



INDICA- TEURS D'ACTIVITÉ

SoFEST! empreinte sociale et
territoriale des festivals

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 5 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.



25 000 questionnaires

saisis

3 500 bénévoles

répondants

13 régions

14 partenaires

+ de 240 festivals

du spectacle vivant analysés

150 entretiens

et observations in situ

INDICA- TEURS D'ACTIVITÉ

JUILLET 2020

L'équipe de SoFEST! avait prévu de présenter ce volet de l'enquête sur les indicateurs d'activité des festivals à l'occasion du Printemps de Bourges 2020. La crise sanitaire en a décidé autrement, en réorientant l'observation sur l'analyse des pertes économiques et sociales entraînées par les annulations des festivals. Nous en avons tiré un focus, rendu possible grâce aux indicateurs qui vont être présentés ici. Il est disponible sur le site de France Festivals. A bien des égards, ce nouveau volet offre une vision

élargie de ce qu'était l'environnement stratégique, culturel et artistique des festivals avant que ne surgisse la crise. Il est donc un outil précieux pour envisager les politiques et actions collectives qu'appelle le sinistre de 2020.

Sur les aspects budgétaires, d'emploi, de fréquentation et de programmation, nous proposons ici une sélection d'indicateurs qui sont loin de rassembler toutes nos observations. Un ouvrage, début 2021, en présentera une vision encore élargie. Mais cette sélection permet déjà de changer de regard quant à la place qu'occupent désormais les festivals dans la vie culturelle française. Nous voyons aussi un secteur en pleine évolution, grâce à la possibilité qui est la nôtre de comparer plusieurs indicateurs dans le temps (parfois sur plus de 15 ans), au sujet des mêmes festivals. Plongeons donc dans la fabrique festivalière, avant – lors d'un prochain volet – de nous intéresser aux festivaliers eux-mêmes, eux qui sont, pour le ministère à l'occasion de la dernière enquête sur les pratiques culturelles des français, parmi les publics de la culture les plus croissants depuis plus de 15 ans.

PRÉSENTATION DU PANEL

Nos résultats se basent sur un panel de 184 festivals dont les indicateurs ont été collectés à partir d'un questionnaire en ligne. L'année de référence est, pour l'ensemble de ces indicateurs, l'année 2018. Six premiers indicateurs nous permettent de préciser les caractéristiques de notre panel : le genre artistique, l'année de création, la saisonnalité, la situation territoriale, le budget et la fréquentation. C'est à partir de ces variables clés que nous mesurerons les principales inflexions des indicateurs d'activité. Ces indicateurs sont ensuite regroupés en quatre catégories : les données budgétaires ; les ressources humaines ; l'offre de spectacle ; les évolutions récentes et enjeux à venir.

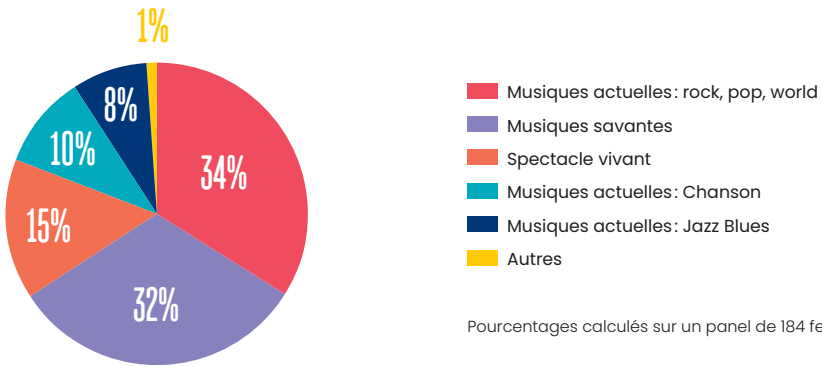
SOFEST! aborde ici la question des indicateurs d'activité des festivals, à partir d'un panel de 184 événements. Pour une partie d'entre eux, il est possible d'examiner l'évolution de ces données dans le temps, en référence à d'autres enquêtes menées par les chercheurs sur les années 2005, 2008 et 2011 en particulier.

Quels sont les grands repères économiques et leurs variations en fonction des domaines artistiques ? Quels sont les moyens humains et techniques mobilisés ? Comment la programmation se construit-elle et pour quels publics ? Comment l'activité se déploie-t-elle au-delà de la programmation artistique ? Quelles sont les perspectives pour les festivals dans un paysage tendu, puis bouleversé par la crise sanitaire ?

Le genre artistique

Dans ce panel, la musique occupe une place prépondérante avec 84% des répondants. Viennent ensuite des festivals de théâtre, de danse et de cirque, rassemblés, pour des raisons pratiques, sous l'appellation « spectacle vivant » (15%). Un seul festival de cinéma a répondu à l'enquête, nous ne pourrions, hélas, pas en faire grand cas.

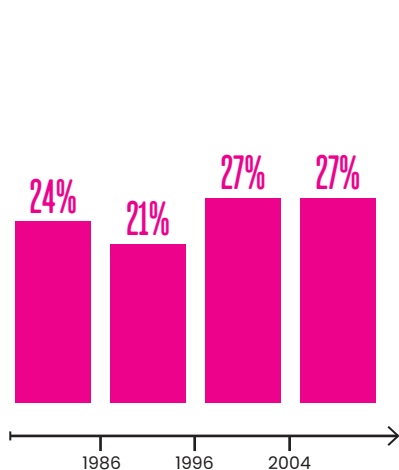
Au sein des esthétiques musicales, l'équilibre musiques savantes (34%) et musiques actuelles (52%) correspond, peu ou prou, à ce que l'on sait par ailleurs de la répartition nationale. Nous verrons toutefois, à l'occasion de l'analyse des données budgétaires, que ce panel est surtout représentatif des festivals de moyenne et grande importance.



Pourcentages calculés sur un panel de 184 festivals.

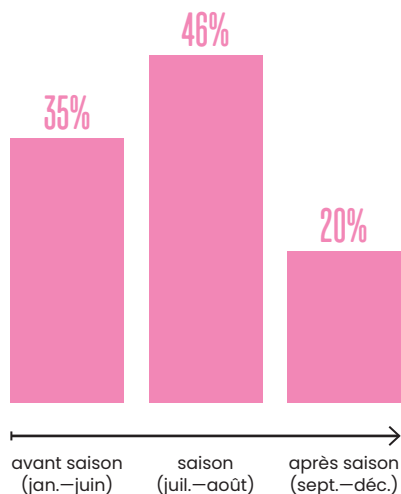
L'année de création

Les festivals enquêtés existent, en moyenne, depuis 1993 (15 ans). Cette ancienneté relative montre le caractère dynamique de la démographie festivalière qui rassemble des événements historiques (Festival de Cornouailles, 1923; Nuits de Fourvière, 1946; Avignon, 1947) et d'autres, tout jeunes (Watt the funk à Bessèges créé en 2018). Prenant en considération une volonté politique singulière ayant favorisé l'essor des festivals au cours des années 1980, notre panel peut se découper en quatre périodes historiques successives qui marquent les grandes étapes du développement du secteur.

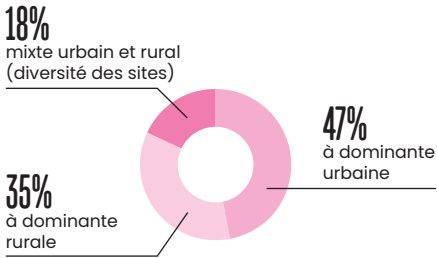


La saisonnalité

L'activité festivalière va bien au-delà de la période estivale et participe tout au long de l'année à la vie culturelle des territoires. Bien entendu, les problématiques, les formats, et les enjeux diffèrent quelque peu en fonction de la période de l'année. C'est pourquoi, on peut découper l'année festivalière en trois périodes temporelles qui circonscrivent l'avant, l'après et la saison touristique elle-même. L'été rassemble, en deux mois, un peu moins de la moitié de l'offre festivalière de notre panel. L'inflation globale de cette dernière, et la saturation de l'été, profite à l'avant saison et notamment au mois de juin qui rassemble à lui seul près de 25 festivals (14% de notre panel), moins que juillet (60 événements) mais plus qu'août (24).



