

SoFest !

Projet d'étude sur :
L'empreinte sociale et territoriale des festivals.
Le champ du spectacle vivant

Étude scientifique conduite par Aurélien Djakouane et Emmanuel Négrier

Un projet coordonné par France Festivals

Avec le partenariat de l'Agence culturelle Grand Est, Réseau en Scène Occitanie, du Collectif des festivals bretons, de De Concert ! et la Sacem

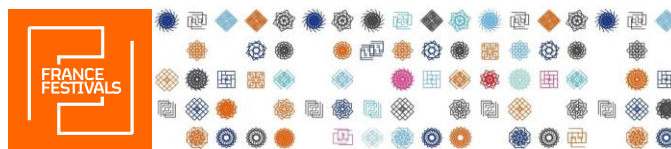




Préambule

Pourquoi une nouvelle étude ?

- Si l'impact artistique et culturel des festivals commence à être bien connu, leur valeur sociale et leur empreinte territoriale n'ont pour l'heure pas fait l'objet d'une analyse d'envergure.
- Dans un contexte de refondation des politiques culturelles avec les changements d'échelle territoriale (région, métropoles et nouveaux périmètres des établissements publics de coopération intercommunale...), cette étude souhaite apporter un éclairage sur les différents apports des festivals sur les territoires.
- À l'heure où le Ministère de la Culture engage une réflexion sur l'apport des festivals au champ artistique et culturel mais aussi sur leur capacité à participer du développement des territoires, l'étude souhaite éclairer de manière concrète l'empreinte sociale des festivals.



Principaux repères sur le projet d'étude

Direction scientifique de l'étude :	Aurélien Djakouane et Emmanuel Négrier
Coordination du projet d'étude :	France Festivals
En partenariat avec :	L'Agence culturelle Grand Est Le collectif des festivals breton De concert ! Réseau en Scène Occitanie Les festivals de chansons francophones La Sacem
Missions des correspondants en région :	Relais entre l'équipe scientifique, la coordination générale et les festivals pour la participation à la démarche d'étude, la composition de l'échantillon de festivals, la collecte des questionnaires de l'étude sur les publics, l'identification des bénévoles à enquêter, ...
Planning :	Lancement de l'étude début 2019 Restitution finale fin 2020

Des restitutions progressives des différents volets de l'étude dans chaque région partenaire selon planning détaillé (cf. ci-après).

Une publication et un colloque sont prévus pour la restitution globale de l'étude à la fin de l'année 2020.

Emmanuel Négrier, Directeur de recherche au CNRS, directeur du CEPEL, Université de Montpellier, a dirigé ou codirigé 6 ouvrages sur les festivals au cours des 12 dernières années. Directeur de la collection « Politiques Culturelles » aux Presses Universitaires de Grenoble.

Aurélien Djakouane, Maître de conférences en sociologie, Université Paris Nanterre, Directeur du Master Conduite de Projets Culturels et Connaissance des publics. A écrit ou coécrit 3 ouvrages sur les festivals au cours des 10 dernières années. Rédacteur en chef de la revue Terrains/Théories. Co-Directeur de la collection « Arts, Cultures et Politiques » aux Presses Universitaires de Paris Nanterre.



Les partenaires du projet

- **France Festivals, coordination du projet**

Les missions de France Festivals se déploient selon divers axes :

- Représentation des festivals auprès des pouvoirs publics et participation à des groupes de réflexion et d'études au plan régional, national et international,
- Mise en œuvre d'un observatoire des festivals
- Conseil, assistance, soutien à la professionnalisation, formation des membres adhérents
- Plateforme de partage de projets visant à amplifier les collaborations et les partenariats entre festivals et notamment autour de la diffusion sur la création et l'émergence artistique ainsi que sur l'innovation

Les publications de France Festivals :

- Dans le cadre de son observatoire des festivals, France Festivals a initié des études thématiques dont la direction scientifique a été confiée à Emmanuel Négrier, études co-éditées, avec les éditions Michel de Maule, *Festivals de musique(s), un monde en mutation*, en 2013 et *Les publics des festivals* » en 2010.
- En outre, France Festivals a participé à l'étude de dénombrement des festivals de musique non amplifié avec la Philharmonie et la Sacem étude complétant le dénombrement des festivals sur le périmètre de la taxe parafiscale du CNV réalisée par l'Irma, la Sacem et le CNV.

