

Les festivals « musiques actuelles » en Pays de la Loire

Entre logiques d'implantation locales et reconfigurations nationales : les nouveaux enjeux de l'événementiel en région

par *Gérôme Guibert**

Cette enquête met en lumière l'importance de l'activité des festivals en termes économiques et culturels. Elle précise les caractéristiques spécifiques à ce genre d'activité événementielle. Elle permet de poser quelques jalons pour une réflexion prospective.

En 2005, l'étude prospective pour un Etat des lieux territorial des musiques actuelles en Pays de la Loire avait permis de recenser 122 festivals intégrant des musiques actuelles, dont 96 centrés sur ces musiques dans la région. Un échantillon de 21 festivals centrés sur les musiques actuelles, dont 17 adhérents au Pôle de coopération des acteurs pour les musiques actuelles en Pays de la Loire ont été interrogés dans le cadre de la présente enquête sur l'édition 2007 de leur événement.

Contexte et méthode

Le Pôle de coopération des acteurs pour les musiques actuelles en Pays de la Loire a initié au cours du second semestre 2007 des groupes de travail sur des thématiques précises. Ces groupes ont pour but de réfléchir aux problématiques spécifiques rencontrées par les différents types d'acteurs en région. L'un d'entre eux concernait les festivals. Il a réuni plus d'une vingtaine d'organisateur de ces événements issus des 5 départements de la région.

Afin d'alimenter les débats, le Pôle réalise sur demande de ses partenaires (acteurs, collectivités) des enquêtes Flash. Cette étude par questionnaire permet d'apporter un éclairage quantitatif à la réalité des festivals en région. Il faut néanmoins prendre ces données avec précaution. D'abord parce que la Loire Atlantique est légèrement surreprésentée par rapport à l'effectif réel des festivals présents. Ensuite, l'aléa introduit par l'échantillonnage de l'enquête n'est pas toujours négligeable. Toutefois, les tendances générales dégagées confirment les données récoltées par ailleurs (voir « projections » en fin de document).

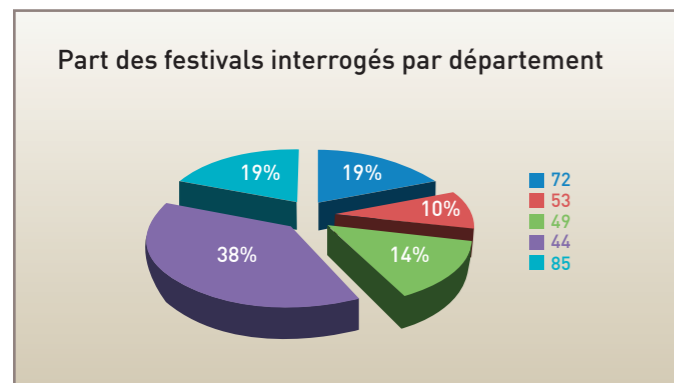
On tient aussi à rappeler que les données ont été récoltées auprès des sondés sur une base déclarative.

* *Gérôme Guibert : chargé de l'observation et des études au Pôle de coopération des musiques actuelles en Pays de la Loire*

I CARACTÉRISTIQUES GÉNÉRALES :

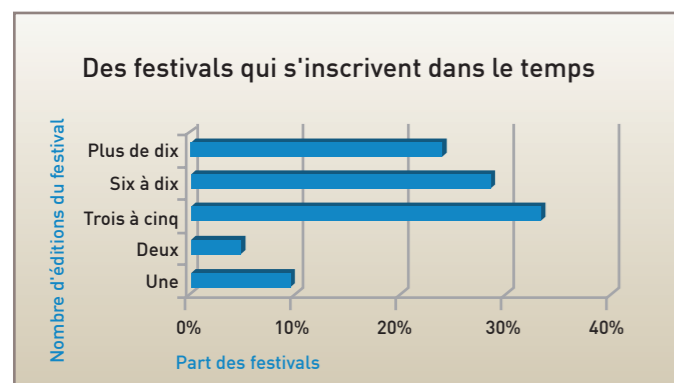
Des propositions culturelles nombreuses et diversifiées (lieux, orientations artistiques, ancienneté, durée)

Les festivals sont implantés dans les cinq départements, en milieu rural et urbain. Lors du recensement des activités musicales actuelles dans la région réalisé en 2005, on a pu d'ailleurs constater que les festivals faisaient partie des types d'organisation liés aux musiques actuelles les mieux répartis sur le territoire.



Les festivals musiques actuelles interrogés sont à 95% associatifs et à 5% en société (SARL). 19% des structures organisatrices possèdent un lieu fixe où se déroule une saison de programmation. Pour ces associations possédant un lieu, le festival est intégré dans la déclinaison d'un ensemble d'actions en faveur des musiques actuelles. Pour les projets sans lieu (soit près de 4/5e de l'échantillon) le festival constitue le cœur de l'activité. Cependant, 76% d'entre eux sont également investis dans d'autres démarches liées aux musiques actuelles (développement artistique, formation, production).

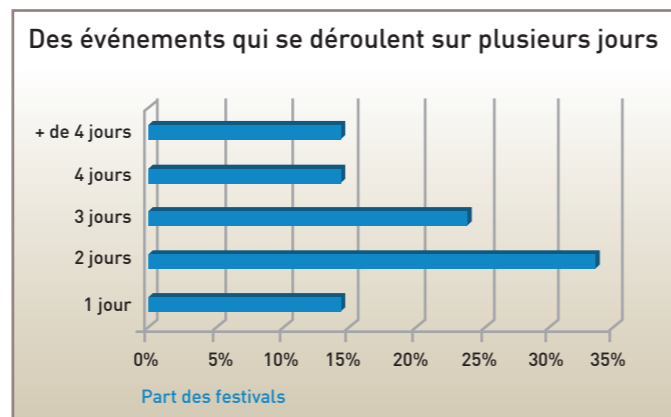
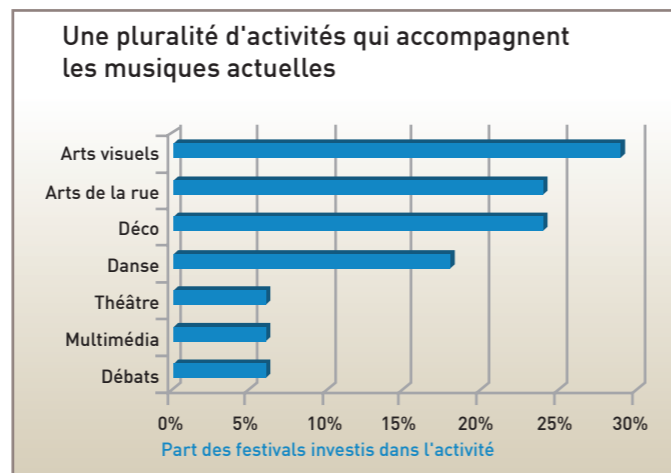
Deux raisons expliquent cette diversification. Premièrement, la viabilité au sein d'un environnement risqué favorise la diversification. Deuxièmement, la volonté de pérenniser les structures implique d'affirmer sa présence en dehors de l'événement festivalier en lui-même. C'est un moyen de favoriser la reconnaissance et de souder des liens avec la population. Dans un article récent (les Cahiers de l'Orrca), Philippe Teillet explique d'ailleurs qu'un certain nombre de lieux de diffusion ayant vu le jour dans les années 90 furent créés par des porteurs de festivals (passage de « l'événement » à « l'équipement »).