Situation territoriale



Outre la répartition nationale du panel, nous avons souhaité tenir compte du territoire d'implantation des festivals en distinguant les zones urbaines, rurales et mixtes.

Le budget

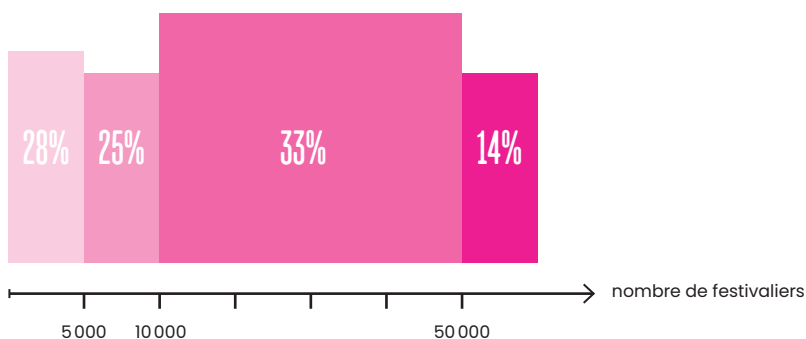
En 2018, le budget moyen des festivals avoisinait les 1,16 M€ pour une médiane de 360 K€. Un tel écart montre, à lui tout seul, la diversité et l'hétérogénéité de l'activité festivalière. Dans notre panel, le budget le plus élevé atteint 13 M€ tandis que le plus bas est à 16 K€. Ce dernier exemple illustre sans doute la situation que connaît un nombre important de festivals dont l'activité repose sur le bénévolat et l'entraide. Ces événements participent pleinement de la réalité festivalière mais ils constituent cependant le point aveugle de notre enquête dont le mode d'échantillonnage repose sur une logique de réseaux dans lesquels cette typologie d'événements ne s'inscrit pas. En revanche, dès qu'on franchit la barre symbolique des 20 K€, notre panel restitue assez fidèlement la diversité des festivals situés entre une fourchette budgétaire comprise en 50 K€ et 5 M€.

1%



La fréquentation

L'indicateur de fréquentation éclaire lui aussi la diversité de la réalité festivalière et de notre panel. Les indicateurs de moyenne (26 400 festivaliers) et de médiane (9 000) ont peu de sens en dehors d'illustrer l'hétérogénéité des festivals dont les fréquentations, en 2018, oscillaient entre 820 et 444 500 personnes. Nous proposons ici de découper les fréquentations en quatre catégories renvoyant à des réalités et des formats de festivals relativement homogènes.



LES DONNÉES BUDGÉTAIRES

1. LE BUDGET TOTAL

Le panel SoFEST! 2018 est très proche de notre précédente enquête Festudy¹ réalisée en 2011 et portant sur 390 festivals en Europe et au Québec dont 92 en France. Ce précédent travail nous servira de cadre comparatif. En effet, une large partie du panel est commune aux deux enquêtes (39 festivals, soit la moitié de l'échantillon Festudy France). La comparaison des résultats, que nous rendrons systématique dans ce document, nous renseigne ainsi sur l'évolution du secteur. Pour ce qui concerne les données budgétaires, celle-ci laissent entrevoir une grande stabilité (voire une croissance dans certains cas) des finances pour ces festivals qui, nous aurons l'occasion d'y revenir, font partie des mieux dotés. Plus précisément, sur la période 2011-2018, et pour les 39 festivals communs, le tableau ci-dessous en affichant une moyenne qui monte et une médiane qui baisse, laisse supposer que les plus gros événements ont maintenu, voire augmenté leurs moyens, tandis que les plus petits les ont stabilisés, voire diminués.

SoFEST! 10

Comparaison de moyennes



■ So Fest! 2018 ■ Festudy France 2011 ■ Festudy (Europe + Québec) 2011

¹ Étude coordonnée par France Festivals en étroite collaboration avec neuf réseaux nationaux européens de festivals et du Québec et a donné lieu à une publication : Festivals de musique(s), un monde en mutation, Ouvrage collectif dirigé par Emmanuel Négrier, Michel Guérin et Lluís Bonet, une coédition France Festivals et Michel de Maule, 2013.

Évolution 2011—2018

(base commune des 39 festivals)



TRIS CROISÉS

Budget 2018 en fonction de la programmation

	Entre 20 k€ et 269 k€	Entre 270 k€ et 1399 k€	1400 k€ et plus	Total
Chanson	59%	18%	24%	100%
Musiques savantes	40%	40%	21%	100%
Spectacle vivant	24%	57%	19%	100%
Jazz Blues	50%	42%	8%	100%
Musiques actuelles	34%	38%	28%	100%
Total	38%	39%	22%	100%

Budget en fonction de la situation géographique

	Entre 20 k€ et 269 k€	Entre 270 k€ et 1399 M€	1400 M€ et plus	Total
À dominante rurale	49%	33%	18%	100%
À dominante urbaine	32%	41%	27%	100%
Mixte Urbain et rural (diversité des sites)	27%	62%	12%	100%
Total	37%	42%	21%	100%

Budget en fonction du dispositif festivalier

	Entre 20 k€ et 269 k€	Entre 270 k€ et 1399 k€	1 400 k€ et plus	Total
Festival itinérant (change chaque année)	33 %	50 %	17 %	100 %
Site unique - Plusieurs scènes	31%	34 %	34%	100 %
Site unique - Scène unique	36%	45 %	18%	100 %
Un lieu central - Des lieux décentralisés	37%	40 %	23%	100 %
Un lieu central unique	25%	50 %	25%	100 %
Uniquement des lieux décentralisés	53 %	37%	11%	100 %
Total	37%	39%	23%	100%

Les festivals aux budgets les plus importants ont, en toute logique, plus de chance d'avoir les caractéristiques suivantes : un festival de musiques actuelles, à lieu unique et pluralité de scènes, en milieu à dominante urbaine, en pleine saison estivale et dont l'affluence dépasse 50 000 entrées.

À l'opposé, un festival aux moindres ressources se trouve plus souvent être décentralisé en milieu rural, en avant-saison et plutôt orienté vers la chanson.

Ces résultats sont tous parfaitement logiques, même si sur chacun des points on peut trouver des exceptions.

Il en est sans doute une de taille : les petits festivals (moins de 20 000 € de budget), qui sont absents de notre étude, sont vraisemblablement plus nombreux à être au cœur de la saison estivale, ne serait-ce que parce que dans la période récente, un nombre important d'anciennes fêtes villageoises ont pu se requalifier « festival », notamment dans les zones touristiques.

2. LES DÉPENSES

Détail des dépenses

	Moyenne	%	Médiane	%
Artistique	426 083€	45 %	148 325€	40 %
Technique	299 571€	24 %	71 801€	15 %
Administration	171 657€	18 %	67 550€	23 %
Communication	87 981€	9 %	36 500€	8 %
Animation/Médiation	24 321€	3 %	10 401€	2 %
Sécurité	46 928€	3 %	11 559€	2 %
Hygiène, gestion des déchets, nettoyage	16 980€	1 %	4 000€	1 %
Autre ²	97 504€	7 %	19 158€	3 %

Note: le total des dépenses excède la moyenne des budgets, et dépasse 100 % car il s'agit de la moyenne observée sur chaque ligne.

