

## SOMMAIRE

Pages

<b>AVIS adopté par le Conseil économique et social au cours de sa séance du 28 janvier 1998.....</b>	<b>1</b>
<b>I - EXPOSÉ DES MOTIFS .....</b>	<b>2</b>
<b>II - LE FINANCEMENT ET LES RETOMBÉES DES ÉVÉNEMENTS CULTURELS .....</b>	<b>5</b>
<b>A - LE FINANCEMENT .....</b>	<b>5</b>
1. Les subventions publiques .....	6
2. Les ressources propres.....	6
3. Le mécénat.....	7
<b>B - L'IMPACT DES ÉVÉNEMENTS CULTURELS .....</b>	<b>7</b>
1. Image et notoriété .....	7
<b>1.1. EFFETS D'IMAGE ET DE NOTORIÉTÉ .....</b>	<b>8</b>
<b>1.2. UNE PROFESSIONNALISATION CROISSANTE DANS L'ORGANISATION DES ÉVÉNEMENTS CULTURELS .....</b>	<b>9</b>
2. Vie sociale et culturelle .....	9
<b>2.1. UN RÔLE D'ANIMATION LOCALE .....</b>	<b>9</b>
<b>2.2. UN RÔLE DE DIFFUSION DE LA CULTURE .....</b>	<b>10</b>
<b>2.3. UN RÔLE DE MOBILISATION LOCALE .....</b>	<b>10</b>
<b>2.4. LE BÉNÉVOLAT DANS L'ACTION CULTURELLE ET SOCIALE</b>	<b>11</b>
<b>2.5. LE FESTIVAL VECTEUR D'INTÉGRATION.....</b>	<b>11</b>
3. Le tourisme .....	11
<b>3.1. ÉVÉNEMENTS CULTURELS ET TOURISME .....</b>	<b>12</b>
<b>3.2. FESTIVALS ET COMMERCIALISATION DE PRODUITS TOURISTIQUES.....</b>	<b>12</b>
4. Patrimoine .....	13
5. L'emploi .....	13
<b>5.1. LES EMPLOIS DIRECTS .....</b>	<b>14</b>
<b>5.2. DES EFFETS INDUITS SUR L'EMPLOI.....</b>	<b>15</b>
<b>5.3. DES EFFETS SUR LA FORMATION.....</b>	<b>16</b>
6. L'économie.....	16
<b>6.1. LES DÉPENSES PORTÉES PAR LES FESTIVALS.....</b>	<b>16</b>

<b>6.2. LES DÉPENSES DES FESTIVALIERS, ACTEURS OU SPECTATEURS</b> .....	<b>17</b>
7. La place respective des équipements permanents et des événements culturels .....	17
<b>III - PROPOSITIONS</b> .....	<b>18</b>
1. Une meilleure connaissance des événements culturels et de leurs retombées .....	19
2. Festivals et schéma des équipements culturels .....	21
3. Une meilleure coordination des événements culturels .....	21
4. Une mission d'appui et de soutien aux festivals confiés aux directions régionales de l'action culturelle.....	24
5. Un appui pour la commercialisation des événements culturels.....	24
6. Le nécessaire respect de la législation sociale .....	24
7. Un appui financier soutenu et modernisé.....	25
8. Une meilleure promotion des événements culturels.....	26
ANNEXE A L'AVIS.....	28
SCRUTIN	28
DÉCLARATIONS DES GROUPES.....	30
<b>RAPPORT présenté au nom de la section des économies régionales et de l'aménagement du territoire par Monsieur Philippe DECHARTRE, rapporteur</b> .....	<b>1</b>
<b>TITRE I LES ÉVÉNEMENTS CULTURELS ET LEUR ENVIRONNEMENT SOCIOLOGIQUE</b> .....	<b>3</b>
AVERTISSEMENT .....	5
<b>CHAPITRE I IMAGINATION, CRÉATIVITÉ, RENTABILITÉ</b> .....	<b>7</b>
<b>I - L'IMAGINATION : DONNER À VOIR</b> .....	<b>9</b>
<b>II - APPORTS À UNE TYPOLOGIE</b> .....	<b>10</b>
<b>III - LE PROPOS DU RAPPORT</b> .....	<b>11</b>
<b>CHAPITRE II APERÇU SOCIOLOGIQUE</b> .....	<b>12</b>
<b>I - DES SOLIDARITÉS ANCIENNES AUX COMMUNIONS INÉDITES</b> .....	<b>12</b>
<b>II - L'ÉVÉNEMENT CULTUREL</b> .....	<b>13</b>
<b>III - LES ENJEUX</b> .....	<b>13</b>
<b>IV - LA DOUBLE DIMENSION INTELLECTUELLE ET COMMERCIALE DE LA CULTURE</b> .....	<b>15</b>
<b>CHAPITRE III PROBLÉMATIQUE</b> .....	<b>17</b>
<b>I - SUR LE TERRAIN</b> .....	<b>17</b>

<b>II - LE NÉCESSAIRE ÉQUILIBRE DE TOUTES LES COMPOSANTES .....</b>	<b>18</b>
<b>III - LES GRANDES AVENTURES .....</b>	<b>19</b>
<b>IV - PARTOUT, SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE, DES EXEMPLES VARIÉS .....</b>	<b>21</b>
<b>V - LA VALEUR ÉCONOMIQUE DE L'ÉVÉNEMENT CULTUREL.....</b>	<b>24</b>
<b>TITRE II DESCRIPTIF D'UNE SITUATION : LES ENQUÊTES ET ÉTUDES MENÉES SUR LES FESTIVALS.....</b>	<b>26</b>
introduction 28	
<b>CHAPITRE I L'ÉTUDE DU MINISTÈRE DE LA CULTURE SUR LES FESTIVALS SUBVENTIONNÉS PAR LA DIRECTION DE LA MUSIQUE ET DE LA DANSE .....</b>	<b>36</b>
<b>I - RÉPARTITION DES FESTIVALS DANS L'ESPACE ET DANS LE TEMPS.....</b>	<b>37</b>
<b>II - RÉPARTITION DES FESTIVALS PAR RÉPERTOIRE .....</b>	<b>41</b>
<b>III - DONNÉES BUDGÉTAIRES .....</b>	<b>44</b>
<b>IV - FRÉQUENTATION .....</b>	<b>49</b>
<b>V - REMARQUES .....</b>	<b>49</b>
<b>CHAPITRE II L'ÉTUDE DE L'ASSOCIATION DES MAIRES DE GRANDES VILLES DE FRANCE .....</b>	<b>50</b>
<b>CHAPITRE III LE RAPPORT ÉCONOMIQUE « FESTIVALS ET PATRIMOINE » DE 1987 .....</b>	<b>53</b>
<b>I - PRÉSENTATION DES FESTIVALS .....</b>	<b>53</b>
<b>II - BUDGET .....</b>	<b>54</b>
<b>III - DÉPENSES.....</b>	<b>55</b>
<b>IV - POIDS RELATIF DES DIFFÉRENTS TYPES DE CHARGES SELON LES FESTIVALS .....</b>	<b>55</b>
<b>V - RETOMBÉES ÉCONOMIQUES ET SOCIALES.....</b>	<b>56</b>
<b>CHAPITRE IV LES ÉTUDES DES CONSEILS ÉCONOMIQUES ET SOCIAUX RÉGIONAUX.....</b>	<b>60</b>
<b>I - LE RAPPORT DU CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL DE BRETAGNE.....</b>	<b>60</b>
<b>A - LES PRINCIPALES REMARQUES DU CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL DE BRETAGNE.....</b>	<b>60</b>
<b>B - LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES .....</b>	<b>62</b>

C - LE MAINTIEN DE LA COHÉSION SOCIALE .....	62
D - LES DIFFICULTÉS .....	63
<b>II - L'ÉTUDE DU CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL RÉGIONAL DE BASSE-NORMANDIE SUR LES FESTIVALS ET MANIFESTATIONS CULTURELLES À CARACTÈRE RÉPÉTITIF.....</b>	<b>63</b>
A - LES ÉVÉNEMENTS CULTURELS RÉPÉTITIFS EN BASSE- NORMANDIE.....	64
B - RÉPARTITION DES FESTIVALS DANS L'ESPACE ET LE TEMPS .....	65
C - L'AIDE EN FAVEUR DES FESTIVALS.....	66
D - L'IMPACT DES FESTIVALS EN BASSE-NORMANDIE .....	67
1. L'impact économique.....	67
2. L'impact social.....	68
3. L'impact culturel .....	68
<b>CHAPITRE V ENQUÊTE DE TERRAIN DU CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL : SIX EXEMPLES ILLUSTRANT LA DIVERSITÉ ET LA RICHESSE DES ÉVÉNEMENTS CULTURELS RÉPÉTITIFS EN BASSE-NORMANDIE ..</b>	<b>69</b>
<b>I - LE FESTIVAL DU CINÉMA AMÉRICAIN DE DEAUVILLE .....</b>	<b>69</b>
<b>II - LE FESTIVAL « JAZZ SOUS LES POMMIERS ».....</b>	<b>70</b>
<b>III - LE FESTIVAL « SEPTEMBRE MUSICAL DE L'ORNE » .....</b>	<b>70</b>
<b>IV - LE FESTIVAL DES « RENDEZ-VOUS MUSICAUX » DE VILLERS-SUR-MER.....</b>	<b>71</b>
<b>V - LE FESTIVAL « RENCONTRES VIDÉO-ARTS PLASTIQUES » D'HÉROUVILLE-SAINT-CLAIR.....</b>	<b>71</b>
<b>VI - LE FESTIVAL DE REVIERS .....</b>	<b>72</b>
<b>CHAPITRE VI LES ÉVÉNEMENTS « PHARES » .....</b>	<b>74</b>
<b>I - LE FESTIVAL D'AVIGNON .....</b>	<b>74</b>
A - ORGANISATION ET BUDGET .....	74
B - IMPACT ÉCONOMIQUE .....	75
1. Les flux directs .....	75
2. Les flux indirects .....	76
3. L'emploi .....	77
C - LES RETOMBÉES À LONG TERME.....	80
<b>II - LE FESTIVAL INTERCELTIQUE DE LORIENT.....</b>	<b>82</b>
A - ORGANISATION ET BUDGET .....	82

B - LES EMPLOIS DIRECTS .....	83
C - L'IMPACT ÉCONOMIQUE.....	84
<b>III - LE PRINTEMPS DE BOURGES.....</b>	<b>87</b>
A - ORGANISATION ET BUDGET .....	87
B - LES EMPLOIS DIRECTS .....	88
C - L'EMPLOI INDIRECT .....	89
D - LES RETOMBÉES INDUITES .....	90
<b>CHAPITRE VII L'ENQUÊTE DU CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL.....</b>	<b>92</b>
<b>I - FESTIVALS DE CRÉATION.....</b>	<b>94</b>
A - SALON DU LIVRE DE JEUNESSE DE SEINE-SAINT-DENIS ...	94
1. Caractéristiques .....	94
2. Retombées .....	94
3. Observations générales .....	95
B - « RENCONTRES INTERNATIONALES DE SEINE-SAINT- DENIS » .....	96
1. Caractéristiques .....	96
2. Retombées .....	96
3. Observations générales .....	96
<b>II - FESTIVALS PRINCIPALEMENT TOURISTIQUES ET D'IMAGE.....</b>	<b>97</b>
A - « CHOREGIES D'ORANGE » .....	97
1. Caractéristiques .....	97
2. Retombées .....	97
3. Observations générales .....	97
B - « FESTIVAL PABLO CASALS » .....	98
1. Caractéristiques .....	98
2. Retombées .....	98
3. Observations générales .....	99
C - « SWINGIN'DEAUVILLE » .....	100
1. Caractéristiques .....	100
2. Retombées .....	100
3. Observations générales .....	100
<b>III - FESTIVALS COMBINANT OBJECTIFS D'ANIMATION LOCALE ET FINALITÉ TOURISTIQUE.....</b>	<b>101</b>
A - FESTIVAL D'ANJOU.....	101
1. Caractéristiques .....	101
2. Retombées .....	101
3. Observations générales .....	101

B - FESTIVAL DE LA CÔTE D'OPALE .....	102
1. Caractéristiques .....	102
2. Retombées .....	102
3. Observations générales.....	103
C - FESTIVAL DE CONFOLENS .....	104
1. Caractéristiques .....	104
2. Retombées .....	104
3. Observations générales.....	104
D - « FESTIVAL DU THÉÂTRE EUROPÉEN » À GRENOBLE .....	105
1. Caractéristiques .....	105
2. Retombées .....	105
3. Observations générales.....	105
E - « FESTIVAL DE MUSIQUE DU VIEUX LYON » .....	106
1. Caractéristiques .....	106
2. Retombées .....	106
3. Observations générales.....	106
F - « MUSIQUE EN MORVAN, FESTIVAL DE L'ORATORIO » .....	107
1. Caractéristiques .....	107
2. Retombées .....	107
3. Observations générales.....	107
G - FESTIVAL « GOYA » A CASTRES .....	108
1. Caractéristiques .....	108
2. Retombées .....	108
H - FESTIVAL DE BONAGUIL.....	109
1. Caractéristiques .....	109
2. Retombées .....	109
3. Observations générales.....	109
I - FOLKLORES DU MONDE.....	110
1. Caractéristiques .....	110
2. Retombées .....	110
3. Observations générales.....	110
J - « LES TRÈS RICHES HEURES DE L'ORGUE EN BERRY ».....	111
1. Caractéristiques .....	111
2. Retombées .....	111
3. Observations générales.....	111
<b>IV - FESTIVALS PRINCIPALEMENT D'ANIMATION</b>	
<b>RÉGIONALE ET LOCALE ET GÉNÉRALEMENT</b>	
<b>INTERCOMMUNAUX .....</b>	<b>112</b>
A - LE FESTIVAL "BANLIEUES BLEUES", EN SEINE-SAINT-	
DENIS .....	112
1. Caractéristiques .....	112
2. Retombées .....	112