Les festivals ont déjà réalisé entre 1 et 21 éditions, et la moyenne est de 7,43 éditions (année moyenne de la première édition, 2001). Ces données montrent que de nombreux festivals sont des projets pérennes. Ceux qui ont réalisé au moins 3 éditions ont de fortes probabilités de s'inscrire dans une temporalité longue.

- 95% des organisateurs sont associatifs
- 90% des organisateurs investis sur d'autres activités que le festival
- 62% des festivals musiques actuelles proposent d'autres disciplines que la musique
- Plus de 7 éditions déjà réalisées en moyenne
- Une durée moyenne supérieure à 2 jours

Si 100% des festivals interrogés sont centrés sur les « musiques actuelles », 62% d'entre eux proposent également d'autres activités que la musique. Le type d'activité proposé est en relation avec le projet culturel développé par les festivals. Par exemple, les festivals axés sur les musiques traditionnelles ou sur le hip-hop proposent plus souvent de la danse que les autres.



L'événement en lui-même dure plusieurs jours (pour 86% des festivals). La valeur médiane est de 3 jours. Si les durées sont diverses, la majorité des festivals dure entre deux et trois jours.

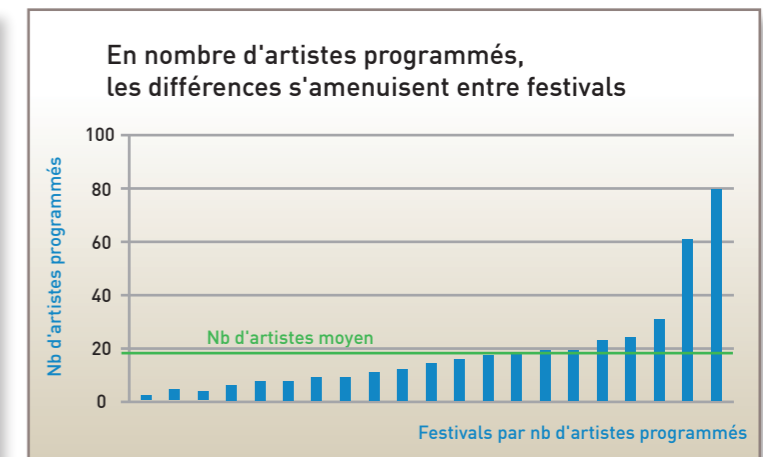
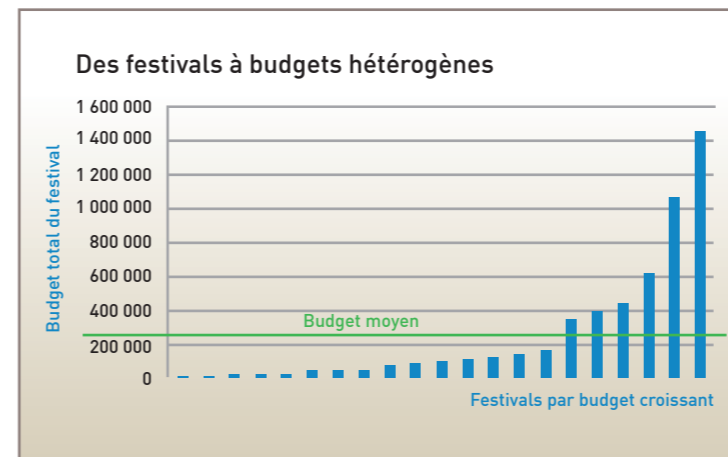
II DES FLUX DE PERSONNES QUI GÉNÈRENT UNE ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE

Les festivals programment en moyenne 19 artistes, pour 7440 entrées et un budget de 253 000 euros. Si elles permettent de poser des repères, les valeurs moyennes doivent être complétées par d'autres indicateurs. On peut à cet égard présenter les valeurs minimales et maximales pour ces trois variables. Les festivals interrogés accueillent en effet entre 3 et 80 artistes, les entrées fluctuent entre 650 et 39000 personnes et les budgets s'étalent de 7950 à 1 450 000 euros.

en moyenne :

- 19 groupes/artistes programmés par festival
- 7440 entrées par festival
- 253 000€ de budget

Assisterait-on à ce que d'aucun considèrent comme la disparition des festivals « moyens » (colonnes vertébrales de l'aménagement territorial et de la diversité culturelle), au profit d'une distribution entre très gros festivals soutenus par l'industrie d'un côté, et petits événements menés par des amateurs de l'autre ? La réponse est ambivalente, elle dépend des critères qu'on décide de prendre en compte. Une analyse des budgets irait dans le sens de cette mutation. Très peu de festivals ont un budget moyen. Mais cet indicateur est à relativiser si on compare la distribution des festivals en fonction du nombre de spectateurs et encore davantage en fonction du nombre d'artistes présents. On peut le comprendre aussi en mettant en regard la moyenne et la médiane de ces trois variables. La médiane est la valeur qui sépare en 2 l'effectif (la moitié est au dessus, la moitié en dessous). Le budget médian est de 98 000 euros, donc plus de 2,5 fois inférieur à la moyenne, ce qui montre une bipolarisation des festivals. Le public médian est de 3500 personnes et le nombre d'artistes médian de 15, ce qui relativise cette bipolarisation, comme le montrent les graphiques suivants.



A partir de ces données, on décèle donc que le budget n'explique pas tout lorsqu'on étudie les festivals en région. Caractériser les festivals nécessite simultanément l'utilisation d'autres indicateurs.

DEFINITION, Qu'est-ce qu'un festival ?

Il y a deux manières de définir ce qu'est un festival :

- 1 - Prendre en compte les événements que les acteurs eux-mêmes nomment « festival » c'est la démarche « subjective »
- 2 - Définir des critères nécessaires pour être considéré comme « festival », c'est la démarche « objective » (employée par les collectifs qui fédèrent des adhérents).

- 1 => Soit on se base sur une logique subjective, c'est-à-dire sur les revendications des acteurs (« se dire festival »). On peut considérer alors comme festival toutes les manifestations qui se baptisent comme tel. Dans ce cadre, un simple concert thématique sous la forme d'un plateau d'artistes organisé sur une seule soirée par un diffuseur dans ses propres locaux peut être considéré comme un festival si ses porteurs de projet le revendiquent.
- 2 => Soit on se base sur une logique objective, c'est-à-dire sur des indicateurs posés dans le cadre d'un contexte, d'un chantier donné (« être considéré comme festival »). Les festivals sont alors les événements qui respectent les indicateurs posés comme nécessaires pour faire partie de la population.