La typologie des dépenses festivières est une affaire délicate. En effet, en dépit du détail de notre questionnaire, les événements ne classent pas toujours les mêmes dépenses dans les mêmes rubriques. On s'en rend particulièrement compte pour ce qui concerne les dépenses de sécurité, dont on sait l'augmentation considérable dans les budgets des événements, et qui sont tantôt considérés en tant que telle, tantôt insérées dans les dépenses techniques ou administratives.

² La réalité festivière est composite et cet intitulé traduit une diversité des situations qui ne parviennent pas toujours à s'inscrire dans les cases d'un questionnaire, aussi large et souple soit-il. Au sein de cette catégorie « Autres », on trouve ainsi des montants relatifs à des objets très divers qui vont des droits de cession aux stands de produits locaux en passant par des rémunérations de personnels d'accueil sous forme de prestation, la valorisation des bénévoles ou encore des charges « exceptionnelles ».

Dépenses-Évolutions 2011—2018

(base des 39 festivals)

	Moyenne 2011	Moyenne 2018		Médiane 2011	Médiane 2018
Artistiques	613 496	766 398	↗	280 000	237 100
Techniques	177 074	431 114	↗	40 000	85 036
Communication	105 520	158 311	↗	32 000	73 300
Administration	179 018	268 564	↗	40 000	123 260

Sur les données comparables entre nos différentes enquêtes, la croissance des coûts liés à l'activité festivalière est manifeste et se traduit sur l'ensemble des grands postes de dépenses. Les coûts artistiques poursuivent une inflation régulière, et notamment dans le secteur des musiques actuelles et du jazz. La progression la plus spectaculaire revient à la technique dont les montants ont plus que doublé en l'espace de 7 ans. Certes, ces chiffres masquent des réalités diverses. Mais cette tendance traduit à la fois l'importance que revêtent plus largement les concerts dans l'économie de la musique ainsi que la croissance des normes techniques et sécuritaires qui encadrent désormais l'accueil d'un public toujours plus nombreux. C'est sans doute aussi ce qui explique l'augmentation des dépenses administratives qui ont, elles aussi, presque doublé dans l'intervalle. La hausse des dépenses de communication enfin, dont on va voir qu'elle est très contrastée selon le type d'événement, traduit vraisemblablement des coûts liés à la transformation des manières de communiquer et notamment le recours désormais massif aux réseaux sociaux et aux outils numériques.

Principales évolutions au cours des 4 dernières années

	Baisse	Hausse	Stable	Total
Dépenses de communication	13%	38%	49%	100%
Dépenses artistiques	10%	58%	32%	100%
Frais liés aux dépenses artistiques	8%	62%	30%	100%
Dépenses techniques	4%	60%	36%	100%
Dépenses de sécurité	1%	65%	34%	100%
Dépenses administratives	7%	29%	64%	100%
Dépenses d'animation et médiation culturelle	5%	39%	56%	100%
Dépenses liées à l'hygiène, la gestion des déchets	2%	29%	70%	100%
Moyenne	6%	48%	46%	100%

La baisse des dépenses de communication peut être imputée aux transformations liées au numérique dont le coût désormais « humain » apparaît plus limité que le coût « papier » d'autrefois. Les autres évolutions concernent la hausse des dépenses artistiques, celle des frais techniques, et celle des dépenses de sécurité dont les normes sont d'autant plus strictes que le public est important. La stabilité des dépenses administratives correspond sans doute à la stabilisation du modèle économique des festivals dont l'activité elle-même reste stable. En revanche, la stabilité des dépenses en matière de médiation d'une part, et d'environnement d'autre part, marque la faible importance de ces questions chez les festivals. Malgré de nombreux efforts et des trajectoires singulières, les questions de protection de l'environnement ou d'éducation culturelle restent encore largement incantatoires à l'échelle du secteur tout entier.

Les dépenses suivant la programmation

	Chanson	Musiques savantes	Spectacle vivant	Jazz Blues	Musiques actuelles	Global
Artistiques	47%	51%	36%	52%	40%	45%
Administratives	16%	21%	27%	16%	13%	18%
Techniques	23%	14%	24%	22%	34%	24%
Communication	9%	12%	11%	11%	7%	9%
Animation	3%	3%	3%	6%	2%	3%
Sécurité	2%	1%	3%	1%	4%	3%
Hygiène	1%	0%	3%	0%	1%	1%
Autres	7%	12%	6%	1%	6%	7%

L'analyse plus fine des données met en évidence les tendances spécifiques à certains types d'événement. La part des dépenses artistiques reste élevée pour les festivals de musiques savantes, mais les festivals de jazz et blues les dépassent, ce qui est nouveau par rapport à notre précédente enquête Festudy. On peut y voir, pour partie, le signe d'une inflation des cachets artistiques. Celle-ci, également sensible dans le domaine des musiques actuelles, pèse moins sur le budget total. Mais c'est moins dû à la modération des rémunérations artistiques – ce serait plutôt le contraire dans ce secteur – qu'au poids considérablement plus élevé d'autres dépenses, comme la technique ou la sécurité. Il est intéressant de constater que les festivals de musiques actuelles consacrent une part moindre de leurs budgets à la communication. Ici, une hypothèse: le fait qu'ils aient pris un tournant bien plus rapide et massif vers la communication sur les réseaux et médias sociaux entraîne une diminution du coût; parallèlement, les festivals de musiques savantes, qui ont moins opéré ce tournant, continuent de subir des coûts classiques plus importants dans la matière.

Les dépenses suivant le budget

	Entre 20 k€ et 269 k€	Entre 270 k€ et 1399 k€	1400 k€ et plus	Global
Artistiques	50 %	41%	40 %	45%
Administratives	16 %	21%	14%	18%
Techniques	23%	22%	31%	24%
Communication	8 %	11%	8 %	9%
Animation	4%	3%	2%	3%
Sécurité	2%	3%	4%	3%
Hygiène, gestion des déchets, nettoyage	1%	1%	1%	1%
Autres ³	8 %	4%	9%	7%

Si l'on s'intéresse à l'effet du volume du budget sur la nature des dépenses, beaucoup d'idées reçues tombent. D'abord, l'analyse comparée des dépenses artistiques montre que ce sont les petits festivals qui y consacrent une part plus importante (50% de leur budget en moyenne contre 40% pour les plus gros). C'est la modicité des autres dépenses, notamment administratives, qui l'explique, et non un choix stratégique de privilégier, plus que d'autre, l'affiche elle-même. Précisons qu'il s'agit aussi de festivals où la part des bénévoles dans les équipes est la plus forte (74% en moyenne). Ensuite, on remarque que les dépenses administratives ne suivent pas une évolution parallèle à celle de l'envergure du festival. Au contraire, cette part régresse fortement au-delà d'1,4 million d'euros de budget. C'est également le cas des dépenses de communication. Enfin, il apparaît que ce sont les coûts techniques qui varient fortement en fonction du budget. Plus il progresse, plus la part technique s'élève.

³ La réalité festivalière est composite et cet intitulé traduit une diversité des situations qui ne parviennent pas toujours à s'inscrire dans les cases d'un questionnaire, aussi large et souple soit-il. Au sein de cette catégorie « Autres », on trouve ainsi des montants relatifs à des objets très divers qui vont des droits de cession aux stands de produits locaux en passant par des rémunérations de personnels d'accueil sous forme de prestation, la valorisation des bénévoles ou encore des charges « exceptionnelles ».