3. Observations générales .....	113
<b>B - « FESTIVAL INTERNATIONAL DES FRANCOPHONIES EN LIMOUSIN ».....</b>	<b>114</b>
1. Caractéristiques .....	114
2. Retombées .....	114
3. Observations générales .....	114
<b>C - « LE FESTIVAL D'ÉTÉ DE NANTES ».....</b>	<b>116</b>
1. Caractéristiques .....	116
2. Retombées .....	116
3. Observations générales .....	116
<b>D - « DANSE EMOI » À LIMOGES.....</b>	<b>117</b>
1. Caractéristiques .....	117
2. Retombées .....	117
3. Observations générales .....	117
<b>E - « LE CHORÉ-GRAPHIQUE » DE TOURS .....</b>	<b>118</b>
1. Caractéristiques .....	118
2. Retombées .....	118
3. Observations générales .....	118
<b>F - « FESTIVAL NATIONAL DE DANSE DE L'UNION NATIONALE DU SPORT SCOLAIRE ».....</b>	<b>119</b>
1. Caractéristiques .....	119
2. Retombées .....	119
3. Observations générales .....	119
<b>G - FESTIVAL DU « MOMIX JEUNESSE ».....</b>	<b>120</b>
1. Caractéristiques .....	120
2. Retombées .....	120
3. Observations générales .....	120
<b>H - « L'OEIL ET LA PLUME ».....</b>	<b>121</b>
1. Caractéristiques .....	121
2. Retombées .....	121
3. Observations générales .....	121
<b>I - « FESTIVAL DE CARILLON ET D'ART CAMPANAIRE EN RHÔNE-ALPES ».....</b>	<b>122</b>
1. Caractéristiques .....	122
2. Retombées .....	122
3. Observations générales .....	122
<b>V - FESTIVALS D'ANIMATION RURALE ET TOURISTIQUE .....</b>	<b>123</b>
<b>A - FESTIVALS EN TRÉGOR : LANNION, PERROS-GUIREC, TRÉGUIER .....</b>	<b>123</b>
1. Caractéristiques .....	123
2. Retombées .....	123
3. Observations générales .....	123

B - « SINFONIA EN PÉRIGORD » .....	124
1. Caractéristiques .....	124
2. Retombées .....	124
3. Observations générales.....	124
C - « LES FESTIVES DE FONT-ROBERT » À CHATEAU- ARNOUX.....	125
1. Caractéristiques .....	125
2. Retombées .....	125
3. Observations générales.....	125
D - « RENCONTRES D'ARCY-SUR-CURE ».....	126
1. Caractéristiques .....	126
2. Retombées .....	126
E - FESTIVAL D'ANIMATION RURALE POITOU-CHARENTES- VENDÉE.....	127
1. Caractéristiques .....	127
2. Retombées .....	127
3. Observations générales.....	127
F - « LES HEURES MUSICALES D'AULTERIBE » .....	128
1. Caractéristiques .....	128
2. Retombées .....	128
3. Observations générales.....	128
G - « LES ARTS JAILLISSANTS DE MONTSAPEY » .....	129
1. Caractéristiques .....	129
2. Retombées .....	129
3. Observations générales.....	129
<b>TITRE III APPROCHE GÉNÉRALE DE L'IMPACT ET DE L'APPORT     DES ÉVÉNEMENTS CULTURELS SUR LE     DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET SOCIAL.....</b>	<b>131</b>
introduction	133
<b>CHAPITRE I LE FINANCEMENT .....</b>	<b>135</b>
<b>I - DES SUBVENTIONS PUBLIQUES .....</b>	<b>136</b>
<b>II - LES VILLES, ACTEURS FINANCIERS ET PRINCIPALES         BÉNÉFICIAIRES.....</b>	<b>137</b>
<b>III - LA LOGISTIQUE MUNICIPALE.....</b>	<b>137</b>
<b>IV - DES RESSOURCES PROPRES.....</b>	<b>138</b>
<b>V - LE MÉCÉNAT .....</b>	<b>140</b>
<b>CHAPITRE II IMAGE ET NOTORIÉTÉ.....</b>	<b>143</b>
<b>I - EFFETS D'IMAGE ET DE NOTORIÉTÉ.....</b>	<b>143</b>

<b>II - UNE PROFESSIONNALISATION CROISSANTE DANS         L'ORGANISATION DES ÉVÉNEMENTS CULTURELS .....</b>	<b>148</b>
<b>CHAPITRE III VIE SOCIALE ET CULTURELLE .....</b>	<b>150</b>
<b>I - UN RÔLE D'ANIMATION LOCALE.....</b>	<b>151</b>
<b>II - UN RÔLE DE DIFFUSION DE LA CULTURE .....</b>	<b>154</b>
<b>III - UN RÔLE DE MOBILISATION LOCALE.....</b>	<b>156</b>
<b>IV - LE BÉNÉVOLAT DANS L'ACTION CULTURELLE ET         SOCIALE .....</b>	<b>158</b>
<b>V - LE FESTIVAL VECTEUR D'INTÉGRATION .....</b>	<b>160</b>
<b>CHAPITRE IV LE TOURISME.....</b>	<b>162</b>
<b>I - ÉVÉNEMENTS CULTURELS ET TOURISME.....</b>	<b>162</b>
<b>II - FESTIVALS ET COMMERCIALISATION DE PRODUITS         TOURISTIQUES.....</b>	<b>165</b>
<b>III - LES LIMITES DU LIEN FESTIVALS-TOURISME OU LE         RISQUE DE NUISANCES .....</b>	<b>167</b>
<b>CHAPITRE V PATRIMOINE.....</b>	<b>168</b>
<b>CHAPITRE VI L'EMPLOI .....</b>	<b>173</b>
<b>I - LES MÉTHODES ET LES MOYENS UTILISÉS POUR         APPROCHER LES RETOMBÉES EN MATIÈRE         D'EMPLOI .....</b>	<b>174</b>
A - L'AMPLEUR DES ACTIVITÉS INDUITES .....	174
B - L'OBSERVATION DES EMPLOYEURS .....	175
<b>II - L'EMPLOI PERMANENT ET L'EMPLOI TEMPORAIRE.....</b>	<b>176</b>
<b>III - DES EFFETS INDUITS SUR L'EMPLOI .....</b>	<b>181</b>
A - LES SECTEURS BÉNÉFICIAIRES .....	181
B - EFFETS SECONDAIRES .....	182
C - L'UTILISATION DES CONTRATS EMPLOI-SOLIDARITÉ .....	182
<b>IV - DES EFFETS INDUITS SUR LA FORMATION.....</b>	<b>184</b>
<b>CHAPITRE VII L'ÉCONOMIE .....</b>	<b>186</b>
<b>I - LES DÉPENSES PORTÉES PAR LES FESTIVALS .....</b>	<b>186</b>
<b>II - LES DÉPENSES DES FESTIVALIERS, ACTEURS OU         SPECTATEURS .....</b>	<b>188</b>
<b>CHAPITRE VIII ÉVÉNEMENTS ET ÉQUIPEMENTS QUELS CHOIX ?</b>	<b>192</b>
<b>I - LE FUTUROSCOPE DE POITIERS.....</b>	<b>192</b>

<b>II - LE MÉMORIAL DE LA PAIX À CAEN.....</b>	<b>193</b>
<b>III - LA MÉDIATHÈQUE D'ISSY-LES-MOULINEAUX .....</b>	<b>194</b>
<b>IV - MOBILES ET STABLES .....</b>	<b>195</b>
A - LE CRITÈRE DES COÛTS.....	196
B - EMPLOIS DIRECTS .....	197
C - POUVOIR D'ATTRACTION TOURISTIQUE .....	198
D - RETOMBÉES SOCIALES .....	200
E - IMPACT MÉDIATIQUE.....	201
conclusions et SUGGESTIONS .....	203
LISTE DES ILLUSTRATIONS.....	211
TABLES DES SIGLES.....	212
BIBLIOGRAPHIE .....	213

## **AVIS**

**adopté par le Conseil économique et social  
au cours de sa séance du 28 janvier 1998**

Le Conseil économique et social s'est saisi, le 9 janvier 1996, de la question de l'impact et l'apport des événements culturels dans le développement local et régional. La section des économies régionales et de l'aménagement du territoire, chargée d'établir un rapport et un projet d'avis, a désigné M. Philippe Dechartre en qualité de rapporteur.<sup>1</sup>

## **I - EXPOSÉ DES MOTIFS**

Les événements culturels exercent sur le développement local et régional un impact non seulement culturel, mais aussi économique et social important. Parmi ces événements culturels, les festivals jouent un rôle essentiel mis en valeur dans le rapport préalable au présent avis.

La France accueille un grand nombre de festivals, en fort accroissement depuis le début des années quatre-vingt : 2 000 environ s'y dérouleraient chaque année. Ces événements culturels mobilisent des budgets conséquents : 567 millions de francs au total pour les seuls 247 festivals subventionnés étudiés par le ministère de la culture en 1992. Ils entraînent un public considérable : très certainement plus de 5 millions de spectateurs au total, si l'on considère que ces 247 événements étudiés attirent, à eux seuls, près de 2,7 millions de personnes.

D'une part, les festivals contribuent au développement culturel des communautés humaines dans lesquelles ils se déroulent. Les villes et les villages de France accueillent en effet chaque année, grâce à eux, des dizaines de créations musicales, théâtrales ou artistiques de tous ordres et dont certaines, sans eux, n'auraient très vraisemblablement pas vu le jour. Par ailleurs, les festivals offrent à des centaines de milliers de personnes la possibilité d'assister à des spectacles vivants. Le nombre, la dispersion, le caractère festif des festivals permettent sans aucun doute d'attirer nombre de spectateurs qui ne seraient, peut-être, jamais venus assister à ce type de représentations. De même, leur caractère exceptionnel permet d'organiser dans des endroits, même relativement peu peuplés, des spectacles à l'audience d'ordinaire élitaires, par exemple la musique contemporaine, et par là d'offrir à un public nouveau des représentations traditionnellement accessibles dans les seules grandes villes.

D'autre part, les festivals participent au développement économique et social des collectivités qui les accueillent. Dans bon nombre de cas, ils suscitent ou soutiennent ce développement.

Le caractère événementiel des festivals assure aux communes d'accueil des retombées de notoriété souvent très importantes au regard des efforts financiers consentis. En partie pour cette même raison, les festivals jouent un rôle non négligeable dans la redécouverte, la réhabilitation et l'animation des lieux patrimoniaux qui servent d'écrin à une forte proportion d'entre eux.

En juin, juillet, août et septembre 1997 des centaines d'articles, de critiques radiophoniques, de reportages télévisés ont été consacrés à cette explosion d'événements culturels qui ont fleuri sur l'ensemble du territoire français. Les

---

<sup>1</sup> L'ensemble du projet d'avis a été adopté par un vote au scrutin public par 184 voix (voir le résultat du scrutin en annexe).

festivals de musique, de théâtre et de danse ont poussé comme des champignons. Chaque ville, chaque village, chaque abbaye aura eu le sien ou presque.

Par les dépenses d'organisation effectuées par leur direction, par celles que consentent les artistes employés et les festivaliers qu'ils attirent, les festivals ont également des retombées commerciales, d'autant plus importantes qu'est élevé le pourcentage du public extérieur à la ville où ils se déroulent.

Enfin, leur impact en matière d'emplois n'est pas non plus négligeable, tant pour les intermittents du spectacle, que pour les emplois induits.

L'économie, le commerce, ne sont pas les seuls bénéficiaires, encore que leurs bénéficiaires comptent. L'intégration de la fête festivalière dans la vie sociale opère par voie de conséquences des comportements nouveaux. La lutte contre l'exclusion, par l'intégration des jeunes en difficulté, passe aussi par une participation voulue et organisée à une action collective à la fois ludique, pédagogique et formatrice. Un festival qui réussit peut être le détonateur de toute une gamme d'actions municipales ouvertes à la jeunesse, ou d'opérations d'initiation à la culture et à l'action culturelle en milieu scolaire et universitaire. A partir de là, de grands noms de la scène et de la mise en scène se sont donnés comme tâche d'animer bénévolement des ateliers de music-hall, de danse, de théâtre, de jazz, ouverts à des jeunes qui n'auraient jamais approché un univers hier réservé à des professionnels ou à des privilégiés. Ils ont ainsi pu créer, dans la spontanéité, des groupes improvisés. Certains, par leur enthousiasme, leur originalité, leur invention puisée dans leur condition sociale elle-même donc par leur créativité, ont approché le professionnalisme et même fait leur place dans la profession.

A Lyon, comme dans la Seine-Saint-Denis, par exemple - l'ancienne capitale des Gaules et la banlieue de la France d'aujourd'hui - des expériences réussies montrent bien que l'action culturelle, déclinaison d'un événement culturel, comme d'un autre côté le sport, peut contribuer à libérer la jeunesse de sa solitude. La cité y gagne en cohésion sociale.

Paradoxalement, alors que cet élan culturel se constate et se conforte depuis une dizaine d'années, hors quelques études brillantes et cursives de sociologie générale, les travaux dont le propos a été d'analyser les retombées économiques et sociales des événements culturels sont rares et parcellaires. Pas de recherche planifiée et systématique. De plus, la parcimonie ou l'absence de statistiques rend difficile toute étude qui se voudrait rigoureuse.

Certes, les analystes, considérant la situation d'ensemble, se rendent bien compte qu'il s'agit là d'un besoin ressenti par une société qui se cherche et que le marché, comme les incertitudes qu'il engendre, ne satisfait pas. Il faut ajouter que l'augmentation du temps libre, l'élévation du niveau culturel de la Nation, la curiosité documentée que l'omniprésence des médias éveille chez chacun, donnent au plus grand nombre l'appétit de découvrir un monde hier encore réservé à une certaine élite.

Sans parler du prestige de la France : ces festivals appellent les étrangers. Ce n'est pas par hasard si le tourisme culturel a changé le style et l'attrait du tourisme classique. Par l'animation artistique, culturelle, spirituelle qu'entraîne la

complicité avec la danse, le théâtre, la musique ou le cinéma, se met en place un nouvel art de voyager, de séjourner, de découvrir, de s'enrichir intellectuellement.

Comment se fait-il alors que la mise en oeuvre de ce capital à faire fructifier, de ce potentiel national, n'ait pas encore fait l'objet d'une évaluation économique rigoureuse qui conduirait à mieux préciser, et à mieux prévoir en retour, une politique d'investissements ?

Il faut bien avouer que, par respect ancestral et quasi religieux du « beau », on répugne encore, en son for intérieur, à lier l'art et l'économie. Parler de rentabilité et d'investissement semble indécent.

Historiquement, cette attitude vient de ce que l'accès à la culture fut longtemps l'apanage des classes privilégiées. D'un autre côté, consciemment ou inconsciemment, il reste, dans les arrières pensées de beaucoup d'artistes ou de créateurs, ce principe qu'ils voudraient transcendant, que la mise en oeuvre, la mise en scène du « donner à voir » est un don de la même gratuité que la création. Les prix de revient, comme l'équilibre d'exploitation, ne seraient qu'une contrainte qui met en péril la vertu de la création elle-même.

Les collectivités locales, elles, sont discrètes et prudentes quand il s'agit de donner publicité à un bilan. Ne faudra-t-il pas en effet dans ce domaine hors norme, un jour, pour une raison ou pour une autre, rendre compte, se justifier ?

