

PUBLICS

SOCIOLOGIE, FRÉQUENTATION,
MOTIVATIONS

SoFEST! empreinte sociale et
territoriale des festivals

Aurélien Djakouane – Emmanuel Négrier

Avec la collaboration de Damien Canavate, Claire Dedieu, Félix Dupin-Meynard, Thomas Jacques Le Seigneur, Stéphane Laurent, Dorine Maillot, Pierre Négrier, Damien Potier, Araceli Villar, et les équipes 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.



26 000
questionnaires
saisis

3 500 bénévoles
répondants

13 régions

14 partenaires

184 festivals
du spectacle vivant analysés

150 entretiens
et observations in situ

PUBLICS

NOVEMBRE 2020

L'étude des publics des festivals faisait partie des grandes attentes de la recherche SoFEST ! pour trois raisons.

D'abord, parce qu'elle se déroulait dans des conditions identiques à celle réalisée douze ans auparavant (23 000 festivaliers rencontrés dans 49 festivals) . Alors que, pour la première fois, nous avons identifié l'importance du renouvellement des publics, nous attendions de voir si ce renouvellement restait structurel, ou n'avait été qu'un phénomène momentané. Nous étions également impatients de voir jusqu'à quel point ce renouvellement rimait avec un changement de composition sociologique. Pour répondre à ces questions, notre dispositif était le plus proche possible de celui de 2008, et plus massif encore (26 002 questionnaires traités sur 91 événements).

Ensuite, parce qu'elle devait paraître au même moment que la nouvelle enquête sur les pratiques culturelles des français . Cette dernière a d'ailleurs confirmé notre hypothèse d'une « festivalisation de la culture » : le nombre de français ayant participé à un festival est l'une des données les plus croissantes au sein d'un ensemble d'évolutions plus contrastées. L'intérêt d'approfondir l'étude de ce phénomène anthropologique était donc moins celui touchant à une « niche » de pratiques que celui d'une expérience en phase avec les nouveaux comportements face à la culture.

Enfin, parce qu'étudier les publics des festivals a pris une résonance tout à fait particulière dans le contexte sanitaire actuel. Par chance, nous avons opté dès le départ pour une enquête très dynamique en 2019. C'est ainsi que nous avons pu atteindre notre objectif quantitatif. Cette étude, qui porte sur des données juste antérieures au confinement intervenu en mars 2020, doit donc être lue aussi comme le témoignage d'une perte : celle qui aura marqué les festivaliers, les fidèles comme ceux qui, chaque année, s'y rendent pour la première fois.

¹ Négrier E., Djakouane A., Jourda M., 2010, *Les publics des festivals*, Paris, coédition Michel de Maule-France Festivals

² Lombardo Ph., Wolff L., 2020, *Cinquante ans de pratiques culturelles en France*, DEPS, Culture Études, 2020-2, ministère de la Culture, 92 p

PRÉSENTATION DU PANEL

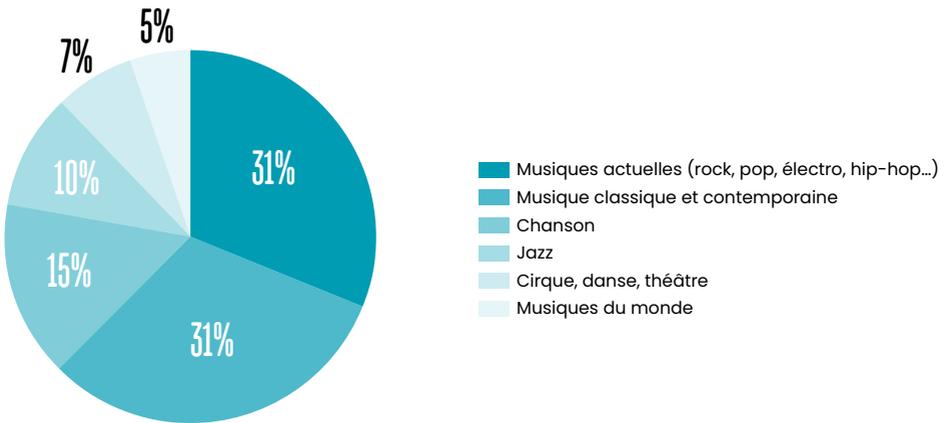
Ce volet de l'étude repose sur un panel de 26 002 questionnaires recueillis auprès de 91 festivals.

Avec une moyenne de 287 réponses par événement, recueillies à l'occasion d'un ou deux spectacles, l'objectif n'était pas de produire des données représentatives des publics d'un festival en particulier. Il s'agissait plutôt d'être le plus fidèle possible au public des spectacles enquêtés, ces derniers ayant été choisis pour le caractère représentatif de la programmation de chaque festival.

Les événements enquêtés sont essentiellement des événements musicaux (93% des réponses) dans une large diversité d'esthétiques : musiques classique et contemporaine, musiques actuelles (rock, pop, électro, hip-hop, reggae...), musiques du monde, chanson et jazz.

S'ajoutent à cela des données issues de festivals d'autres domaines artistiques (danse, théâtre et cirque contemporain). Mais le plus faible nombre de réponses ici (1853 questionnaires) nous incitent à la plus grande prudence interprétative.

Répartition suivant la programmation

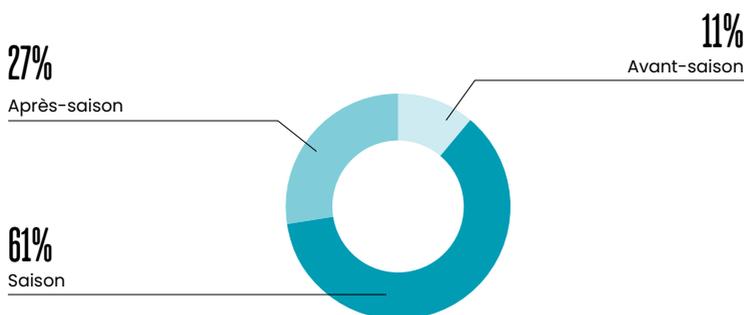


Si on ne regarde que la musique, l'équilibre entre les musiques classique et contemporaine (34%) et les autres (66%) et se rapproche de la réalité de l'offre festivalière sur le plan national. Nos données offrent, de ce point de vue, une bonne représentativité du secteur.

L'autre critère pour apprécier la portée de notre échantillon tient au rythme annuel de l'activité festivalière. Celle-ci se concentre entre juillet et août (la saison) et se répartit équitablement le reste de l'année, soit entre janvier et juin (l'avant-saison) d'une part, et entre septembre et décembre (l'après-saison) d'autre part.