3. LES RECETTES

On a coutume d'affirmer que l'univers des festivals est sous la menace d'un effet de ciseau qui voudrait que face à des dépenses croissantes, ainsi que nous venons de le voir, les recettes subiraient, de leur côté, une évolution bien plus modérée, voire négative. Voyons déjà ce qu'il en est de la répartition de ces recettes, puis analysons cela dans le temps et au gré des types de festival.

Détail des recettes

	Moyenne	%	Médiane
Ressources propres	699 716	54 %	139 997
Billetterie	381 901	27 %	86 823
Sponsoring	137 274	7 %	18 529
Mécénat	107 736	10 %	23 185
Contribution volontaire (Association d'amis du festival, dons...)	10 218	2 %	2 035
Financement participatif, crowdfunding	2 616	1 %	0
Restauration, buvette	136 773	13 %	26 582
Autres ressources propres (merchandising, etc.)	63 365	5 %	13 655
Subventions	313 324	44 %	129 405
a) Commune	109 176	23 %	37 500
b) Intercommunalité	96 866	7 %	10 000
c) Département	54 876	8 %	20 000
c) Région	78 262	9 %	27 000
e) État	61 753	7 %	15 000
f) Union Européenne	4 101	1 %	0
Autres⁴	68 353	10 %	38 442

Note: la colonne « Moyenne » correspond à la somme de chacun des postes divisé le nombre de festivals. La colonne « % » correspond à la moyenne des pourcentages que chaque poste représente dans le budget de chaque festival. La médiane correspond au chiffre central, qui divise l'échantillon en deux parties égales. Il y a ainsi autant de festivals à avoir plus de 139 997 € de ressources propres, que de festivals en ayant moins.

⁴ De même que pour les dépenses, les « autres » recettes désignées ici renvoient à des situations diverses: montant d'assurances, ventes de marchandise, aides de la CAF, avances sur provisions des années passées, refacturations, etc.

Les recettes des festivals varient considérablement en fonction des volumes financiers, orientations esthétiques et saisonnalité des événements. On voit ici, encore plus que pour les dépenses, à quel point l'écart entre moyenne et médiane (x5) signifie une grande diversité dans les recettes. C'est donc par rapport à cet équilibre un peu artificiel (54% de ressources propres ; 44% de subventions et 10% d'autres ressources) que nous allons pouvoir examiner les différences liées à l'identité des événements. En tout état de cause, il faut noter que cette part supérieure des ressources propres sur les subventions est un trait caractéristique des festivals par opposition aux saisons et lieux permanents.

Détail des recettes Comparaison moyenne/médiane

	Moyenne	Médiane
Ressources propres	54%	52%
Billetterie	27%	25%
Sponsoring	7%	4%
Mécénat	10%	6%
Contribution volontaire (Association d'amis du festival, dons...)	2%	1%
Financement participatif, crowdfunding	1%	0%
Restauration, buvette	13%	10%
Autres ressources propres (merchandising, etc.)	5%	2%
Subventions	44%	37%
a) Commune	23%	11%
b) Intercommunalité	7%	3%
c) Département	8%	6%
c) Région	9%	8%
e) État	7%	3%
f) Union Européenne	1%	0%
Autres	10%	6%

Outre la partition entre ressources propres et subventions, ce tableau distingue ce qui est de l'ordre des recettes « régulières » des festivals de celles qui sont beaucoup plus sélectives ou variables. Les premières (billetterie, restauration et buvette, subventions départementales et régionales) montrent peu d'écart entre la moyenne et la médiane. Nous avons là un chiffre partagé, peu sensible aux situations particulières de certains festivals. Ce n'est pas le cas pour d'autres recettes qui apparaissent marquées par une forte variation, comme le sponsoring, le mécénat, le financement participatif, les subventions municipales et celles de l'État. Nous savions depuis nos premières enquêtes, au milieu des années 2000, que le soutien de l'État aux festivals était erratique et sélectif. Mais nous n'aurions pas fait ce pari pour les communes, qui apparaissent souvent au cœur du soutien aux événements. Nous pouvons tenter une explication. Certaines communes ont fortement investi sur ce domaine, faisant artificiellement monter la moyenne, alors que d'autres pratiquent un soutien en partie indirect (en industrie, en mise à disposition) peu visible sur les chiffres. Ce double comportement est de nature à creuser l'écart entre moyenne et médiane, pour un financement qui reste, rappelons-le tout de même, le premier des fonds publics.

Recettes-Évolution 2011–2018

(base des 39 festivals)

	Moyenne 2011	Moyenne 2018		Médiane 2011	Médiane 2018
Ressources propres	696 359	699 716	→	295 500	139 997
Billetterie	416 443	639 832	↗	150 202	150 590
Sponsoring, Mécénat	154 394	264 431	↗	25 800	58 595
Contribution volontaire	11 103	10 218	→	0	2 035
Autres ressources propres (merchandising, etc.)	97 624	165 925	↗	6 000	39 175
Subventions	282 106	313 324	↗	101 333	129 405
a) Local (Commune + Interco + Dépt ¹)	114 925	199 984	↗	27 739	85 750
b) Région	102 689	78 262	↘	28 737	27 000
c) État	61 481	61 753	→	0	15 000
d) Union Européenne	3 012	4 101	→	0	0
Autres	39 333	68 353	↗	0	38 442
Total	887 943	1 049 141	↗	270 885	388 500

L'évolution 2011–2018 met en évidence les rouages de la dynamique festivalière et les transformations qui affectent l'économie du secteur. D'abord, en ce qui concerne les ressources propres, deux postes connaissent une croissance spectaculaire. La billetterie, en premier lieu, qui augmente de 54% et qui peut soit désigner des changements dans la politique tarifaire des festivals, soit un accroissement de la fréquentation. Cette deuxième hypothèse semble confirmée par nos données qui enregistrent une hausse des fréquentations moyennes passant de 29 000 en 2011 à 32 000 en 2018. En second lieu, ce sont le sponsoring et le mécénat,

d'un côté, et les ressources types merchandising de l'autre, qui connaissent la progression la plus spectaculaire, avec plus de 70% d'augmentation. Ces deux chiffres vont dans le même sens: les festivals cultivent une image de marque, et la monnayent désormais dans leur rayonnement de proximité, soit sous la forme d'objets que les festivaliers auront à cœur d'acheter pour garder un souvenir de leur aventure festivalière, soit sous la forme d'activités privilégiées ou de services que peuvent s'offrir certaines entreprises locales ou nationales selon l'importance du festival.

L'autre surprise vient de l'augmentation des subventions, et notamment de celles de proximité. Au cours de sept ans qui ne passent pas d'ordinaire pour des années d'expansion spectaculaire de l'activité festivalière, ni de l'effort public en matière de financement de la culture, les festivals voient se renforcer considérablement la base de leur soutien local. Les subventions des collectivités locales de proximité, et notamment des villes, ont ainsi augmenté de plus de 70%. Toutefois, si considérable soit-il, ce chiffre ne doit pas masquer une hétérogénéité de situations; l'écart entre moyenne et médiane, même s'il tend à s'amoinrir, montre qu'il s'agit en effet d'un soutien sélectif.

La bonne santé économique des festivals doit ainsi autant à des efforts de diversification des ressources qu'à l'augmentation du soutien des collectivités locales. On peut risquer l'hypothèse que, comme les entreprises, les communes tentent de capter, à leur profit, les bénéfices symboliques de l'activité des festivals dont le nom même est souvent lié à la ville ou au territoire qui l'accueille.