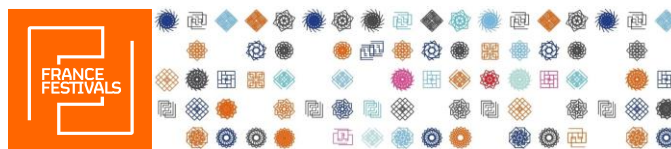
- **L'Agence culturelle Grand Est**

L'Agence culturelle Grand Est œuvre au service d'une politique culturelle régionale, de ses acteurs et de ses territoires. Elle entend renforcer ses dispositifs de soutien à la vie culturelle par un accompagnement opérationnel et territorial des porteurs de projets artistiques et culturels en matière de structuration, de qualification, de développement, de rayonnement et de ressources.

Dans le cadre de sa mission Festivals, l'Agence a pour vocation d'initier une réelle dynamique de mise en réseau des festivals et de répondre - par la mise en place d'actions concrètes - à des nouvelles opportunités de coopération et de mutualisation à l'échelle du territoire du Grand Est.

- **Occitanie en Scène**

Occitanie en scène est l'association régionale de développement du spectacle vivant en Occitanie. Elle a été créée à l'initiative conjointe de la [Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée](#) et de la [Direction Régionale des Affaires Culturelles Occitanie](#) et reçoit le soutien des Départements de l'[Aude](#), de l'[Hérault](#), de la [Lozère](#) et des [Pyrénées-Orientales](#). Certains de ses projets sont également soutenus par l'[Union Européenne](#).



Occitanie en scène a pour but de contribuer au développement artistique et culturel en Occitanie dans l'objectif d'en faire une région dynamique pour les créateur·rice·s qui y vivent et une terre d'émergence de nouvelles formes artistiques, dans une perspective d'aménagement culturel du territoire et de réduction des inégalités d'accès à la création artistique.

Ses domaines d'intervention couvrent l'ensemble du champ des arts vivants : le cirque, la danse, la musique, le théâtre et leurs formes associées et croisées, pour la scène, l'espace public ou la piste.

- **Fédération des festivals de chanson francophone**

Créée le 21 mai 2009, la Fédération des Festivals de Chanson Francophone regroupe à ce jour plus de 30 adhérents, des festivals de chanson répartis dans l'espace francophone : France, Suisse, Canada (Québec & Nouveau Brunswick), Belgique.

Le projet de la Fédération est édicté dans une charte qui définit les principes communs des signataires et les principes communs portés collectivement par la Fédération.

- **De Concert !**

De Concert ! est une fédération internationale de festivals de musiques, d'arts de rue, de multimédias regroupant 28 festivals en France, Suisse, Belgique, Allemagne, Canada, Danemark, Hongrie, Islande et Japon, créée en 2008 avec la volonté de favoriser les échanges entre ses membres, la création et le développement artistique en restant attentif à l'évolution du secteur.

- **Le collectif (breton)**

Le Collectif des festivals est une association bretonne créée par quelques acteurs culturels et militants à partir de 2005, et rassemblant aujourd'hui les 30 festivals signataires de la « *Charte des festivals engagés pour le développement durable et solidaire en Bretagne* ». Le postulat de la charte est que le développement durable est au cœur de nos projets artistiques et culturels, et qu'il contribue à la réussite et au développement des festivals.

Cet engagement au sein du Collectif des festivals permet aux festivals adhérents de rencontrer d'autres organisateurs d'évènements, d'échanger à plusieurs sur des problématiques communes, de se former, et de bénéficier d'un accompagnement collectif et personnalisé.