Mais la culture a une double dimension intellectuelle et économique. Le sociologue, l'économiste - ni créateurs, ni artistes, ni comptables municipaux - savent bien qu'aujourd'hui chaque événement local exige une investigation économique et sociale rigoureuse.

C'est à cet exercice qu'a tenté de se livrer notre assemblée tout en ayant conscience de la difficulté de la recherche qu'elle conduisait.

C'est d'abord la multiplicité des événements culturels qui rend toute évaluation exhaustive très délicate. C'est ensuite leur diversité. Les festivals, heureusement, ne se ressemblent pas et ne se laissent pas facilement classer, même si l'on s'efforce de les situer dans de grandes catégories : musique, théâtre, danse, cinéma, photographie.

Et pour approcher les données du problème avec précision, il a bien fallu faire un choix. C'est ainsi que le Conseil économique et social a limité son approche aux événements culturels qui peuvent se définir comme des manifestations ponctuelles et répétitives intervenant dans le domaine de la culture, à ceux qui se déroulent pendant quelques jours ou quelques semaines, mais s'inscrivent dans la durée, année après année. Ici, la culture est prise, selon la définition donnée par M. Jacques Rigaud dans son acception traditionnelle de « relation de l'homme aux grandes oeuvres de l'art et de l'esprit, au patrimoine de la civilisation ». Des formes artistiques, longtemps considérées comme mineures dans leur domaine, telles que le rock n'roll pour la musique ou la bande dessinée pour la littérature en participent désormais. Leur appartenance à la sphère culturelle s'est en effet progressivement affirmée à partir des années soixante-dix et quatre-vingt. En revanche, les loisirs en général et la notion de

culture, au sens ethnologique de l'ensemble des faits et des pratiques politiques, religieuses et sociales caractéristiques d'une société, n'ont pas été pris en compte.

La réflexion n'a pas porté non plus sur la culture, ni sur la politique culturelle permanente et ses moyens sauf pour ses dimensions et ses aspects qui entrent en rapport direct avec le sujet traité.

Le Conseil économique et social s'est efforcé, après avoir choisi un certain nombre d'événements culturels significatifs, d'appréhender leur impact sur le développement des zones dans lesquelles ils se déroulent sous ses différents aspects :

- impact sur le développement économique, à travers le nombre d'emplois créés, la richesse induite en matière de tourisme, la réhabilitation du patrimoine, l'accroissement et la rentabilisation des équipements collectifs, enfin la création ou l'implantation d'entreprises liées aux activités festivières ou attirées par la notoriété du site ;
- impact social lié à l'apport de notoriété propre à retenir les habitants ou à en attirer de nouveaux, à l'effet sur l'image de la collectivité, lié aussi à la création d'une identité locale. Il n'est pas indifférent alors de noter que l'événement culturel, au-delà de ces impacts ou par les conséquences de tous ordres qu'ils engendrent, aide à la résorption de la fracture sociale. Sur ce point, notre assemblée se sent proche de Jacques Rigaud qui écrit : « c'est par une culture vécue que l'on peut être intégralement homme et intégralement citoyen ».

Le Conseil économique et social espère que ses réflexions serviront la cause du développement local dans ses dimensions économique, sociale, culturelle et citoyenne.

## **II - LE FINANCEMENT ET LES RETOMBÉES DES ÉVÉNEMENTS CULTURELS**

L'analyse conduite par le Conseil économique et social, notamment à travers l'enquête par questionnaire qu'il a réalisée auprès d'une quarantaine de festivals et de communes dans lesquelles ils se déroulent, montre la diversité des événements culturels et de leurs retombées. Elle n'en fait pas moins apparaître un certain nombre de constantes qui permettent de donner un aperçu relativement précis de leur impact.

### **A - LE FINANCEMENT**

Dans la vie d'un festival, l'idée fondatrice de l'inventeur étant acceptée, il reste à la financer. La mise de fonds regroupe les subventions : apport de la municipalité, du conseil général et du conseil régional, éventuellement de l'Etat. S'ajoute parfois l'aide du mécénat. Beaucoup d'institutionnels nationaux interviennent, de leur côté, par le moyen d'une publicité classique. Enfin, restent les rentrées liées au déroulement du festival lui-même : la billetterie, la publicité liée à la billetterie, la vente d'objets portant la marque du festival par exemple.

### **1. Les subventions publiques**

Alors que le financement public de la culture fait intervenir à part égale l'Etat et les collectivités territoriales, celui des festivals est davantage supporté par les collectivités territoriales. En 1991, elles apportaient 35 % du budget en moyenne contre 10 % à la charge de l'Etat. Pour les festivals se déroulant dans les grandes villes, les régions donnaient généralement plus que les départements, 240 000 F en moyenne.

Les villes quant à elles sont les principaux acteurs financiers. Selon l'étude de la direction de la musique et de la danse, elles contribuaient à hauteur de 19 % du budget total en 1991 contre 16 % pour l'ensemble des départements et des régions. Ceci s'explique souvent par le fait que si elles supportent les charges financières les plus élevées, nombre de festivals sont nés à leur initiative et qu'elles en sont les premières bénéficiaires. Par exemple, le festival de Provins est ainsi financé à 91 % par la ville.

Cet apport d'argent se double d'une aide matérielle. Les festivals sollicitent souvent un appui logistique de la part de la commune. Beaucoup de grandes villes laissent gratuitement l'usage de leurs salles de spectacle. Une aide technique l'accompagne : les villes assument en général les décors, le matériel de sonorisation et d'éclairage. L'aide en moyens humains apportée par les grandes villes est également très importante.

### **2. Les ressources propres**

Les recettes propres représentent 35 % dans la structure budgétaire moyenne d'un festival.

La billetterie en constitue presque toujours la plus grosse part, la première composante des dépenses générées par les participants d'un festival étant en effet représentée par l'achat des places de spectacle. Certes, ce poste varie dans des proportions considérables. Pour certains événements, l'entrée du spectacle est entièrement gratuite, comme les « flâneries musicales » de Reims ou le « festival de carillon et d'art campanaire » de Rhône-Alpes. D'autres drainent au contraire des recettes guichet considérables. Pour un budget de 16,5 millions de francs, plus de 6 millions de francs en 1995, dans le cas du festival « interceltique de Lorient ».

La diversité des situations est rarement en liaison avec le budget du festival. Le critère le plus significatif semble constitué par son genre : les événements pluridisciplinaires et consacrés à la musique connaissent un taux de couverture des dépenses par les recettes guichet en moyenne sensiblement supérieur à celui des festivals de danse ou des manifestations ayant trait à la littérature ou au théâtre. A l'inverse, la part quelquefois relativement modeste de l'apport de la billetterie s'explique en partie par la finalité sociale que se donnent certains festivals, ce qui interdit à leurs organisateurs d'augmenter trop les tarifs. Ainsi en est-il du festival « Banlieues bleues » en Seine-Saint-Denis.

D'autres ressources provenant des festivaliers entrent également dans le processus de financement direct des événements culturels par les spectateurs. Elles sont de diverses sources : vente des programmes, vente de boissons aux

buvettes, vente d'espaces publicitaires, vente de créations, de décors ou de costumes à d'autres festivals, cotisations d'adhérents, contribution des participants aux stages payants.

Ces contributions des spectateurs aux frais d'organisation, si elles ne constituent pas dans leur totalité des retombées économiques pour les villes d'accueil, viennent atténuer la part du coût des événements culturels supportée par les finances publiques, ce qui n'est pas moins important.

### **3. Le mécénat**

Le mécénat contribuait en moyenne pour 12 % au budget d'un festival en 1991. Sélectif par nature, il favorise deux catégories particulières de festivals, les plus petits (ceux dont le budget se situe en deçà du million de francs) et les plus gros (ceux dont le budget est supérieur à 5 millions de francs). De ce fait, certaines manifestations, dont le rayonnement n'est pas encore national, mais qui ont dépassé le cadre strictement local, rencontrent plus de difficultés que d'autres pour trouver un interlocuteur et des financements appropriés à leurs besoins.

De surcroît, durant les premières années de la décennie 90, les aides du mécénat ont régressé, cette baisse ayant principalement affecté le mécénat des petites et moyennes entreprises, en raison notamment d'une politique de rigueur économique et sociale dans laquelle l'exercice du mécénat était logiquement l'un des premiers poste réduit.

Cependant, les effets du mécénat ne se réduisent pas à sa part arithmétique. Il peut représenter une caution propre à encourager des financeurs publics, contribuer à équilibrer heureusement un budget, ou permettre à un festival de gagner en qualité et réciproquement.

En outre, le mécénat d'entreprise est d'une très grande souplesse et surtout la multiplication des contrats pluriannuels passés entre festivals et entreprises mécènes, voire la constitution de clubs d'entreprises mécènes, permettent d'assurer un socle de financement relativement stable et pérenne pour les festivals. Il y a là une amorce d'effort collectif dont le développement et une meilleure organisation pourraient contribuer efficacement à un encadrement technique de référence.

## **B - L'IMPACT DES ÉVÉNEMENTS CULTURELS**

### **1. Image et notoriété**

Le premier impact de la réussite d'un événement culturel est un effet d'image et de notoriété qui donne un coup de projecteur sur une ville ou une région.

Mais l'action culturelle replacée dans son environnement n'est pas un événement gratuit et sans conséquence. Depuis le succès médiatique de festivals de renommée nationale ou internationale, on assiste parfois à une inversion de la démarche fondatrice. Pour une ville, la retombée escomptée peut l'emporter sur l'intérêt culturel premier, la logique devenant intéressée. Or sans l'existence et l'originalité de la création, sa valeur artistique, la démarche serait dérisoire. Les organisateurs de festivals doivent être conscients de ce risque de dérives.

### 1.1. Effets d'image et de notoriété

Les effets produits par l'organisation d'événements culturels s'accompagnent de retombées médiatiques qui, le cas échéant, peuvent être considérables. Le festival d'Avignon, les Chorégies d'Orange bénéficient d'une couverture très importante par la presse écrite nationale et étrangère. On connaît Prades à travers Pablo Casals. Le succès du Futuroscope de Poitiers valorise toute la région. Le « festival international du film de Cannes » a fait connaître la ville au monde entier. Le festival interceltique de Lorient attire non seulement des visiteurs des pays celtiques, Irlande, Ecosse, Pays de Galles, Galice mais également ceux qui viennent avec régularité du Québec ou de l'Australie, entre autres.

Les retombées médiatiques ne se limitent pas à ces quelques événements. Beaucoup de festivals, organisés dans des villes petites ou voire dans de simples bourgades, ont contribué à la notoriété des lieux où ils étaient organisés. Ainsi en va-t-il de la Grange de Meslay, la Roque d'Anthéron, Saint-Guilhem le Désert ou Marciac. Marciac, village d'un peu plus de 1 000 habitants, a tiré bénéfice, en terme d'image et de notoriété, de l'organisation de son festival de jazz. Alors que celui-ci n'offrait lors de sa création, en 1978, qu'un unique concert, en 1992, il attirait 35 000 auditeurs aux concerts et 70 000 visiteurs. Créé seulement en 1991, le festival d'un petit village tel qu'Arcy-sur-Cure, qui compte 500 habitants, obtient des retombées médiatiques non négligeables grâce au soutien de la presse locale et régionale, mais également de médias nationaux généralistes ou spécialisés.

De cette capacité des événements culturels à attirer l'attention des médias, témoigne l'extraordinaire résonance que leur donnent pendant la période estivale, les informations des stations radiophoniques, comme les journaux télévisés des différentes chaînes nationales. A titre d'exemple, durant trois mois, de juin à août 1997, le journal *Le Monde* a consacré des articles à cinquante festivals. Ce succès s'explique certes pour partie par l'intérêt légitime des médias pour la culture. Mais sans doute doit-il également beaucoup au caractère événementiel des festivals qui répond particulièrement bien aux attentes des médias modernes.

Peu d'études évaluent de manière précise l'équivalent financier de ces retombées médiatiques. Néanmoins, le Bureau d'information et de prévisions économiques estimait dans son étude de 1986 que les 400 journalistes venus du monde entier en Avignon, à l'occasion du festival, et qui se faisaient pendant tout le mois de juillet l'écho de ses représentations, remplaçaient des dépenses de communication évaluées à dix millions de francs environ.

Cette notoriété apportée par un festival est d'autant plus intéressante pour les collectivités concernées qu'elle tend à leur donner une image positive, dynamique et festive, de ville culturelle. Aix-en-Provence n'avait pas, par exemple, en dépit de son exceptionnel patrimoine architectural, une image de ville culturelle, en 1947. Son festival n'a pas peu contribué à la lui conférer. Mais cet effet d'image joue également de manière très positive sur la perception qu'ont de leur ville ou de leur région ses habitants. La politique culturelle menée à Sarlat, fondée sur les deux festivals que la ville soutient, avait contribué à

inverser le processus de réduction et de vieillissement de la population qu'elle connaissait dans les années quatre-vingt.

Les élus locaux ont bien compris cette particularité et beaucoup ont alors soutenu des événements dont la finalité principale était moins de mettre à la disposition du plus grand nombre des spectacles de haute qualité que de valoriser l'identité et l'image de leur ville.

### *1.2. Une professionnalisation croissante dans l'organisation des événements culturels*

Cependant l'image et la notoriété ne sont pas intangibles.

La multiplication depuis les années soixante-dix d'événements culturels souvent proches géographiquement, au contenu voisin, concentrés pendant l'été comporte le risque d'une certaine banalisation. Certains, face à cette banalisation, ont cherché à améliorer la qualité de leur programmation, mais en général avec une hausse des coûts. D'autres s'efforcent de se démarquer en adoptant des positionnements de plus en plus spécialisés. Quelques-uns enfin choisissent de diffuser des spectacles produits ailleurs. Ainsi, le festival de Bonaguil reprend une partie des pièces jouées au festival d'Anjou et au festival de Sarlat.

Confrontés à ces choix, les élus tendent à faire appel à des entreprises spécialisées. Ce phénomène participe d'une commercialisation croissante de l'organisation des festivals. Cette dérive peut signifier le passage d'une logique dans laquelle la finalité était la culture à une logique dans laquelle la culture en vient à ne plus constituer qu'un moyen publicitaire au service d'une d'image de marque. L'impact économique devient alors la finalité commerciale de l'opération.

Cependant cette professionnalisation a sa valeur si elle est conduite avec discernement. Le festival de guitare de Vittel évolue vers des rencontres entre violon et guitare. Ce sont les « Accordailles de Vittel ». Celles-ci correspondent mieux à l'image d'une zone située à une dizaine de kilomètres de Mirecourt, haut lieu de la lutherie française. De ce fait, leurs effets potentiels en termes de retombées touristiques et médiatiques sont plus évidents.

