Odile Pradem-Faure (Festival de Saintes). Étaient également présents des universitaires comme Pascal Le Brun-Cordier (Professeur associé à l'Université Paris 1), Jean-Louis Fabiani (Directeur d'Études à l'École pratique des Hautes Études en Sciences Sociales), Lluis Bonet (Professeur d'économie de l'Université de Barcelone), etc.

Enfin, pour fêter cet anniversaire en musique, les participants ont été conviés par France Festivals à trois concerts, en partenariat avec l'Orchestre National de Montpellier Languedoc-Roussillon et le Festival de Radio France et Montpellier Languedoc-Roussillon.

⁽¹⁾ En 2003, à Royaumont, France Festivals s'interrogeait sur l'utilité des festivals et leur apport dans l'univers musical (« La musique a-t-elle besoin des festivals ? »). Trois ans plus tard, à l'Épau, la question portait sur « Les nouveaux territoires des festivals ».

Emmanuel Négrier, chercheur au CNRS

Quelle fut la méthode suivie par votre équipe pour aborder le sujet des publics des festivals ?

Emmanuel Négrier : Nous avons comme objectif d'atteindre la plus grande diversité d'esthétiques musicales, et de nous ouvrir aussi aux festivals et spectacles de danse. Cela nous a conduit à sacrifier les festivals de cinéma, de théâtre et autres, pour approfondir le plus possible le champ des musiques, notamment. Ils composent tout de même la grosse majorité de l'offre culturelle de festivals en France. Nous avons donc défini un panel de festivals volontaires pour participer à l'enquête, dont 19 en Languedoc-Roussillon, grâce au partenariat avec la Région Languedoc-Roussillon et Réseau en Scène Languedoc-Roussillon. Nous avons ensuite réalisé un questionnaire, distribué en amont des spectacles. Deux-cent-sept spectacles ont été enquêtés sur toute l'année 2008 et nous avons traité 23 344 questionnaires.

Quelles questions avez-vous posées aux spectateurs ?

E. N. : Nous avons d'emblée éliminé les questions de satisfaction, qui nous semblaient plus dans les préoccupations d'un festival en particulier que dans l'analyse sociologique des publics. Et nous nous sommes concentrés sur des questions concernant la pratique du festival (motivation, fidélité, intensité, accompagnement, etc.), les pratiques culturelles par ailleurs (d'autres festivals, des concerts, de la lecture, etc.), les goûts et l'identité des personnes (âges, sexes, professions et catégories socio-professionnelles, etc.).

Pouvez-vous donner les principaux résultats de l'étude ?

E. N. : Il est difficile de le dire en trois lignes, mais si je devais résumer, je dirais qu'on est face à deux images un peu surprenantes et face à un constat ambivalent. L'image que nous avons des festivaliers est en gros la suivante : des amateurs regroupés en un même lieu d'une année sur l'autre, goûtant pour l'occasion à une multitude de spectacles. En réalité, 39 % des spectateurs en moyenne sont nouveaux (parfois bien plus, mais jamais moins de 20 %), et 39 % (est-ce un hasard ?) sont des spectateurs d'un seul soir ! Il y a donc plus de renouvellement qu'attendu. Qui sont ces nouveaux spectateurs que les lieux permanents ont tant de difficulté, parfois, à attirer ? Certes, ces nouveaux spectateurs ne dérogent pas à la règle d'une certaine inégalité d'accès à l'offre artistique : ils ne sont massivement ni agriculteurs ni ouvriers. Mais nos résultats suggèrent qu'il n'y a pas lieu, non plus, de sombrer dans un pessimisme élitiste. Le renouvellement du public n'est pas que statistique, il est aussi générationnel - public plus jeune, et social - public moins favorisé, et ce quelque soit l'esthétique : dans les musiques savantes, comme dans le jazz, les musiques actuelles ou la danse. C'est un incontestable

« Le renouvellement du public n'est pas que statistique, il est aussi générationnel - public plus jeune, et social - public moins favorisé »



Emmanuel Négrier

© Luc Jemepin

encouragement pour les stratégies de festivals orientées vers ces « publics empêchés », même si la réussite n'est pas toujours au rendez-vous.