Depuis 2016, le Collectif des festivals accompagne largement l'ensemble des acteurs culturels et festivals de Bretagne à travers des actions d'information et de formation, la mise à disposition de ressources, un service de diagnostic « développement durable ».

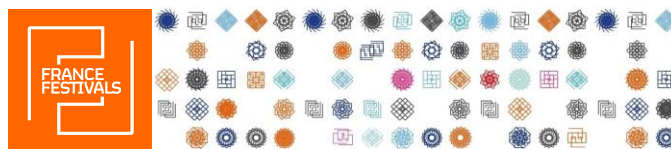


- **La Sacem**

La **Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (Sacem)** est une [société de gestion des droits d'auteur](#).

Société privée à but non lucratif¹, contrôlée par la Commission de contrôle, émanation de la Cour des Comptes, les administrations fiscales et sociales, un commissaire aux comptes et ses sociétaires. Créée le [28 février 1851](#), elle a pour mission principale d'assurer la collecte et la répartition des droits dus aux auteurs, compositeurs et éditeurs de musique qui sont ses membres, ou non². Si certaines formules alternatives, comme la [musique libre](#), se sont peu à peu développées, la Sacem représente l'immense majorité du répertoire musical, avec 153 000 sociétaires et plus de 90 millions d'œuvres représentées³.

Elle est membre de la [Confédération internationale des sociétés d'auteurs et compositeurs](#), fondée en 1926.



Une étude en trois volets

Conformément aux premiers jalons d'enquête nationale délivrés par Emmanuel Négrier et Aurélien Djakouane (cf. document en annexe), l'étude comportera trois volets distincts et complémentaires :

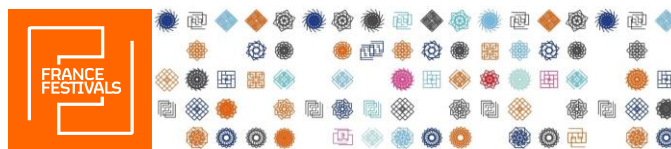
1. Une enquête sur les publics

Alors que France Festivals avait conduit une vaste étude sur les publics des festivals de musique et de danse en 2008¹, il s'agit de reproduire à l'identique la méthodologie afin de pouvoir approcher les contours des publics et leurs caractéristiques sur l'ensemble du champ du spectacle vivant et de pouvoir mesurer les éventuels écarts entre les deux dates (2008-2019) pour les festivals du même périmètre d'étude.

Les informations recueillies toucheront tant à la sociologie, les modalités de fréquentation des festivals, les dépenses engagées, les goûts, les usages du numérique et les pratiques culturelles.

Échantillon envisagé :	100 festivals du spectacle vivant (dont 50 ayant participé à l'étude de 2008 et 50 nouveaux programmant particulièrement les musiques actuelles (25) et théâtre, danse, cirque, théâtre de rue et d'objet (25) pour diversifier l'échantillon
Nb questionnaires par festival :	300 questionnaires par festival recueillis sur un ou deux spectacles représentatifs maximum
Nb total de questionnaires	30 000 questionnaires publics en tout

¹ « *Les publics des festivals* » sous la direction d'Emmanuel Négrier, direction adjointe Aurélien Djakouane et Marie Jourda, Edition Michel de Maule/ France Festivals/ Réseau en scène Languedoc Roussillon, 2010, 283 p.



2. Une enquête sur la valeur sociale des festivals

Quelle est l'utilité sociale des festivals ? Au-delà des indicateurs chiffrés (nombre de participants, budget...) ou plus subjectifs, l'évaluation de l'utilité sociale permettra de mesurer et d'analyser de différentes manières l'impact des festivals sur les publics, sur le territoire et plus globalement sur la société qu'il s'agisse des impacts souhaités (correspondant au projet du festival), mais aussi des impacts induits (qui n'ont pas été prévus).