À quelques détails près, notre panel restitue cet équilibre. Les réponses proviennent essentiellement de festivals se déroulant en saison (61%) tandis que le reste se répartit en avant (11%) et après saison (27%). L'écart entre ces deux dernières périodes est en partie liée à l'annulation des festivals. Le recueil des questionnaires ayant commencé en juin 2019, il devait se terminer en juin 2020. Malheureusement, compte tenu de la crise sanitaire, tous les festivals ayant lieu entre mars et juin n'ont pu être enquêtés. Sans cela, notre panel aurait sans doute été équilibré sur ces deux parties de l'année. Ce critère n'a toutefois que peu d'incidence sur la sociologie des publics comme nous aurons l'occasion de le voir.

Répartition suivant la saison



Dans la mesure du possible, nous comparerons ces résultats avec ceux de notre précédente enquête de 2008 portant sur 49 festivals de musique et de danse⁴. Mais nous pouvons d'ores et déjà dire que la première surprise de cette partie de l'enquête réside dans la grande stabilité des résultats à travers le temps.

⁴ Négrier E., Djakouane A., Jourda M., 2010, *Les publics des festivals*, co-édition Michel de Maule-France Festivals

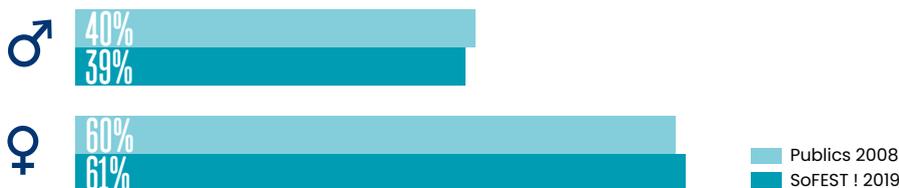
SOCIOLOGIE DES FESTIVALIERS

Notre analyse repose ici sur une sélection de variables permettant de décrire la sociologie des festivaliers : âge, sexe, profession, niveau d'étude, origine géographique.

UNE MAJORITÉ DE FEMMES

Répartition hommes/femmes

SoFEST | 8



Les pratiques culturelles sont majoritairement l'apanage des femmes. C'est une tendance sociologique avérée depuis de nombreuses années maintenant⁵, et les festivals ne font pas exception à la règle. La tendance se maintient avec une même vigueur depuis notre enquête de 2008.

⁵ Donnat O., 2005, [La féminisation des pratiques culturelles](#), DEPS, Développement culturel, n°147, juin 2005

Répartition hommes/femmes suivant la programmation

	Un homme	Une femme	Total
Chanson	37	63	100
Danse, théâtre, cirque	32	68	100
Musique classique	36	64	100
Musiques actuelles	42	58	100
Jazz	46	54	100
Musiques du monde	36	64	100
Moyenne	39	61	100

S'il est difficile d'établir, a priori, des esthétiques genrées, on peut toutefois observer une plus grande mixité dans les concerts de jazz et de musiques actuelles (rock, pop, électro, rap). Les hommes n'y sont toutefois jamais majoritaires.

ORIGINE GÉOGRAPHIQUE

Proximité géographique



C'est désormais une donnée avérée, les publics des festivals sont majoritairement des publics de proximité : 52 % d'entre eux habitent le département où se déroule le festival. Si on étend le périmètre à la région, ce chiffre monte à 74%. On peut noter toutefois, de manière comparative, que la tendance au localisme semble marquer le pas. Sans doute, ce résultat est-il lié à la plus grande part de festivals de musiques actuelles dans notre échantillon et dont la spécificité est d'attirer un public extrarégional plus important.

Proximité géographique et programmation

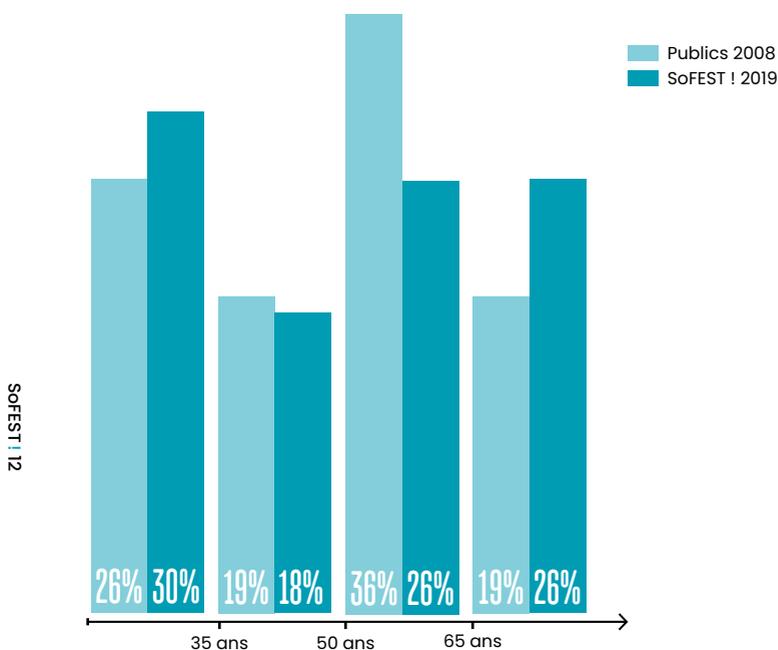
	N'habite pas le département	Habite le département	Total
Jazz	58	42	100
Musiques actuelles	55	45	100
Musique classique	50	50	100
Chanson	46	54	100
Danse, théâtre, cirque	46	54	100
Musiques du monde	43	57	100
Moyenne	51	49	100

Ce croisement nous renseigne sur le périmètre de l'attractivité territoriale des festivals. À ce jeu, ce sont les festivals de jazz qui affichent le rayonnement le plus élargi : la part du public extra-départemental y est la plus forte (58%). On peut formuler l'hypothèse que la particularité de leurs affiches et la rareté de certains artistes programmés, expliquent en partie ce phénomène. Mais c'est une autre explication qui prévaut pour les festivals de musiques actuelles dont l'attractivité est également importante. En effet, ceux-ci misent davantage sur un esprit, une ambiance spécifique plus que sur des artistes particuliers, notamment parce que ces derniers sont, en général, programmés dans plusieurs festivals à la fois. C'est donc l'attrait d'un événement pour ce qu'il est, son ambiance, sa configuration, son cadre qui poussent certains festivaliers à faire le déplacement. Le plus fort localisme revient aux festivals de musique du monde pour des raisons qu'il conviendra d'explorer. C'est aussi le cas pour les festivals de chanson, et pour les festivals des autres champs du spectacle vivant. Ces derniers s'inscrivent dans la tendance générale d'un public de proximité accru. L'absence de tendance particulière pour la musique classique est à souligner. Ce résultat, totalement équilibré, déjoue l'idée d'un public exclusivement local pour ce type de manifestation.

Notons enfin que l'attractivité internationale des festivals reste largement fantasmée : à peine 4% des publics de l'ensemble de l'échantillon viennent de l'étranger. On pourrait objecter que le principe même du questionnaire est un frein pour ces derniers. Certes, mais n'oublions pas que l'offre festivalière est désormais un phénomène international dont la plupart des pays occidentaux sont pourvus. Quelle serait la motivation d'un individu à faire des centaines de kilomètres hors de son pays pour une expérience qu'il peut faire près de chez lui ?