Derrière ce portrait d'ensemble, se cache pourtant une hétérogénéité de situations qui rappelle la diversité des mondes festivaliers. On peut différencier deux approches. D'un côté, on distingue les musiques savantes et le spectacle vivant dont les recettes sont très fortement dépendantes

des subventions (respectivement 48% et 59% en moyenne), notamment de l'État et des régions. Parmi ces festivals, on notera que ceux de musiques savantes sont les plus avancés en termes de mécénat et de sponsoring. De l'autre côté, se rassemblent les musiques actuelles, le jazz-blues et la chanson dont les recettes proviennent davantage de leur capacité à générer des ressources propres, avec un poids évidemment important de la billetterie, et de la buvette pour les festivals de musiques actuelles. Du côté des subventions, ce sont les communes qui jouent un rôle plus important: 31% en moyenne pour les festivals de musiques actuelles, contre 23% en moyenne globale. L'État et, plus encore, l'Union Européenne sont assez rares sur ce créneau.

Bien sûr, plus un festival est de grande envergure, plus la part relative de ses recettes propres est importante. On le voit ici, lorsque l'on dépasse 1,4 millions d'euros de budget, les ressources propres représentent près des trois quarts des recettes, et les subventions un quart. À l'inverse, des festivals aux budgets plus modestes (inférieurs à 270 000€) ont des taux de ressources propres qui comptent pour 50% de leurs recettes totales. On notera que les subventions s'orientent plus volontiers vers les festivals d'avant ou d'après-saison, plus que vers ceux de la pleine saison estivale. Ces derniers comptent en effet moins de support de la part des communes et de l'État,

mais en obtiennent autant de la part des régions et un peu plus des départements, comme si ces deux derniers niveaux étaient plus sensibles à la dimension festivalière de l'économie touristique. Enfin, ici aussi, nous voyons que les différences de situation géographique ont un impact sur l'économie des événements : les plus ruraux d'entre eux bénéficient plus du soutien départemental, ce qui ne suffit pas à compenser le déficit de soutien municipal et intercommunal : 6% pour les festivals ruraux contre 34% de financements municipaux pour les festivals urbains.

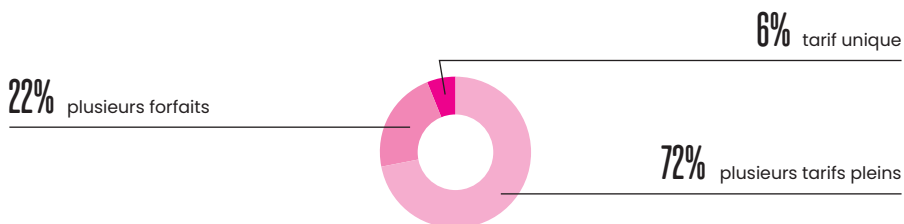
La configuration festivalière a un impact sur la structure des recettes. En substance, un festival qui change de localisation chaque année, et dont l'itinérance, par principe, rend fragile la fidélisation du public, aura des ressources propres de moindre importance (33% contre 54% en moyenne). Il lui faudra compter sur une part plus élevée de subventions (54% contre 44% en moyenne) où vont être déterminants les soutiens intercommunaux, départementaux et de l'État (respectivement 12%, 13% et 10%, contre 7%, 8% et 7% en moyenne). À l'opposé, les festivals installés dans un lieu central unique ou sur un site unique battent des records de ressources propres (63% à 73%) et ont des niveaux de subvention (22% à 33%) en large retrait de la moyenne (44%). Ainsi, chaque élément caractérisant les festivals (esthétique, envergure,

configuration territoriale, saison) jouent un rôle pour expliquer la variété – remarquable – dans la structure des recettes festivalières. À l'heure de la crise sanitaire, force est de constater que les festivals n'ont pas tous à affronter le même dilemme stratégique. La première famille regroupe les festivals pour lesquels c'est le maintien des subventions qui est la principale source d'incertitude : musiques savantes et spectacle vivant, de volume moyen, avec une stratégie de programmation itinérante et à dominante urbaine. La seconde famille regroupe les événements pour lesquels c'est la billetterie qui est la principale incertitude stratégique : festivals à lieux uniques, d'envergure et de budgets élevés, en musiques actuelles ou implantés dans des espaces ruraux ou « rurbains ».

4. LES TARIFS

La tarification des festivals obéit, comme tous les sujets touchant aux finances, à des situations très différentes selon les événements. Pour l'ensemble de ceux-ci, il s'agit d'un exercice délicat qui consiste à garantir la source essentielle des fonds propres tout en tenant compte des dispositions à payer de publics, eux-mêmes différents, et en conservant – pour la plupart des événements – une modération synonyme d'accessibilité sociale et de renouvellement des publics. La dépendance à cette ressource est bien sûr, nous l'avons déjà souligné, différente selon le type de festival, et en particulier selon le niveau de subvention. En toute logique, la pression sur la tarification est d'autant plus forte que la billetterie représente une part majeure des recettes. Les chiffres auxquels nous parvenons ici illustrent la variété des pratiques, entre une tarification unique, devenue largement minoritaire (6%), une pluralité de tarifs pleins (72%, correspondant à des classes de billet de plus ou moins grande valeur), et enfin une pluralité de forfaits (22%, où dominent les forfaits pour tout le festival, puis ceux au nombre de spectacle et enfin, ceux à la journée). Nous disposons, sur cette question de la tarification, d'un historique remontant au milieu des années 2000. Ce qui est très frappant, c'est la stabilité remarquable des tarifs au long de cette période. Ainsi, 19 € était déjà le tarif moyen constaté dans nos enquêtes précédentes. Cela signifie que cette stabilité en valeur absolue induit une baisse en valeur relative, si l'on tient compte de la croissance du coût de la vie dans cette période (+17,3%). La comparaison dans l'espace européen n'est pas du ressort de cette enquête, mais quelques indications de forfaits, notamment dans les musiques actuelles (Primavera de Barcelone, Glastonbury au Royaume-Uni, Sziget à Budapest, Roskilde au Danemark, où les forfaits dépassent souvent les 200 €) montrent que la France se caractérise par une modération certaine, même si elle a pour effet de tendre les ressources des organisations⁵. Comme on le voit ci-dessous, les forfaits pratiqués dans les festivals de notre échantillon sont nettement moins élevés, même pour les plus onéreux, qui ne dépassent pas 39 € pour un forfait/jour, et 140 € pour le forfait en nombre de spectacles le plus cher.

Types de tarifications



Montant des tarifications

	Moyenne	Médiane
Prix tarif unique	19	17,5
Prix le plus élevé	37	30
Prix le plus bas	11	7,5

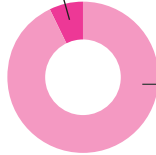
Montant des forfaits

		Moyenne	Médiane
Forfait pour tout le festival	Prix le plus élevé	107	90
	Prix le plus bas	51	42
Forfait à la journée	Prix le plus élevé	39	38
	Prix le plus bas	27	27,5
Forfait au nombre de spectacles	Prix le plus élevé	140	50
	Prix le plus bas	29	10

⁵ Une telle comparaison est tout sauf évidente car il faudrait vraiment faire reposer la comparaison sur des bases identiques, alors que chaque festival a sa propre personnalité, son nombre de concerts, etc. Il y a trois ans, une tentative de comparaison étendue à 22 événements européens avait été faite par le site Shopalike, en divisant le prix d'entrée par le nombre d'artistes programmés. <https://www.shopalike.fr/festivals-prix-par-artiste/>. Elle n'a pas été poursuivie.

Recours à la gratuité

7% Oui



93% Non

Pourcentages calculés
sur un panel de 147 festivals

Quant à la gratuité, c'est une pratique en régression.

