



COOPÉ- RATIONS ET PARTENARIATS

SoFEST! empreinte sociale et
territoriale des festivals

Aurélien Djakouane – Emmanuel Négrier

Avec la collaboration de Fleur Monnier

UNE ÉTUDE INÉDITE

SoFEST! cherche à connaître les effets durables des festivals du spectacle vivant sur les territoires et la société, au-delà de leur contribution artistique. Comment ces formes éphémères de programmation génèrent-elles un substrat fertile pour enrichir les territoires d'apports distinctifs?

Dans un contexte de mutations profondes de la société, quelle est leur utilité sociale?

Les politiques culturelles sont en pleine refondation à la suite des différentes réformes territoriales (régions, métropoles et nouveaux périmètres des établissements publics de coopération intercommunale...). Des questions cruciales quant à l'indépendance et la diversité artistiques se posent face au phénomène de concentration dans le secteur. Cette étude, unique par son envergure et sa méthodologie, apporte un éclairage concret sur la capacité des festivals à participer au développement des territoires.

L'étude SoFEST!, initiée et coordonnée par France Festivals, est le fruit d'une coopération étroite entre une équipe de recherche, co-dirigée par Emmanuel Négrier et Aurélien Djakouane, des réseaux régionaux et nationaux de festivals (le Collectif des festivals, De Concert!, Fédération des Festivals de Chanson Francophone) ainsi que des agences régionales (Grand Est et Occitanie). Des partenaires accompagnent la dynamique du projet: le DEPS (Département des études et de la prospective du ministère de la Culture), la Sacem et le Crédit Coopératif.

SoFEST!

La recherche SoFEST! développe plusieurs méthodes adaptées à chacun des 7 volets et ses focus spécifiques.

Son principe général est de réunir les bénéfices d'une approche quantitative (enquête par voie de questionnaire auprès de spectateurs, bénévoles, festivals) et les mérites d'une approche qualitative (entretiens, observations in situ, analyses de discours et d'images). L'équipe réunie par Emmanuel Négrier (CEPEL- CNRS Université de Montpellier) et Aurélien Djakouane (SOPHIAPOL, Université Paris Nanterre) comprend une dizaine de chercheurs provenant des disciplines nécessaires au succès de l'entreprise: science politique, sociologie, économie, information et communication.



26 000 questionnaires
saisis

3 500 bénévoles
répondants

13 régions

14 partenaires

184 festivals
du spectacle vivant analysés

150 entretiens
et observations in situ

COOPÉ- RATIONS ET PARTENARIATS

MARS 2021

Lorsque l'on parle d'empreinte sociale et territoriale, on évoque une idée qui tranche avec les perceptions les plus traditionnelles des festivals qui, en dépit de travaux français et européens, continuent de renvoyer les événements à trois identifiants. Éphémères, ils n'auraient ni vocation ni possibilité de répondre aux injonctions de politiques culturelles plutôt fondées sur la permanence. Solitaires, ils devraient davantage leur réussite à « des coups » ou opportunités personnelles mais auraient des difficultés à s'inscrire dans des logiques collectives.

Extra-territoriaux, leurs interactions stratégiques seraient plus de l'ordre du secteur, à l'échelle nationale et internationale, que du territoire. Nous avons déjà, avec d'autres, montré combien cette représentation était datée. La simple analyse des retombées économiques des festivals montrait une progression de leur dimension locale, preuve qu'ils devenaient progressivement des opérateurs territorialisés, à leur manière. La multiplication des événements, ce que l'on appelle parfois la festivalisation de la culture, force à regarder autrement cette dimension territoriale, afin de la replacer dans des écosystèmes où leur rôle s'est considérablement transformé.

Si la valorisation des festivals a changé de nature (de leur côté « feu follet » à leur fonction territoriale), leur critique s'est également déplacée : de leur isolement à leur éventuelle banalisation. Naturellement, ces déplacements de sens ont un impact sur ce que nous appelons la permanence culturelle ou, pour le dire autrement, la programmation attachée à des lieux fixes au sein de saisons. D'une part, la festivalisation se traduit par la multiplication de ce qu'il est convenu d'appeler des « temps forts » dans la programmation annuelle de lieux qui parient, à leur

manière, sur l'événement pour trouver une légitimité sur leur territoire ou pour peser sur des domaines artistiques spécifiques au plan national. D'autre part, si les festivals s'enracinent et nouent de nouveaux types de partenariats, les acteurs de la permanence sont, a priori, tout désignés à en faire partie. Contre l'image de deux mondes (l'événementiel et la permanence) se regardant en chiens de faïence, il faut voir jusqu'où émergent les pratiques de coopération, et quelles en sont les contenus et intensités.

Dans ce volet de notre étude, nous prenons la mesure de ce que représentent les partenariats pour les festivals. Mais nous examinerons aussi comment ces derniers s'inscrivent dans les stratégies des partenaires qui, dans leur diversité, font des festivals un instrument pour développer leur propre activité (cause ou projet). Par partenaires, nous considérons les acteurs engagés auprès des festivals sur des projets particuliers. Nous ne considérons donc pas les subventions, sponsoring et mécénat, qui sont analysés par ailleurs dans un autre cahier SoFEST !. Nous allons donc interroger cette dimension dans les objectifs des festivals, dans leurs activités en dehors des dates officielles de leur programmation. Nous nous intéresserons aux types

d'activités entreprises, et avec quels types de partenaires. La coopération entre festivals ainsi qu'au sein de fédérations est un autre indicateur de cette dimension collective des événements. Enfin, nous verrons comment les festivals envisagent les changements qui s'opèrent au sein de leur écosystème, et la place des partenariats dans ces évolutions.

Naturellement, en ce domaine comme dans la plupart de ceux qui sont traités tout au long des volets de l'étude, il existe des différences parfois considérables entre types d'événements. C'est pourquoi nous avons systématiquement croisé ces données avec 12 variables **identifiant les festivals**.

Nous n'allons pas systématiquement présenter ces croisements, mais réserver nos constats aux plus significatifs, soit parce qu'ils montrent des écarts importants d'un type à l'autre, soit parce que l'absence de variation établit un comportement commun remarquable.

Enfin, ce volet SoFEST ! est l'occasion de croiser deux approches : celle tirée du traitement quantitatif des questionnaires, présenté ci-dessus, et celle issue de nos entretiens auprès des festivals et leurs partenaires.