## **2. Vie sociale et culturelle**

### *2.1. Un rôle d'animation locale*

Les événements culturels jouent un rôle social éminent dans les villes au sein desquelles ils se déroulent, la plupart ayant un public majoritairement régional, voire local.

Ils apportent à ce public local des spectacles culturels que, bien souvent, il ne pourrait pas voir. Dans certains cas, il n'existe pas en effet sur place ou à proximité immédiate d'équipements culturels permanents diffusant le même type de représentations artistiques ou théâtrales. Ainsi, « Danse Émoi », à Limoges, souhaite principalement faire découvrir au public limousin ce qui se crée en matière de danse contemporaine au niveau national et international. Les festivals de cinéma jouent un rôle important pour permettre au public provincial d'accéder à des films très divers réservés d'ordinaire à de très rares cinémathèques. Ils

contribuent à maintenir le prestige et la circulation de ces oeuvres cinématographiques. En même temps, ils permettent de rapprocher les créateurs de leur public.

Cette volonté de proximité trouve le cas échéant une traduction dans le caractère géographiquement éclaté de certains festivals. Dans le cadre du festival « Banlieues bleues », quinze villes de Seine-Saint-Denis accueillent, chacune, deux à quatre concerts. Cette multiplication délibérée des lieux de concerts permet d'attirer des spectateurs de banlieue qui, dans bien des cas, ne se déplaceraient pas pour assister à un concert donné à l'autre extrémité du département. Nombre de ces événements dont l'une des finalités principales est l'animation locale pratiquent également des tarifs offrant tout ou partie des places à des prix modérés, afin de ne pas exclure des spectateurs potentiels.

Ce rôle d'animation locale se trouve décuplé dans le cas d'une synergie provoquée par un partenariat avec d'autres actions culturelles, par exemple, avec certaines activités permanentes d'une ville, notamment ses conservatoires de musique. A Lyon, les ensembles lyonnais de musique ancienne et la faculté de musicologie se retrouvent aux deux bouts de la chaîne d'actions culturelles. Les « Francophonies en Limousin » constituent, à cet égard, un cas exemplaire dans la mesure où ce festival a été l'origine d'une partie non négligeable de la vie culturelle limousine, axée sur la francophonie. Une maison des auteurs a été créée, ainsi qu'une médiathèque, un centre limousin de diffusion du film francophone. Un DESS a été pris en charge par l'université de Limoges.

### *2.2. Un rôle de diffusion de la culture*

Le caractère festif des événements culturels, le fait qu'ils ne se tiennent pas à longueur d'année, contrairement aux « saisons » des organismes culturels permanents, mais constituent des « moments » qu'il ne faut pas manquer, leur déroulement en dehors des lieux de culture institutionnels, contribuent par une valeur d'entraînement à faire tomber la barrière qui sépare par manque d'habitude ou d'occasion de trop nombreuses personnes de la culture.

En outre, un nombre croissant de festivals tendent à offrir pendant leur déroulement, des activités culturelles d'accompagnement valorisantes pour les enfants d'âge scolaire, pour les jeunes ou pour l'ensemble de la population intéressée. En Seine-Saint-Denis, le travail pédagogique d'accompagnement musical représente une part croissante du budget de « Banlieues bleues », près d'un cinquième en 1997. Effectué pendant toute la durée de l'année scolaire, dans des collèges, dans les classes de jazz des conservatoires de musique et les maisons de jeunes du département, il vise à mettre les jeunes au contact direct des artistes pour travailler avec eux. Ces activités contribuent à valoriser les jeunes dans le cadre d'une activité ludique, mais qui, lorsqu'il s'agit de pratique musicale, réclame une grande discipline, ce qui facilite l'intégration sociale.

### *2.3. Un rôle de mobilisation locale*

Nombreux sont les festivals, notamment ceux qui ont un budget modeste, qui permettent en outre de mobiliser une partie de la population autour d'un

projet local. En cela également, ces manifestations servent le développement local.

Certains, enfin, s'attachent à favoriser l'insertion sociale de populations dites défavorisées. Certes, il n'y a pas en la matière de miracle. Mais on peut également penser que cet impact, même limité, peut contribuer à améliorer des situations que l'on peut rencontrer dans les zones en difficulté. L'ensemble des possibilités culturelles ainsi offertes dans le cadre des festivals contribue à donner aux habitants d'une ville une certaine conscience d'eux-mêmes surtout lorsque s'y ajoutent les interventions des médias qui valorisent leur activité.

#### *2.4. Le bénévolat dans l'action culturelle et sociale*

Beaucoup de manifestations ont des incidences sociales considérables quand ils suscitent la « mobilisation » bénévole d'une partie parfois importante de la population autour d'un projet, pour l'organisation du festival. Car il est vrai que, pour les petites manifestations, le bénévolat permet de compenser le manque de moyens financiers faute desquels elles ne pourraient avoir lieu. Un certain nombre de festivals sont même entièrement fondés sur le bénévolat, hors l'animation des activités artistiques.

Certains vont encore plus loin dans cette volonté de mobilisation locale, la population étant impliquée non seulement dans l'organisation du festival, mais aussi dans certaines des animations proposées. Les « Cinéscènes » du Puy du Fou associent l'ensemble de la population locale dans des représentations en costume de l'histoire de la Vendée. Ces fêtes ont contribué au développement économique de cette microrégion.

#### *2.5. Le festival vecteur d'intégration*

Si le bénévolat est la première démonstration de l'implication d'une partie de la population dans l'action collective, il est possible d'aller plus loin dans la prise en compte sociale et culturelle des non professionnels. Le festival peut être un véritable vecteur d'intégration.

Le cas des « Conteries de Blois » en est un exemple. Ce festival créé dans un quartier nord, qui se distingue assez fortement du reste de la ville, est exclusivement consacré au conte, moyen universel d'expression et, de ce fait, sans doute le meilleur support pour la connaissance réciproque des cultures présentes et la mise en valeur de leur extraordinaire richesse. Il vise à donner une qualité et une image nouvelles aux quartiers nord de Blois dans le cadre de la politique de développement social des quartiers. La démarche mérite d'être fortement soulignée car elle utilise le conte présenté en public comme vecteur d'intégration sociale et comme outil de « rééquilibrage » psychologique des individus. Les résultats obtenus sont significatifs.

### **3. Le tourisme**

La dialectique événements culturels-tourisme est une évidence.

Un seul point noir pourrait troubler ce lien, le risque de voir l'image touristique habituelle d'une ville perturbée par la fièvre festivalière, les événements culturels pouvant laisser aux autochtones le goût amer d'une culture

faite uniquement pour les vacanciers. Avignon n'a pas échappé à l'origine du festival à une réaction de rejet par la population locale. La gêne peut également naître d'une détérioration esthétique du paysage culturel comme certains lieux patrimoniaux, où doivent être installés des gradins souvent en juillet ou en août. Après tant d'expériences vécues, les municipalités ont su le plus souvent faire face à ces difficultés.

### *3.1. Evénements culturels et tourisme*

Mais, d'une manière générale, l'impact des festivals est positif sur le tourisme. Il ne manque pas d'exemples de cette influence réciproque.

A Prades, les sept à neuf mille auditeurs présents sur trois semaines assurent le remplissage des hôtels, restaurants et bars de la ville. Des festivals à faible budget permettent également à de petits villages dépourvus d'une attraction phare, même si le patrimoine local et la beauté du cadre naturel sont dignes d'intérêt, d'attirer des touristes qui n'y seraient sans doute jamais venus.

Le bénéficiaire privilégié des festivals est le tourisme culturel. Longtemps très élitiste, il répond aujourd'hui à un engouement croissant du grand public.

Cette attractivité, si elle n'est pas mesurable, peut démultiplier les retombées économiques indirectes des festivals. Une enquête réalisée sur le festival de Lorient montrait ainsi que, si le motif de la venue des festivaliers était pour 71 % d'entre eux l'assistance au festival, trente-cinq des 183 personnes interrogées finissaient leurs vacances sur le site. Ainsi les touristes, attirés par un événement culturel, choisissent parfois de prolonger leur séjour au-delà de la durée de celui-ci. Ils peuvent, à l'occasion de leur venue, découvrir les lieux et décider d'y revenir l'année suivante, y compris hors de la saison festivalière. Ils constituent ainsi une nouvelle clientèle qui, dans bien des cas, n'aurait pas fréquenté la région. Les festivals présentent, en outre, l'avantage de voir leur contenu se renouveler d'année en année. De ce fait, ils peuvent attirer plusieurs fois de suite les mêmes spectateurs. Ceux-ci ont le temps de s'attacher aux lieux dans lesquels le festival se déroule.

Dans d'autres cas, l'organisation d'événements culturels vise moins à attirer des touristes supplémentaires qu'à offrir une prestation qui constitue un attrait de plus dans un séjour. Cette animation est susceptible d'augmenter la satisfaction des touristes locaux et par là de les inciter à revenir les années suivantes.

### *3.2. Festivals et commercialisation de produits touristiques*

Cette importance des liens entre événements culturels et tourisme et la professionnalisation croissante de l'organisation des festivals expliquent la commercialisation des produits touristiques par divers intermédiaires. Tel est le cas du réseau des services loisirs accueil (SLA) dont la fédération nationale publie chaque année un catalogue présentant certains festivals et les produits annexes liés à l'activité festivalière. Cette initiative, malgré des difficultés, a rencontré un certain nombre de succès. Ainsi le service loisirs accueil du comité départemental du tourisme de la Haute-Loire, en partenariat avec les organisateurs du festival de la Chaise-Dieu, a mis au point en 1990 un forfait « musique gourmande ».

Des structures de promotion plus spécifiques se sont également développées dans les années quatre-vingt, telle « France festival », club créé en 1988, dont l'objectif est de permettre aux adhérents de se former au contact de festivals mieux structurés, à la maîtrise des réseaux de prospection et d'organisation touristique.

Néanmoins, il serait sans doute nécessaire de s'interroger sur la manière de mieux articuler tourisme et culture pour en développer la synergie.

#### **4. Patrimoine**

Les interactions entre le déroulement d'événements culturels et la présentation, la réhabilitation, ou la découverte par le public de monuments patrimoniaux sont considérables.

Selon l'étude menée en 1992 par la direction de la musique et de la danse sur les 247 festivals qu'elle subventionnait, le choix d'un lieu historique représentait 41 % des 1 244 lieux utilisés par ces festivals. Ces chiffres témoignent de la volonté de sortir les événements culturels des cadres de culture traditionnels, et de les lier au patrimoine, c'est-à-dire à la beauté et à la mémoire.

Les festivals contribuent dans une certaine mesure à l'entretien des lieux qui leur servent de cadre et auxquels ils versent des contreparties financières. D'autres festivals jouent un rôle dans la restauration des sites qui les accueillent. Les organisateurs du festival « Pablo Casals » de Prades soulignaient que l'abbaye Saint-Michel de Cuxa a été restaurée par et pour le festival, grâce au lancement d'une souscription nationale dans les années soixante. L'organisation d'un événement culturel entraîne parfois la redécouverte d'un lieu. Le Palais des Rois de Majorque, totalement oublié, fut redécouvert grâce au festival de Perpignan, avec la représentation du Carrosse du Saint Sacrement de Prosper Mérimée. D'une manière générale, la plupart des événements culturels qui utilisent comme cadre un élément patrimonial contribuent à lui redonner vie. Cette mise en valeur est souvent délibérée. Le festival de « Carillon et d'Art campanaire » de Rhône Alpes vise à favoriser la visite des clochers et des beffrois après les concerts.

Nombreux, les efforts de ce type sont, d'une manière générale, couronnés par une efficacité certaine, même si quelquefois a pu être constatée une réduction du nombre des visites des autres monuments des départements concernés. De même, l'utilisation d'éléments patrimoniaux pour des événements culturels peut comporter des difficultés, par exemple parce que les places offertes y sont en nombre limité ou parce que la configuration du site est imparfaitement adaptée.

Ces quelques inconvénients cependant ne doivent pas faire oublier l'essentiel. Les sites patrimoniaux offrent aux événements culturels un cadre incomparable. En contrepartie, ces derniers redonnent à ces sites une vie nouvelle en les restaurant dans la finalité pour laquelle ils avaient été créés, comme le théâtre d'Orange qui n'avait pas été construit pour être visité, mais pour qu'on y donne des spectacles.

#### **5. L'emploi**

Le problème de l'emploi revêt dans cet avis une dimension singulière.

Les festivals génèrent de l'emploi : emplois directs liés à la composante artistique d'une part, et à son administration, d'autre part, emplois générés par le festival dans des secteurs liés à son activité mais aussi dans des secteurs connexes. Ces emplois sont divers par leur nature mais aussi par leur structure. Nombre ont un caractère saisonnier. D'autres sont créés à temps partiel. D'autres sont très clairement tenus par des intermittents du spectacle. Il y a enfin des emplois aidés, essentiellement des contrats emploi-solidarité.

Leur évaluation est extrêmement difficile. La dispersion des statistiques quand elles existent, la rareté des informations, leur contenu aléatoire, la réticence des acteurs locaux à fournir leurs chiffres, rendent toute approche du problème et toute analyse incertaines.

### *5.1. Les emplois directs*

Les festivals emploient leur propre personnel et génèrent des emplois directs.

La plupart bénéficient d'une structure permanente relativement modeste. Ils ont recours en revanche à un nombre de saisonniers appréciable et qui, pour les plus importants d'entre eux, a fortement augmenté depuis dix ans. Le Bureau d'information et de prévisions économiques indiquait qu'en 1985, le festival d'Avignon avait créé 419 emplois saisonniers et qu'en terme de qualification, les emplois techniques avaient été les plus nombreux. Le dernier festival des « Francophonies en Limousin », pendant sa durée, a embauché directement la valeur de soixante-et-un mois équivalent temps plein.

Souvent ces emplois bénéficient à l'économie locale. En Avignon, il s'est agi essentiellement d'emplois locaux recrutés dans la ville et dans les départements limitrophes. En Limousin, le personnel technique pour l'essentiel a été recruté sur place à l'exception de quelques personnes possédant des qualifications non disponibles sur le marché de l'emploi local.

Cette croissance importante de l'emploi saisonnier se produit à une saison « creuse » en matière d'activité culturelle, la saison traditionnelle de théâtre se tenant d'octobre à juin. Les festivals d'été génèrent alors une activité complémentaire pour certaines catégories de personnel et leur apporte ainsi une continuité de travail. Ils permettent le maintien d'une activité régulière à des intermittents qui en seraient privés.