Tentative d'objectivation : Les critères proposés par Luc Benito (in Les Festivals en France) permettent de poser de manière flexible mais cadrée des indicateurs de base permettant d'opter pour cette seconde option. Ses indicateurs ont été reconnus par le groupe de travail des festivals en Pays de la Loire comme essentiels lors de la définition de leur projet. Ils permettent de réunir des acteurs qui ont des préoccupations communes, a minima.

Unité de temps / Unité de lieu / Unité d'action-thématique :

- **L'unité de temps** se dissout à mesure qu'on passe d'une logique événementielle à une logique structurelle. De ce point de vue, le groupe de travail a considéré que les programmations qui se déroulent chaque année pendant plusieurs mois avec une logique régulière (par exemple lors de weekends successifs comme « les animations estivales », n'étaient pas des festivals). Par ailleurs, un événement qui se déroule sur plusieurs jours mais avec certains jours sans manifestations ne respecte pas non plus l'unité de temps.

- **L'unité de lieu** peut être un site de quelques centaines de mètres carrés, mais ce peut être aussi un quartier, une ville ou même des territoires plus larges (par ex communauté de commune ou Pays). Cela dépend en fait du nombre de spectateurs (à définir) et de la spécificité de la thématique... Si le festival propose un contenu esthétique ou culturel rare, il peut attirer un public de provenance géographique plus large, ce qui accroît ses possibilités d'étendue en termes de lieu. A contrario, un festival à dimension locale doit restreindre son espace afin d'accroître sa cohérence et se construire une identité repérable.

- **Unité d'action/thématique :** elle caractérise la thématique du festival. Plus la ligne artistique est spécialisée, et plus le festival peut prétendre à toucher une zone territoriale large. Plus la ligne artistique est spécialisée et plus le festival sera repéré, indépendamment de sa temporalité et de son lieu de développement (par exemple, au niveau national, la BD à Angoulême, la chanson aux Francofolies ou les découvertes aux Transmusicales). La ligne identitaire du festival permet aussi tendanciellement de relativiser le nom des têtes d'affiches. Les gens viennent pour des noms, mais aussi pour une direction artistique.

Il reste à dire que ces trois dimensions fonctionnent en regard les unes avec les autres, c'est pourquoi il faudrait regarder au cas par cas. Pour autant, ces éléments sont décisifs car ils permettent d'affirmer un axe culturel et artistique fort qui peut aider le festival à se définir pour les autres.

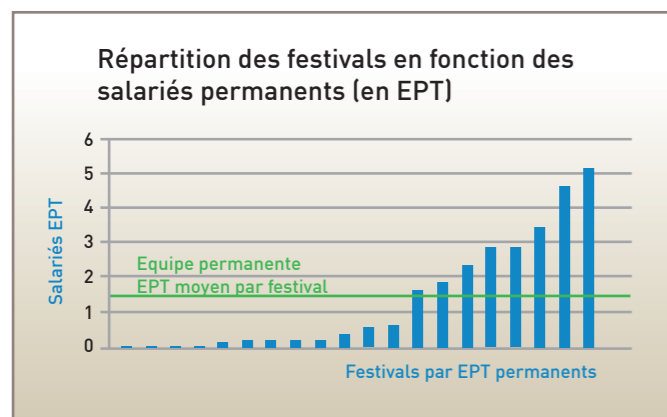
Appendice : on pourrait aussi, entre l'objectif et le subjectif, évoquer la notion « d'air de famille » empruntée à Wittgenstein. Pour le philosophe, il paraît vain de chercher des critères communs intégralement partagés par tous les membres d'une catégorie. Par contre, on peut trouver beaucoup de similarités en comparant les festivals « musiques actuelles » deux à deux. C'est pourquoi on pourrait regrouper comme festivals les événements validés comme tels par les membres du groupe de travail en région à partir du moment où ils partagent au moins une partie des variables nécessaires.

III DES PROFESSIONNELS QUALIFIÉS, DES BÉNÉVOLES IMPLIQUÉS MAIS DES CONTRATS DE TRAVAIL PRÉCAIRES

- **2,15** salariés permanents soit 1,47 ETP par festival
- **38%** de festivals sans salariés permanents
- une moyenne de **130** bénévoles par festival réunis pour l'événement

Les festivals ont une moyenne de 2,15 salariés permanents qui représentent 1,47 ETP par festival (selon une fourchette qui va de 0 à 5,25 ETP). Le travail de ces salariés est irrégulier selon l'année, il monte en puissance à l'approche de l'événement. Pour autant, obtenir des postes à l'année est important pour les festivals qui veulent s'investir dans la durée car ils permettent une meilleure circulation de l'information, une logistique plus efficace et la constitution d'une mémoire, d'une expérience. On doit rappeler à cet égard que 38% des structures de l'enquête organisant des festivals n'ont pas de salarié à l'année et que 62% n'ont pas d'administrateur à l'année.

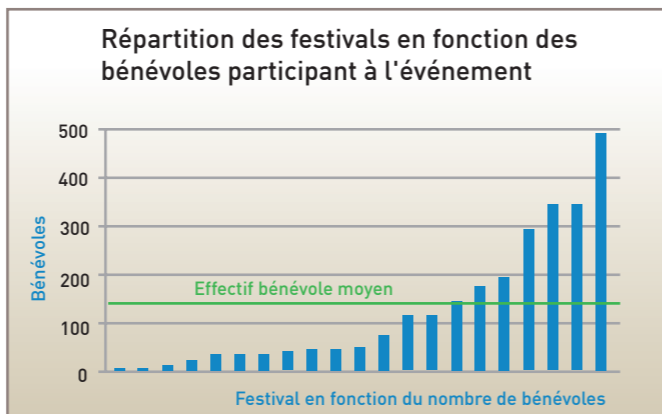
On peut parler de « contrat de travail précaire » dans le sens où, en moyenne, les contrats des salariés permanents investis sur les festivals sont des contrats à temps partiel atteignant un 2/3 temps.



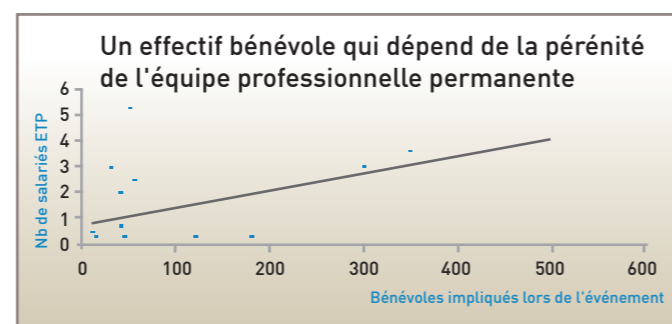
Bénévolat : un ancrage territorial fort.