La méthode d'analyse retenue s'attachera à mettre en œuvre plusieurs démarches conjointes :

Volet A : Les trajectoires de bénévoles :

Les bénévoles sont des acteurs fondamentaux dans la mise en œuvre des festivals avec des mobilisations significatives qui touchent essentiellement les fonctions d'accueil des publics et artistes. Il s'agit d'établir la part du bénévolat dans le fonctionnement des festivals et les effets sur le territoire de cet apport ainsi que d'appréhender les parcours de bénévoles et de mesurer, a posteriori et parfois de nombreuses années après, l'impact, sur le parcours de vie, de cette présence active au cœur des organisations festivalières (pratiques artistiques et culturelles, épanouissement social, carrière professionnelle, ...)

Méthode :

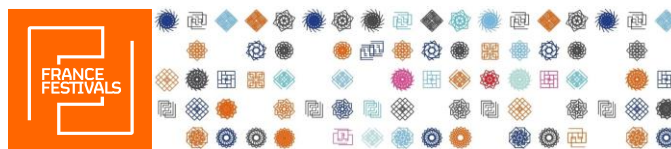
- Questionnaire en ligne avec un échantillon de 200 festivals ciblés
- Entretiens téléphoniques (échantillon de 40 entretiens environ)

Volet B : La présence des festivals sur les réseaux sociaux :

La portée sociale de l'activité festivalière se mesure aussi au rayonnement des événements sur les réseaux sociaux. Que produisent les festivals au travers de ces outils ? Quelle est leur audience ? Comment ces festivals s'assurent-ils d'une présence dans l'espace numérique, au-delà des temps forts de leur propre événement ? Cette enquête exploratoire permettra d'opérer une typologie des usages festivaliers des réseaux sociaux. Nous prendrons ainsi la mesure de cette autre vie sociale des festivals. Elle pourra permettre à certains festivals d'identifier des pistes d'évolution, d'inflexion de leurs stratégies numériques.

Méthode :

- Identification des comptes sociaux à analyser (Instagram / Facebook / LinkedIn / Twitter)
- Identification des partenaires clés de chaque festival
- Analyse d'audience (progression du nombre d'abonnés aux comptes sociaux Instagram / Facebook / Twitter)
- Analyse des publications (les plus relayées, le rôle et l'identité des relais clef, etc.)
- Analyse de la volumétrie de l'activité sociale (nombre de publications postées par des comptes publics sur le ou les # liés au festival // volume d'engagement)



Volet C : Les actions éducatives et sociales

En marge des programmations artistiques, de nombreux festivals développent désormais toute une panoplie d'actions à visées éducatives ou sociales. Destinées à des publics variés (scolaires, publics empêchés ou éloignés de la culture...), ces actions reposent le plus souvent sur un partenariat avec des acteurs socioéducatifs du territoire. Il s'agit d'abord de dresser une typologie des actions menées (types d'action, publics cibles, moyens alloués, partenaires) pour étudier ensuite la perception que ces partenaires se font des festivals et les stratégies de collaboration qu'ils déploient.

Méthode :

- Une série de questions à intégrer dans le questionnaire sur les Indicateurs socio-économiques des festivals
- Une série de 30 entretiens réalisés auprès des partenaires en fonction de la typologie d'actions élaborée à l'issue de l'enquête quantitative.

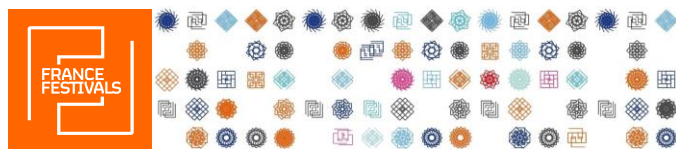
3. Une enquête socio-économique

Depuis plus de 15 ans, France Festivals recueille les indicateurs d'activités des festivals de musique(s).