12 VARIABLES IDENTIFIANT LES FESTIVALS

Genre de programmation :

Chanson
Musiques savantes
Jazz-blues
Musiques actuelles (rock, pop, électro, world, ...)
Spectacle vivant

Année de création :

Avant 1986
1986-1995
1996-2003
2004 et après

Statut légal :

Privé lucratif
Privé non lucratif
Public

Saison :

Avant-saison
Saison estivale
Après-saison

Situation géographique :

Rural
Urbain
Mixte

Dispositif de festival :

Itinérant

Site et scène uniques

Site unique et plusieurs scènes

Lieu central et lieux décentralisés

Décentralisation

Nombre de spectacles programmés :

Moins de 25

25 et plus

Nombre de spectateurs :

Moins de 5 000

5 000 à 10 000

10 000 à 50 000

Plus de 50 000

Taux de bénévoles dans les équipes :

Moins de 72%

Plus de 72%

Dépenses totales :

Moins de 20 000 €

De 20 à 269 000 €

De 270 000 € à 1 399 999 €

1 400 000 € et plus

Taux de dépenses artistiques :

Moins de 40%

Plus de 40% du budget

Taux de subvention :

Moins de 40%

Plus de 40%

LA PLACE DES PARTENARIATS DANS LES OBJECTIFS POURSUIVIS PAR LES FESTIVALS

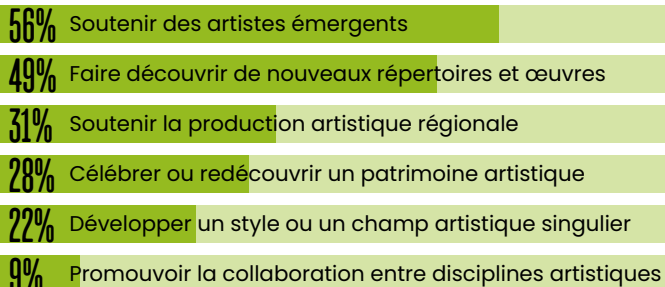
Nous avons interrogé les festivals sur leurs objectifs en matière artistique, sociale et culturelle, territoriale. Sur chacun de ces trois plans, il était possible de choisir deux objectifs, et un de ceux-ci avait une dimension partenariale ou coopérative clairement affirmée : sur le plan artistique, c'était « promouvoir la collaboration entre disciplines artistiques » ; sur le plan social et culturel, c'était « stimuler les échanges entre professionnels et amateurs » ; sur le plan territorial, c'était « offrir un espace de rencontre professionnelle ».

Le premier constat qui s'impose est que les objectifs de type « partenarial » ne sont jamais considérés comme prioritaires. La collaboration entre disciplines artistiques ne touche que 9% des festivals, les échanges amateurs/professionnels 12% d'entre eux, les rencontres professionnelles 19%, soit au 5ème ou 6ème rang sur 6. Qu'en déduire ? Tout simplement que les partenariats sont moins une fin en soi qu'un moyen pour les festivals d'atteindre ces objectifs majeurs que sont : la découverte de nouveaux talents ; rendre la culture plus accessible ; renforcer une identité territoriale par la culture.

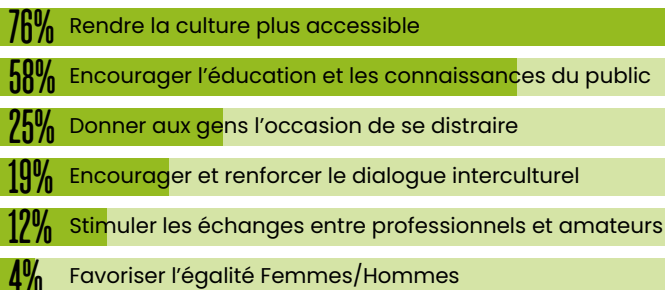
Pour quels types de festivals ces registres partenariaux sont-ils plus importants ? La collaboration entre disciplines est davantage le fait des festivals les plus récents, ainsi qu'on peut le constater dans la croissance de la pluridisciplinarité des programmations. Les festivals de chanson et de musiques actuelles sont plus enclins à stimuler les échanges entre amateurs et professionnels, tandis que ce sont plutôt les festivals de l'après-saison qui valorisent les rencontres professionnelles. Mais ces variations sont finalement assez faibles et les festivals de grande envergure, de haut niveau de dépenses artistiques ou de taux élevé de subventions, ne se distinguent pas particulièrement sur ces trois critères. On peut donc en déduire que l'objectif instrumental que représentent les partenariats et les coopérations relèvent plus d'un volontarisme propre à certaines équipes que d'une configuration particulière de festivals.

Les objectifs artistiques, sociaux, culturels et territoriaux des festivals

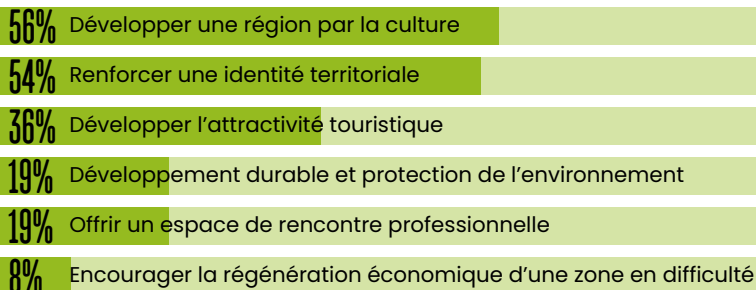
OBJECTIFS ARTISTIQUES



OBJECTIFS SOCIAUX ET CULTURELS



OBJECTIFS TERRITORIAUX



LES ACTIVITÉS HORS DATES DE PROGRAMMATION

Si la programmation des festivals peut se prêter à des actions particulières reposant sur des partenariats, celles-ci se déroulent dans le cadre propre au festival, sur ses contraintes et opportunités. On peut, par exemple, penser aux coopérations que les événements nouent pour soutenir des causes, qu'elles soient écologiques (comme les circuits alimentaires courts), culturelles (comme l'accueil de personnes en situation d'exclusion), ou encore sanitaires (prévention des risques auditifs ou des addictions). Nous y reviendrons.

En nous intéressant aux activités hors-programmation – avant ou après l'événement, donc – nous mettons l'accent sur une autre réalité. Il ne s'agit plus de l'accueil de causes mais de projeter le festival dans un temps où ses énergies – en particulier en termes de ressources humaines – sont moins disponibles. Ainsi, ces activités sont nécessairement fonction de l'existence et de la qualité de partenariats, notamment sur le territoire proche. Et les coopérations ne se font plus sur les seules références de l'événement : elles touchent à des intérêts combinés.

Pour prendre la mesure de ce champ d'action, il n'est pas inutile de le situer dans le temps. En 2012, nous avons questionné un panel de festivals français, moins important que celui de SoFEST !, à l'occasion de l'enquête internationale FeStudy. En moyenne, si 53% des festivals déclaraient une telle activité, la France se distinguait déjà par une moyenne plus élevée : 65%. Cette fois, 74% d'entre eux s'y adonnent. Les échantillons n'étant pas exactement les mêmes, il convient d'être prudent dans l'interprétation, mais tout porte à croire qu'il s'agit d'une pratique croissante.