48 ANS EN MOYENNE

Répartition des différentes classes d'âge



L'âge moyen de l'ensemble de notre échantillon est de 48 ans. Derrière ce chiffre se cache une grande diversité de classes d'âge toutes représentées ici, et de manière relativement équilibrée. Comparé à notre enquête de 2008, on peut ici parler d'un certain rajeunissement des publics dont l'âge moyen était à l'époque de 51 ans mais cette donnée macrosociologique n'a en réalité que peu de sens. Ce qui compte ici, c'est la très grande stabilité de la répartition des différentes classes d'âge au fil du temps. Les progrès enregistrés par les moins de 35 ans viennent essentiellement de la meilleure représentativité des festivals de musiques actuelles dans notre échantillon de 2019.

L'âge en fonction de la programmation

	Moins de 35 ans	35-49 ans	50-64ans	65 ans et plus	Total
Musiques actuelles	59	22	15	5	100
Chanson	21	27	34	19	100
Musiques du monde	19	21	35	25	100
Jazz	13	14	37	35	100
Musique classique	10	11	30	49	100
Danse, théâtre, cirque	35	19	26	20	100
Moyenne	30	18	26	26	100

En effet, la programmation est un facteur essentiel de l'analyse sociologique des publics. L'exemple de l'âge est de ce point de vue tout à fait significatif, et le détail de nos données nous permet de dépasser la dichotomie usuelle, musiques classiques/musiques actuelles, pour observer plus finement la spécificité des différents répertoires musicaux. Les musiques actuelles (rock, pop, électro, rap) restent l'apanage des plus jeunes (35 ans en moyenne) mais une jeunesse qui va au-delà des élèves et des étudiants comme nous le verrons plus bas. De l'autre côté de la pyramide des âges, on retrouve sans surprise la musique classique (60 ans en moyenne) dont l'âge moyen semble-t-il décroît depuis notre enquête de 2008 (65 ans en moyenne). Entre ces classes d'âge, la chanson (49 ans), les musiques du monde (52 ans) et le jazz (56 ans) représentent des esthétiques musicales appréciées par de plus larges générations. Le cas de la chanson est particulièrement intéressant à remarquer tant, ce répertoire était jusqu'ici, plutôt associé aux anciennes générations. Le renouvellement de la scène musicale y est sans doute pour beaucoup.

Le cas du spectacle vivant est lui aussi remarquable par la relative jeunesse de son public (45 ans) qui se situe entre les musiques actuelles et la chanson. Nous l'avions déjà observé à propos de la danse dans nos précédentes enquêtes. La tendance se confirme ici avec des esthétiques plus variées. Nous resterons prudents mais ce résultat déjoue totalement l'idée d'un public vieillissant et suggère un attrait, disons trans-générationnel, de ces formes artistiques.

L'âge moyen selon la programmation

Âge moyen

Musiques actuelles	34,5
Danse, théâtre, cirque	45,1
Chanson	49,0
Musique du monde	51,7
Jazz	55,8
Musique classique	60,0
Ensemble de l'échantillon	48,3

UN PUBLIC TRÈS DIPLÔMÉ

Répartition suivant le niveau d'étude



La variable du diplôme est ordinairement présentée, en sociologie de la culture, comme la principale variable explicative des pratiques culturelles. L'équation est simple : plus vous êtes diplômés, plus vous avez de chance d'avoir des pratiques culturelles nombreuses, diverses et fréquentes. Il est donc logique de trouver, parmi les publics des festivals, une large majorité d'individus ayant fait des études supérieures : 72% exactement. Là encore, la stabilité des résultats dans le temps est troublante. Elle confirme la prégnance, à la fois, des inégalités sociales face à la culture, et des mécanismes sociologiques les expliquant.

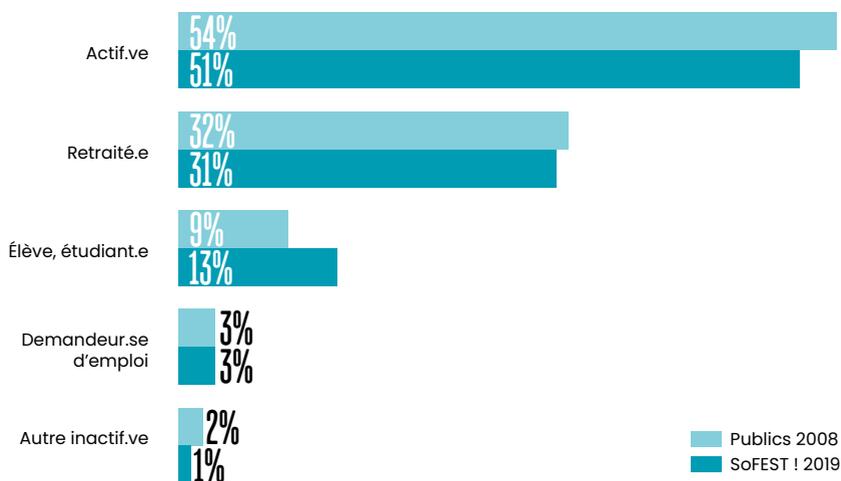
Le niveau d'étude suivant la programmation

	Études primaires	Bac	Bac+2	Bac+3 et au-delà	Total
Chanson	16	17	18	49	100
Musiques actuelles	14	19	17	49	100
Musiques du monde	16	15	16	53	100
Musique classique	10	12	14	64	100
Jazz	11	13	16	61	100
Danse, théâtre, cirque	11	13	10	65	100
Moyenne	13	15	16	56	100

Le croisement avec la programmation recoupe en partie celui de l'âge mais il met également en évidence la persistance du clivage entre culture savante et culture populaire, et l'importance des cycles universitaires les plus élevés comme sésame de l'appétence culturelle. Le fait d'avoir fait des études supérieures n'est plus ici l'unique gage de l'accès aux pratiques culturelles, encore faut-il avoir fait de longues études.

UNE MAJORITÉ D'ACTIFS, UN TIERS DE RETRAITÉS

Répartition suivant la situation sociale



Comme dans nos précédentes enquêtes, SoFEST ! démontre, contre une idée reçue persistante, que les publics des festivals ne sont pas constitués d'une majorité de retraités. Ce résultat met à mal l'idée reçue du syndrome des « crinières blanches » parfois utilisé pour décrire les publics de la culture. Certes, les retraités sont ici bien présents mais ce sont bien les actifs qui sont majoritaires. L'augmentation, à 10 ans d'intervalle, de la part des élèves et des étudiants peut avoir plusieurs explications. On peut y voir la meilleure représentativité, dans notre enquête 2019, des musiques actuelles dont les publics jeunes sont friands. On peut y voir aussi l'effet des dispositifs de médiation ou de sensibilisation qui les ciblent principalement.