Certains festivals jouent également un rôle important pour découvrir et promouvoir de nouveaux talents, tant du fait des options culturelles de leurs directeurs artistiques que dans un souci d'économie, les artistes renommés réclamant souvent des cachets élevés. Toutefois, ce rôle peut souffrir de ce que, pour limiter leurs coûts, les organisateurs de certains festivals sont tentés de faire appel parfois à des artistes venus notamment des pays d'Europe centrale et orientale, dans des conditions sociales peu satisfaisantes.

Pourtant, d'une manière générale, il est clair que la multiplication des événements culturels et leur reprise tout au cours de l'année permettent à des professionnels du spectacle de trouver un emploi stable.

Cette offre d'emplois doit néanmoins être relativisée. D'une part, le recours au bénévolat est très important. D'autre part, nombre de villes apportent leur concours aux festivals qui s'y déroulent en leur prêtant du personnel municipal. Enfin, il ne faut pas oublier qu'une partie des travaux réalisés pendant la durée du festival le sont par un personnel bénéficiant de contrats emploi-solidarité. Même si l'usage du contrat emploi-solidarité peut représenter un gisement relativement important, notamment pour les chômeurs de longue durée, et si ce type de contrat peut constituer un passage transitoire vers l'accession à un emploi stable, cette probabilité est faible notamment dans le cas des festivals dont la caractéristique majeure est d'être des événements saisonniers et qui, de ce fait, ne peuvent permettre d'assurer la pérennité de ces emplois.

### 5.2. *Des effets induits sur l'emploi*

De nombreux secteurs bénéficient grâce aux festivals de ce supplément d'activité qui génère également des emplois permanents et temporaires induits dans, entre autres :

- l'hôtellerie ;
- la restauration ;
- les transports ;
- les entreprises de nettoyage ou de sécurité ;
- l'alimentation et le commerce en général ;
- le secteur de la santé et de l'action sociale ;
- la Poste avec un surcroît d'envoi de cartes postales, et France Telecom ;
- les associations socioculturelles qui s'investissent dans l'entourage du festival.

L'étude conduite en juin 1996 par l'Association de gestion du festival d'Avignon, fondée sur l'analyse des déclarations d'embauches avant, pendant et après le festival, permet de conclure que le festival aurait induit, pendant sa durée l'année précédente, la création en Avignon de plus de mille emplois ainsi répartis :

- 100 dans l'hôtellerie-restauration ;
- 400 dans le secteur des services rendus aux entreprises ;
- 195 dans les activités récréatives et culturelles non associatives ;
- 116 dans le secteur associatif ;
- 5 dans le secteur de l'édition et de l'imprimerie ;
- 21 dans la Poste et France Telecom ;
- 51 dans le secteur de la santé.

L'apport des festivals parallèles n'est pas non plus à négliger. C'est le cas du festival « off » d'Avignon.

Il est difficile toutefois d'appréhender avec précision et sans risque d'erreur la valeur réelle de ces emplois connexes en raison des méthodes d'évaluation

utilisées, fondées les unes sur l'ampleur des activités induites, les autres sur l'observation des employeurs potentiels. Par ailleurs, les dépenses des festivaliers ou des acteurs qui sont à l'origine de ces créations d'emplois interviennent dans un cadre géographique plus large que la ville, cadre dont les limites sont difficiles à cerner avec précision. D'autre part, les secteurs dans lesquels les festivaliers effectuent leurs dépenses sont très divers. Identifier l'emploi induit requiert alors une observation systématique du marché de l'emploi et une exhaustivité dans le recensement des secteurs en cause. Enfin, de nombreux « petits boulots » se développent également, vendeurs de glaces, de nourriture, gareurs de voitures. Ce qui rend possible à toute une économie parallèle de se mettre en place. Et, de ce fait, les retombées induites risquent d'être sous-estimées.

### *5.3. Des effets sur la formation*

Les études réalisées montrent que certains organisateurs de festivals ont déjà mis en place des structures de formation et cherchent à établir des passerelles avec les professionnels pour favoriser l'insertion.

Le festival d'Avignon participe à l'organisation de sessions de formation professionnelle et universitaire. Mis en place en 1983 « le Centre de formation national d'Avignon » vise à former des stagiaires à la direction de projets culturels et à la mise en oeuvre de politiques de développement culturel. En 1987, l'Institut supérieur des techniques du spectacle s'est également implanté en Avignon. Les récents stages de techniciens du spectacle organisés à Bourges donnent des résultats révélateurs puisque vingt-cinq stagiaires sur quarante en ont fait leur profession. Enfin, la formation peut déboucher sur une véritable politique d'insertion. Les jeunes qui fréquentent ces stages sont issus de milieux populaires et leur nouveau métier de technicien leur permet de vivre leur passion en les insérant dans le milieu du spectacle, qui les avait attirés.

## **6. L'économie**

### *6.1. Les dépenses portées par les festivals*

Le principal poste de dépenses qui peuvent donner lieu à une injection directe d'argent dans l'économie locale concerne les achats effectués par les organisateurs pour mettre en oeuvre leurs spectacles. Lorsqu'ils n'interviennent pas eux-mêmes, les responsables des festivals recourent à des entreprises variées et les dépenses effectuées auprès d'elles constituent des retombées directes.

Il s'agit d'une source importante touchant :

- le secteur de l'imprimerie pour la réalisation des affiches, des brochures, des dépliants ;
- le secteur des relations publiques ;
- les dépenses liées à la vente des billets ;
- les services techniques, éclairage, sonorisation ;
- le marché des locations, parcs de matériel, location de lieux de spectacles ou d'instruments de musique ;

- les dépenses de communication, agence de presse, frais d'affichage, conférences de presse ;
- le secteur des transports.

Enfin, les agents, les producteurs, les attachés de presse des compagnies programmées, les journalistes couvrant l'actualité du festival ainsi que les nombreux prestataires assurant la maintenance informatique, la sécurité et le gardiennage contribuent également aux retombées directes imputables au festival.

Nombre d'organiseurs affirment que, de même qu'ils recrutent les emplois nécessaires au fonctionnement du festival en priorité sur le plan local, de même ils s'efforcent de recourir de façon prioritaire aux entreprises locales. Pour Avignon, les 4 millions de francs d'achats effectués par le festival « in » se répartissent pour 64 % au bénéfice d'Avignon et de sa zone d'influence, pour 75 % au profit de la région, et 25 % pour le reste de la France.

#### *6.2. Les dépenses des festivaliers, acteurs ou spectateurs*

En plus des achats directement mobilisables pour l'organisation des événements culturels, les spectateurs réalisent sur place des dépenses dont l'impact sur l'économie locale peut être important. Une partie des salaires est également dépensée dans la ville où se déroule le festival et dans sa zone d'influence.

Les dépenses d'hébergement et de restauration sont une composante majeure de ces dépenses. Mais des achats peuvent également être effectués dans d'autres types de commerces locaux. L'étude menée sur l'impact du festival « Interceltique de Lorient » montrait qu'une partie des spectateurs procédait à l'acquisition de cadeaux et de souvenirs de leur passage dans la région. A Provins, selon l'étude « festivals et patrimoine » de 1987, le chiffre d'affaires des commerçants serait pendant les deux jours de la fête médiévale multiplié par huit et à Rennes, durant les « Tombées de la nuit », le coefficient de remplissage des hôtels passerait à 100 %.

Au contraire, dans le cas de « Banlieues bleues », le public jeune n'ayant pas de grandes possibilités de dépenses, les retombées économiques sont faibles, de même que pour les « Francophonies en Limousin », où les dépenses d'hébergement et de restauration des artistes sont prises en charge par l'organisation.

### **7. La place respective des équipements permanents et des événements culturels**

Un débat peut naître entre certains analystes comparant les retombées économiques et sociales liées au fonctionnement de ces deux types de supports culturels. S'il fallait vraiment s'interroger, on serait conduit aux constatations suivantes.

Il est évident qu'en matière d'emplois directs, les organisations institutionnelles grâce à leur stabilité peuvent recruter davantage de permanents que les festivals. Si on pèse l'importance des retombées économiques de l'ensemble des salaires et des rémunérations des uns et des autres, force est de

constater que les dépenses des travailleurs saisonniers embauchés pour la durée des manifestations festivières ne sont pas comparables à celles des salariés qui travaillent dans un théâtre ou un centre d'art toute une année durant.

Encore faudrait-il pour que la comparaison puisse être valablement faite que ces centres d'actions culturels permanents existent en nombre suffisant sur la totalité du territoire et puissent par là équilibrer en retombées économiques globales la masse critique des 2 000 festivals qui drainent dans l'année des millions de spectateurs.

Car il est vrai que les festivals, du fait de l'effet de rareté produit par leur caractère singulier, attirent plus largement des spectateurs extérieurs à la commune ou à la région de référence, augmentant ainsi les dépenses connexes qu'ils suscitent et donc le volume des retombées sur l'économie locale.

Leur spontanéité et leur souplesse permettent en outre de réorienter d'années en années les prestations offertes pour répondre aux attentes du public.

Quant aux retombées sociales, elles marquent à l'évidence, par leur diversité, un net avantage de celles nées des festivals par rapport à celles générées par les établissements traditionnels.

Enfin, en matière de retombées médiatiques, la capacité des festivals à attirer l'attention des journalistes et commentateurs de presse, de radio et de télévision, en fait des instruments de notoriété et d'image avec lesquels les équipements permanents ne peuvent guère rivaliser. Ces derniers appartiennent au quotidien, les festivals à l'exceptionnel.

Les deux n'assurent pas les mêmes missions. Equipements et événements constituent deux vecteurs culturels complémentaires, qui ont chacun leur place dans une politique culturelle comme dans une stratégie de développement local et régional. L'exemple des « Francophonies en Limousin », qui ont contribué à la création de bon nombre des équipements culturels permanents de Limoges, montrent qu'une bonne synergie entre les centres d'accueil permanents de la culture et l'aspect plus spontané des festivals est possible et fructueuse.

C'est dans cet esprit que le Conseil économique et social formulera ses propositions.

### **III - PROPOSITIONS**

Donc dans l'ensemble, les festivals ont des retombées économiques, sociales et culturelles importantes dont les bénéficiaires sont publics et privés. Les collectivités voient leur notoriété affirmée, les commerçants leur chiffre d'affaires amélioré. L'emploi est conforté, la vie associative valorisée, le tourisme développé. Les festivals appuient le développement culturel et sont facteur de cohésion sociale. Tout cela atteste de la santé d'une économie nouvelle née et se nourrissant de la vie culturelle.

Des mesures complémentaires s'avèrent pour autant nécessaires pour soutenir ces événements et accroître leur impact sur le développement local. Elles passent notamment par une meilleure connaissance des événements culturels et de leurs retombées, par une meilleure coordination des festivals entre eux comme

avec les autres types d'activités culturelles, et par un appui aux événements culturels renforcé et modernisé.

Ces mesures ne visent pas à un encadrement tatillon ou à la mise en place de structures contraignantes. La créativité artistique et l'esprit d'initiative qui sont à l'origine de toute activité festivalière doivent garder leur spontanéité, mais l'établissement de moyens d'information des créateurs et des organisateurs potentiels ou actifs de festivals, de concertation de tous ceux, privés ou collectivités publiques qui participent à leur vie administrative, de régulation enfin au niveau régional ou des pays, se révèle utile, voir nécessaire.

### **1. Une meilleure connaissance des événements culturels et de leurs retombées**

Dans la mesure où il concerne des événements nombreux, divers, ponctuels et parfois éphémères, le domaine festivalier est sans doute plus difficile que d'autres à être étudié et connu de manière rigoureuse. Une information ayant toujours un coût, il est clair qu'en ce domaine, une évaluation qui serait à la fois parfaitement exhaustive, approfondie et actualisée chaque année est hors de portée.

Pour autant, il paraît nécessaire de mieux mesurer l'importance des festivals organisés en France, ne serait-ce que parce que ces événements mobilisent des fonds publics non négligeables et constituent un vecteur d'une importance croissante de la politique culturelle et économique. Ainsi, il ne paraît pas acceptable que le Conseil économique et social n'ait pu obtenir des pouvoirs publics un simple recensement des festivals existant au plan national.

L'information à mettre en place devra comporter plusieurs volets.

*Tout d'abord, il serait utile qu'un recensement des événements existants soit effectué et mis à jour chaque année.*

Des efforts ont déjà été accomplis en ce sens, comme le montrent notamment les deux guides culturels publiés annuellement par le ministère de la culture, ou plus ponctuellement par des éditeurs privés. Mais ce travail ne prétend pas à l'exhaustivité ni à une information détaillée. Il doit être complété, de manière à ce que le nombre et la nature des événements culturels se déroulant en une année dans les différentes régions de France soient connus avec précision des différents acteurs de la politique culturelle.

*Par ailleurs, les festivals subventionnés par le ministère de la culture devraient faire l'objet à période régulière d'une étude en profondeur du même type que celle effectuée en 1992 par la direction de la musique et de la danse sur les 247 festivals qu'elle soutenait financièrement l'année précédente.*

Cette étude de qualité, témoignait de la volonté du ministère de mieux cerner les événements qu'il contribuait à financer, leurs caractéristiques, leurs coûts et leur succès en terme d'audience. Il ne paraît pas normal qu'elle soit restée purement ponctuelle, ne connaissant ni précédent, ni actualisation.

Le champ de cette étude sur les festivals devrait naturellement être élargi à toutes les disciplines artistiques bénéficiant de subventions du ministère. Répétée avec une périodicité de cinq ans, elle permettrait de prendre la mesure de

l'ensemble de la politique menée par le ministère de la culture en la matière, d'étudier l'articulation des politiques nationales et locales, ainsi que les évolutions des festivals, en facilitant les comparaisons dans le temps et dans l'espace.

Une telle enquête paraît d'autant plus nécessaire que le soutien de l'Etat aux festivals est aujourd'hui entièrement déconcentré au niveau des directions régionales de l'action culturelle. Cette évolution a le grand mérite de rapprocher la décision du terrain. Mais si les mesures d'accompagnement adéquates ne sont pas prises, elle risque de faire perdre à la politique menée une grande partie de sa cohérence et de sa force.

Les éléments mis en oeuvre dans l'étude de 1992 étaient les suivants : date de création, calendrier, répartition par discipline et par répertoire, nombre de prestations culturelles, répartition géographique et par type de lieux, fréquentation, budget par source de financement, tarification, existence d'activités d'accompagnement et analyse de coût par prestation et par spectateur. Ces critères devraient être à nouveau étudiés, à des fins de comparaison. En outre, ceux permettant de mieux cerner les caractéristiques culturelles des manifestations mériteraient d'être approfondis. Parmi les prestations offertes devraient notamment être précisés le nombre de spectacles différents présentés, et ce par opposition aux diverses représentations d'un même spectacle, et, s'il y a lieu, le nombre de créations proposées. Il pourrait également être intéressant de prendre en compte dans l'étude la nationalité des artistes ou des troupes qui se produisent au cours de ces événements.