Nous ne disposons pas exactement de la même information au gré de nos enquêtes, mais lors de celle de 2005⁶, le taux de gratuité (nombre de spectacles gratuits sur l'ensemble des programmations, très souvent des musiques savantes) était de 31%. Ce chiffre est sans commune mesure avec celui que nous constatons aujourd'hui : 7% des festivals recourent à la gratuité, et aucun de façon complète. Cette pratique est devenue confidentielle dans les secteurs de la chanson et des musiques savantes. Elle est à peine plus développée en musiques actuelles, et dans les spectacles de danse, cirque et théâtre de notre échantillon. Bien sûr, notre panel ne comporte aucun festival d'arts de la rue, pour lesquels cette pratique reste plus fréquente, de même que pour les petits festivals auxquels nous faisons référence plus haut. D'ailleurs, la gratuité est d'autant moins pratiquée que le budget du festival s'accroît. Sans doute ce déclin de la gratuité est-il dû en partie à la pression qui s'exerce sur les finances des festivals. On peut aussi y voir le retour critique sur les effets escomptés (renouvellement des publics, accessibilité sociale par les prix) de la gratuité en tant que telle. À celle-ci a été opposée une diversification des tarifs sociaux, des forfaits (en musiques actuelles notamment) et catégories de tarifs pleins (en musiques savantes, jazz et chanson).

⁶ Emmanuel Négrier, Marie Jourda, Les nouveaux territoires des festivals, Paris. Co-édition France Festivals et Michel de Maule 2006

LES RESSOURCES HUMAINES

L'emploi festivalier ne ressemble à aucun autre pour trois raisons. La première est liée à son intermittence, qui ne touche certes pas la totalité des personnes impliquées, mais qui imprime sa marque à l'activité. La deuxième singularité est la diversité des formes d'activité, depuis l'emploi salarié direct jusqu'au bénévolat, en passant par des formules de mise à disposition, de stages et autres contrats à durée déterminée. Le monde social des festivals est donc bigarré. La troisième singularité est que cet emploi varie fortement, au sein de cet univers, selon le type de festival. Ainsi, dès les premiers chiffres, la comparaison de la moyenne (près de 300 personnes actives) et de la médiane (83 seulement) nous montre que quelques gros événements font artificiellement croître l'ensemble des données.

IMPLICATION, STATUTS, ACTIVITÉS

L'intermittence de l'activité se remarque particulièrement à l'examen de la figure suivante, où l'on voit que sur une moyenne de près de 300 personnes, à peine 11% travaillent toute l'année, tandis que près de 72% ne travaillent que pendant les dates du festival. Cette part est à peine supérieure lorsque l'on n'observe que la médiane (5 sur 83).

Nombre de personnes impliquées dans l'organisation du festival en fonction des périodes de l'année

	Moyenne	%	Médiane
Travaillent toute l'année	9	11%	5
Travaillent entre 5 et 10 mois avant le festival	7	7%	3
Travaillent entre 1 et 4 mois avant le festival	11	7%	4
Travaillent dans le mois précédant le festival	75	13%	6
Travaillent seulement pendant le festival	230	72%	66
Ensemble des personnes impliquées	297	—	83

La part de la permanence sur le total de l'activité est plus élevée dans les musiques savantes et dans le jazz que dans les autres genres musicaux, sans doute en raison de l'ancienneté des événements, que l'on sait favorable à la structuration des organisations. Contrairement à une idée reçue, la part de l'emploi permanent ne progresse pas avec l'ampleur de l'événement, au contraire: les plus gros budgets ont certes plus d'employés permanents que les autres, mais ils pèsent moins en pourcentage de l'emploi total (6% contre 11% en moyenne). Et c'est bien dans les événements de taille plus modeste (moins de 270 K€) que l'activité tout au long de l'année occupe le plus de personnes (13%).

De ces 297 personnes en moyenne (et 83 en médiane) qui sont impliquées dans l'activité du festival, seul un nombre réduit en tire une rémunération. Le cumul de l'ensemble des salariés, indépendants, mises à disposition et stagiaires représente en effet « seulement » la moitié de l'ensemble; le reste étant constitué de bénévoles. Cette proportion vaut pour la moyenne et la médiane. Elle est donc significative. Les musiques actuelles, le jazz et la chanson sont les genres musicaux où cette proportion de bénévoles est la plus élevée, dépassant parfois même les trois quarts des personnes actives.

Nombre de personnes impliquées dans l'organisation du festival suivant leur statut

	Moyenne	%	Médiane
Salariés en CDI	4	9 %	3
Salariés non-intermittents en CDD	20	9 %	2
Salariés intermittents	59	20 %	10
Indépendants - Prestataires	77	10 %	4
Stagiaires	3	4 %	2
Bénévoles	197	66 %	54
Personnes mises à disposition	12	7 %	1

Note: la somme des moyennes ne peut être égale à la moyenne générale. Les pourcentages sont calculés à partir des effectifs et non sur les moyennes, ce sont des pourcentages moyens dont le total est supérieur à 100%.

L'autre aspect de cette structuration de l'activité, c'est que les festivals sont de véritables plateformes pour des personnes dont l'attachement à l'événement prend une forme plus ou moins continue ou exclusive. Les mises à disposition (7%), stagiaires (4%) indépendants (10%) et salariés intermittents (20%) l'illustrent ici. Le propre de ces statuts est de considérer le festival comme un temps spécifique dans une palette d'activités qui sont soit les mêmes, mais dans d'autres événements – c'est le cas des techniciens intermittents – soit totalement différentes (cas fréquent de personnels municipaux mis à disposition). Cette vision du festival non comme une organisation en soi mais comme le maillon d'une chaîne d'activités interdépendantes est d'ailleurs croissante.

Enfin, en examinant la dynamique d'activité des festivals en évolution, on ne peut que constater la part croissante du bénévolat qui, en sept ans d'intervalle (sur nos 39 événements communs) croît de près de 50%. Comme nous l'avons souligné dans un autre cahier de cette même enquête⁷, le bénévolat des festivals se porte globalement bien, dans un contexte pourtant marqué par le constat d'un certain « essoufflement » de cet engagement dans les mondes caritatifs, associatifs et de loisir. En réalité, d'après le 4^{ème} baromètre du bénévolat réalisé par l'IFOP pour France Bénévolat⁸, l'engouement public est toujours plus important chez les jeunes, alors qu'il régresse chez les plus âgés, qui restent majoritaires dans l'ensemble des bénévoles. On pourrait dire assez spontanément que les festivals représentent bien cette croissance de l'engagement des jeunes. Mais il est également vrai que certains, confrontés à des difficultés de renouvellement, incarnent aussi un certain essoufflement, notamment dans le secteur des musiques classiques.

Personnes impliquées suivant le statut Évolutions 2011 – 2018

	Moyenne 2011	Moyenne 2018		Médiane 2011	Médiane 2018
Salariés	25	79	↗	5	27
Indépendants - Prestataires	13	77	↗	2	4
Stagiaires	2	3	→	0	2
Bénévoles	121	197	↗	23	54
Personnes mises à disposition	20	12	→	0	1
Ensemble des personnes impliquées	180	296	↗	51	83

⁷ https://www.francefestivals.com/media/francefestival/189240-1541_sofest_brochure_benevoles_a5_20200116_web_page.pdf

⁸ https://www.francebenevolat.org/sites/default/files/DOCUMENTATION/ETUDE_Evol%20b%C3%A9n%C3%A9volat%20associatif%20en%202019_DEF.pdf

L'OFFRE DE SPECTACLES

Si l'image des festivals a beaucoup évolué au cours des dernières années, la question de leur place dans l'offre culturelle reste toujours ouverte. Pour les uns, ils seraient le fer de lance de nouvelles relations à la culture, plus éclectiques, décomplexées et mobiles, tandis que pour d'autres ils seraient, du moins une partie d'entre eux, la pointe avancée d'une vision toujours plus économique de la création et de la diffusion artistique.