Concernant les types de festivals engagés dans ces pratiques, les tendances qui se dégagent sont très parlantes. Ceux dont les activités hors programmation sont plus nombreuses se caractérisent par le fait d'être les plus anciens, les plus subventionnés, situés dans des espaces mixtes urbain-rural, et plus souvent dans l'après-saison. Ce sont surtout des festivals de jazz-blues et de spectacle vivant, tout comme en 2012. Enfin, les festivals itinérants ou totalement décentralisés programment plus d'activités hors festival que les autres. Ces tendances mériteraient d'être analysées en détail, mais notons d'emblée que c'est un rapport d'enracinement territorial – par l'âge, le niveau de subvention, la décentralisation, la proximité temporelle avec les saisons artistiques et ses lieux – qui favorisent une activité plus conséquente en dehors des dates. Ce ne sont, en revanche, pas forcément les plus gros, en termes de budget ou de publics.

Quant aux activités concernées, elles varient également en intensité, et selon les types de festivals.

Les types d'activités hors programmation

En %

| | Oui | Non | Total |
|-----------------------------------|-----------|-----------|------------|
| Actions pédagogiques | 79 | 21 | 100 |
| Résidences | 60 | 40 | 100 |
| Programmation régulière de saison | 58 | 42 | 100 |
| Programmations ponctuelles | 55 | 45 | 100 |
| Conférences | 42 | 58 | 100 |
| Masterclasses | 35 | 65 | 100 |
| Moyenne | 59 | 41 | 100 |

Les deux premières catégories d'activité, les plus ancrées, traduisent deux caractéristiques singulières de l'activité festivalière. Premièrement, le recours aux résidences témoigne du maintien d'une légitimité forte en termes de soutien à la création ; on se souvient que l'une des motivations du créateur du festival d'Avignon était bien de renouveler la création théâtrale de son temps ; « faire le festival » est en outre désormais devenu un espace de consécration artistique. Deuxièmement, l'investissement dans des actions à caractère pédagogique témoignent de l'intérêt des festivals à l'égard de la double question de la démocratisation et des pratiques amateurs : par son caractère parenthétique, exceptionnel et moins conventionnel, le festival serait ainsi l'espace où une nouvelle forme de relation à l'art serait possible. Ces aspects sont complexes à analyser mais ils nous renseignent déjà sur les représentations que les événements, comme leurs partenaires, se font de l'activité festivalière.

Par ailleurs, il est intéressant de souligner que les trois premières activités mentionnées sont toutes des activités que la vision traditionnelle du festival éphémère, solitaire et extra-territorial considérait comme hors d'atteinte des événements. L'action pédagogique, évidemment moins aisée si le festival a lieu l'été, suppose en outre des compétences spécifiques et du temps. Les résidences appartiennent souvent au registre de l'aide à la création, quand les festivals sont plus souvent considérés comme des opérateurs de diffusion. La programmation régulière, c'est l'apanage de la saison, et non de l'événement. Prolongeons le paradoxe : les trois autres activités, celles qui sont malgré tout un peu moins présentes dans les pratiques festivalières, sont, elles, plutôt conformes à l'idée du solitaire éphémère : programmations ponctuelles, masterclasses, conférences ne s'embarrassent pas de la durée, et vont avec des initiatives ciblées. Tout se passe comme si le volant d'activités des festivals avait pivoté d'un demi-tour. Mais nous allons voir que ce n'est pas le cas de tous les événements.

Les trois premiers types d'activités – les plus proches de l'apanage prétendu des saisons – font apparaître des types assez précis de festivals : les plus anciens, dans le domaine du spectacle vivant, dont l'implantation est mixte urbain/rural. Cela signifie que les activités qui sont les plus proches de la permanence culturelle sont assumées par des festivals qui, à force d'être enracinés sur un territoire, finissent par intégrer un écosystème, en s'inscrivant dans des partenariats avec les milieux éducatifs, artistiques et les saisons culturelles.

Du côté des programmations ponctuelles, on voit dominer des festivals de musiques actuelles, les formules itinérantes, ainsi que les événements d'avant-saison. On imagine assez l'activité par excellence d'un tel groupe : le concert de lancement, avant même que la saison estivale ne pointe, couplé avec une conférence de presse présentant la programmation de la nouvelle édition. On est dans une catégorie d'événements plus jeunes. Quant aux masterclasses et conférences, ici l'emportent les festivals de jazz, tout comme ils cumulent plus d'activités hors-programmation, d'une manière générale. Les musiques savantes ne sont pas loin, et ces deux genres musicaux sont ceux pour lesquels l'investissement de ce format plus « sérieux » (bien qu'il existe des conférences gesticulées et drolatiques) correspond sans doute à une sociologie d'un public lui-même caractéristique, plus que les autres, de catégories d'âge et de diplômés élevés.

LES ACTIVITÉS À DESTINATION DE PUBLICS SPÉCIFIQUES

Une motivation de l'action partenariale peut consister à aller chercher des publics spécifiques : étudiants, scolaires, personnes âgées... On sait depuis notre enquête de 2008 que la quête de ces publics occupe une place importante dans les stratégies des festivals¹. Il est d'ailleurs intéressant de noter qu'en l'espace d'une décennie, ces pratiques n'ont cessé de croître. En effet, si en 2008, 37% des festivals enquêtés avaient développé des actions à destination de ces publics spécifiques, ils sont, en 2019, près de 67% à le faire. Cette première remarque souligne l'intégration par les festivals de certaines logiques de politiques publiques (social, santé, jeunesse, éducation...). En effet, le qualificatif de « publics spécifiques » est un emprunt au vocabulaire de certaines politiques publiques qui désignent leurs bénéficiaires sous ces termes ou ceux de publics éloignés, empêchés ou prioritaires. Sans débattre de l'usage de ces termes, ces derniers offrent toutefois une grille de lecture intéressante pour déchiffrer, à la fois, l'étendue de l'activité partenariale des festivals mais aussi l'intégration d'autres prérogatives de politiques publiques.

Dans l'absolu, ces publics spécifiques sont extrêmement variés. Il n'est pas inintéressant d'indiquer ce que cette diversité représente, en sachant que les festivals développent des actions à destination de trois catégories de publics spécifiques en moyenne.

¹ Négrier E., Djakouane A., Jourda M., 2010, *Les publics des festivals*, co-édition Michel de Maule-France Festivals, notamment « Première partie : les stratégies festivalières de publics » (p. 47-65).