*Une évaluation lourde devrait par ailleurs être menée à intervalles réguliers, par exemple tous les trois ans, sur un ou deux festivals, pour mesurer de manière approfondie leur impact économique, social et culturel.*

Il paraît en effet préférable de diligenter de loin en loin quelques évaluations de qualité, les plus approfondies et les plus rigoureuses possibles, plutôt que de multiplier des études hâtives, dont les résultats approximatifs seraient sujets à caution. La méthode utilisée pourrait s'inspirer utilement de celle employée par le Bureau d'information et de prévisions économiques (BIPE) pour l'édition 1985 du festival d'Avignon, et notamment de l'indicateur de spécificité qu'elle prévoyait. Elle devrait également tenir compte des recommandations formulées par le département des études et de la prévision du ministère de la culture dans la note méthodologique qu'il a publié en 1987. Ces recommandations sont certes un peu anciennes et n'ont malheureusement pas toujours été suivies d'effet. Elles devraient donc être actualisées. Une évaluation de qualité supposerait notamment une analyse des publics présents aux manifestations. Ce qui permettrait l'établissement d'un échantillon véritablement représentatif. De là, grâce à une enquête spécifique menée de manière scientifique, il serait possible de connaître les dépenses du public, leur importance et leur répartition locale et régionale.

La cellule d'évaluation du ministère aura ainsi pour mission de mener de façon plus exigeante ses travaux en matière d'étude des événements culturels. Pour y parvenir, ses moyens devront être renforcés. Ses recherches seront alimentées par celles de ses directions régionales. Les conseils économiques et

sociaux régionaux, par des études dirigées dans le même sens, pourront également seconder cet effort et en enrichir les résultats.

De manière plus générale, les organisateurs de festivals et les collectivités territoriales qui, bien souvent, suscitent de concert leur création ou concourent à leur financement, pourraient se référer à des études de public. Celles-ci leur permettraient de mieux connaître la composition exacte de leur audience potentielle, les principales attentes de ceux qui la composent, ainsi que leur degré de satisfaction. Des études d'impact légères pourraient le cas échéant les compléter. En permettant un suivi des engagements pris par les organisateurs de festivals en contrepartie des concours publics reçus, elles pourraient être le corollaire de la contractualisation pluriannuelle que le Conseil économique et social appelle par ailleurs de ses vœux.

## **2. Festivals et schéma des équipements culturels**

L'évaluation de la répartition des équipements culturels existants, qui devra précéder l'élaboration du schéma des équipements culturels prévu par l'article 16 section 2 de la loi du 4 février 1995 - ou celle du schéma de services qui semble devoir le remplacer dans les projets actuels du gouvernement - permettra de mesurer si les déséquilibres géographiques éventuels dans le domaine des festivals ne sont pas renforcés ou entretenus par d'autres déséquilibres existant en matière d'équipements. Les deux ne sont en effet pas sans liens, dans la mesure où les équipements servent le cas échéant de points d'appui aux festivals, ne serait-ce qu'en préparant le public local à leur faire bon accueil. Ce constat pourrait ou devrait, s'il y a lieu, inciter à un rééquilibrage approprié des aides publiques, et au-delà du seul schéma, servir de point d'appui à la préparation d'une loi d'orientation culturelle permettant de combler les lacunes de la loi de décentralisation de 1982 en la matière.

A cette fin, le Conseil économique et social pense qu'il serait utile de créer une commission interministérielle, comprenant notamment des représentants de la culture, de l'aménagement du territoire, de l'environnement ainsi que du tourisme. En plus de sa contribution à l'élaboration du schéma précité, le rôle principal de cette commission serait d'établir - avec toutes les concertations nécessaires - un guide méthodologique à destination des régions, des départements et des municipalités pour l'élaboration de « plans culturels » traduisant les principales options de l'Etat en la matière.

## **3. Une meilleure coordination des événements culturels**

Du fait même de leur multiplication et de la place croissante qu'ils tiennent dans la diffusion de la culture, une meilleure coordination des événements culturels paraît aujourd'hui nécessaire. Elle était du reste souhaitée par bon nombre des organisateurs de festivals interrogés par le Conseil économique et social, notamment des responsables des plus modestes d'entre eux en terme de budget.

Cette coordination accrue pourrait intervenir à plusieurs niveaux.

*Une plus grande coopération des organisateurs d'événements intervenant dans un même domaine (par exemple le jazz, la musique baroque) serait tout d'abord nécessaire.*

Elle leur permettrait d'échanger leurs expériences, et par là contribuerait à leur formation. Elle permettrait également, en autorisant le cas échéant des coproductions, de réduire les coûts de production des événements qu'ils dirigent, ou d'accroître l'importance et l'ambition culturelle des spectacles présentés. Un soutien de l'Etat aux associations de festivals qui oeuvrent déjà en ce domaine serait à cet égard positif.

*De même, une plus grande coordination des responsables publics et privés des festivals sur un plan géographique, au niveau régional ou départemental, serait souhaitable.* Ne serait-ce que parce qu'elle permettrait une meilleure complémentarité dans les choix des dates des événements.

Ne convient-il pas également de réfléchir sur l'intérêt qu'il y aurait, vu le nombre croissant de festivals, à suggérer à leurs organisateurs de se rapprocher pour les mettre en oeuvre à l'échelon intercommunal ou au niveau de pays ? En effet, même si un festival se déroule, le cas échéant, dans une seule commune, ses retombées tant économiques que sociales et culturelles, excèdent en général le cadre communal. Cette coopération pourrait notamment permettre, du moins dans certains cas, d'améliorer la cohérence et la qualité des efforts déployés par les responsables. Les directions régionales des affaires culturelles, dont les missions et les moyens viennent d'être récemment confortés par des mesures de déconcentration, devraient jouer un rôle croissant en la matière, en liaison avec les collectivités territoriales, avec consultation des conseils économiques et sociaux régionaux et des assemblées consulaires.

*Par ailleurs, le développement de liens plus étroits entre les festivals et les activités menées dans le cadre des équipements culturels permanents est à l'évidence nécessaire.*

Sous contrainte budgétaire, il y a en effet un risque d'opposer les uns aux autres, ce qui serait dommageable. Il s'agit pourtant de deux vecteurs culturels plus complémentaires que concurrents. Ils touchent en effet souvent des publics différents, ne leur apportent pas exactement la même offre culturelle et se traduisent par des effets qui peuvent être dissemblables. De plus, l'offre festivalière ne peut effacer le besoin de politiques culturelles nationale et locales, avec leurs structures et leurs moyens permanents. Une plus grande synergie entre ces deux vecteurs pourrait donc renforcer leurs apports culturels respectifs et favoriserait leur impact réciproque sur le développement des zones concernées, dans tous les aspects qu'il peut comporter.

*Un autre instrument d'information réciproque et de coordination pourrait être constitué sur un plan institutionnel, par la création d'une « conférence régionale de la culture ».*

L'opportunité de sa mise en place avait déjà été évoquée, en 1996, par un avant-projet de rapport de la commission « développement économique, emploi et population » de la Datar, ainsi que par le rapport de la commission d'étude de la politique culturelle de l'Etat présidée par M. Jacques Rigaud.

Cette conférence réunirait chaque année l'Etat et les collectivités locales pour un examen sur le territoire de la région de l'ensemble des projets culturels, parmi lesquels les festivals. Ce rendez-vous annuel pourrait aboutir, selon les termes de la commission d'étude de la politique culturelle de l'Etat, « à un relevé de décisions sur les projets communs pouvant ressortir par ailleurs de conventions séparées entre l'Etat et les collectivités territoriales ou entre collectivités territoriales ». Cet instrument serait particulièrement approprié pour coordonner les soutiens financiers apportés aux événements culturels, ceux-ci bénéficiant très souvent de subventions croisées des différents niveaux de collectivités, qu'il s'agisse de l'Etat, de la région, du département, des communes, ou de structures intercommunales.

Dans le même propos, en 1950, sur la proposition de Jean Vilar, le secrétaire d'Etat aux beaux-arts avait réuni un séminaire national. Du bon travail y avait été fait. L'expérience nationale ne fut pas poursuivie.

Les décisions de la conférence régionale de la culture devraient être éclairées par les avis d'une instance rassemblant des représentants des acteurs économiques et sociaux et des professionnels du spectacle intervenant notamment à titre d'experts. Celle-ci pourrait prendre la forme d'une section « développement et culture » qui existe déjà dans certains conseils économiques et sociaux régionaux et pourrait le cas échéant être créée au sein de ceux qui en sont encore dépourvus. Les compagnies consulaires pourraient aussi jouer un rôle en ce domaine, qui serait d'autant plus efficace si elles se dotaient en leur sein d'une commission « économie et culture ». Certaines d'entre elles ont déjà d'ailleurs montré combien leur action était bénéfique dans le développement économique, culturel et universitaire. Il conviendrait enfin d'associer davantage les offices de tourisme et les syndicats d'initiative à cet effort de coordination.

Conjuguée avec l'appareil de collecte d'information dont le Conseil économique et social demande la mise en place, cette conférence régionale de la culture permettra au ministère de la culture de mieux informer les décideurs locaux de l'action culturelle tout comme les responsables artistiques eux-mêmes.

Ainsi, les liens entre les acteurs économiques et sociaux et la sphère culturelle festivalière seraient affirmés en vue d'une réelle efficacité.

La coopération et la coordination seraient d'autant plus efficaces si elles étaient réalisées très en amont et dans un souci de réel partenariat où chacun se sentirait véritablement impliqué.

Il faut le répéter, il ne s'agit pas là de faire en sorte que s'installent des structures contraignantes, qui risqueraient d'entraver les initiatives et la faculté créatrice des organisateurs d'événements culturels. A l'évidence, une telle option serait absurde, et destructrice. En revanche, il est souhaitable que s'ouvrent des « rencontres » de réflexion, de conseil et d'aide, susceptibles de nourrir et de soutenir leurs projets.

#### **4. Une mission d'appui et de soutien aux festivals confiés aux directions régionales de l'action culturelle**

Il serait nécessaire que les directions régionales des affaires culturelles assurent une mission plus dynamique et active en faveur des événements culturels notamment en matière d'appui et de conseil à leurs organisateurs. Bon nombre d'entre eux, responsables de « petits » et souvent de « moyens » festivals interrogés par le Conseil économique et social, passionnés et remarquables quant à leur connaissance des artistes et du domaine culturel dans lequel ils interviennent, ne disposent pas d'une partie des compétences juridiques, fiscales, sociales, commerciales, voire techniques nécessaires à l'organisation des événements culturels. Ces animateurs culturels, plus souvent artistes que gestionnaires, ont besoin d'une aide spécialisée dans la gestion culturelle, dans la publicité, dans la commande de travaux d'infrastructure. Ils appellent de leurs vœux un plus grand soutien en la matière. D'où la nécessité de cette mission de conseil, qui pourrait être confortée par la mise en place de séminaires de formation à la gestion. Dans ce domaine aussi, les collectivités territoriales comme les assemblées consulaires et les associations qualifiées peuvent jouer un rôle important.

#### **5. Un appui pour la commercialisation des événements culturels**

Un plus grand appui serait nécessaire, à un échelon départemental ou régional, pour la commercialisation des événements culturels. Des progrès certains ont déjà été accomplis ici et là en ce domaine, notamment dans le cadre des comités départementaux du tourisme. Ces efforts doivent être poursuivis et encouragés. Il faut en effet rappeler que si certains événements culturels se déroulent à guichet fermé, nombre de festivals n'atteignent pas toujours un taux de remplissage à 100 % de leurs capacités d'accueil. Une meilleure commercialisation des événements culturels, passant le cas échéant par la création et la diffusion de forfaits comprenant billet de spectacle, hébergement et restauration, peut alors contribuer à leur amener un public plus nombreux, donc des ressources financières supplémentaires. Et si ce surcroît de spectateurs est composé de personnes extérieures à la commune, voire à la région de référence, il accroîtra encore les retombées sur l'économie locale.

Ces ressources supplémentaires permettront de poursuivre et de conforter la politique tarifaire à visée sociale mise en place par nombre d'événements culturels. Celle-ci leur permet, par le biais de prix réduits, de favoriser l'accès des jeunes et des populations économiquement défavorisées aux spectacles et aux activités d'accompagnement culturelles proposées. Ainsi, même s'ils n'y suffisent pas à eux seuls, les festivals continueront à concourir à l'insertion de populations fragilisées, auxquelles les activités artistiques et culturelles offrent une voie pour reconstruire une image plus positive d'eux même et une relation d'échange avec autrui dans une pratique valorisante.

#### **6. Le nécessaire respect de la législation sociale**

Le Conseil économique et social appelle enfin à une certaine vigilance quant aux conditions d'emplois des personnels administratifs, des techniciens et

des artistes qui interviennent dans le cadre des festivals : deux points méritent à cet égard d'être soulignés.

Tout d'abord, même si le champ des investigations du Conseil économique et social a nécessairement été restreint, il semble que nombre d'artistes employés dans le cadre des festivals viennent de pays extérieurs à l'Union européenne, et notamment des pays de l'Europe centrale et orientale ou de pays du Tiers Monde. Cette ouverture constitue un enrichissement et répond à une demande d'une partie du public, comme le montre la propension croissante à voyager dans des pays étrangers des français qui ont les moyens de le faire. L'une des explications de cette situation tient à ce que nombre de festivals choisissent un thème qui a trait à des activités artistiques « exotiques », qu'il s'agisse de musique, de danse ou de théâtre.

Ce phénomène risque toutefois d'aboutir à des dérives lorsqu'il recouvre le fait que ces artistes sont parfois contraints d'accepter des conditions de rémunération, de transport, d'hébergement et de restauration qui confinent dans certains cas à l'extrême limite de la légalité.

Dans le même esprit, le Conseil économique et social tient à rappeler que les festivals ont également un rôle à jouer pour promouvoir des artistes locaux ou résidant en France, qui pourront grâce à cela travailler, se familiariser avec le public, progresser dans leur domaine et se faire connaître.

De manière plus générale, si une part de précarité dans les emplois offerts est sans doute inévitable en matière de festivals, compte tenu de leur nature événementielle, certains organisateurs d'événements culturels recourent parfois à un usage abusif des diverses formes de travail précaire. Il convient à cet égard de réaffirmer avec force que la législation sociale doit être respectée. Les services de l'Etat devraient se montrer vigilants en la matière.

### **7. Un appui financier soutenu et modernisé**

Cette rigueur nécessaire doit trouver une contrepartie dans l'aide apportée aux organisateurs de festivals, notamment sur un plan financier.