Il n'est donc pas sans importance de se pencher sur les motifs des équipes à l'heure de créer et développer un festival.

1. OBJECTIFS

Objectifs poursuivis

OBJECTIFS ARTISTIQUES

- 56% Soutenir des artistes émergents (eff. 96)
- 49% Faire découvrir de nouveaux répertoires et œuvres (eff. 84)
- 31% Soutenir la production artistique régionale (eff. 54)
- 28% Célébrer ou redécouvrir un patrimoine artistique (eff. 48)
- 22% Développer un style ou un champ artistique singulier (eff. 38)
- 9% Promouvoir la collaboration entre disciplines artistiques (eff. 16)

OBJECTIFS SOCIAUX ET CULTURELS

- 76% Rendre la culture plus accessible (eff. 130)
- 58% Encourager l'éducation et les connaissances du public (eff. 100)
- 76% Donner aux gens l'occasion de se distraire (eff. 43)
- 19% Encourager et renforcer le dialogue interculturel (eff. 32)
- 12% Stimuler les échanges entre professionnels et amateurs (eff. 20)
- 4% Favoriser l'égalité Hommes /Femmes (eff. 7)

OBJECTIFS TERRITORIAUX

- 56% Développer une région par la culture (eff. 96)
- 54% Renforcer une identité territoriale (eff. 91)
- 36% Développer l'attractivité touristique (eff. 61)
- 19% Développement durable et protection de l'environnement (eff. 33)
- 19% Offrir un espace de rencontre professionnelle (eff. 32)
- 8% Encourager la régénération économique d'une zone en difficulté (eff. 13)

Les équipes avaient la possibilité de sélectionner deux objectifs dans chacun des trois domaines (artistique, social et culturel, territorial). Du côté artistique, les deux objectifs qui dominent largement pourront surprendre : ils sont tous deux du côté de l'émergence et du renouveau, des artistes et des œuvres. Ils devancent nettement le soutien à la production régionale, à un patrimoine ou champ artistique particulier. La responsabilité des festivals là où on les attend peut-être le moins (la création, plutôt que la diffusion) est un résultat assez intéressant. Cela peut aussi s'expliquer par la concurrence que se livrent certains événements pour programmer des têtes d'affiches dont le nombre limité et les tarifs prohibitifs laissent peu de place aux festivals de moyenne importance qui misent davantage sur la recherche du « nouveau talent » et le renouvellement du vivier.

Du côté des objectifs sociaux et culturels, la domination de deux occurrences est encore plus nette : rendre la culture plus accessible et encourager l'éducation et les connaissances du public sont deux piliers d'une démocratisation culturelle plutôt conventionnelle. Ils sont le signe d'un rapprochement, que nous avons déjà noté, entre le monde des festivals et le bloc de référence des politiques culturelles à la française. Les objectifs de distraction, mais aussi ceux de dialogue interculturel ou entre professionnels et amateurs sont très largement considérés comme secondaires, de même que l'égalité hommes/femmes. Si ces principes sont reconnus et suivis d'effets, pour certains, par les festivals, ils ne figurent pas parmi leurs objectifs, à proprement parler.

En ce qui concerne les objectifs territoriaux, nous faisons un même constat de priorité accordée à deux objectifs : développer une région par la culture et renforcer une identité territoriale. Tourisme, Développement Durable, Plateforme professionnelle ou régénération économique sont peut-être des moyens, mais ils ne sont de vrais objectifs que pour un nombre limité d'événement.

Création, accès et régionalisation culturelle sont donc les trois grands objectifs qui dominent la vision que les festivals ont de leur vocation artistique, sociale et territoriale. Intéressons-nous désormais au dispositif festivalier au service de telles vocations.

2. OFFRE ET DISPOSITIF

L'offre de spectacles

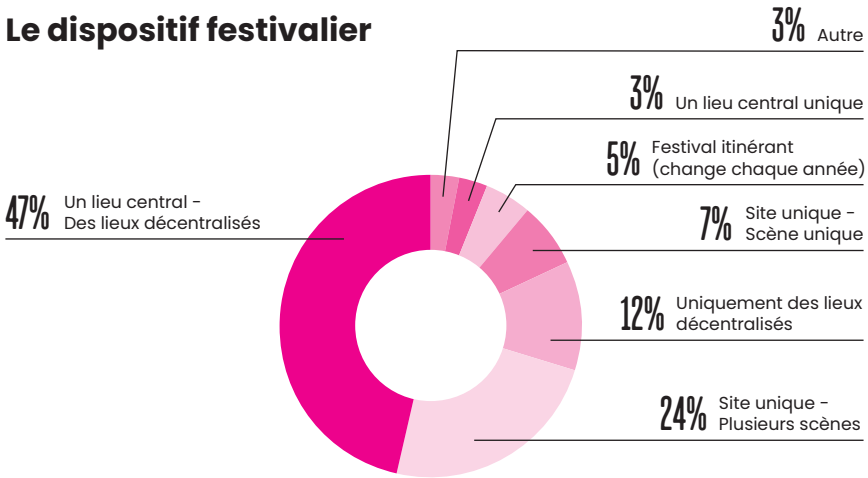
	Moyenne	Médiane
Nb Jours Édition 2018	11	8
Nb Lieux Édition 2018	10	7
Nb de spectacles 2018	40	25
Nb Artistes Édition 2018	178	107
Nb Artistes étrangers 2018	54	21

En moyenne, un festival dure **11 jours**, se produit dans **10 lieux** différents, pour **40 spectacles** qui programment **178 artistes** dont **54 sont étrangers**. Ces mots résonnent étrangement à l'heure du COVID-19 qui aura brutalement privé des centaines de milliers de spectateurs de cette effervescence bien particulière, ainsi que nous l'avons montré lors d'un volet spécial paru en mai⁹. Le nombre de jours est à peine supérieur à ce que nous établissions en moyenne dans le cadre comparatif de Festudy¹⁰ (10 jours, et médiane de 7). Les festivals de musiques savantes restent plus dilatés dans le temps (15 jours) que ceux de musiques actuelles (7). Quant au nombre d'artistes, ce sont les festivals de musiques savantes qui en programment le plus grand nombre (213), devant ceux de spectacle vivant (198) et de jazz et blues (165). La part des artistes étrangers (30% en moyenne) est similaire à ce que nous constatons en 2011 dans l'enquête Festudy. Elle culmine à 41% dans le spectacle vivant, pour se situer à environ 25% pour les autres, sauf pour la chanson (francophone...) qui n'en accueille que 12%.

⁹ https://www.francefestivals.com/media/francefestival/189240-sofest_festivals_annules_estimer_la_perte_economique_et_sociale-2.pdf

¹⁰ E. Négrier, M. Guérin et L. Bonet (dir.), Festival(s) de musique(s). Un monde en mutation, Paris, Co-édition France Festivals et Michel de Maule 2013

Le dispositif festivalier



Une curiosité touche au nombre de lieux. Pour ceux qui croient encore à la définition, sans doute apocryphe, d'un festival par Richard Wagner («une musique exceptionnelle dans un lieu exceptionnel pour un moment exceptionnel»), la chose a de quoi étonner. On assiste en réalité à la démultiplication du dispositif festivalier qui, pour poursuivre des objectifs très divers (toucher un nouveau public, développer un partenariat, varier les programmes, etc.) diversifient leurs espaces de diffusion. Ces choix s'expriment à travers plusieurs modalités. La première est le couple: **lieu central/lieux décentralisés**, qui représente près de la moitié des événements, et est très présent dans le domaine des musiques savantes et du jazz. On le repère plus souvent dans l'après-saison, mais aussi dans les espaces mixtes rural/urbain. L'autre couple est: **site unique /pluralité de scènes**, bien connu des grands rassemblements de musiques actuelles. On les voit plus souvent en milieu rural, et pour les festivals aux budgets les plus importants. Plus en retrait, on trouve les festivals qui ne disposent pas même d'un lieu central, et font reposer toute leur programmation sur des **lieux décentralisés uniquement** – une modalité prisée par les festivals de chanson. On peut leur associer les événements qui changent chaque année de localisation. L'unicité de lieu ou de scène ne représente donc qu'un festival sur dix aujourd'hui.