Contrairement à une idée reçue, ce ne sont pas obligatoirement les festivals les moins « professionnels » qui font tendanciellement le moins appel à la main d'œuvre bénévole. La présence des bénévoles dépend aussi de l'inscription du projet dans une logique d'ancrage local et citoyen. Les bénévoles peuvent s'occuper de la décoration du site, de l'animation, proposer des stands de restauration, accueillir les artistes... Nombre d'entre eux possèdent un savoir faire lié à l'expérience lorsque les festivals existent depuis plusieurs années.

À côté de ces éventuels salariés permanents, l'effectif de salariés intermittents s'élève à 29,83 en moyenne par projets. Ils sont sollicités autour de l'événement (tâches techniques et artistiques). Par ailleurs, la quasi-totalité des festivals interrogés font appel à des bénévoles (95%). Ils sont en moyenne 19 à l'année (le « noyau actif ») et 130 lors de l'événement. Ces données moyennes sont là encore très dispersées puisque le nombre de bénévoles convoqués s'étale de 10 à 500 personnes. Toutefois, cette dispersion est à relativiser.



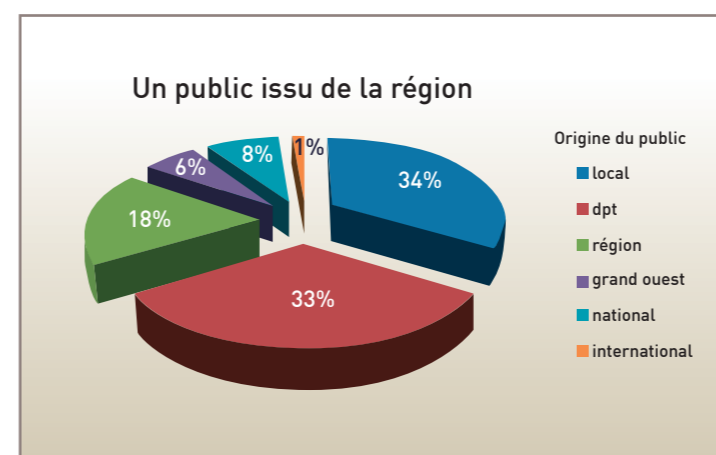
Si certains festivals à envergure importante privilégient un fonctionnement adossé à une équipe de permanents, on remarque à ce propos que les festivals en extérieur et en milieu rural emploient, en moyenne, un effectif important de bénévoles, quel que soit leur budget. Une tendance en adéquation avec les modèles associatifs les plus répandus en milieu rural et urbain (Cf La production de la culture).



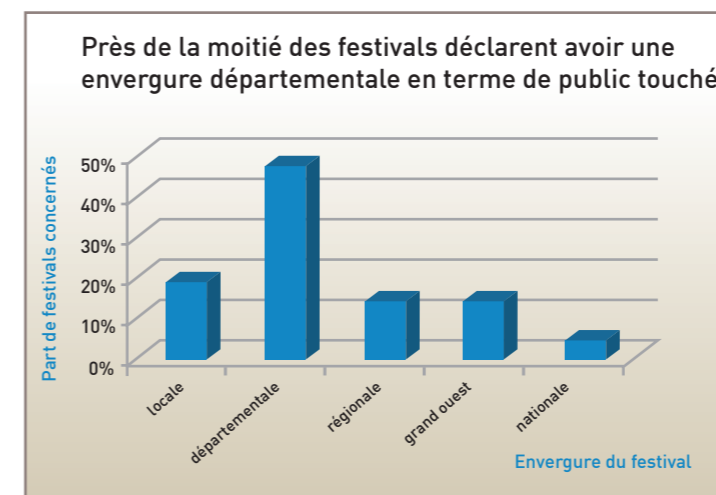
IV UN ANCRAGE RÉGIONAL DU PUBLIC :

- un public régional à plus de **75%**
- un public **spécialisé** qui peut venir de très loin

Les festivals qui déclarent attirer une part de public international se déroulent en juillet ou en août. Ce sont par ailleurs les festivals qui attirent le plus de monde et qui revendiquent une ligne de programmation spécifique (une famille musicale programmée tel que jazz, métal ou musiques du monde).



Une analyse de la provenance du public montre que les festivals en région attirent en premier lieu un public local (33% du public). Si on y ajoute le public issu du département (hors local) on peut comptabiliser plus de 3/5e de l'ensemble du public. Les festivals sont en majorité des événements de proximité, qui parlent à un public proche. La communication nationale n'a donc pas pour effet premier d'attirer un public lointain mais plutôt d'apporter un « profit symbolique » au festival.



Si on classe les festivals en fonction de la provenance majoritaire de leur public (en terme relatif), on constate que la majorité d'entre eux déclarent attirer avant tout un public départemental (48% des festivals). Viennent ensuite les festivals qui déclarent attirer un public local (19%), puis grand ouest (14%).

On peut ainsi mettre en évidence deux phénomènes :

- **La provenance** majoritaire du public est en partie liée à **l'envergure déclarée** (les festivals qui déclarent avoir une envergure « grand ouest » ou « nationale » sont ceux qui attirent le plus de monde).

- L'envergure n'explique pas tout, il faut également tenir compte de deux autres phénomènes.

=> D'abord **la spécialisation de la programmation**. Ainsi les festivals qui se déclarent à envergure « régionale » attirent moins de monde en moyenne que ceux qui déclarent avoir une envergure « locale », mais ils ont une programmation plus « pointue » en termes de genres musicaux.

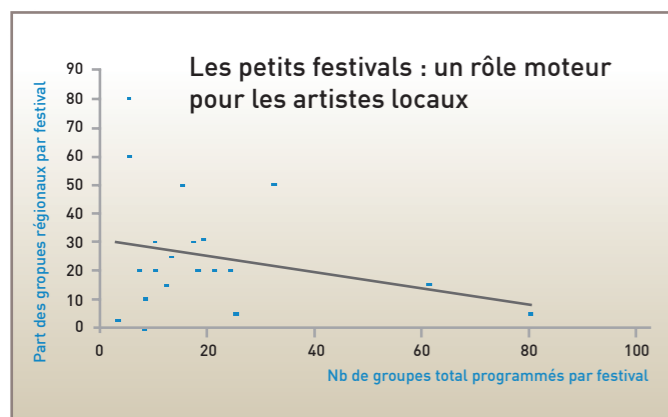
=> Ensuite **l'organisation structurelle du festival**. Un festival qui dure sur plusieurs jours et qui multiplie les événements peut comptabiliser plusieurs fois les entrées des mêmes spectateurs. Il faudrait dans ce cas distinguer le nombre d'entrées du nombre de personnes différentes touchées.