Les publics spécifiques

En %

| | Oui | Non | Total |
|--|-----------|-----------|------------|
| Publics scolaires | 72 | 28 | 100 |
| Élèves de conservatoire, école de musique, de danse | 46 | 54 | 100 |
| Personnes souffrant de handicap | 38 | 62 | 100 |
| Bénéficiaires des minimas sociaux | 34 | 66 | 100 |
| Étudiant.e.s | 33 | 67 | 100 |
| Personnes âgées | 31 | 69 | 100 |
| Publics d'autres établissements culturels | 29 | 71 | 100 |
| Migrant.e.s | 28 | 72 | 100 |
| Personnes en milieu carcéral | 19 | 81 | 100 |
| Personnes en situation de dépendance | 16 | 84 | 100 |
| Moyenne | 35 | 65 | 100 |

Tel quel, ce classement corrobore les informations dont nous disposons déjà avec les répertoires d'activités. Les publics scolaires (envisagés de façon globale) monopolisent les places principales. Cependant, on y fait d'autres découvertes, comme le relatif haut niveau des publics en situation de handicap ou de difficultés sociales. En outre, même si elle n'est pas prioritaire, l'action en direction des migrants illustre la sensibilité d'un nombre relativement important de festivals à l'un des grands enjeux humains du monde contemporain. C'est la seule cible pour laquelle les festivals les plus jeunes (créés après 2004) s'affichent comme les festivals les plus actifs. On y trouve, par ailleurs, beaucoup de festivals de chanson. Pour le reste, sur l'ensemble de ces publics cibles, les dominantes sont assez attendues : la chanson et les musiques savantes sont très présentes dans la relation aux personnes âgées, le jazz et les musiques savantes sont en tête auprès des conservatoires et, presque partout, les festivals de spectacle vivant présentent un niveau d'activité supérieur à la moyenne.

Les actions à destination des publics spécifiques

| | Moyenne | Médiane |
|---|-------------|----------|
| Publics scolaires | | |
| Actions | 12,1 | 3 |
| Personnes | 596,5 | 300 |
| Publics d'établissements culturels | | |
| Actions | 3,6 | 2 |
| Personnes | 378,7 | 100 |
| Étudiant.e.s | | |
| Actions | 4,9 | 2 |
| Personnes | 306,8 | 84 |
| Personnes âgées | | |
| Actions | 5,3 | 2 |
| Personnes | 257,3 | 50 |
| Bénéficiaires des minimas sociaux | | |
| Actions | 6,6 | 3 |
| Personnes | 225,9 | 125 |
| Élèves de conservatoire | | |
| Actions | 2,5 | 1 |
| Personnes | 113,3 | 35 |
| Situation de handicap | | |
| Actions | 5,4 | 2 |
| Personnes | 104,1 | 40 |
| Situation de dépendance | | |
| Actions | 5,8 | 2 |
| Personnes | 72,4 | 39 |
| Détenu.e.s | | |
| Actions | 2,8 | 1 |
| Personnes | 53,2 | 30 |
| Migrant.e.s | | |
| Actions | 2,2 | 1 |
| Personnes | 22,8 | 20 |

Dans l'ensemble, la sensibilité des festivals à l'égard de ces publics est d'abord fonction de leur ancienneté. En dehors de l'exemple des migrants, l'impression qui l'emporte est que cette extension du dispositif festivalier en direction de ses partenaires et publics, suit un processus d'enracinement, de reconnaissance progressive et mutuelle entre acteurs de la permanence et de l'événement. Plusieurs témoignages montrent que cette relation n'est en rien automatique et que certaines frictions persistent entre acteurs dont tout laisserait penser qu'ils sont faits pour s'entendre. C'est le cas, dans le secteur des musiques savantes en particulier, entre festivals et conservatoires.

Nous avons ensuite cherché à mesurer l'impact des actions en direction de ces publics, en observant le nombre d'actions et le nombre de personnes concernées pour chacune de ces catégories. Deux constats s'imposent.

D'une part, ce sont assez nettement les actions pédagogiques (publics scolaires, de conservatoires et étudiants) qui fournissent les effectifs les plus importants : environ la moitié du total. On trouve ensuite les personnes âgées, les publics d'autres établissements culturels et bénéficiaires des minima sociaux.

D'autre part, il existe des écarts considérables entre les moyennes (en nombre d'actions, en publics concernés) et les médianes. Le fait que les premières soient très largement supérieures (de deux fois à dix fois plus élevées selon les cas) aux secondes témoigne du fait qu'un petit nombre de festivals a des pratiques très élevées en la matière, tandis que, pour beaucoup d'autres, c'est une activité assez limitée.

LES PARTENAIRES TERRITORIAUX DES FESTIVALS

Les partenaires territoriaux des festivals

PARTENAIRES ÉDUCATIFS

73% Organisme éducatif (scolaire ou universitaire)

63% Lieu d'enseignement artistique

46% Structure d'éducation populaire (MJC, Foyer rural...)

PARTENAIRES CULTURELS

72% Lieu de spectacle permanent

49% Musée, lieu patrimonial

PARTENAIRES SOCIAUX

56% Organisme du secteur social, de la santé, etc.

26% EHPAD

19% Établissement pénitentiaire

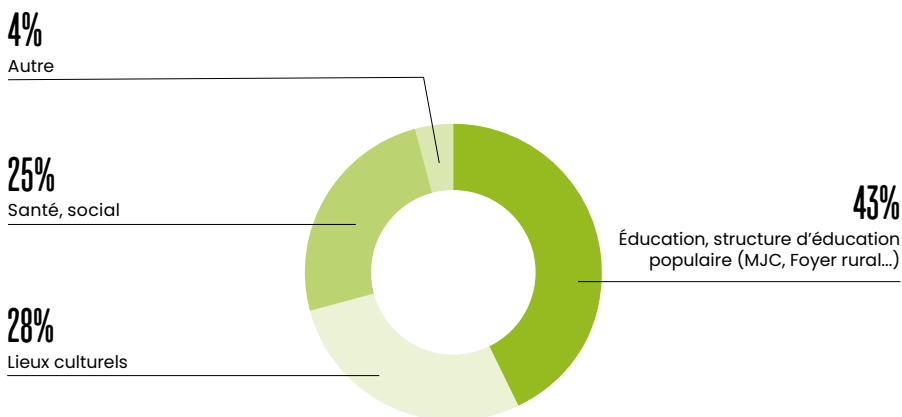
7% Caisse d'allocation familiale

DIVERS

19% Autres

Enfin, nous avons recensé les partenaires territoriaux des festivals, pour lesquels trois festivals sur quatre répondent positivement. En moyenne, un événement se déclare en lien avec des partenaires sur un peu plus de trois domaines. En termes d'effectifs partenariaux, trois pôles se distinguent, d'intensités assez comparables. En continuité avec les résultats précédents, ce sont les partenaires du domaine éducatif qui sont les plus souvent cités (43% en moyenne) : établissements scolaires, universités et lieux d'enseignement artistique. Arrivent ensuite les partenaires culturels : lieux de spectacle, musées, ... (28% en moyenne) au coude à coude avec les partenaires du domaine social : santé, EHPAD, prison, CAF, ... (25% en moyenne).