Ces résultats vous ont-ils surpris et ont-ils étonné les directeurs de festivals ? Quels retours avez-vous de leur part ?

E. N. : Nous avons remis nos résultats à chacun des festivals en particulier. Et nous avons pris le soin de les questionner sur leur public, avant l'enquête. Je vais vous raconter une anecdote : deux dirigeants de festivals sont persuadés d'avoir un problème du côté des actifs. Le premier pense avoir d'un côté un grand nombre de jeunes (des étudiants) et de l'autre une grande partie de retraités. Au centre, se trouvait, selon lui, un réel déficit du côté de la classe active. Le second « sait » qu'il a un maximum de scolaires et d'étudiants, et presque personne d'autre. Le résultat, dans les deux cas, est à l'inverse celui d'une majorité d'actifs dans le public. Pourquoi ? Les responsables de festivals, qui connaissent leur public mieux que personne, en ont pourtant une vision biaisée par... les connaissances

interpersonnelles qu'ils en ont. Le premier responsable repère plus les jeunes, car cela lui fait plaisir, et plus les vieux, car ils sont plus présents dans les phases préparatoires du festival ou les conférences données en marge des spectacles. Le second, qui a monté son festival alors qu'il était lui-même étudiant, n'a pas vu grandir son public !

Vous avez fait un zoom sur 19 festivals du Languedoc-Roussillon. La situation dans la région est-elle comparable aux résultats nationaux ?

E. N. : La situation n'est pas la même, mais cela tient au fait que nous avons choisi, en Languedoc-Roussillon, un panel de festivals un peu différent de ce qu'il est à l'échelle nationale. Ce sont ici les musiques actuelles et du monde, ainsi que le jazz qui dominent. Il est donc normal que le public soit plus jeune, moins favorisé, plus nouveau que dans les autres festivals, dominés par les musiques classiques et savantes. Mais nous avons ici tout de même des festivals comme Le Vigan, Montpellier Radio-France ou Pablo Casals, à Prades, qui témoignent des mêmes tendances, observées sur ces esthétiques, qu'en France. La singularité languedocienne se trouve à un autre niveau : dans l'évolution des ressources des festivals. Si on note, plus qu'ailleurs, une très forte croissance des financements du conseil régional, on voit aussi - c'est plus convenu - une stabilité de ceux de l'État, le maintien du département et l'essor de l'intercommunalité. Mais le Languedoc, c'est aussi une faiblesse persistante du mécénat privé et des ressources propres, notamment fragilisées par une pratique croissante de la gratuité des spectacles. Au total, nous trouvons des festivals qui sont dans une dépendance croissante à l'égard de la subvention publique. Ce n'est pas forcément rassurant.

Chiffres clés 2008

Indicateur des publics	Languedoc-Roussillon	France*
Âge moyen	45,2 ans	51 ans
Part des actifs dans le public	58,7 %	53,6 %
Part des femmes dans le public	57,0 %	59,7 %
Part des Bac + 3 et au-delà	53,6 %	56,4 %
Part des CSP+ dans le public	52,4 %	58,2 %
Part des spectateurs extra-régionaux	33,4 %	30,0 %
Part des nouveaux venus	45,8 %	39,0 %
Part des spectacles d'un seul soir	38,0 %	39,0 %
Part des publics de plus d'un festival dans l'année	65,1 %	57,0 %

* dont Languedoc-Roussillon.

Cette comparaison est liée au choix de l'échantillon (et au type de festivals retenus en Languedoc-Roussillon : plus musiques actuelles et danse donc plus jeunes, etc.). La conclusion ne peut être que le public languedocien soit « naturellement » plus jeune et moins riche. Ce choix montre bien, au contraire, que les constats globaux (publics plus âgés pour les musiques savantes, etc.) se vérifient en Languedoc-Roussillon.