V UN GROUPE SUR QUATRE PROGRAMMÉ EST ISSU DE LA RÉGION :

- Les groupes régionaux représentent en moyenne **25% de la programmation**
- **5 groupes/artistes régionaux** par festival en moyenne
- **Un rôle complémentaire** de l'offre festivalière

La part des groupes régionaux programmés en fonction du nombre total d'artistes (5 groupes-artistes par festival en moyenne) montre que leur représentativité est loin d'être homogène. On retrouve le même type de résultat lorsqu'on cherche à faire état de la proportion de groupes régionaux par festival en fonction du nombre de spectateurs. Tendanciellement, il s'avère que les « petits » festivals programment davantage de groupes régionaux. Il existe même quelques très petits festivals qui proposent jusqu'à 80% de groupes régionaux.

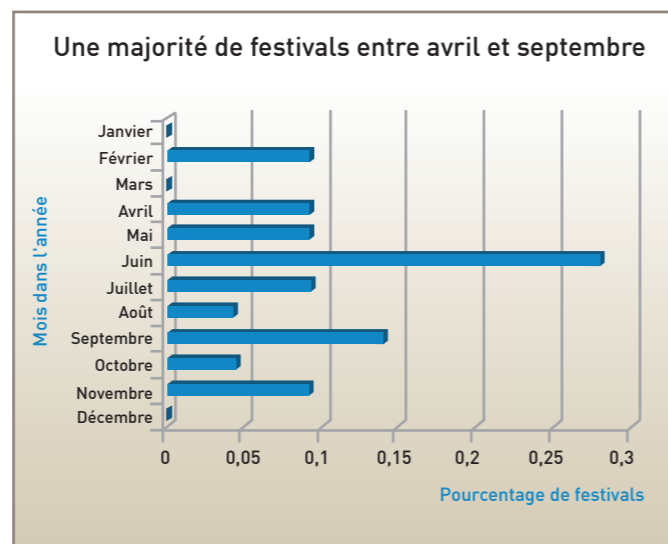
Par leur effectif nombreux, ce sont les petits festivals qui procurent des opportunités de prestation pour les groupes. C'est collectivement qu'ils agissent sur le développement local.



Les festivals les plus importants programment une part peu importante de groupes régionaux. Mais, par un effet de structures (ils programment beaucoup de groupes), les grands festivals ne sont pas à négliger. Par ailleurs, ils offrent un contexte différent. Les grands festivals permettent à des groupes en voie de professionnalisation de rencontrer un public plus important qui vient de plus loin, et de se confronter à des groupes souvent plus confirmés. C'est pourquoi on peut considérer, en termes de développement régional, que ces deux types de festivals sont complémentaires.

L'enquête montre que, en moyenne, plus les subventions sont importantes, et plus le nombre de groupes régionaux programmés est important. Les festivals peuvent par exemple des actions culturelles ou des résidences avec des artistes de la région.

L'ensemble de ces éléments trace une tendance lourde. La population des festivals, hétérogène, couvre un panel d'événements divers mais complémentaires (provenance du public, origine des groupes, lieu du festival). La temporalité des festivals dans l'année confirme ces résultats. Si une majorité d'entre eux se déroule entre avril et septembre, c'est aussi que la demande est plus grande au moment où la météo est plus clémente et le temps libre individuel plus important. C'est aussi à cette période que les saisons des lieux de programmation « fixes » sont les plus faibles, ce qui réduit la concurrence.



VI DES FESTIVALS AIDÉS PAR LES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES EN MAJORITÉ :

- Les festivals sont avant tout aidés par leur **commune d'implantation**
- Des subventions **proportionnelles au budget**

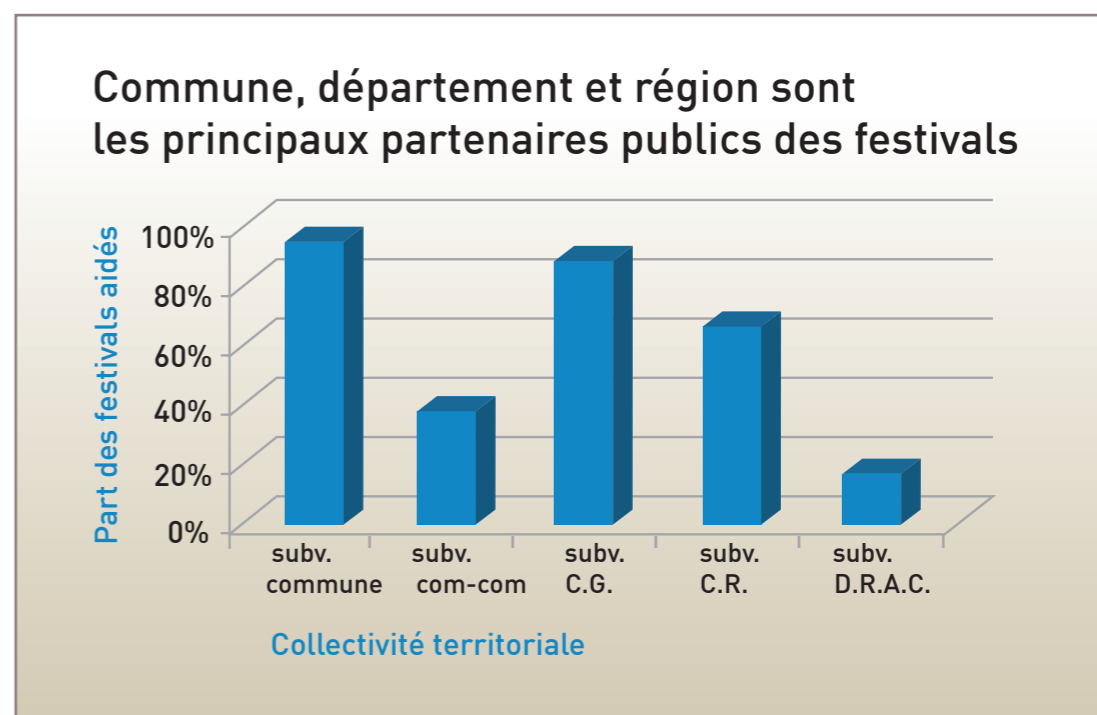
Il faut commencer par dire que les festivals sont autofinancés par leur activité à 70% environ. Les subventions s'élèvent environ à 25% du budget global.

Les festivals sont avant tout aidés par leur commune d'implantation (à 94%), par leur département (83%) et par la région (67%). La DRAC aide seulement quelques événements (63 au niveau national selon le rapport Weber-Berthod). Le budget total moyen des festivals aidés par la DRAC est de 536 000, celui des festivals non aidés par la DRAC de 206 000 euros, et la plupart des festivals aidés par la DRAC déclarent posséder une enveloppe qui dépasse la région.