Il s'agit ainsi dans ce volet de l'étude de procéder à l'actualisation des indicateurs sur les ressources et les dépenses de fonctionnement des festivals de musique(s) et d'étendre la connaissance de ces indicateurs aux autres champs des festivals du spectacle vivant.

Méthode :

- Année de référence : année civile 2018
- Questionnaire pour un échantillon : 200 festivals ciblés



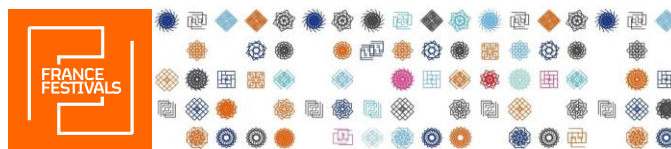
Planning détaillé

L'étude est composée de différents modules de recherches qui peuvent être traités indépendamment les uns des autres.

Si la démarche globale de l'étude durera deux ans, il est prévu de disposer de restitutions intermédiaires qui permettra d'animer l'ensemble de la démarche de connaissance au fil de l'eau.

Des rencontres professionnelles seront organisées durant trois ou quatre temps distincts dans les différentes régions participantes.

- Volet **Carrières de bénévoles** : Juin-Décembre 2019 (restitution 06/2019)
- Volet **Indicateurs d'activité des festivals** : juin-Septembre 2019 (restitution 12/ 2019)
- Volet **Étude publics** : Juin 2019-Mai 2020 (restitution 11/2020)
- Volet **Analyse des réseaux sociaux** : Juin 2019-février 2020 (restitution 05/2020)
- Volet **Activités éducatives et sociales** : Juin-Décembre 2019 (restitution 05/2020)
- **Colloque de restitution globale** : Décembre 2020



L’empreinte sociale des festivals Premiers jalons pour une enquête nationale

Emmanuel Négrier

A l’heure où l’impact économique de la culture est à la fois une réalité et un objet de controverse méthodologique, la piste de l’impact plus large des activités culturelles pêche paradoxalement par un manque d’analyse. Le paradoxe est que les politiques culturelles n’ont jamais, nulle part, été justifiées par des considérations économiques. Bien au contraire, si elles ont été reconnues d’intérêt général, c’est précisément que l’économie (de marché en tous cas) s’avérait incapable d’offrir, dans des conditions optimales, services et biens culturels aux citoyens. Du même coup, nous nous trouvons devant la contradiction suivante : une politique culturelle justifiée d’un point de vue civique, mais évaluée à l’aune de sa rentabilité économique. L’autre paradoxe, c’est que l’on parle, depuis 2013, de la notion d’*empreinte culturelle*, soit la mesure de l’impact de l’intervention d’un agent sur son environnement culturel plus ou moins immédiat. Elle a fait florès à l’occasion de l’invention du concept d’*économie mauve*². Il s’agit ici d’examiner l’hypothèse réciproque : en quoi l’activité culturelle rejaillit-elle sur l’environnement social ?

Ces paradoxes doivent être résolus, en approchant l’expérience culturelle du point de vue de son empreinte sociale ; soit les façons dont cette expérience fait ou non trace, valeur et bien commun sur le terrain et auprès des gens.

4 risques

Une telle perspective présente plusieurs risques :

- L’incantation, qui déduirait sans autre forme de procès que toute action culturelle publique, comme telle, dégage un tel impact ;
- L’autosatisfaction invérifiable qui n’instruirait la question de l’impact que sur le versant des effets positifs ;
- La photographie instantanée, alors que nous parlons de sujets qui reposent sur le temps long, comme le suggère la notion d’*empreinte* ;
- La production d’indicateurs ou d’indices à la fois très précis quantitativement, mais fondés sur des méthodes artificielles ou approximatives.