Fabrice Manuel,

Directeur de la Culture et du Patrimoine à la Région Languedoc-Roussillon

Combien le Languedoc-Roussillon compte-t-il de festivals ? Combien sont soutenus par la Région et sur quels critères ?

Fabrice Manuel : Réseau en scène a estimé à environ 450 le nombre de festivals sur le territoire régional, mais il est difficile de donner un chiffre précis. La Région en soutient une centaine, pour un budget de 4 millions d'euros. Elle aide les festivals d'envergure régionale,

Festivals, il n'était étudié que les festivals en musique et en danse. Nous avons fait un choix territorial, sur les cinq départements en privilégiant des festivals majeurs en région dans leur discipline.

Quels sont les apports de l'étude menée par Emmanuel Négrier pour la politique régionale ?

F. M. : Depuis 2004, la Région a lancé de nom-

“ La Région finance les festivals pour leur rôle essentiel d'aménagement du territoire, notamment en milieu rural. ”

festivals. Ils agissent en faveur du développement local, en permettant notamment aux territoires dépourvus d'équipement d'avoir une politique culturelle. Chaque festival génère par exemple 40 emplois. Pour un euro de fond public engagé ils rapportent 7 euros sur le territoire en retombée directe et indirecte.

Les résultats de l'enquête ont-ils une influence dans les décisions politiques prises par la Région ?

F. M. : Non. Ils sont un élément complémentaire d'une analyse qui comprend la valeur artistique, la notoriété, le professionnalisme, le travail sur les publics, la dynamique économique et l'aménagement du territoire. De plus cette étude permet par exemple de constater que l'offre festivalière fait partie des éléments positifs sur la fréquentation touristique en Languedoc-Roussillon. Et si la région fait partie des régions dont la fréquentation augmente en matière de tourisme, les festivals font partie des raisons de cette bonne dynamique puisque la fréquentation aux festivals régionaux de non-habitant de la région est supérieure aux autres régions. Les résultats de l'étude viennent légitimer la politique publique et l'engagement régional dans une politique affirmée et tranchée en faveur de festival d'intérêt régional.

Les festivals sont-ils des instruments de la politique culturelle de la Région ?

F. M. : La Région finance les festivals pour leur rôle essentiel d'aménagement du territoire, notamment en milieu rural. Dans le mouvement de décentralisation, elle est souvent un financeur conséquent et œuvre pour la démocratisation culturelle.

breuses études pour évaluer le lien entre le secteur culturel et l'économie. Cette enquête a permis de montrer que le secteur culturel fait partie du secteur économique qui relève du domaine de compétences de la Région. La politique culturelle doit donc être rattachée aux compétences de la Région au même titre que le tourisme ou l'emploi. L'étude montre bien les retombées économiques des

ceux qui réalisent un travail à l'année, qui osent des choix artistiques audacieux, ainsi que ceux bénéficiant de soutiens financiers d'autres collectivités ou de l'Etat.

Avez-vous conseillé Emmanuel Négrier pour le choix des 19 festivals enquêtés en région ?

F. M. : Dans le cadre de l'étude de France



Création de la « Coordination Nationale des Festivals »

Jeudi 12 novembre, à l'Opéra Comédie, France Festivals (Fédération française des festivals internationaux de musique), l'AFIJMA (Association des Festivals Innovants en Jazz et Musiques Actuelles), Futurs Composés (réseau national de la création musicale) et Zone Franche (réseau des musiques du monde) qui regroupent 202 festivals, ont annoncé la création de la « Coordination nationale des festivals ».