La situation sociale suivant la programmation

	Actif.ve	Retraité.e	Élève, étudiant.e	Demandeu.se d'emploi	Inactif.ve	Total
Chanson	61	27	7	3	2	100
Musiques du monde	58	32	6	2	1	100
Musiques actuelles	61	7	26	5	1	100
Musique classique	37	55	5	2	1	100
Jazz	46	44	6	2	1	100
Danse, théâtre, cirque	52	24	18	5	1	100
Moyenne	51	31	13	3	1	100

La programmation éclaire ce phénomène autrement en précisant l'idée d'une partition générationnelle des goûts musicaux évoquée précédemment. Assez logiquement, les festivals de musique classique attirent davantage de retraités tandis que les actifs se massent dans les festivals de chanson, de musiques du monde ou de musiques actuelles. Ces dernières étant particulièrement attractives auprès des jeunes publics (élèves et étudiants), comme on vient de le dire. Un peu à part, le cas du jazz mérite d'être évoqué : il rassemble dans des proportions similaires actifs et retraités, même si ces derniers y sont nettement surreprésentés par rapport à la moyenne de l'échantillon.

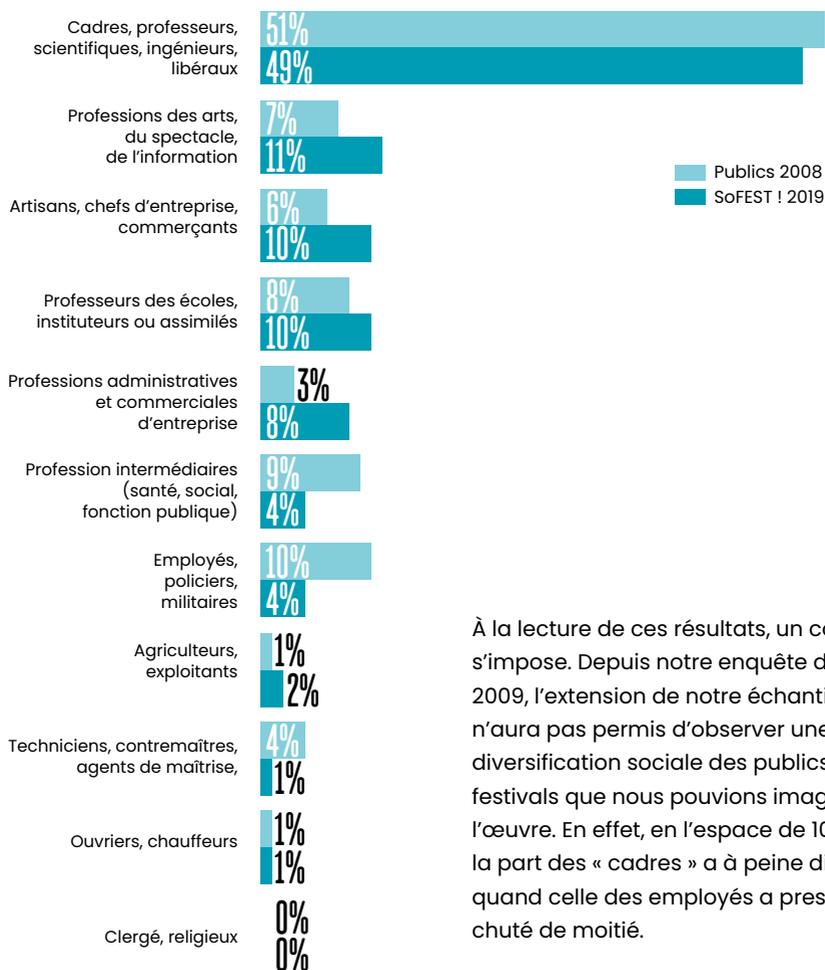
La relative jeunesse des publics des autres esthétiques du spectacle vivant (danse, théâtre, cirque), observée plus haut avec la variable de l'âge, connaît ici un début d'explication. Les élèves et les étudiants y occupent une place plus élevée qu'ailleurs. Sans doute, faut-il voir là aussi l'effet des nombreux dispositifs de médiation en lien avec les établissements scolaires ou universitaires qui participent à faire venir ce public.

UNE MAJORITÉ DE CADRES ET DE PROFESSIONS INTELLECTUELLES

Le point d'orgue de l'analyse sociologique réside bien entendu dans l'observation de la répartition des classes sociales envisagées à travers la variable de la catégorie socioprofessionnelle. La répartition que nous constatons ici est tout à fait conforme à ce que l'on sait depuis maintenant 60 ans sur les pratiques culturelles, et ce que nous observons depuis plus de 10 ans sur les publics des festivals.

Répartition suivant la catégorie socioprofessionnelle

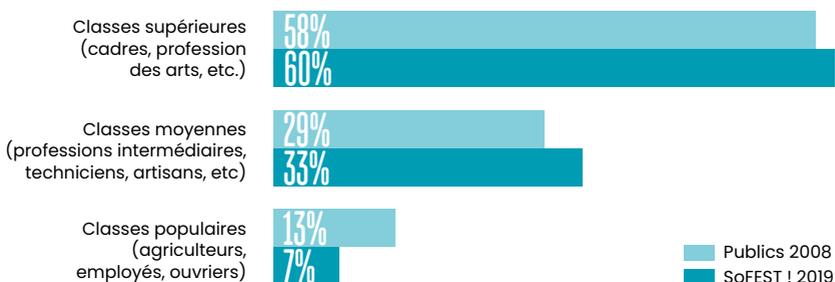
SoFEST ! 18



À la lecture de ces résultats, un constat s'impose. Depuis notre enquête de 2009, l'extension de notre échantillon n'aura pas permis d'observer une diversification sociale des publics des festivals que nous pouvions imaginer à l'œuvre. En effet, en l'espace de 10 ans, la part des « cadres » a à peine diminué quand celle des employés a presque chuté de moitié.

Lorsqu'on raisonne en termes de classes sociales, on constate l'hégémonie des classes supérieures face à des classes populaires en net retrait. Seules les classes moyennes semblent davantage profiter de l'offre festivalière, mais à la marge toutefois.

Répartition suivant la classe sociale



La ventilation des classes sociales suivant les spectacles programmés montre une correspondance assez nette entre les goûts et les hiérarchies sociales. Si les classes supérieures sont partout majoritaires, seules la chanson et les musiques actuelles attirent davantage les classes moyennes et populaires. Ces dernières sont essentiellement, et presque exclusivement, par les musiques actuelles. À l'opposé, les festivals de musique, de jazz, et plus fortement encore ceux des autres esthétiques du spectacle vivant, recrutent davantage leurs publics parmi les classes supérieures. Ces formes artistiques restent, en dépit des nombreux dispositifs de médiation en leur nom, des espaces à conquérir pour la démocratisation culturelle.