Peut être faut-il à cet égard envisager de repenser la question de l'assujettissement des structures organisatrices de festivals à la taxe sur la valeur ajoutée et à la taxe professionnelle, comme cela avait été évoqué dans le cadre de discussions entre le ministère de la culture et le conseil national de la vie associative.

A tout le moins, la ligne « projets porteurs » existant au budget des conseils régionaux, qui bénéficie aux projets économiques lourds, et depuis peu aux équipements touristiques, devrait-elle pouvoir être utilisée pour financer des projets d'investissement dans des équipements culturels qui permettront d'accueillir dans de meilleures conditions ou à un moindre coût les événements culturels.

De même paraît-il indispensable d'arriver à une contractualisation pluriannuelle des concours financiers consentis par les collectivités publiques aux festivals. Celle-ci pourrait intervenir dans le cadre d'un contrat d'objectif fixant des engagements réciproques pour les deux contractants, une partie au moins

étant garantie, à l'image de ce qui avait été mis en place par M. Jacques Duhamel pour les centres dramatiques nationaux grâce à l'arbitrage favorable du Premier ministre d'alors.

En effet, les organisateurs de festivals sont contraints, pour monter leur programmation, de prendre contact avec des artistes et des techniciens souvent plus d'un an à l'avance, et de s'engager envers eux sur un plan financier. Les crédits correspondant aux subventions publiques sont bien souvent notifiés tardivement. Il n'est dès lors pas acceptable que, du fait d'annulations de crédits liées à des mesures de gel budgétaire, les sommes finalement versées se révèlent au dernier moment inférieures aux engagements pris, pouvant mettre en cause l'équilibre financier, voire la pérennité d'un événement culturel. La mise en place d'une contractualisation pluriannuelle de ces concours financiers serait de nature à résoudre ce problème. La création déjà évoquée d'une conférence régionale de la culture pourrait constituer le cadre dans lequel seraient négociées les participations financières respectives de l'Etat et des collectivités territoriales et locales en la matière.

### **8. Une meilleure promotion des événements culturels**

Une meilleure promotion des événements culturels au niveau départemental, régional, national mais aussi international doit être assurée : trop souvent en effet, ceux-ci restent des événements purement communaux, sans visibilité suffisante, alors que leur qualité culturelle mériterait une plus grande audience. De sérieux progrès ont été accomplis en ce sens, notamment avec la création par le ministère de la culture d'un service Minitel et de deux catalogues annuels recensant plusieurs centaines d'événements culturels et présentant leur programmation, mais aussi avec les opérations de promotion organisées à l'étranger dans le cadre de la Maison de la France. Les efforts en ce sens doivent être poursuivis et renforcés.

Outre le fait que les festivals constituent l'un des facteurs, multiples, de l'attractivité touristique de la France, le Conseil économique et social tient en effet à rappeler le rôle éminent qu'ils jouent, avec les autres activités culturelles, dans la défense de la francophonie et le rayonnement extérieur de la France.

En conclusion, il ne convient pas d'approcher la question de l'impact des événements culturels avec une vue simpliste ou primaire.

S'il est vrai que ce serait une erreur de considérer tout événement culturel comme un luxe de société, de même il serait trop étroit de le valoriser au plan économique, uniquement par les avantages commerciaux qu'il entraîne.

Il faut bien admettre que l'événement culturel n'a de réalité et, par voie de conséquence, de pérennité que si, par sa réussite, il est parfaitement intégré dans le développement du lieu ou de la région où il est implanté.

Tout est lié à tout. Tout acte de production de quelque nature qu'il soit, irrigue l'économie, solidifie les liens entre les différents pôles de création ou d'attraction, crée des solidarités de tous ordres, et concourt à la vie organisée du territoire, des pays, des bassins de vie, et prend sa place dans leur développement.

On pourrait donc, en allant plus loin, parler du rôle de l'événement culturel dans l'aménagement du territoire.

Certes l'aménagement du territoire qui suppose une conception d'ensemble et une politique est d'une autre nature et d'une autre exigence que le seul développement culturel. Il n'en reste pas moins vrai qu'une politique rationnelle et volontariste de l'aménagement du territoire ne peut pas ignorer l'événement culturel, sa valeur sociale et sa place dans l'économie.

Ainsi, en dépit des difficultés rencontrées pour les rassembler, les éléments collectés par le Conseil économique et social ont bien montré que les apports des événements culturels au développement régional et local sont dans l'ensemble très positifs.

Ils ne peuvent que conduire le Conseil économique et social à souhaiter que se poursuive la pérennité d'un mouvement fort et original où essor culturel et progrès économique trouvent leur compte.

Même si le contexte de rigueur budgétaire actuel y est à l'évidence peu favorable, les efforts consentis par les pouvoirs publics en la matière ne doivent donc pas se relâcher.

Confortés par la mise en oeuvre des diverses mesures prônées par le Conseil économique et social, ces efforts devraient contribuer à aider les organisateurs des festivals ainsi que ceux qui les soutiennent dans leur démarche créatrice, et à accroître sur le développement local leur impact économique, social. Mais aussi culturel. Car en définitive, même si ces autres retombées sont importantes, c'est avant tout la valeur culturelle d'un événement qui assure ou non sa pérennité et constitue la principale mesure de son succès et sa finalité.

## ANNEXE A L'AVIS

### SCRUTIN

#### Scrutin sur l'ensemble du projet d'avis

*Nombre de votants.....184*

*Ont voté pour.....184*

#### **Le Conseil économique et social a adopté.**

#### **Ont voté pour :**

*Groupe de l'agriculture* - MM. Amis, Baligand, de Benoist, Bouche, Bros, Bué, Cazalé, Mme Chézalviel, MM. Compiègne, Droulin, Ducroquet, Girardi, Herth, Mme Lambert, MM. Lapèze, Le Fur, Lemétayer, Louis, Mme Méhaignerie, MM. Munet, Patria, Raoult, Rigaud, Salmon, Stéfani.

*Groupe de l'artisanat* - MM. Arianer, Buguet, Delmas, Gilles, Millet, Piet, Teilleux, Vignon.

*Groupe des associations* - MM. Bastide, Coursin, Gevrey, Mmes Mengin, Mitrani.

*Groupe de la CFDT* - Mlle Andreux, Mme Azéma, MM. Bury, Capp, Carles, Caron, Delaby, Denizard, Lobjeois, Lorthiois, Menecier, Moussy, Mmes Piazza, Raiga.

*Groupe de la CFE-CGC* - MM. Cazettes, Chapuis, Mme Cumunel, MM. Insa, Vilbenoît, Walter.

*Groupe de la CFTC* - MM. Deleu, Faki, Gourmelon, Hédouin, Naulin, Weber.

*Groupe de la CGT* - MM. Alezard, Andouard, Bonnet, Mme Brovelli, MM. Decisier, Demons, Forette, Junker, Le Duigou, Mme Lemoine, MM. Masson, Moulin, Mme Rey.

*Groupe de la CGT-FO* - MM. Bouchet, Gaillard, Maurice Gendre, Pierre Gendre, Grandazzi, Mme Paulette Hofman, MM. Jayez, Lamarque, Lesueur, Mailly, Malley, Roulet, Santune, Valladon.

*Groupe de la coopération* - Mme Attar, MM. Ballé, Courtois, Ducrotté, Gaudinat, Jean Gautier, Marquet, Picard.

*Groupe des départements, des territoires et des collectivités territoriales à statut particulier d'outre-mer* - MM. Dindar, Giraud, Laventure, Polycarpe, Quillin, Vernaudon.

*Groupe des entreprises privées* - MM. Brunaud, Brunet, Calvet, Cambournac, Cerruti, Chesnaud, Chotard, Clément, Dermagne, Domange,

Flahault, Pierre Gauthier, Ghigonis, Gilson, Joly, Kessler, Leenhardt, Levieux, Michel, Périgot, Pinet, Rapeaud, Rebuffel, Séguy, Simond, Urbain.

*Groupe des entreprises publiques* - MM. Bonnaud, David, Gadonneix, Hadas-Lebel, Jurgensen, Piazza-Alessandrini, Rouvillois.

*Groupe de la FEN* - MM. Jean-Louis Andreau, Barbarant, Gualazzi, Oger.

*Groupe des représentants des français de l'étranger, de l'épargne et du logement* - MM. Courbey, Ricout.

*Groupe de la mutualité* - MM. Baudiment, Chauvet, Davant.

*Groupe des personnalités qualifiées* - MM. Beauchamp, Bêche, Mme Bergé, M. Bichat, Mmes Braun, Brunet-Lechenault, Cayet, MM. Chaton, Chaussebourg, Dechartre, Deleplace, Depaix, Désir, Mmes Douvin, Fossey, M. Fourçans, Mme de Gaulle-Anthonioz, M. Giscard d'Estaing, Mme Guilhem, MM. Haggai, Hintermann, Lux, Mandinaud, Mme de Mourgues, MM. Alain Robert, Schapira, Steg.

*Groupe de l'UNAF* - MM. Bichot, Billet, Bordereau, Boué, Brin, Burnel, de Crépy, Guimet, Mme Lebatard, M. Trimaglio.

## DÉCLARATIONS DES GROUPES

### **Groupe de l'agriculture**

Les événements culturels sont parties intégrantes de l'image et de la richesse d'un pays. Portés par un souffle nouveau qui est très révélateur de la forte attente du public dans ce domaine, ils ont contribué à l'apparition d'une économie nouvelle, une économie dite culturelle :

Cette économie culturelle, dont certains, le temps n'est pas si lointain, se gaussaient en soulignant un caractère soi-disant sulfureux, est aujourd'hui source de retombées commerciales parfois considérables pour les communes organisatrices de festivals.

En attirant une population qui, sans doute, ne se serait pas arrêtée dans ces villes ou dans ces villages à l'attrait au prime abord réduit, les manifestations culturelles renforcent le dynamisme de l'économie locale.

En s'adossant à des sites patrimoniaux pour certains oubliés, en évoquant la vie rurale d'antan, les festivals recréent ce lien qui nous est cher entre notre passé et la vie quotidienne. Ils rappellent à chacun d'entre nous ses origines rurales et paysannes.

En contribuant à la notoriété parfois mondiale des lieux où ils sont organisés, les festivals participent de leur image. Ils vont quelquefois jusqu'à faire revivre certaines villes.

On comprend alors que les festivals et les événements culturels représentent un enjeu essentiel d'aménagement du territoire. En redonnant leurs chances à des villes et à des villages qui semblaient écartés du tourbillon ou de la notoriété de la vie internationale, ils participent de l'équilibre du monde rural, mais aussi de la cohésion de notre société rurale.

Présents sur le terrain depuis des générations, dotés d'un savoir-faire certain qui autorise des prestations de qualité, les acteurs ruraux sont indispensables à la réussite des démarches entreprises. Dans de nombreux cas, ce sont eux qui sont à l'origine des manifestations ensuite si courues. Citons particulièrement le festival du Puy du Fou et le festival de jazz de Marcillac où se retrouve tant de monde chaque année.

Bien souvent, de tels festivals ne pourraient pas avoir lieu sans une forte participation bénévole des gens du pays. Il convient de le souligner et d'ajouter combien ce bénévolat est important pour le succès des événements culturels envisagés, et combien il contribue à renforcer la solidarité et la cohésion de notre société rurale.

Par delà des retombées commerciales, aussi importantes soient-elles, les manifestations culturelles sont l'expression de l'identité de nos régions.

### **Groupe de l'artisanat**

Les événements culturels servent à la diffusion de la culture, à la mise en valeur de notre patrimoine, et partant au développement du tourisme et de l'emploi.

Etant fondamentaux dans l'animation locale tel que le démontre l'avis, ils constituent la preuve intangible de leur utilité et renforcent l'idée de les rendre plus efficaces.

Un des points essentiels de cet avis consiste à organiser un ensemble de propositions pour tendre vers un équilibre harmonieux du territoire. Le groupe de l'artisanat y est particulièrement sensible.

En effet, au regard des retombées économiques et sociales des festivals, il était important d'apporter la dimension d'aménagement du territoire qui permet d'assurer au plus grand nombre, non seulement un accès égal à la culture, mais aussi des possibilités d'emplois et d'activités qui contribuent à l'épanouissement des individus.

Pour les activités annexes, le groupe de l'artisanat apprécie que l'avis souligne les dérives et la précarité de certains emplois et rappelle surtout l'indispensable respect de la législation sociale pour éviter les distorsions de concurrence.

Quant à la répartition équilibrée des événements culturels, le groupe de l'artisanat partage la nécessité d'une coopération et d'une coordination très en amont, dans un réel souci de partenariat, impliquant tous les acteurs.

Compte tenu de l'ampleur des potentialités de développement qu'engendrent les festivals au delà de nos frontières, et de la complexité croissante de leur organisation qui en découle, l'avis a eu raison de mettre l'accent sur l'urgence de la professionnalisation des organisateurs.

Sur ce point, le groupe de l'artisanat apprécie que soit rappelé le rôle des Assemblées consulaires, dont une des missions est de mettre à disposition des acteurs, des formations, adaptées à l'évolution de leurs métiers, tant sur le plan technique que commercial et de gestion.

Au delà de ces préoccupations de formation, le groupe de l'artisanat approuve l'idée d'éclairer la conférence régionale de la culture par les avis d'une instance de représentants des acteurs économiques et sociaux, du fait de leurs compétences élargies et surtout complémentaires.

Enfin, il est évident que la réussite de cette ambition d'un développement équilibré au niveau régional et local passe par une conception d'ensemble et une véritable volonté politique de coordination des aides et des mesures d'accompagnement.

Le groupe de l'artisanat a voté favorablement cet avis.

### **Groupe des associations**

Nous félicitons le rapporteur pour l'important travail accompli. Il s'est attaqué à un domaine neuf et pour lequel il a dû rassembler des données dispersées et conduire des enquêtes pour mettre à jour des éléments qui n'avaient pas été collationnés jusqu'ici. Malgré les limites trop strictes dans lesquelles ce rapport a dû se déployer, le rapporteur n'a pas omis de mentionner l'importance des événements culturels au service de l'épanouissement de la personne et de la cohésion sociale.

En effet, au-delà des retombées économiques et sociales, les événements culturels, tels que les festivals, ont la particularité et l'intérêt d'associer la plupart du temps les populations dans une dynamique collective. Qu'il s'agisse de création ou de diffusion, l'expression culturelle est un facteur de changement pour la société locale. La transformation de la société locale, en effet, passe par la recherche d'une appropriation collective d'une expression culturelle. Cette appropriation crée un changement, une ouverture propice à une nouvelle créativité qui peut ensuite s'exercer dans tous les domaines, économiques, sociaux, institutionnels. Le changement dû à la créativité culturelle est à la base de la démarche du développement local.