Pourcentages calculés sur un panel de 175 festivals interrogés.

ÉVOLUTIONS ET ENJEUX

Avant le déclenchement de la crise sanitaire, quelle était l'état d'esprit des équipes ? Sur quels points avaient-ils le sentiment que les choses changeaient, que les stratégies devaient prendre un cours nouveau ? On peut distinguer ici trois niveaux de sensibilité.

Tout d'abord, les aspects de programmation sont ceux pour lesquels les changements sont les plus limités. On est davantage, en ce domaine, dans une logique d'adaptation graduelle, sauf pour les festivals de jazz, qui mettent l'élargissement de la programmation au rang des changements soutenus. À l'inverse, les festivals de musiques savantes y souscrivent encore moins que la moyenne.

Le deuxième domaine concerne les publics: leur développement, leur renouvellement et leur fidélisation. Ici, les changements sont plus soutenus: ils participent certes de l'ADN d'opérateurs qui doivent compter plus que d'autres sur la billetterie. Cette « politique des publics » s'inscrit, ainsi qu'on la vut précédemment, dans une perspective de démocratisation culturelle, même si elle ne se prolonge guère par un investissement croissant dans les activités de médiation. Les plus en avant sur ces changements stratégiques touchant aux publics sont les festivals de chanson et de spectacle vivant, à l'opposé des festivals de musiques savantes.

Enfin, le troisième niveau touche à la question des moyens. Ici, de manière claire, ce sont les financements privés qui font l'objet de toutes les attentions. Sans doute la conviction s'est-elle emparée de beaucoup d'équipes que le niveau actuel de soutien public aux festivals ne pourrait guère progresser. Toujours est-il qu'on n'en attend plus beaucoup de changement, tandis que les formes de soutien privé (mécénat, sponsoring et autres partenariats, financement par la foule, etc.), bien que modestes et irréguliers, apparaissent comme le sésame du développement. C'est particulièrement vrai pour les festivals de jazz et de musiques actuelles.

Ces trois niveaux s'associent pour une impression générale de changement stratégique assez soutenu au cours des quatre dernières années :

84% de nos interlocuteurs estiment ces changements moyens ou forts dans l'activité générale des festivals.

Changements perçus par les organisateurs au cours des 4 dernières années

Domaines d'activités	Faible	Forte	Moyenne	Nulle	Total
Élargissement de la programmation	24%	29%	43%	4%	100%
Changement du registre de prog.	36%	6%	28%	30%	100%
Stratégie de développement du public	14%	29%	53%	3%	100%
Stratégie de renouvellement du public	22%	24%	51%	3%	100%
Stratégie de fidélisation du public	16%	34%	48%	2%	100%
Stratégie de financement public	31%	21%	43%	5%	100%
Stratégie de financement privé	23%	40%	33%	4%	100%
Activité générale	13%	30%	54%	3%	100%
Total	23%	27%	44%	7%	100%

En second lieu, nous avons demandé aux équipes de hiérarchiser les principaux enjeux qu'ils ont devant eux pour les prochaines années. On voit dans le classement ci-dessous une grande cohérence avec ce qui précède. Les festivals sont convaincus de l'importance (politique et financière) de la croissance des publics (plus que leur diversification), de la croissance des moyens provenant du privé, mais aussi du public, et d'une baisse des coûts des spectacles. Ces quatre premières motivations ont toutes en commun d'intégrer une considération économique. Elles sont le signe de la pression qui montait du côté des événements – avant même le surgissement de la crise sanitaire – quant à la réduction des marges de manœuvre festivalières. Du même coup, les quatre enjeux suivants, qui ont une dimension plus indirecte ou qualitative, font figure de variables d'ajustement. En particulier, les activités en dehors du festival qui, nous le verrons dans un prochain opus, sont pourtant en développement, apparaissent moins comme un défi central que comme une piste conditionnée par des moyens sous caution.

Les principaux enjeux aujourd'hui

	Effectifs (Rang 1)
Augmenter le public	1
Augmenter les financements privés	2
Augmenter les financements publics	3
Baisser le coût des spectacles	4
Diversifier le public	5
Diversifier la programmation	6
Réduire la concurrence entre les offres culturelles	7
Développer des activités en dehors du festival	8

En troisième lieu, nous avons souhaité connaître, plus précisément, sur quels aspects de l'activité des changements avaient été opérés. Ici, nous avons suggéré que trois situations étaient possibles : une baisse, une hausse, une stabilité.

Changements au cours des 4 dernières années

Domaines d'activités	Baisse	Hausse	Stable	Total
Nb de spectacles programmés	9 %	35 %	57 %	100 %
Coût des spectacles	6 %	49 %	44 %	100 %
Nb de partenaires privés	9 %	52 %	40 %	100 %
Nb de partenaires publics	9 %	22 %	69 %	100 %
Act ^{és} parallèles aux concerts	5 %	49 %	45 %	100 %
Coopération entre festivals	1 %	34 %	65 %	100 %
Act ^{és} en dehors des dates du festival	4 %	48 %	48 %	100 %
Budget	12 %	46 %	43 %	100 %
Niveau de financement public	22 %	26 %	52 %	100 %
Niveau général d'activité	4 %	61 %	35 %	100 %
Total	8 %	42 %	50 %	100 %

Commençons par la stabilité. Elle concerne la coopération entre festivals, le nombre de partenaires publics, le nombre de spectacles programmés et les activités en dehors des dates des événements. Une petite nuance touche aux festivals de jazz, plus enclins à considérer que la coopération s'est développée au cours de cette période. Ensuite, on constate qu'aucun de ces domaines n'est considéré comme en baisse. Certes, le niveau de financement public est celui qui est le plus concerné par l'idée, mais la stabilité l'emporte tout de même (52%), et la hausse est elle aussi plus fréquente (26%).

C'est dans le domaine des musiques actuelles que la baisse est plus ressentie qu'ailleurs. Enfin, les hausses les plus soutenues touchent le niveau général d'activité (attesté par nos développements précédents sur l'emploi et les budgets), le nombre de partenaires privés, le coût des spectacles et les activités parallèles aux concerts et hors dates. Le coût des spectacles est particulièrement noté par les musiques actuelles, et beaucoup moins en chanson. Le niveau général d'activité est particulièrement en hausse dans les secteurs de la chanson et du jazz, où l'on constate également une croissance plus élevée du nombre de partenaires privés.

Un paradoxe apparaît ici, entre les changements constatés et les priorités stratégiques. Au titre des premiers, on constate par exemple une croissance des activités hors-festival, alors même qu'il s'agit du dernier des enjeux affichés. Ce n'est donc pas parce qu'un domaine révèle beaucoup de changements qu'il s'agit pour autant de stratégies de changement prioritaires. De même, à l'inverse, ce n'est pas parce qu'une dimension est constatée comme stable qu'elle n'est pas considérée comme stratégique. Ainsi, les financements publics, quoique des plus stables, sont considérés au troisième rang des enjeux majeurs des festivals.

Étude initiée et coordonnée par



en partenariat avec



**BÉNÉVOLES
FESTIVALS ANNULÉS
INDICATEURS
D'ACTIVITÉ**

**PUBLICS
RÉSEAUX SOCIAUX...**

contact@francefestivals.com