Domaines de partenariat



Interrogés : 184 / Répondants : 160 / Réponses : 686
Pourcentages calculés sur la base des réponses

Sans surprise, nous retrouvons avec ces partenaires les mêmes tendances propres à certains types de festivals. Ainsi, le jazz et le blues investissent plus dans le partenariat éducatif, lequel est plus facile à mobiliser pour les festivals d'avant-saison. On peut en effet imaginer que l'événement, situé vers la fin de l'année scolaire, est idéalement placé dans le calendrier pour s'inscrire dans un projet pédagogique dont il constituera l'aboutissement. Les musiques actuelles sont plus nettement engagées du côté des partenaires sociaux, et les musiques savantes sont plus souvent aux côtés de partenaires patrimoniaux.

Un point a attiré notre attention au moment de croiser ce que nous savions des festivals et l'intensité de leur partenariat. Parmi ces variables, il y avait l'envergure (financière et populaire) ainsi que la part des bénévoles. La surprise vient ici de ce que ces critères n'ont aucun rôle, ni négatif (un festival de grande envergure ne s'inscrit pas dans moins de partenariat sur le prétexte qu'il aurait les moyens de son indépendance), ni positif (un grand événement attirerait, significativement plus, l'ensemble des partenariats que nous avons recensés). Du côté des bénévoles, on aurait pu penser qu'ils jouent un rôle de relais entre leur monde permanent et leur parenthèse festivalière. On reste ici sur sa faim. De tous les critères, c'est celui qui reste le plus stable quelle que soit la question.

C'est par les entretiens que nous avons pu mieux cerner les motivations des festivals à s'engager dans ces partenariats, mais aussi les difficultés de mise en œuvre qu'ils impliquent. D'une part, on peut faire l'hypothèse que la relation entre festival et partenaires puisse revêtir des significations distinctes pour chacun. Pour un festival, le partenaire peut être : un appui pour renouveler un public, un relai pour s'accréditer sur le terrain, un coproducteur artistique, un allié pour une cause.

« (...) les salles avec qui on travaille sont des partenaires qui s'investissent en temps et en argent. Ils nous mettent des salles à disposition. On participe à faire vivre du commun dans une ville qui a vécu des attentats, à faire vivre des familles. On participe à faire bouger du public dans des coins de Bruxelles où ils ne viendraient pas. [...] Les partenaires hors salle sont des partenaires organiques. Les lieux ont des missions de médiation culturelle. Ce sont eux qui font le travail auprès des publics. Avec les lieux il y a de tout, du privé, du public, du subventionné ou non. »

Festival de chanson francophone

« Le partenariat (avec les écoles, les EHPAD) permet de travailler à l'accessibilité, sensibiliser un public spécifique à la culture et à la musique classique. En début de formation et en fin de vie. Décloisonner une musique classique enfermée dans un circuit élitiste et l'ouvrir à ce territoire rural magnifique. »

Festival de musiques classiques et actuelles

Ces deux citations montrent combien les motivations sont entremêlées, et tout le profit que les festivals peuvent retirer de partenariats qui les ouvrent, avec leurs outils, à des publics vis-à-vis desquels ils n'ont pas nécessairement les clés ni les contacts. Ce trait se confirme aussi par l'échec : un festival de jazz de notre échantillon envisage d'attirer un public plus jeune, en renouvelant la programmation. Il met donc à l'affiche un groupe de rap, parmi les plus attractifs du moment. Le concert est un échec total : très peu de jeunes répondent à l'affiche, et le rap ravit ou désole les oreilles d'un public fidèle au jazz. Bilan de l'opération : on n'attire pas de nouveaux publics par la grâce d'une affiche. Il convient d'inviter ces publics, et l'invitation passe par des médiations qui, en l'occurrence, sont des opérateurs associatifs de la culture hip-hop tout au long de l'année.

C'est l'exemple qu'incarne le festival de musiques actuelles cité ci-après sur les questions de logistique, avec le partage du matériel et du personnel. Au-delà du festival, il propose une dizaine de résidences, des actions avec les écoles et un établissement carcéral. Il accueille des acteurs de la prévention dans les domaines de l'environnement et de la santé, et fait aussi intervenir l'autorité préfectorale. Enfin, pour le festival :

« Les partenariats locaux permettent de soutenir la culture en milieu rural. Si le festival fait des bénéfices, ils sont réinvestis dans des actions culturelles annuelles. »

Festival de musiques actuelles

Les objectifs que poursuivent les festivals sont fréquemment de plusieurs ordres à la fois. On y trouve notamment les objectifs propres à un genre artistique, et ceux qui concernent plus globalement l'espace local ou des enjeux environnementaux, par exemple. Ce festival de musique classique, en milieu rural, exprime bien cette combinaison d'objectifs intrinsèques et extrinsèques :

« L'idée est de partager avec d'autres partenaires des actions autour de la musique : environnement, éducation musicale, développement patrimonial et local. Il est possible que nous évoluions vers une structure coopérative (SCIC) encore en cours de discussion, autour de trois logiques : sensibilisation (environnementale), de service (relations locales de développement) de projet (éducation). »

Festival de musique classique

Dès lors qu'il y a un partenariat – la plupart du temps lié à une rencontre, une opportunité – l'extension à d'autres devient possible. Ainsi, aux *Nuits du Sud* de Vence, le festival combine des actions en direction des lycées, de l'université, des EHPAD et d'Amnesty International. Le plus souvent, c'est le festival qui contacte les partenaires dans le cadre d'un projet culturel.

Cette convergence de visions, ou de valeurs, est revendiquée par par le directeur d'un festival de guitare :

« Ce sont les valeurs, les causes qu'on défend. En pratique, les publics visés sont surtout les jeunes et aussi les publics en difficulté dans les quartiers ou les territoires socialement défavorisés. Il y a un côté sensibilisation (Mutuelle des motards) ; service (moins évident, sauf la diffusion de la renommée du festival auprès des jeunes publics) ; projet *ad-hoc* oui avec le CGET² et le Conseil Départemental, pour l'éveil musical, le blues, le journalisme, ... »

Festival de guitare

Ce n'est pas le cas général. Ainsi, dans le cas de cet autre festival de musiques actuelles, c'est moins le partage d'un projet que le changement de perspective qui est le moteur du partenariat :

« Ça a toujours été l'occasion d'échanger avec des acteurs culturels différents, qui ne sont pas dans les mêmes territoires artistiques ou géographiques... On se confronte à l'inconnu, ça nous alimente. »

Festival de musiques actuelles

Naturellement, les partenariats qu'évoquent nos interlocuteurs sont plus souvent des *success stories* que des échecs. Mais il arrive parfois que la machine se grippe, en raison de la divergence des valeurs ou des façons de faire.