Le budget moyen des festivals est de 253 000 euros. Alors que les montants des subventions sont très hétérogènes en valeur absolue d'un festival à l'autre, ils représentent une part des recettes comprise dans une fourchette qui varie systématiquement de 20 et 50% du budget total, avec un taux moyen de subventions de 25%. Derrière ces résultats, il faut retenir que les subventions sont proportionnelles aux budgets, au moins lorsque les acteurs font des demandes de financement et choisissent une hybridation des ressources (autofinancement, subventions de diverses collectivités, aides du secteur par les sociétés civiles, bénévolat...).

Par ailleurs, il existe un effet mécanique de « subvention à la preuve » qui accroît les difficultés pour les nouveaux entrants. Ceci explique que de nombreux festivals « jeunes » à petite enveloppe ont un taux de subvention plus faible que la moyenne (victime de l'effet précédemment décrit mais aussi d'un manque d'expérience des procédures). Enfin, certains gros festivals possèdent un fonctionnement privé (ils programment des groupes en fonction de leur notoriété) et sont très peu subventionnés.

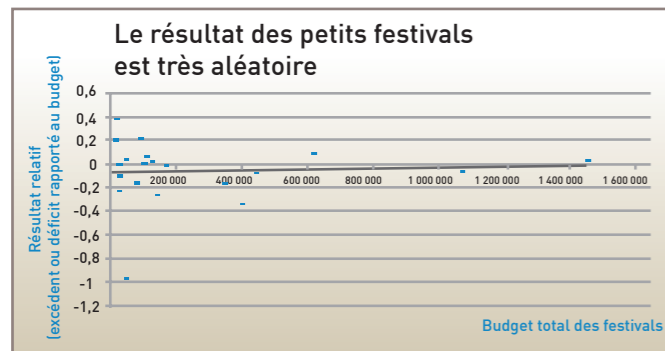
Le mécénat/sponsoring moyen est de 2,52% du budget. Il varie peu en fonction du budget. En moyenne, la part de mécénat/sponsoring n'est pas non plus tributaire du taux de subvention du festival. Il existe cependant deux types de festivals ayant une part plus forte de mécénat/sponsoring au sein de leurs recettes. Les festivals peu subventionnés ainsi que les festivals très subventionnés. Ces éléments montrent que l'appel au mécénat/sponsoring est une nouvelle pratique qui ne suit pas obligatoirement les logiques préalablement existantes, notamment en termes de subventionnement.



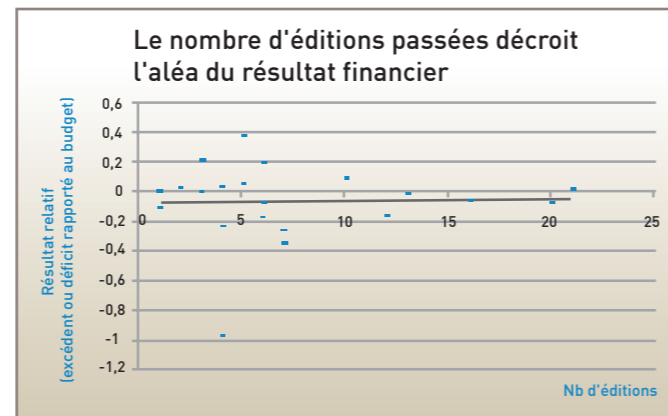
VII UN RISQUE QUI DÉCROIT AVEC L'EXPÉRIENCE ET L'ENVERGURE DES FESTIVALS :

- Les petits festivals ont davantage de probabilité d'être fortement excédentaires ou déficitaires
- Exister depuis longtemps décroît l'aléa des résultats financiers

Mettre en regard le résultat financier des festivals par rapport à leur budget total montre que, contrairement à ce qui est dit parfois, les festivals qui ont les budgets les plus importants n'ont pas davantage de chance d'être déficitaires. C'est par un effet « masse » (les résultats déséquilibrés sont d'autant plus impressionnants que les budgets sont importants) que circule l'impression du risque démesuré pour les grands festivals. Les petits festivals s'avèrent en réalité être les plus aléatoires. Pour autant, on repère plusieurs « petits festivals » générant d'importants excédents. Fortement implantés sur leur territoire, ils limitent les risques et ne sont pas obligatoirement soumis à une pression à la croissance.



Par ailleurs, le résultat relatif est plus souvent proche de l'équilibre lorsque le nombre d'éditions du festival déjà passées est important (autour de 7 éditions). L'ancienneté, ou, autrement dit, l'expérience décroît l'aléa du résultat financier des festivals. Un événement répété aide en effet à la construction d'une renommée et d'un public fidélisé ainsi qu'une meilleure connaissance des partenaires. Il aide au développement d'un savoir faire.



IX PROFILS :

A partir de ces quelques résultats ainsi que des réflexions menées dans le cadre du groupe de travail « festivals », on a pu esquisser deux tendances, deux variables permettant de réaliser une typologie des festivals.

La logique « spécialisée » :
elle regroupe des festivals fondés sur une ligne esthétique particulière (jazz, musiques traditionnelles, chanson, punk, métal, hip-hop, musiques du monde...)

La logique « enjeu de développement local » :
elle regroupe des festivals s'appuyant sur les acteurs locaux (artistes, bénévoles, entreprises).

CRITERES	INDICATEURS (spécialisé)	INDICATEURS (dvpt local)
Public	Public spécialisé (culture, look, origine géographique) Provenance (lieux de vente / immatriculation des voitures très divers) Supports de communication et réseaux liés à l'univers culturel couvert	Public large à croisement générationnel Provenance : proximité Supports de communication : du local au régional
Programmation	Esthétique donnée Part de groupes régionaux aléatoires	Esthétiques (éclectisme)
Offre culturelle connexe	Scénographie Merchandising	Acteurs locaux (arts de la rue, restauration...) Travail avec secteur touristique possible
Territoire	Le site (renvoie à l'idée d'un village « tribal ») Les réseaux esthétiques (public qui peut venir de loin)	Implication des populations : nb de bénévoles investis, lien avec les associations, entreprises locales (par exemple cafés-concerts ou développeurs)

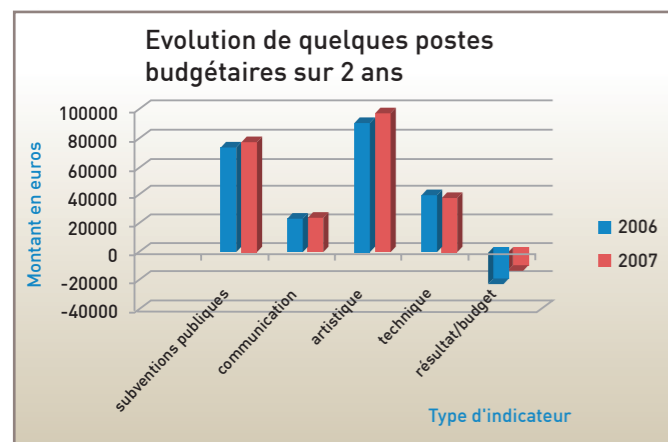
Ces logiques ne sont pas exclusives les unes avec les autres. On peut être à la fois l'un et l'autre ou ni l'un ni l'autre.