La classe sociale suivant la programmation

	Classes supérieures	Classes moyennes	Classes populaires	Total
Danse, théâtre, cirque	68	25	8	100
Musique classique	67	29	3	100
Jazz	63	33	5	100
Musiques du monde	59	36	5	100
Chanson	53	40	8	100
Musiques actuelles	50	38	12	100
Total	60	33	7	100

MODALITÉS DE FRÉQUENTATION

Venons-en maintenant aux pratiques qui caractérisent les modalités de fréquentation des festivals. Combien de festivaliers viennent-ils pour la première fois ? Qui sont les plus fidèles ? Combien de spectacles voit-on en moyenne ? Vient-on seul ou accompagné ?

UN RENOUVELLEMENT TOUJOURS IMPORTANT

Le renouvellement des publics est une caractéristique essentielle de la dynamique sociale des festivals. Nous l'avons déjà identifiée dans nos précédents travaux, elle se confirme ici dans des proportions équivalentes. On peut donc désormais prétendre qu'un festival a une réelle capacité à renouveler son public. Ce renouvellement est-il synonyme d'élargissement social ? C'est moins évident au regard des résultats précédents. Toutefois, les festivals affichent clairement leur double faculté à fidéliser et à renouveler leur public dans des proportions importantes.

Le renouvellement



À ce jeu du renouvellement/fidélisation, certaines esthétiques s'en sortent mieux que d'autres. Les festivals de jazz, de musique classique et de musiques du monde semblent davantage inscrits dans une logique de fidélisation tandis que les festivals de musiques actuelles et de chanson sont dans une dynamique de renouvellement. C'est aussi le cas, semble-t-il, des autres festivals (théâtre, danse, cirque) de l'échantillon.

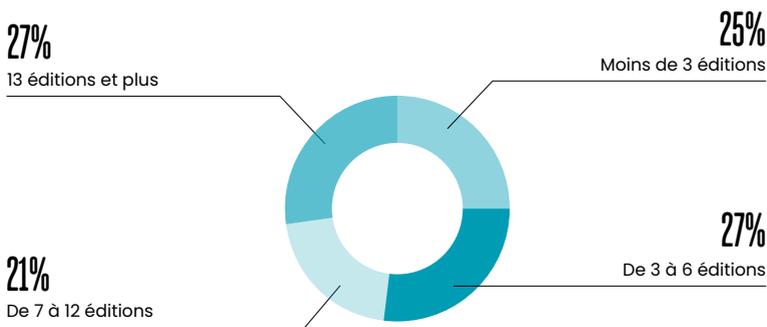
Le renouvellement suivant la programmation

	Première fois	Déjà venu	Total
Jazz	30	70	100
Musique classique	32	68	100
Musiques du monde	32	68	100
Chanson	41	59	100
Musiques actuelles	46	54	100
Danse, théâtre, cirque	42	58	100
Total	38	62	100

UNE FIDÉLITÉ EXCEPTIONNELLE

Avec une moyenne de 10 éditions antérieures de participation (et une médiane de 6), les festivaliers témoignent d'une fidélité inscrite dans la durée. Nous retiendrons le chiffre de la médiane plus proche de la réalité partagée par le plus grand nombre. Le chiffre remarquable ici est celui des festivaliers ayant assisté à plus de 13 éditions du festival. Ce résultat traduit, à lui tout seul, l'attachement que nouent les festivaliers vis-à-vis d'un événement. Le croisement avec la programmation nous conduit aux mêmes conclusions que celles relatives au renouvellement.

Répartition suivant le nombre d'éditions antérieures suivies

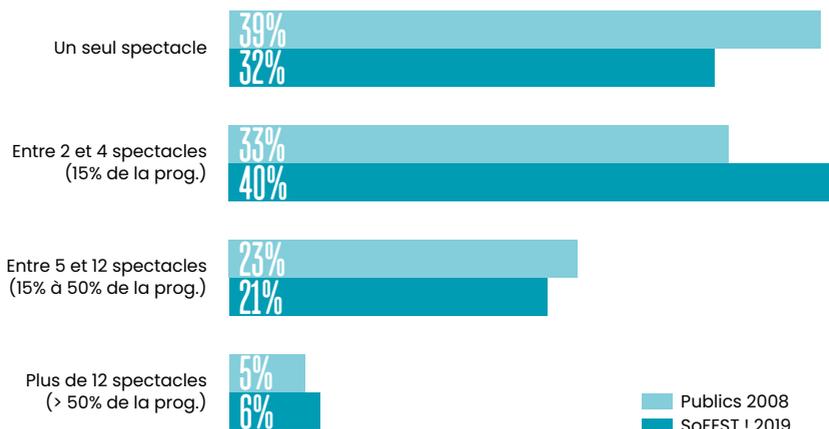


UN PUBLIC ASSIDU

La fidélité n'est pas toujours synonyme d'assiduité. La participation festivalière se caractérise d'ailleurs par une grande volatilité, plus d'un tiers des festivaliers n'assistent qu'à un seul spectacle. La médiane du nombre de spectacles vus est de deux. Comme le montre le tableau suivant, la participation reste occasionnelle : 72% des publics n'assistent qu'à 15% de la programmation.

Intensité de la participation à l'édition 2019 du festival

SoFEST ! 24



L'observation de la programmation délivre ici quelques spécificités remarquables. Les festivals de musique du monde sont ceux chez qui la participation ponctuelle est la plus élevée, tandis que les musiques actuelles, par leur courte durée et le caractère immersif, favorise une participation plus intense, souvent au-delà des 10 concerts. Le cas de la chanson mérite d'être souligné car il présente deux tendances, *a priori* antagonistes : on note d'un côté une participation ponctuelle très forte, et de l'autre côté, une participation intense également très élevée. Sans doute, faut-il voir une diversité de dispositifs festivaliers (durée, nombre de scènes...) qui occasionnent ces comportements spécifiques.