« Ce n'est pas si simple que ça d'installer des partenariats, on se rend compte que travailler avec les autres est plus compliqué que prévu : chacun ses méthodes, ses habitudes... La coopération est précieuse mais difficile. Sur ce territoire chacun fait dans son coin, donc on essaie d'aller vers les autres, faire de la médiation entre acteurs culturels, acteurs écologiques. »

Festival de musiques du monde

Dans cet appel à la médiation, les collectivités territoriales sont souvent désignées comme des intermédiaires, notamment quand elles font de cet esprit coopératif une condition de leur soutien aux événements. Mais ces derniers ont également pris l'habitude de solliciter les pouvoirs territoriaux sur des enjeux qui dépassent une simple opération artistique. Ainsi en témoigne le directeur d'un festival de musiques actuelles :

« On a essayé de sensibiliser les élus aux malentendants, en proposant d'investir dans une boucle magnétique pour leur offrir de bonnes conditions de participation sonore (en leur évitant le 360° d'écoute, qui brouille totalement le son pour eux) : ça coûterait environ 50 000 €, qu'on pourrait ensuite partager à plusieurs festivals : mais non, on s'est heurté à un refus de s'engager là-dedans. Une autre proposition d'étude d'impact environnemental, en vue d'organiser une compensation (comme les autoroutes...), s'est révélée impossible à soutenir pour les élus... »

Festival de musiques actuelles

Pour un partenaire, le festival peut être aussi l'allié d'une cause, un espace de visibilité, un lieu d'exercice de la mission d'intérêt général, un coproducteur, une filière de développement et d'insertion professionnelle.

Du côté des causes, on pense évidemment aux enjeux de développement durable, mais aussi de sensibilisation aux risques sanitaires. Ainsi, le CARRUD (Centre d'Accueil et de Réduction des Risques pour les Usagers de Drogues) est une association qui travaille sur les addictions, c'est aussi un centre de soins. Il organise des rencontres avec les usagers en milieu festifs. Financé par l'ARS à 90%, c'est lui qui contacte le festival et passe une convention sur la prévention sur les risques, la distribution de matériels, de conseils, des animations. D'autres structures du même type sont présentes auprès d'un grand nombre de festivals, en particulier dans le secteur des musiques actuelles. On peut également citer l'espace prévention multi-partenaires du *Nancy Jazz Pulsation*, en région Grand Est.

On pense encore au mal-logement. Ainsi, pendant quelques années, la Fondation Abbé Pierre a installé, sur le site des *Eurockéennes de Belfort*, un bus qui proposait de découvrir concrètement ce qu'est le mal-logement. Le responsable de l'opération nous confiait qu'en trois jours, ce dispositif lui permettait de toucher un nombre considérable de personnes, dans une population qui se tient généralement dans l'ignorance de ces enjeux.

De même, en ce qui concerne les détenus, le partenariat avec un festival apparaît comme une possibilité pour l'établissement de poursuivre ses objectifs de façon décalée, mais efficiente. Les partenaires du milieu carcéral permettent de proposer aux prisonniers une action culturelle qui fait partie de leurs obligations.

« On fait ce qu'on (*Services Pénitentiaires d'Insertion et de Probation – SPIP*) fait avec tous nos partenaires culturels : un partenariat dedans/dehors. À la fois le festival rentre dans les murs des centres carcéraux et à la fois les détenus sortent du milieu carcéral pour aller au festival. L'idée, c'est d'ouvrir des horizons musicaux à des détenus qui n'ont jamais eu accès à ce type de culture et titiller leur curiosité. »

Directrice d'un SPIP

La poursuite, par le partenaire, de ses objectifs en coopérant avec un festival concerne également l'action sociale. Ainsi une association créée par des éducateurs spécialisés est partenaire d'un festival de musiques actuelles dans le sud de la France.. Sa volonté est d'amener les jeunes (13-20 ans) en difficultés en dehors des Maisons d'Enfants à Caractère Social (MECS), en dehors de leur environnement, et notamment aux festivals.

« L'idée est de faire sortir les jeunes de leurs environnements très contrôlés, institutionnels (jeunes placés en MECS), de leur donner des responsabilités, les considérer comme responsables, les faire sortir de leurs environnements classiques (le quartier, l'institution...), de découvrir de nouveaux lieux en semi-autonomie. [...] Les jeunes des MECS ont des contextes de vie très rigides, on veut les sortir du quotidien, sortir de la verticalité dans les rapports aux adultes, créer de l'horizontalité et de l'informalité.

Les encadrants sont bénévoles aussi, donc on est tous des bénévoles comme les autres sur le terrain, c'est valorisant pour les jeunes. On veut leur faire découvrir l'engagement, l'offre culturelle, des exemples de métiers possibles... c'est aussi une manière de tester des potentielles compétences professionnelles ou des envies de métiers futurs dans un cadre bénévole. [...] C'est intéressant quand des jeunes qui sont violents dans leurs structures sont beaucoup plus calmes en festival, car il n'y a pas leurs « éducateurs » habituels, il y a une confiance, une responsabilité qui leur est donnée... »

Responsable de l'association

Pour un partenaire de cause, la question reste évidemment de savoir jusqu'à quel point le festival intègre ses propres objectifs ou bien se contente d'un affichage plus ou moins artificiel. Et l'association à cette cause peut se révéler, parfois, contradictoire avec d'autres aspects de la gestion d'un festival. Ainsi témoigne la responsable d'un dispositif de prévention des risques en milieu festif :

« D'autres festivals font appel à nous uniquement pour se donner bonne conscience, mais derrière, quand on échange, on se rend compte qu'ils ne sont pas motivés, à part pour leurs financeurs. Il y a une vraie compréhension de nos missions, même s'il y a parfois des problèmes de cohérence. On peut en parler dans nos échanges avec le festival. Mais c'est dur sur la question des sponsors, car il y a des gros enjeux financiers. »

Responsable du dispositif de prévention des risques

Les enjeux soulevés par nos entretiens auprès des festivals comme de leurs partenaires sont donc de plusieurs ordres.

Le premier tient à la cohérence et à la sincérité des engagements réciproques. Les partenariats inappropriés sont liés à un intérêt sous-jacent, de part et d'autre, qui l'emporte sur le fond : simple volonté d'une association d'accéder à l'événement pour ses membres ; simple affichage pour le festival, que contredisent ses autres choix.