A la logique « spécialisée » s'oppose la logique « généraliste » (les répondants déclarent effectuer une programmation « musiques actuelles »). A la logique « enjeu de développement local » s'oppose une logique « perspective nationale » (les festivals estiment qu'ils auraient pu garder l'identité de leur festival ailleurs).

Cependant, en croisant l'envergure déclarée des festivals et leur orientation esthétique, on s'aperçoit que les festivals « spécialisés » peuvent être de toute envergure alors que les festivals à tendance « généraliste » ont plutôt une envergure départementale.

VII ENTRE 2006 ET 2007, UNE ÉVOLUTION DES POSTES BUDGÉTAIRES EXPLIQUÉE EN PARTIE PAR L'ÉVOLUTION DU CONTEXTE :

- Des budgets qui augmentent légèrement
- Des budgets artistiques et communication en hausse



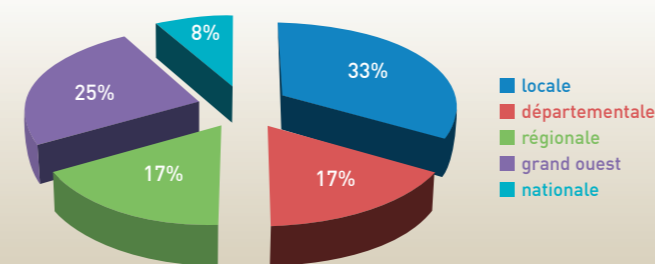
Une analyse dynamique de notre échantillon de festivals sur les éditions 2006 et 2007 montre que les budgets moyens sont en légère hausse (3 %). Mais les postes de recettes et de dépenses ne varient pas proportionnellement à cette hausse. On peut pointer quelques unes des évolutions que nous avons pu relever. Les subventions publiques ont augmenté en moyenne de 5,4% mais les dépenses de communication ont cru de 6,6 % et le budget artistique de 8 %. Ceci alors que le budget technique (hors valorisation) est en baisse de 6%. Le résultat, en moyenne, se rapproche ainsi de l'équilibre tout en restant légèrement déficitaire (de 7% du budget total, il est ramené à 4%).

Ces éléments montrent que, malgré une hausse des subventions et un maintien moyen de l'affluence, les festivals n'en ont pas pour autant accru leur marge de liberté. On peut penser en effet qu'une compétition accrue entre festivals « en et hors région » amène à une hausse structurelle incompressible des dépenses de communication, tout comme il en résulte un accroissement des dépenses liées à l'artistique – quitte à opérer une restriction sur les dépenses techniques.

Il reste à dire que, outre la concurrence, l'augmentation du budget artistique serait liée à une hausse des cachets demandés par les tourneurs/diffuseurs des groupes sollicités pour être programmés. En effet, dans une logique marchande, des tourneurs, peu nombreux, pourraient « faire monter les prix » face aux sollicitations des festivals, principalement en ce qui concerne les têtes d'affiche. Un phénomène qui s'accroît avec le développement de très gros festivals à envergure nationale/internationale.

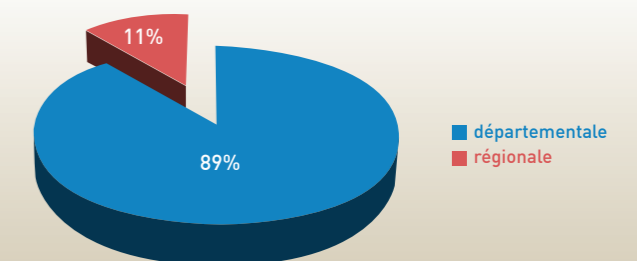
C'est pourquoi on peut dire que cette augmentation du budget artistique en région n'aboutit pas à un champ des possibles agrandi en termes quantitatifs (le nombre de groupes) ou qualitatifs (les groupes qu'on a prévu de faire venir) pour la programmation des festivals.

Les festivals "spécialisés" peuvent déclarer avoir tout type d'envergure



- 57% des festivals sont « spécialisés »

Les festivals "généralistes" sont en très grande majorité des festivals à envergure départementale



- 43% des festivals sont « généralistes »

X CRITÈRES ET INTÉRÊT GÉNÉRAL :

Les critères sur « l'enjeu de développement local » sont décisifs à examiner si l'on cherche à travailler sur le « vivre ensemble » et la cohésion territoriale, sur l'implication des populations et des entreprises implantées en proximité. Les critères sur « la spécialité » sont importants si l'on cherche à travailler la diversité culturelle, mais aussi à communiquer sur le dynamisme artistique et culturel d'une région. Savoir où l'on se place du point de vue de « la spécialité » ou de « l'enjeu de développement local » peut permettre de travailler le rapport au mécénat, puisque les entreprises intéressées seront différentes. Pour mesurer l'apport des festivals en termes d'intérêt général, d'autres critères ont été proposés par le groupe de travail. On peut citer la logique économique (marchand/non marchand), le développement durable, le rapport à l'émergence et à la découverte artistique, la cohérence territoriale (aménagement du territoire/équilibre spatial, temporel et esthétique)

XI PROSPECTIVES :

L'enquête nous permet de relever deux stratégies d'évolutions possibles pour les festivals en région, la concurrence ou la coopération. Leurs conséquences doivent être mesurées en fonction du contexte.

La concurrence favorise la pluralité des genres musicaux et des formes de spectacles mais elle creuse une logique de guichet au niveau des subventionneurs. Ainsi, elle peut générer une augmentation des budgets de communication et une hausse des tarifs des groupes ou artistes programmés liée à la compétition auprès des « tourneurs » et autres intermédiaires nationaux et proposant les groupes (et ce, même si la logique régionale n'est pas la seule à prendre en compte concernant ces questions). Par ailleurs, la concurrence augmente le risque, car sans concertation, deux événements très similaires peuvent toucher un public très proche lors de la même période. On peut penser ainsi que la concurrence accroît l'aléa au niveau régional mais aussi qu'elle ne favorise pas une participation des collectivités publiques, puisque leur « retour sur investissement » est plus aléatoire en termes de communication mais aussi, plus fondamentalement, d'intérêt général.

La coopération permet de penser une complémentarité entre événements qui peut accroître l'attractivité du territoire. Mais une logique concertée demande du travail de médiation et de mise en commun. Par ailleurs, la coopération entre festivals peut amener à l'existence de ce qu'on pourrait appeler un « effet club » qui rend difficile l'implantation de nouveaux festivals. Cela peut amener un coup de frein à l'innovation et la dynamique d'émergence. Ainsi, il semble que la dimension coopérative doit toujours être jaugée au regard des marges de liberté laissées aux festivals. On peut ajouter que la logique de coopération peut être élargie avec bénéfiques à d'autres acteurs régionaux des musiques actuelles. Par exemple, dans le cas d'une stratégie fondée sur la programmation de groupes régionaux, le travail avec des « développeurs d'artistes » peut aboutir à des résultats gagnants pour les deux parties.