La participation suivant la programmation

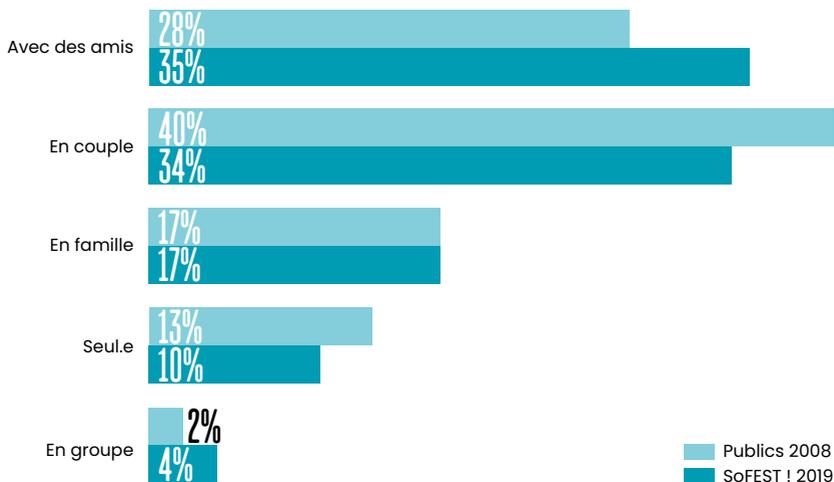
	Un seul spectacle	Entre 2 et 4 spectacles	Entre 5 et 12 spectacles	Plus de 12 spectacles	Total
Chanson	39	34	17	10	100
Danse, théâtre, cirque	32	38	26	5	100
Musique classique	33	44	20	3	100
Musiques actuelles	27	35	28	10	100
Jazz	32	49	16	3	100
Musiques du monde	40	49	10	1	100
Total	32	40	21	6	100

UNE SORTIE COLLECTIVE

Alors qu'on va plus volontiers seul au cinéma, les sorties au spectacle vivant s'effectuent le plus souvent à plusieurs : en couple ou entre amis. Les festivals s'inscrivent largement dans cette dynamique collective. C'est d'ailleurs, la seule différence avec notre précédente enquête : les sorties entre amis ont désormais détrôné les sorties en couple. Si les sorties en famille peuvent sembler rares, elles existent néanmoins sous certaines conditions, d'offre notamment.

Les modalités de sortie aux festivals

SoFEST | 26



Les spécificités en termes de programmation sont, de ce point de vue, assez faibles. On notera cependant l'importance plus marquée des sorties en couple dans les festivals de jazz et de musique classique ; et celle des sorties entre amis dans les festivals de musiques actuelles. On sait qu'ici, c'est la variable de l'âge qui s'exprime ; on sort plus fréquemment à plusieurs lorsqu'on est plus jeune. S'ajoute à cela la dimension festive de certains événements que l'on retrouve plus fortement dans les musiques actuelles. Les autres genres de spectacles vivants font ici figure d'exception. Ce sont des festivals où l'on sort plus volontiers en couple alors même que la moyenne d'âge est basse. On a donc ici, en dehors des étudiants, un public de jeunes actifs qui sortent plus facilement en couple.

Les modalités de sortie suivant la programmation

	Avec des amis	En couple	En famille	Seul.e	Total
Chanson	34	38	19	10	100
Danse, théâtre, cirque	34	27	19	20	100
Musique classique	26	41	17	15	100
Musiques actuelles	49	28	18	6	100
Jazz	28	44	18	11	100
Musiques du monde	35	37	20	9	100
Total	36	35	18	11	100

MOTIVATIONS ET PERCEPTIONS

DE L'ÉVÉNEMENT

Intéressons-nous à présent à ce qui motive les festivaliers et la manière dont ils perçoivent l'événement

UNE MOTIVATION COMPOSITE

La première variable dont nous disposons concerne la motivation. Nous avons ici choisi de la traiter sous forme de notes sur 20 afin de restituer la place respective des différents items que nous avons proposés. On peut schématiquement distinguer ici trois ordres de motivations. D'abord, celles qui relèvent de la *programmation* elle-même (les artistes, la programmation, la découverte) et qui occupent naturellement la première place. Faut-il le dire, les festivaliers viennent pour voir des artistes sur scène. Ensuite, on trouve les motivations qui relèvent de la perception et de la *spécificité* de l'événement : son ambiance, sa notoriété, son site. On voit ici que l'ambiance, dont nous avons décrit l'importance à propos des Eurockéennes de Belfort⁶, arrive en seconde position et se pose comme un élément central de motivation. Arrivent enfin, les éléments d'ordre *sociaux* et qui renvoient aux cadres collectifs de la participation festivalière : les amis, les proches.

⁶ Djakouane A, Négrier E, Collin J.-D., 2013, Un territoire de rock. Les publics des Eurockéennes de Belfort, Paris, L'Harmattan.

Comme nous l'avons mis en évidence dans nos autres travaux, la réalité de la motivation festivalière ne tient pas à l'un ou l'autre de ces aspects mais à la conjonction de ceux-ci. La motivation à participer à un festival est composite⁷. C'est une savante alchimie dont l'existence repose sur de multiples conditions qui rendent la sortie possible : les artistes, l'ambiance, les amis. Dans cette alchimie, les médias comme les réseaux sociaux apparaissent faiblement prescripteurs, y compris chez les plus jeunes où la note moyenne ne dépasse pas 6,3/20. C'est en revanche, la possibilité de faire la fête qui devient un élément central (15/20).

Les différents aspects de la motivation

NOTE SUR 20



⁷ Idem.

La motivation varie peu suivant la programmation des festivals. À tout le moins, on notera que la dimension sociale et festive est plus importante pour les publics des musiques actuelles et du monde, tandis que les aspects relatifs au site sont plus forts pour ceux de musique classique plus familiers des lieux patrimoniaux. Comme nous l'avons déjà dit, l'ambiance est un critère déterminant dans les festivals de musiques actuelles, du monde et de jazz. Dans ce paysage, les festivals des autres genres de spectacles vivants font apparaître leur singularité. La motivation artistique l'emporte sur toutes les autres jusqu'à la découverte. L'ambiance, le site ou même la notoriété du festival comptent peu. C'est aussi le cas des motivations d'ordre sociale. Ceci confirme le caractère autonome et familier des publics qui s'y rendent.

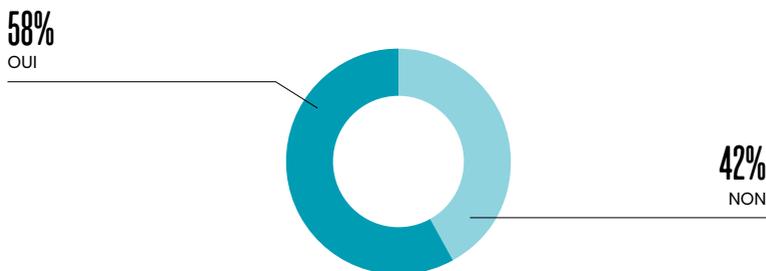
La motivation suivant la programmation

Motivations	Chanson	Musique classique	Musiques actuelles	Jazz	Musiques du monde	Danse, théâtre, cirque	Ensemble
Artistes programmés	17	18	16	17	16	16	17
Confiance dans la programmation	14	15	13	15	14	14	14
L'ambiance du festival	14	12	15	15	16	11	14
Découvrir les artistes	13	13	12	14	14	14	13
La notoriété du festival	12	14	12	14	14	12	13
Amis, proches, parents	13	11	15	12	13	12	13
Le monument, le lieu, le site du spectacle	11	14	12	12	14	9	12
Faire la fête	11	5	15	9	13	7	11
C'est près de chez moi	11	11	11	10	11	8	10
Médias, presse	5	5	5	5	6	5	5
Réseaux sociaux	5	3	7	3	5	4	5

CONNAISSANCE DE LA PROGRAMMATION

Une autre manière d'illustrer la motivation des festivaliers concerne leur connaissance préalable des artistes programmés. Pour le dire autrement, va-t-on nécessairement voir des artistes que l'on connaît ? C'est une réponse mitigée qu'il faut faire à une telle question. En effet, si 58% des festivaliers interrogés déclarent connaître l'artiste, ils sont aussi 42% à ne pas les connaître. Ce dernier résultat rappelle combien la possibilité de découvrir des artistes est une motivation importante. C'est d'ailleurs une dimension qui prime dans l'offre de certains festivals. Mais il rappelle aussi que la confiance, plus globale, envers la programmation constitue, notamment pour ceux qui y reviennent régulièrement, un élément central de l'attachement qu'un festivalier noue avec un événement.