Le deuxième enjeu est celui de la visibilité et de l'efficacité de la place faite aux partenaires dans la programmation festivalière, depuis la simple tribune qu'on offre à SOS Méditerranée, juste avant un concert, à une mobilisation conjointe dans l'organisation de spectacles thématiques au sujet des migrants.

Le troisième est celui des moyens qui, pour un festival, peuvent être parfois hors de sa portée, comme dans l'encadrement des personnes sous main de justice, ou en situation de handicap. Le quatrième enjeu a trait à la nature de la rencontre. Lorsque celle-ci résulte d'une injonction des pouvoirs publics, elle est à construire et se heurte plus souvent à des difficultés d'ajustement. Les partenariats que nous avons rencontrés résultent plus souvent des festivals eux-mêmes que de leurs partenaires. Mais l'inverse est également vrai, notamment dans le cas de grands événements.

Le cinquième et dernier enjeu est enfin l'inscription dans la durée. La convergence entre un opérateur artistique et un entrepreneur de cause n'est jamais évidente puisque, en quelque sorte, ce qui est une fin pour l'un n'est souvent qu'un moyen pour l'autre. Sa construction implique un double rapport au temps : celui de l'expérience accumulée sur plusieurs éditions, d'une part ; celui du partage d'actions pendant et au-delà des dates du festival, d'autre part. C'est particulièrement vrai pour les coopérations avec les milieux scolaires, pour les festivals qui se déroulent l'été.

LES PARTENARIATS ENTRE FESTIVALS

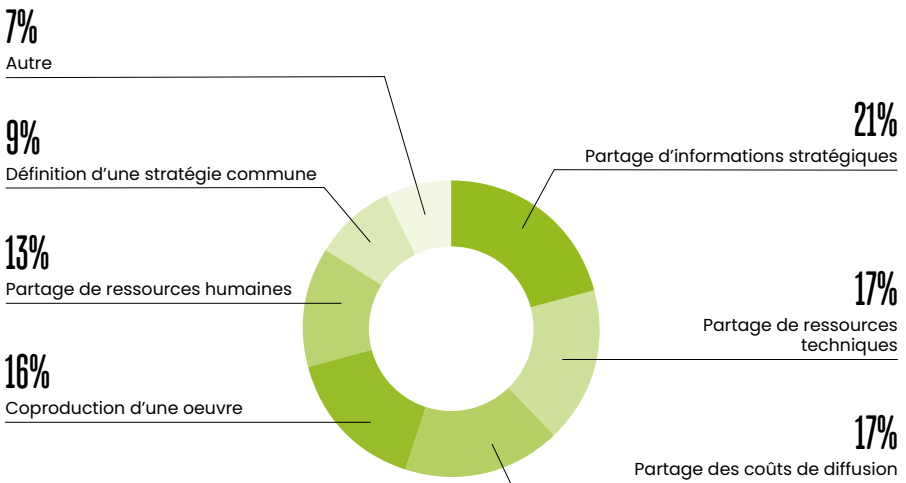
Après avoir examiné les partenariats sous l'angle territorial, nous considérons maintenant les festivals entre eux. Rappelons qu'il y a là une piste contre-intuitive pour tous ceux qui restent attachés au paradigme du festival éphémère et (donc) solitaire. Nous avons posé une première question sur ce qui peut apparaître comme un stade minimal : l'appartenance à une fédération ou un collectif. 81% des événements sont dans ce cas. Il faut sans doute regarder cette statistique avec prudence dans la mesure où le mode de sélection de ces festivals doit une part de sa logique aux réseaux eux-mêmes, en particulier : De Concert !, Collectif breton des festivals, France Festivals, Fédération des Festivals de Chanson Francophone. Mais en 2013, l'enquête FeStudy, qui reposait sur une même logique de sélection partielle par les réseaux, établissait à 56% l'appartenance des festivals à des collectifs, en moyenne internationale (390 événements), et 65% pour les festivals français. 81% traduit donc, avec toute la prudence requise, une croissance de cette pratique, associée à une diversification des collectifs en question où les structures généralistes voisinent avec des réseaux thématiques ou régionaux.

Sans doute l'absence, dans le domaine des festivals, de doctrine claire quant au soutien ou à la régulation du milieu conduit-elle les festivals à rechercher – et tenter de produire – doctrine et influence par l'action collective. Avec un tel niveau de réponse positive, on se doute que tous les types de festivals ont un comportement assez comparable. Toutefois, on notera que les festivals qui s'affilient le plus sont d'abord ceux qui sont les plus anciens – peut-être parce qu'ils ont appris à connaître les bénéfices d'une telle affiliation – et les festivals de musiques actuelles. À l'inverse, ce sont les festivals de spectacle vivant (danse, théâtre, cirque) qui sont légèrement en retrait à ce sujet.

On peut avancer ici l'hypothèse d'une plus forte atomisation du secteur ; d'abord en raison de la plus faible densité de festivals de théâtre, de danse ou de cirque (comparativement à ceux de musique par exemple), et ensuite en raison de la présence de logiques sectorielles pas nécessairement convergentes.

Au-delà de cette appartenance collective, nous avons souhaité connaître l'état des pratiques de coopération entre festivals, sur l'ensemble des logiques possibles qui vont du partage d'informations stratégiques à l'action commune, en passant par des formes de mutualisation matérielles, humaines et financières dans le cadre de leurs projets.

Les coopérations entre festivals



Premier constat, les festivals sont présents sur une pluralité de lignes. En moyenne, ils déclarent être actifs sur 2,5 coopérations de nature différente. L'une des explications tient dans les complémentarités qui peuvent être développées au sein d'un écosystème territorial où plusieurs enjeux sont sur la table (reconnaissance, croisements des publics, légitimation auprès des pouvoirs publics). Ainsi témoigne le directeur d'un festival d'électro situé à Toulouse, sur les partages liés à la production et à la diffusion :

« Cette année (2019) on a une œuvre pour orgue, avec le festival *Toulouse les Orgues*, il a suffi que ce soit nous pour qu'il y ait des blocages administratifs, des contrôles... il y a beaucoup d'idées reçues à l'égard de l'électro. Il n'y a pas de hiérarchie dans les arts, chez nous. Une œuvre est une œuvre. C'est intéressant d'aller puiser des choses, d'où notre partenariat avec *Toulouse les Orgues*, le Quai des Savoirs, la Halle de la Machine. Là on croise les publics... alors que dans nos soirées club, on est dans la démocratisation culturelle, mais c'est souvent les mêmes publics : un festival permet d'expérimenter davantage les croisements de publics. Aller au Quai des savoirs, La Halle de la Machine, une église : ça crée de l'improbable, des collisions »

Festival d'électro

Ensuite, les chiffres témoignent d'évolutions très contrastées, par rapport à nos précédentes études. Dans FeStudy arrivaient en tête le partage d'informations stratégiques et la coproduction d'œuvres, suivis de près par le partage des coûts de diffusion (concernant 22 à 24% des coopérations des festivals). Bien plus loin, on trouvait le partage de ressources techniques et humaines, ainsi que l'idée de définir une stratégie commune (autour de 10% des coopérations). Cette fois, la structure des réponses change de façon significative, même s'il faut rappeler qu'il ne s'agit pas exactement du même échantillon. Certes, la coopération la moins « engageante » (le partage d'informations stratégiques) demeure en tête : elle concerne la moitié de l'ensemble des événements.