XII LES FESTIVALS EN PAYS DE LA LOIRE - PROJECTION PAR RAPPORT À L'ENQUÊTE :

A partir des données dont nous disposons dans l'échantillon et du dernier recensement des festivals effectué par ailleurs, on peut évaluer quelques masses économiques concernant les festivals en région. Ces données sont des esquisses, des ordres de grandeurs que seule une enquête exhaustive par recensement aurait pu cerner de manière absolument fiable. Toutefois, une comparaison avec d'autres sources montre que les résultats réels sont au moins égaux à l'hypothèse basse.

Repères

Les masses économiques évaluées dans l'enquête sont cohérentes avec celles proposées par d'autres enquêtes.

Lorsqu'on avait cherché à évaluer le poids économique des musiques actuelles en Loire Atlantique en 2006, le croisement de plusieurs documents statistiques officiels nous avait amené à chiffrer le budget total des festivals (charges totales) à un peu moins de 10 millions sur le département, ce qui aurait amené, à population équivalente, le chiffre régional à 25 millions euros, qui correspond à l'hypothèse haute de notre projection (hypothèse plausible compte tenu de la répartition régionale des festivals). Par ailleurs, on avait évalué le nombre de salariés permanents pour ces événements à 109, ce qui correspond à l'hypothèse basse de notre projection. Ces éléments tendent à confirmer que la réalité se situe a priori dans cette fourchette.

A partir des déclarations de taxe perçues par le CNV au titre des représentations ayant eu lieu en 2007, le CNV réalise des statistiques sur la diffusion de spectacles. Une estimation de la part des festivals fait apparaître que ces derniers représentent environ 275 représentations payantes (soit 17% du total des représentations payantes déclarées dans la région). Dans le cadre de ces 275 représentations payantes, le CNV comptabilise 220 000 entrées et un total de billetterie HT de 3 300 000 euros. Sur la base des ratios calculés dans le cadre de l'enquête économique et sociale du CNV, on peut estimer que le budget total des festivals en Région Pays de la Loire serait de 12 000 000 euros. Ces chiffres sont un peu en deçà de nos projections mais le CNV déclare sous évaluer l'activité festivalière, notamment en ce qui concerne la multitude de petits festivals, ce qui tendrait à confirmer nos propres évaluations.

Selon le panorama sur les associations culturelles et l'emploi réalisé par Opale/CNAR Culture on compte en moyenne entre 14 et 16 bénévoles à l'année pour les associations culturelles ce qui équivaldrait à 1500 bénévoles pour les festivals (on en évalue 1730) Par ailleurs Opale, chiffre par recoupement, autour de 200 les ETP dans la diffusion pour le secteur des musiques actuelles en région (en hypothèse basse, on en chiffre 104 pour les festivals interrogés).

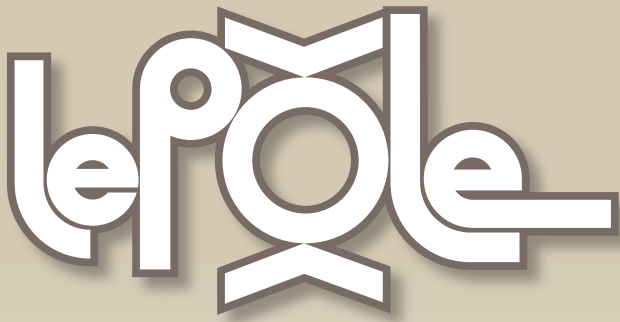
méthode de projection

A l'occasion du travail de cartographie réalisé sur la base de l'année 2004 pour le document « réflexion et de proposition pour un aménagement concerté des musiques actuelles sur le territoire régional » (commission régionale musiques actuelles/Trempôle), on a recensé les festivals existant en Pays de la Loire. Ils s'élevaient à 122 sur la région (hors programmations estivales). Parmi ces événements, 96 étaient centrés sur les musiques actuelles. On a réalisé une projection en utilisant uniquement ces festivals (ajouter les festivals qui proposent seulement une partie musique aurait accru les masses obtenues mais cela posait des problèmes de méthode supplémentaires, notamment sur la valorisation de la part musiques actuelles au sein de festivals généralistes (artistes, publics potentiels, masses budgétaires).

L'hypothèse haute postule que l'échantillon est représentatif de la population. Pour l'hypothèse basse, on a supprimé de notre échantillon les festivals les plus importants (en termes de budget) de l'échantillon car ils surestimaient sans doute l'économie globale des festivals.

Au total, les festivals « musiques actuelles » en région représentent, sur une année....

Indicateurs	Hypothèse basse	Hypothèse haute
Somme des jours de festivals cumulés	250	340
Nombre de groupes/artistes programmés	1560	1890
Nombre de groupes/artistes régionaux (plus du ¼ du total des groupes/artistes programmés)	427	477
Nombre de spectateurs	451 000	715 000
Budget global total (euros)	14 100 000	24 300 000
Subventions publiques totales (euros)	2 876 000	6 046 000
Mécénats/sponsoring	328 000	612 000
Effectif salariés permanents	157	197
Effectifs permanents ETP	104	134
Nb de salariés intermittents pour au moins un cachet	1060	1635
Effectif bénévoles à l'année	1730	1789
Effectif bénévoles événement	11 790	12 500



Pôle de coopération des acteurs pour les musiques actuelles en Pays de la Loire

Le Pôle :

42 rue La Tour d'Auvergne
44 200 NANTES

02 40 20 03 25
contact@lepole.asso.fr

www.lepole.asso.fr

Cins missions :

L'appui aux adhérents

L'appui au secteur

L'appui aux collectivités

L'observation

La concertation territoriale

Références :

- Luc Benito, Les festivals en France. Marchés, enjeux et alchimie, L'Harmattan, 2001
- CNV, Enquête économique et sociale auprès des entreprises de spectacle vivant, 2007
- CNV, Eléments statistiques sur la diffusion des spectacles de variétés et de musiques actuelles, 2007
- Gérôme Guibert, La production de la culture : le cas des musiques amplifiées en France, Paris, IRMA, 2006
- Philippe Teillet, « Le public « insaisissable » : la crise des festivals », Les Cahiers de l'Orcca, n°28, 2007
- Trempôle, Eléments de réflexion et de proposition pour un aménagement concerté du territoire régional, groupe de travail régional, 2005
- A. Weber, M. Berthod, Rapport sur le soutien de l'Etat aux musiques dites actuelles, Ministère de la Culture et de la Communication, mai 2006