Celle-ci rappelle le rôle essentiel des festivals dans l'économie du spectacle vivant – en particulier pour l'emploi, la création, la production, la diffusion artistiques – et dans l'aménagement du territoire. C'est pourquoi elle souhaite être associée à la définition d'une politique du spectacle vivant en France. Elle désire notamment participer à l'élaboration des critères d'appréciation des festivals dans le but de clarifier les dispositifs d'aides de l'Etat sur une base équivalente à celle appliquée aux structures permanentes labellisées. La Coordination souligne aussi son inquiétude face à la baisse des financements des collectivités locales qui risque d'être aggravée par la suppression annoncée de la taxe professionnelle et la réforme de l'organisation territoriale. La Coordination invite les festivals des autres disciplines artistiques à rejoindre son action. Enfin, elle demande à être reçue par le Ministère de la Culture et de la Communication.



Interview

Liliane Schaus, Directrice d'Uzès Danse

Quel est l'âge du festival Uzès Danse et depuis combien d'années en êtes-vous la directrice ?

Liliane Schaus : Le festival a 14 ans d'existence. Je le dirige depuis maintenant trois éditions.

Quel est le public du festival et quels comportements avez-vous observé à votre arrivée ?

L. S. : Comme l'a montré l'étude d'Emmanuel Négrier, le public de la danse est surtout féminin. A mon arrivée en 2007, nous avons perdu du public. Car un festival est souvent lié à la personnalité du directeur artistique. Uzès est une petite ville de 8 000 habitants et la relation personnelle est donc importante. J'ai mis trois ans à reconquérir le public.

L'étude menée par Emmanuel Négrier vous a-t-elle aidée dans votre stratégie de reconquête et d'élargissement des publics ?

L. S. : Oui, l'étude a été très importante pour nous, d'autant plus que nous avions une perte du public. Nous avons découvert des données inattendues à son sujet : la population n'était pas si âgée (65% d'actifs, 14% d'étudiants et

de scolaires, pour un âge moyen de 42 ans) et elle était plus locale qu'extérieure. Le public du festival comprend 43% de fidèles qui assistent à trois pièces en moyenne. L'étude nous a donc aidés à redéfinir une stratégie sur ces bases, orientée vers le jeune public. Elle s'appuie différemment sur le public fidèle, utilisé comme un relais. On organise des rencontres avec les artistes et on les incite à amener des amis. Le travail d'accompagnement mené tout au long de l'année a été intensifié. Le projet de Mathilde Monnier, City Maquette, accueilli au festival 09, faisant participer des amateurs, a également été un facteur d'élargissement du public.

Quelle est votre politique tarifaire ?

L. S. : Nous avons une politique tarifaire basse, incitative. Les places valent entre 5 et 30 euros. En outre, nous proposons des spectacles gratuits à l'extérieur, répondant ainsi au désir du public, pour des rencontres plus spontanées.

Utilisez-vous les nouveaux médias pour la communication ?

L. S. : Oui, en plus du site Internet, nous

“ L'étude menée par Emmanuel Négrier nous a aidés à redéfinir une stratégie de reconquête des publics ”



© Luc Jemepin

utilisons Facebook pour annoncer les spectacles mais surtout mettre en ligne des anecdotes, ce qui se passe en coulisses, ou raconter nos processus et stratégies de développement. C'est plus vivant. Ce média nous permet aussi d'être en contact avec d'autres structures.

Quelles sont les retombées économiques du Festival ?

L. S. : Nous avons étudié le nombre de nuitées dans les hôtels et les chambres d'hôtes : nous comptabilisons ainsi 395 nuitées, pour 6 jours de festival, en comptant les équipes artistiques et techniques invitées et les professionnels, sans compter le gîte que nous louons pour notre propre équipe technique. À cela se rajoutent les repas pris dans les restaurants et l'utilisation par le festival de prestataires de services sur le territoire. Nous estimons à environ 161.750 euros les retombées en 2009, à Uzès et dans le département.

Quels sont vos projets artistiques pour l'édition 2010 ?

L. S. : Je travaille dans la continuité du projet lancé précédemment qui s'ouvrirait à la danse européenne. J'ai conçu sur deux ans, en 2009 et 2010, un projet avec deux partenaires, allemand et portugais, autour d'une diagonale Nord/Sud.