Connaissance préalable des artistes



Le détail de la programmation révèle ainsi deux attitudes caractéristiques d'un rapport différent à l'offre. D'un côté, les festivals de chanson et de musiques actuelles jouent beaucoup sur l'affiche et créent un attachement autour d'une programmation singulière. Le dévoilement de cette dernière fait d'ailleurs parfois l'objet d'un long suspense et d'une communication sociale, sur les réseaux, qui fait vibrer la communauté⁸. Quant aux autres festivals (jazz, classique, musiques du monde), ils jouent davantage sur la confiance ou l'ambiance. Ces résultats laissent penser que l'expérience esthétique dont il est question repose sur des motivations de nature différente, et une relation festivaliers-festivals elle aussi bien différente. On l'a vu à propos des motivations, les publics des autres festivals du spectacle vivant accordent une place importante à l'artistique, et singulièrement à la découverte. On le retrouve ici. Une majorité d'entre eux ne connaissait pas les artistes programmés avant de venir. Dans ces secteurs, les têtes d'affiche sont moins présentes, et si le répertoire peut occuper une place plus importante, c'est la découverte qui l'emporte. En effet, la prise de risque, le saut vers l'inconnu est une des dimensions caractéristiques de la sortie à ce type de spectacle. La motivation s'appuie alors sur la confiance qui s'établit entre un festival et son public, confiance d'autant plus importante que le risque vers l'inconnu est grand.

Connaissance préalable des artistes suivant la programmation

	Non	Oui	Total
Chanson	30	70	100
Danse, théâtre, cirque	52	48	100
Musique classique	61	39	100
Musiques actuelles	25	75	100
Jazz	43	57	100
Musiques du monde	61	39	100
Total	42	58	100

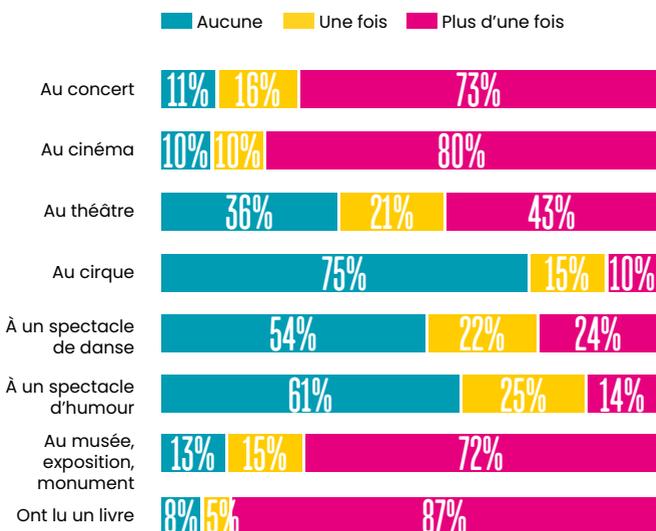
⁸ Nous aborderons cette question des réseaux sociaux autour des festivals dans le rapport final de cette recherche, sous la forme d'un ouvrage.

PRATIQUES CULTURELLES ET NUMÉRIQUES

La dernière partie de ce focus est consacrée aux pratiques culturelles, amateurs et numériques des festivaliers. La pratique d'un festival est rarement une pratique isolée. Elle s'inscrit dans un système de pratiques et de sorties variées. Pour le dire autrement, les publics des festivals sont également des grands consommateurs de culture en dehors des festivals.

UN SYSTÈME DE PRATIQUES CULTURELLES

Les pratiques culturelles au cours des 12 derniers mois

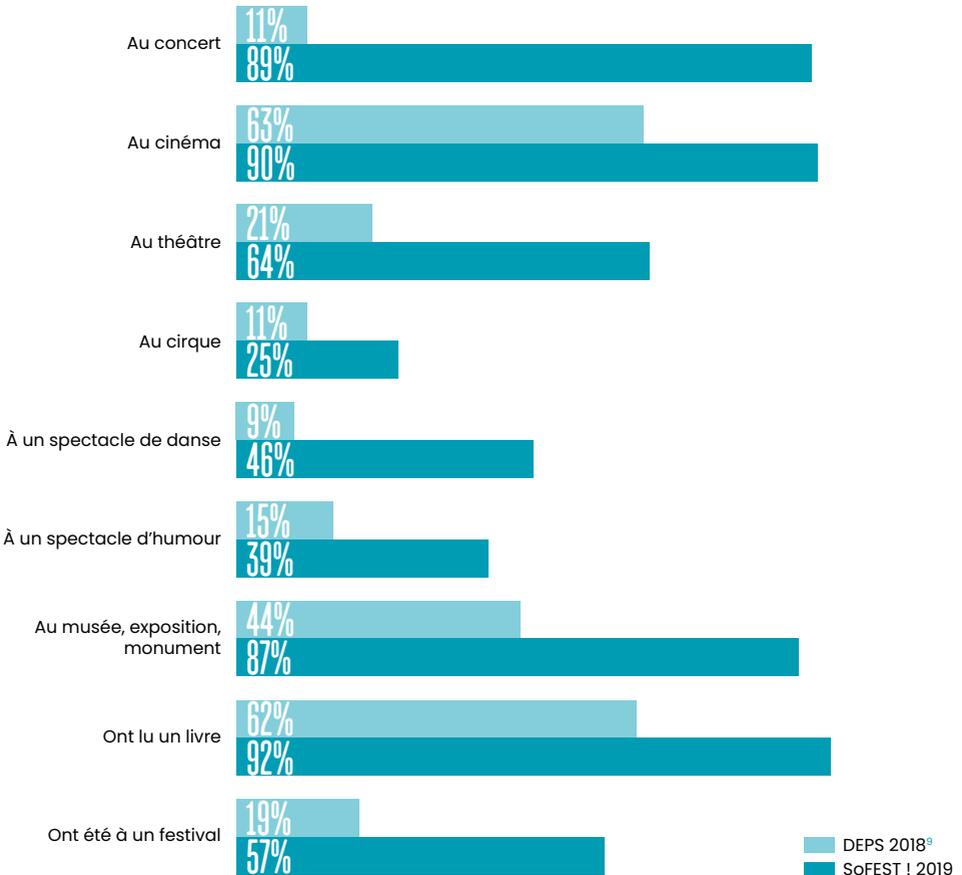


Les concerts, les expositions, le cinéma et le théâtre sont les principales autres activités culturelles que les festivaliers font plus qu'occasionnellement. Ces chiffres sont colossaux si on les compare à la dernière enquête sur les pratiques culturelles des Français. L'écart est abyssal entre l'intensité de la participation culturelle à l'échelle nationale et celle des festivaliers.