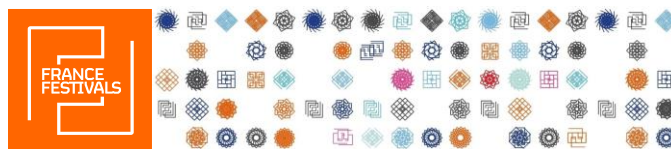
4 perspectives

Les festivals peuvent constituer la pointe avancée d’une telle problématique, après avoir été au centre de toutes les attentions sur la question des publics et des retombées économiques et territoriales. En première approche, on peut considérer que quatre voies sont offertes, qui pourraient, dans leur combinaison, permettre de circonscrire le sujet sans tomber dans l’incantation ni dans l’autosatisfaction invérifiable.

- a) Une enquête sur l’impact social et médiatique des festivals, qui prendrait pour axe l’analyse de l’intensité et de l’orientation de la parole publique sur les événements : analyse de

² Diversum : *L’économie mauve : un objectif, une opportunité*, Paris 2013, 16 p.

<http://www.diversum.net/fichiers/File/L%27%C3%A9conomie%20mauve,%20un%20objectif,%20une%20opportunit%C3%A9.pdf>



contenu presse ; analyse de ce qui s'échange à leur sujet sur les réseaux sociaux ; analyse de la place des festivals dans les discours politiques territoriaux.

- b) Une enquête auprès des bénévoles impliqués dans la mise en œuvre des festivals. Plus sociologique, cette enquête pourrait reposer sur l'analyse des parcours de bénévoles à partir d'une expérience ancienne (15 à 20 ans en arrière), éventuellement « contrôlée » par un panel témoin de citoyens n'ayant pas vécu cette expérience.
- c) Une enquête auprès des partenaires d'actions culturelles des festivals, notamment en charge certaines populations ciblées à partir de leur situation sociale (centres sociaux, Culture du Cœur, etc.) ou éducatives, selon la même méthode.
- d) Une enquête, plus classique, auprès d'un échantillon de festivals pour mesurer les évolutions dans la composition et le comportement des audiences, à partir de nos précédentes enquêtes (2008, notamment).

Proposition :

- La méthode de recueil des données :

- Adapter le système d'auto-évaluation mis en œuvre par le Collectif des festivals en Bretagne (CdF-B) : auto-organisation d'un questionnaire entre le festival, ses partenaires, les publics, autour de l'utilité du festival en termes de public, de territoire, de société ; en conviant le CdF-B à présenter sa démarche, en la mettant en discussion et en adoptant une démarche originale, en partie ou en totalité inspirée de cette expérience (cf. formation conjointe avec l'équipe de recherche).
- Enquêter spécifiquement un échantillon de bénévoles, sur la base d'un listing fourni par les festivals, et enquêter à distance (questionnaire, entretiens qualitatifs). Echantillon de base pour envoi de questionnaire : environ 300 bénévoles et environ 30 entretiens qualitatifs.
- Enquêter auprès d'un échantillon de festivals selon la même méthodologie qu'en 2008, avec un ensemble de questions identiques (comparabilité) et nouvelles (sur la thématique). Maximum de 100 festivals – 30 000 questionnaires saisis et traités.
- Enquêter sur les indicateurs socioéconomiques de l'activité des festivals, dans la suite des enquêtes 2005, 2008, 2013.
- Enquêter sur la valeur sociale des festivals telle que perçue sur les réseaux sociaux, à partir d'une technologie d'analyse de discours. Analyse centrée sur les réseaux sociaux : Facebook, twitter, LinkedIn, Instagram.

- La gouvernance de l'enquête

- Comité de pilotage associant les partenaires de l'étude (Collectif Breton, Grand Est, Occitanie, De Concert ! France Festivals et les festivals Francophones qui pourraient jouer le rôle de partenaire opérationnel de l'enquête).
- Déconcentration poussée de la mise en œuvre des enquêtes (auto-administration, recrutement d'enquêteurs locaux, logistique)
- Concentration de la direction scientifique autour de deux ou trois chercheurs, lesquels s'associent des compétences sectorielles en tant que de besoin.