L'idée étant de montrer des esthétiques très fortes et particulières, et d'ouvrir le regard sur des pratiques différentes.

Interview

Franck Tanneau, Directeur du festival Chapiteuf

Quel est l'âge du festival Chapiteuf et depuis combien d'années en êtes-vous le directeur ?

Franck Tanneau : Nous préparons les 10 ans du festival qui auront lieu les 7 et 8 mai 2010. Je coordonne le festival depuis son origine.

Quel est le public du festival et quels comportements avez-vous observé à votre arrivée ? (baisse ou augmentation de la fréquentation par exemple)

F.T. : La grande majorité du public est très jeune, avec une moyenne d'âge de 26 ans (la moyenne nationale étant de 51 ans !), la moitié du public ayant moins de 25 ans, 10% moins de 18 ans, 35% sont scolarisés.

La 2^{ème} particularité du public de Chapiteuf est qu'il appartient en grande partie à des classes populaires, sur les 54% d'actifs, il y a avec une forte représentation des employés, ouvriers et artisans, ce qui dénote avec les autres festivals. En schématisant, on peut dire que le profil type du spectateur est un jeune, souvent précaire.

L'étude menée par Emmanuel Négrier vous a-t-elle aidé dans votre stratégie de conquête et d'élargissement des publics ?

F.T. : L'étude d'Emmanuel Négrier nous est très précieuse, elle met des chiffres précis sur des impressions que nous avons et nous conforte

dans les actions développées, par exemple en affinant notre stratégie de communication. Tout d'abord, par rapport à l'origine géographique du public, qui est à 80% des régions Midi-Pyrénées et Languedoc-Roussillon. Chapiteuf est donc un festival inter-régional, avec un impact direct sur un rayon d'environ 300 kms, sur lequel nous concentrons nos outils de communication. Ensuite, l'étude démontre le faible impact des médias et support de communication sur la motivation première des spectateurs, par rapport à l'importance du bouche à oreille et la notion de venir entre amis.

Quelle est votre politique tarifaire ?

F.T. : Nous avons peu de marges sur le prix du billet, face un jeune public précaire. Mais nous faisons remonter ces données aux collectivités, qui nous financent pour cela. Nous jouons un rôle d'ouverture et de démocratisation culturelle en nous adressant à un public en marge dans les autres événements culturels.

Utilisez-vous les nouveaux médias pour la communication ?

F.T. : Oui, nous utilisons les nouveaux médias notamment Internet. Tous les sites communautaires favorisant la mise en réseau de l'information sont très importants : et puis c'est gratuit, c'est écologique, et surtout, ça correspond aux notions de bouche à oreille et d'envie de venir entre amis que nous évoquions tout à l'heure !

“ L'étude d'Emmanuel Négrier nous est très précieuse, elle met en chiffres des impressions que nous avons et nous conforte dans les actions développées. ”



© Luc Jemepin

Quelles sont les retombées économiques et sociales du Festival ?

F.T. : Les retombées économiques par rapport aux dépenses du public sont moindres que ce que nous pensions. Par exemple, seuls 2% du public paye un hébergement. De façon générale, on peut supposer que les retombées économiques directes du public sont limitées, du fait que c'est essentiellement un public modeste.

Par ailleurs, nous travaillons au maximum avec des fournisseurs du territoire. Nous avons développé tout un réseau d'entreprises locales, avec l'idée de produire localement pour consommer localement. Nous engageons une réflexion sur le développement économique du

territoire, avec la volonté de redéfinir une gestion cohérente avec les valeurs de nos projets. L'aspect social est au cœur du festival. Créer du lien sur un territoire rural autour de valeurs communes... est l'objectif premier du festival, moment festif qui fait tomber les barrières, cadre où la notion de collectif reprend du sens !

Quels sont vos projets artistiques pour l'édition 2010 ?

F.T. : Comme chaque année, le contenu du festival sera un subtil équilibre entre accueil de dispositifs régionaux, groupes émergents de la nouvelle scène française et artistes plus confirmés !