Cela tempère un peu l'enthousiasme lié à l'ère prétendue d'un paradigme coopératif qui ne progresse pas forcément sur les créneaux les plus concrets. Cependant, le partage de ressources techniques, qui vient en deuxième position, change un peu le regard. Il s'agit là d'une forme de partenariat très concrète, à l'image du partage des coûts de diffusion, ou la coproduction d'une œuvre.

Les partenariats entre festivals font apparaître de vraies nuances en fonction des types d'événements. Le partage d'informations stratégiques est plus développé encore du côté des festivals de musiques actuelles et de chanson, ceux dont les pratiques collectives sont également les plus affirmées, ce qui est logique. Le partage des ressources techniques met aussi les musiques actuelles en tête, de même que les festivals situés en zone rurale. Ces derniers sont également en pointe pour ce qui est du partage des ressources humaines. On peut penser à deux hypothèses explicatives. Les musiques actuelles sont le type de festivals dont les coûts techniques pèsent le plus dans le budget, et où les bénéfices d'une certaine mutualisation apparaissent plus clairement aux organisateurs. Quant aux festivals ruraux (et surtout ceux qui sont situés avant et après la saison estivale), c'est la rareté relative de ces ressources qui les poussent à des solutions mutualistes.

Le partage des coûts de diffusion est plus présent dans les musiques savantes et le jazz/blues, cette fois au cœur de la saison estivale, là où la pression s'exerce le plus dans ce domaine. Quant aux coproductions, c'est dans le secteur des musiques savantes qu'elles sont les plus répandues, sans doute parce que la dimension d'aide à la création y est également plus présente.

Ainsi, les différents types de coopération sont autant de réponses à des contraintes spécifiques vécues par les festivals en fonction de leur identité artistique, territoriale et temporelle. Le plus souvent, ce sont les festivals les plus anciens qui les développent le plus, sauf pour ce qui concerne le partage d'une stratégie commune. Mais ici, ainsi que nous l'avions déjà analysé en 2013 à l'occasion de notre enquête internationale FeStudy, nous atteignons sans doute la limite du partenariat pour un festival, que nous avons défini alors comme un « *free rider* coopératif » pris entre deux contraintes : d'une part, les effets indésirables de l'isolement, que désormais une grande majorité de festivals tentent d'éviter par la coopération ; mais d'autre part, la nécessité de maintenir une identité distinctive, la singularité d'un projet qui colle mal avec la définition d'une « stratégie commune ». Le fait que ce soient parmi les plus jeunes événements que l'on s'y reconnaît est peut-être l'indice d'une évolution, mais tout porte à croire qu'elle sera encore assez limitée à l'avenir.

Nos entretiens nous montrent, à leur manière, que ces pratiques coopératives sont en pleine discussion.

Nos échanges avec les festivals se sont poursuivis après la période d'enquête initiale de SoFEST !. Dans l'ensemble, l'impact de la crise sanitaire a eu pour effet d'augmenter les interactions entre festivals, en rapprochant des opérateurs qui font face à des incertitudes comparables, et portent des intérêts semblables dans leurs relations avec l'ensemble des parties prenantes du milieu : collectivités territoriales, représentants de l'État, organismes de gestion collective, etc. On peut sans doute imaginer, de ce côté, que les objets et comportements coopératifs sont croissants depuis lors, dans la perspective d'un redémarrage des activités. Déjà, la définition de stratégies communes, étrangères à beaucoup de festivals comme on l'a vu, ressort assez nettement des débats entre événements. Dans le domaine des musiques actuelles en particulier, l'idée de mettre en œuvre collectivement une stratégie d'offre aux têtes d'affiche afin de réduire la pression quasi-spéculative des cachets artistiques fait son chemin. C'est une idée déjà ancienne, mais qui trouve avec la crise une nouvelle actualité, compte tenu des anticipations financières qui frappent les événements. De telles stratégies touchent non seulement aux actions coopératives entre festivals, mais aussi à celles qui s'articulent avec les politiques publiques, à l'échelle nationale comme à celle des régions.

De même, les partages de coûts de diffusion concernent, à terme, non seulement les relations entre festivals, mais aussi entre ces derniers et les institutions de la permanence artistique. Plus que jamais, cette crise met en évidence les possibilités offertes par ces mutualisations jadis rejetées au nom d'un isolement de chacun dans son autonomie d'action. Mais ces possibilités se heurtent clairement à une autre perception de la même crise, celle qui du sauve-qui-peut qui, elle, voit dans le rapport à autrui une menace pour l'intégrité de son projet. Les festivals n'ont globalement pas acquis la force suffisante (individuellement et collectivement) pour résister à cette hiérarchie implicite qui demeure présente à la fois au sein des institutions culturelles et des collectivités publiques : d'abord la permanence, ensuite l'événement. Si la situation est perçue sous l'angle de la concurrence entre les deux, la coopération a toutes les chances d'en pâtir.

Enfin, un acteur collectif émerge, qui n'est jamais perçu comme un partenaire, mais qui pourrait bien être questionné demain sous cet angle : les publics. On a constaté de leur part, un soutien considérable à « leurs » événements, par le biais du refus d'être remboursé des places de concerts annulés, de participation à des appels aux dons ou à des dispositifs de financement participatif, par exemple. On le sait aussi, les publics des festivals ne sont pas, personnellement et sociologiquement, très éloignés de ceux des programmations permanentes, à identité de genre artistique. Les publics exclusivement festivaliers sont marginaux. Intéressants, mais marginaux.

Pour ces raisons, il n'est pas impossible que se profile une médiation inversée qui, au lieu d'aller des opérateurs aux publics, envisage de réunir les opérateurs par les dynamiques mêmes de l'audience ? La participation active des publics, nouvelle frontière du partenariat festivalier...

SoFEST!

empreinte sociale et
territoriale des festivals

Étude initiée et coordonnée par



en partenariat avec



**BÉNÉVOLES
FESTIVALS ANNULÉS
INDICATEURS D'ACTIVITÉ
PUBLICS
COOPÉRATIONS**

**TYPOLOGIE
RÉSEAUX SOCIAUX**

contact@francefestivals.com