Les pratiques culturelles au cours des 12 derniers mois (comparaison d'enquêtes)

SONT ALLÉS AU MOINS UNE FOIS...

SoFEST | 34



⁹ Lombardo Ph., Wolff L., 2020, *Cinquante ans de pratiques culturelles en France*, Culture Études, n°2

LES PRATIQUES AMATEURS

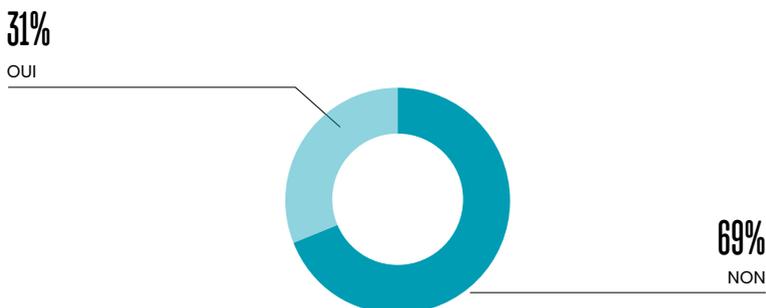
Nous avons interrogé les festivaliers sur leurs pratiques amateurs afin de connaître leur lien plus intime avec la musique et la danse. Comme on le voit, les amateurs sont peu nombreux. Ce résultat montre que les pratiques amateurs et les pratiques de sorties relèvent de deux dynamiques différentes. Pour le dire autrement, pas besoin d'être musicien pour aller au concert. La dernière enquête sur les pratiques culturelles des Français donne un chiffre de 11% pour les pratiques musicales en amateur et 7% pour la danse. On aurait donc tort de croire qu'on trouve peu d'amateurs dans les festivaliers, on en trouve deux fois plus qu'à l'échelle nationale. Par ailleurs, ce résultat permet de montrer la faible importance des publics professionnels au sein des festivals. Certes, tous n'ont peut-être pas souhaité répondre au questionnaire, mais il est fort probable que ce chiffre ne soit pas très éloigné de la réalité.

Pratiques amateurs

Vous faites...	Non	Oui en amateur	Oui en pro.	Total
De la musique	70	27	3	100
De la danse	82	17	1	100
Total	76	22	2	100

LES RÉSEAUX SOCIAUX

Utilisation des réseaux sociaux pour préparer la venue au festival



À première vue, l'utilisation des réseaux sociaux n'est pas une pratique majoritaire dans la préparation de la venue à un festival. Mais chacun sent que ce chiffre varie considérablement sur deux plans : l'âge et la nature même des pratiques. Concernant l'âge, le tableau ci-après montre un assez grand contraste entre les catégories les plus jeunes de la population et les autres.

Utilisation des réseaux sociaux en fonction de l'âge

	N'a pas utilisé les réseaux sociaux	A utilisé les réseaux sociaux	Total
Moins de 25 ans	47	53	100
25-34 ans	54	46	100
35-49 ans	65	35	100
50-64 ans	78	22	100
65 ans et plus	85	15	100
Total	69	31	100

En ce qui concerne les pratiques des réseaux sociaux, on note une hiérarchie assez claire qui touche aussi bien à l'orientation des usages qu'au type d'engagement dont il s'agit.

Usages des réseaux sociaux



Retenons d'abord un fait que nous avons déjà constaté dans d'autres enquêtes : la part de ceux qui utilisent les réseaux sociaux pour exprimer leur opinion reste très faible (10%). En revanche, la consultation de l'avis des autres est cruciale (52%) : les réseaux sociaux sont donc l'apanage d'un nombre élevé de followers associés à un petit groupe plus expressif. Cette donnée est particulièrement importante au moment où la crise sanitaire a poussé certains festivals à imaginer un déport, plus ou moins dynamique, de leur activité sur la toile. L'interactivité des réseaux sociaux va de pair avec une relative passivité de la majorité des utilisateurs. La dimension de partage (de photos, de vidéos, de goûts pour tel ou tel artiste ou moment) relativise un peu cette notion de passivité, sans pour autant qu'on puisse l'interpréter comme un répertoire expressif. Enfin, la recherche d'informations pratiques est le dernier pôle de ces usages (sur la programmation, les conditions d'accès, etc.) pour lesquelles certains festivals axent désormais une grande partie de leur politique de communication.

Utilisation des réseaux sociaux en fonction de la classe sociale

	Non	Oui	Total
Classes supérieures	76	24	100
Classes moyennes	68	32	100
Classes populaires	56	44	100
Total	72	28	100

Terminons ce focus par un paradoxe. Alors qu'au niveau national, l'usage des outils numériques fait état d'une double fracture générationnelle et sociale, nos résultats viennent relativiser ce dernier point. En effet, alors que les réseaux sociaux sont massivement délaissés par les classes supérieures (tableau suivant), en accord avec leur grande autonomie vis-à-vis des contenus culturels, ce sont surtout les classes moyennes, et singulièrement les classes populaires, qui les utilisent pour préparer leur venue au festival. C'est à la fois une bonne nouvelle pour comprendre les opportunités de démocratisation que représentent ces outils dans l'appropriation des contenus artistiques et culturels. Mais c'est également inquiétant, quand on connaît la place qu'occupent désormais les algorithmes¹⁰ dans les prescriptions qui inondent ces réseaux et leur capacité d'uniformisation¹¹. Ce résultat rappelle, à lui seul, les enjeux politiques et culturels du rapport à la culture en régime numérique au cœur duquel la question du maintien de la diversité des goûts et des formes d'expression artistique est en jeu.

¹⁰ Delcroix G., 2018, *Les données et les algorithmes, nouvelles muses de la prescription culturelle ?*, in Brigitte Chapelain, Sylvie Ducas (dir.) *Prescription culturelle : avatars et médiamorphoses*, Villeurbanne, Presses de l'enssib, p. 347-360

¹¹ Croissant V. (dir.), 2018, *L'avis des autres. Prescription et recommandation culturelles à l'heure numérique*, Paris, Éditions des Archives Contemporaines.

SoFEST!

empreinte sociale et
territoriale des festivals

Étude initiée et coordonnée par



en partenariat avec



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

RÉSEAUX SOCIAUX ...

contact@francefestivals.com