Notre groupe est particulièrement sensible au thème de ce rapport, car les festivals reposent beaucoup sur les activités des associations à travers leur bénévoles et un certain nombre d'emplois aidés, en particulier des Contrats emploi-solidarité.

Cependant, on peut estimer avec le rapporteur que, si les personnes en contrat emploi-solidarité restent cantonnées au paraculturel, les événements culturels peuvent être néanmoins l'occasion pour elles d'une implication psychologique et d'une intégration sociale. Ceci reste cependant un passage transitoire difficile vers l'accession à un emploi stable. Il est plus que jamais indispensable que les associations, pour jouer leur rôle d'accompagnement de ces personnes, puissent assurer une formation et un suivi qui leur donnent une réelle chance.

Enfin, nous rejoignons le rapporteur dans son désir d'aboutir à une meilleure connaissance de ces événements et de leur impact, ce qui rend indispensable la mise en route de procédures d'évaluation. Ceci permettrait aux acteurs eux mêmes et à ceux qui se lancent dans la création de festivals d'éviter certaines erreurs et d'élaborer une méthodologie en vue d'optimiser les résultats. Cette évaluation faite, la pluriannualité des financements s'impose car une certaine continuité est indispensable à l'amélioration de la qualité, au renouvellement, pour rester, redevenir original.

D'autre part, la mise en réseau, par discipline et sur un plan géographique, est essentielle si l'on ne veut pas émietter les subventions de l'Etat. Le ministre de la culture pourrait le faire mieux que les DRAC, trop en prise sur chaque région et manquant des ressources nécessaires.

La France des festivals devrait former un « tout » souple mais cohérent si l'on veut, à bon droit, valoriser économiquement et socialement la vie artistique si riche de notre pays. Le groupe a voté l'avis.

### **Groupe de la CFDT**

Notre pays connaît depuis une vingtaine d'années un important développement des événements culturels consacrés à la musique, au théâtre, au cinéma, à la danse, aux arts plastiques, à l'histoire ou au patrimoine. Ceci a conduit le Conseil économique et social à s'interroger sur leurs retombées dans le domaine du développement économique et social et sur l'aménagement du territoire.

« La culture est un facteur de développement. Non seulement elle participe à la constitution de l'individu, de son identité, de sa citoyenneté ; mais encore elle est déterminante pour le devenir du territoire, son rayonnement et son attractivité ». Les propositions contenues dans ce rapport s'inspirent très largement de cette idée forte émise à l'occasion du débat sur le schéma d'aménagement et du développement du territoire adopté à Auch le 10 avril 1997 et que la CFDT partage.

L'absence d'évaluation sérieuse jusqu'à présent n'a pas rendu l'exercice facile ; néanmoins, l'enquête réalisée par le Conseil a permis de tirer des enseignements utiles en soulignant l'intérêt du lien entre activités culturelles et développement local.

Pour la CFDT, une meilleure coordination entre les différents festivals est indispensable, de même qu'il y a lieu de rechercher une meilleure cohérence et synergie entre les festivals et les activités menées dans le cadre des équipements culturels permanents. Cette recherche de cohérence doit s'effectuer en priorité dans le cadre régional.

La création d'une « conférence régionale de la culture », la mise au point d'un guide méthodologique à destination des régions permettant de mieux apprécier l'impact de ces événements, sont des suggestions intéressantes. Cela devrait favoriser la concertation entre collectivités territoriales, en association avec les CESR, et préparer ainsi la prochaine génération des contrats de plan Etat/Région.

Le lien qu'il convient également de réaliser entre la tenue d'un festival et la lutte contre l'exclusion, la nécessaire clarification du bénévolat, une vigilance accrue quant aux conditions d'emplois et de formation des personnels, le respect de la législation sociale, sont autant de recommandations qui ont le soutien de la CFDT. Elle a voté l'avis.

### **Groupe de la CFE-CGC**

Les villes, les départements et les régions ont vite appris qu'ils avaient tout à gagner à voir se développer, sur leur territoire, une activité culturelle. Il n'y a qu'à constater l'importance relative des budgets consacrés aux actions culturelles. Ils espèrent, en mobilisant les talents, attirer les médias, et, à travers eux, un public. En fin de compte, c'est leur promotion qu'elles assurent.

Pour le groupe de la CFE-CGC, l'intérêt que l'on porte à la culture régionale trouve son expression dans le renouveau culturel. Ainsi, telle région ou telle autre devient un passionnant centre d'études et de culture. L'archéologie, le patrimoine, l'histoire, les langues, pour ne citer qu'eux retrouvent une existence qui trouve sa place dans la vie économique, sociale et culturelle.

Les manifestations culturelles servent, en cela, le développement local. Les collectivités territoriales ne négligent pas ces aspects.

A l'évidence, il existe une dimension de la rencontre entre culture et économie qui doit être développée. Les décideurs économiques découvrent l'intérêt qu'ils ont à nouer leur destinée avec des régions où la culture n'est pas seulement une activité ou une suite d'événements, mais où elle est aussi identité en même temps que vie de chaque jour. L'échelon local devient un espace où il est possible d'entreprendre une action globale autant que cohérente, où il existe des intérêts communs. Dans cette perspective, le développement des activités culturelles ne peut, bien évidemment, se concevoir sans la participation des populations concernées et des acteurs locaux.

Les liens entre action culturelle et développement économique sont étroits. Ils influent sur l'activité de nombreuses entreprises locales. L'organisation de festivals, de concerts et d'expositions accroît une qualité de vie recherchée par les investisseurs et contribue au développement du tourisme. Toutefois, ce secteur s'avère très sensible à certains aléas qui peuvent faire varier fortement les flux de visiteurs et, corollairement, les recettes d'une année sur l'autre.

Il est, à l'évidence, nécessaire d'articuler tourisme et culture pour en développer la synergie. C'est dans ce cadre et dans la recherche d'une meilleure coordination des événements culturels, que l'avis présente des propositions que le groupe estime intéressantes.

N'oublions pas que toutes les régions ont une vocation touristique et qu'il y a bel et bien là des possibilités de créations d'emplois qui existent. Par conséquent, l'accueil est primordial pour pouvoir bénéficier des retombées de ce tourisme et de ces activités culturelles.

L'avis aborde la question de l'emploi, objet grave et d'importance notamment dans ce secteur. Les conclusions émises dans le projet d'avis, notamment pour ce qui intéresse l'emploi des artistes résidents, de même que pour ce qui tend à valoriser leur travail, ne peuvent que recueillir l'assentiment du groupe.

L'activité des entreprises organisatrices de manifestations culturelles est souvent limitée à quelques mois. Il conviendrait sans doute ici, d'adapter les

règles fiscales, d'aboutir à une contractualisation pluriannuelle des concours financiers consentis par les collectivités publiques aux festivals et de développer la plurisaisonnalité, indispensable au développement et à la stabilité des emplois.

Le groupe de la CFE-CGC a émis un vote positif.

### **Groupe de la CFTC**

Un événement culturel est un atout pour le développement local. En effet, pour les collectivités locales, les conséquences sont fortes, elles concernent à la fois les emplois, les commerces et le tourisme. Pour les communes rurales en particulier, l'événement culturel est un enjeu de taille. Il permet de faire revivre les pays, de fixer les populations, en favorisant l'implantation ou le maintien des petits commerces alimentaires ou des boutiques de souvenirs qui font l'animation du village et parfois son économie. Cette démarche est l'indispensable complément d'une politique favorisant l'installation d'infrastructures culturelles permanentes.

L'événement culturel est également l'occasion d'une découverte du patrimoine local. C'est donc un levier pour le développement local. Il doit s'inscrire dans un projet de ville.

Il nous paraît indispensable de mesurer l'importance des festivals organisés dans notre pays. Nous soutenons la demande d'un renforcement de la cellule d'évaluation du ministère de la culture.

La richesse apportée par ces festivals permet à des populations qui ne se déplaceraient pas vers des lieux culturels traditionnels de bénéficier, dans leur lieu de vie, d'un accès à la culture.

Il nous paraît nécessaire d'encourager la coordination des événements culturels afin d'éviter une concurrence stérile et coûteuse. Par ailleurs, il convient également de favoriser la coordination entre les festivals et les activités menées dans le cadre d'équipements culturels permanents. L'idée d'un « relais » pris par les structures permanentes mérite d'être exploitée. Réunir annuellement les différents intervenants culturels d'une région par la mise en place d'une « conférence régionale de la culture » nous paraît une bonne initiative.

Il est également indispensable que les directions régionales des affaires culturelles assurent un rôle de conseil administratif, juridique et financier auprès des organisateurs.

S'agissant de la législation sociale, la plus grande vigilance s'impose dans ce domaine. Le recours aux diverses formes de contrats précaires doit être réduit au minimum.

En conclusion, nous avons la conviction que les événements culturels incitent les communes à investir pour améliorer le cadre de vie, construire des équipements, rénover et entretenir le patrimoine.

Toutes ces opérations sont une occasion de redynamiser l'activité sociale, culturelle et économique des villages et des villes et d'agir en faveur de l'emploi

local. En ce sens, elles constituent un élément positif d'une politique d'aménagement du territoire.

Les propositions contenues dans l'avis rejoignent largement nos préoccupations. Notre groupe a émis un avis favorable.

### **Groupe de la CGT**

Poser la question de l'impact socio-économique des événements culturels dans le développement local et régional peut paraître saugrenu. Soit parce que cette question est considérée comme une hérésie au regard d'une activité qui ne saurait être réduite à une activité marchande. Soit parce que l'impact positif serait évident au vu du développement des festivals depuis un quart de siècle.

Pourtant, un bilan fiable et une évaluation sur des critères pluriels s'avèrent indispensables. Un des mérites du rapport et de l'avis réside dans la riche matière rassemblée qui donne une idée plus précise de ce que sont les événements culturels, des moteurs de leur développement, des moyens qu'ils mobilisent, des retombées qu'on peut en escompter au plan local et régional. L'avis recommande à juste titre que les moyens soient mis en place en vue d'une meilleure connaissance de ces événements.

Une qualité essentielle du travail effectué est d'avoir traité en articulation la dimension culturelle et la dimension socio-économique des événements culturels.

Les événements culturels ont forcément des retombées financières, sociales, économiques, etc., au plan local. Ils sont, à des degrés divers, facteurs de création d'emplois, d'intégration sociale. Ils participent à la notoriété des territoires et à leur développement. Ces retombées peuvent être considérables et en retour participer à la consolidation des activités culturelles.

En même temps, ils sont aussi des supports de la création culturelle, des moyens de diffusion des oeuvres et de notoriété des créateurs, des occasions de rencontre entre les oeuvres et des publics diversifiés. Occasions d'échanges et de métissages culturels, ils favorisent un développement de chacun fondé sur l'échange culturel et l'ouverture sur le monde.

Dimension socio-économique et dimension culturelle ont partie liée ; le souci d'image et les critères économiques ne doivent en aucun cas prendre le pas sur la dimension culturelle, au risque de conduire les événements culturels dans des impasses.

C'est pourquoi, en particulier sous contrainte budgétaire, il serait dangereux de céder à la tentation d'arbitrer en faveur des événements culturels au détriment de la responsabilité publique permanente (équipement culturel du territoire, soutien à la création, accès de tous à la culture). Sans création culturelle et sans structures et activités permanentes, l'impact local des événements culturels risque d'être réduit, voire éphémère. Il y a nécessité de développer des liens étroits entre événements ponctuels et activités culturelles permanentes. Il s'agit de vecteurs culturels complémentaires dont il faut favoriser les synergies et l'impact réciproque. Nous partageons les propositions visant à favoriser les coopérations, les convergences et la suggestion d'une loi d'orientation culturelle. L'intérêt des

événements culturels pour le développement local doit conduire à les intégrer dans une politique rationnelle et volontariste de l'aménagement du territoire.

Nous apprécions que soient pointés des problèmes sociaux réels comme l'usage abusif du travail précaire ou le faux bénévolat. Sont aussi en cause des dérives qui peuvent accompagner l'appel à certains artistes étrangers employés dans des conditions de rémunérations et d'accueil bafouant notre législation.

Peut-être aurions-nous pu aller plus loin dans les propositions notamment dans l'utilisation des retombées financières pour favoriser l'élargissement des publics concernés et en intégrant les comités d'entreprise dans la réflexion.

Dans leur ensemble, les propositions de l'avis sont de nature à conforter la pérennité et le développement des événements culturels et à favoriser un impact local et national positif tant dans la dimension culturelle que socio-économique. C'est pourquoi le groupe de la CGT vote l'avis.

### **Groupe de la CGT-FO**

Pour la rigueur de l'analyse, le rapporteur opère une distinction entre l'impact économique des événements culturels et leurs conséquences sociales. Ces deux éléments sont parfois très étroitement imbriqués, il en est ainsi de la réduction de la fracture sociale pour la CGT-FO, en effet, l'expression culturelle populaire n'a rien perdu de sa valeur. Sur le plan économique proprement dit, nous observons la même tendance au désengagement de l'Etat que nous dénonçons dans bien d'autres secteurs. Rappelons que le budget global de la culture n'atteint pas l'objectif minimum du 1 %. Quant au mécénat, nous souhaitons, au nom de la liberté de création et d'interprétation, qu'il ne s'accompagne d'aucune tentation d'intervention sur la nature des oeuvres présentées. Par ailleurs, s'agissant de l'emploi, le rapporteur a distingué, avec pertinence, ce qui appartient au domaine de l'éphémère et ce qui relève du pérenne. Il est de fait que les équipements permanents sont plus aptes à fixer un personnel spécialisé dans des fonctions stables. En ce qui concerne les aspects sociaux, inhérents à toutes les formes d'emploi induites par les événements culturels, on relève ici toutes les facettes des tentatives de traitement dit social du chômage. Par exemple, nombre d'emplois de comédiens sont tenus par des intermittents du spectacle dont il est nécessaire de pérenniser la couverture sociale. En outre, nombre des emplois créés sont des emplois à temps partiel ou des emplois aidés à caractère éphémère. Pour notre part, nous exigeons un contrôle rigoureux des contrats de travail et de la couverture sociale des participants à ces spectacles, notamment lorsqu'ils sont subventionnés. Attachés aux traditions d'accueil de la France, nous souhaitons d'autant plus que des mesures soient prises pour éviter l'effet de dumping auquel donne lieu, bien souvent, l'invitation des artistes étrangers et pour éviter que ceux-ci ne subissent certaines formes d'exploitation. Enfin, notre groupe considère qu'il serait nécessaire de rapprocher la question de l'impact des festivals culturels de celles de la politique de développement local et régional de l'emploi. Le groupe CGT-Force Ouvrière votera favorablement le projet d'avis.

### **Groupe de la coopération**

La très grande diversité des initiatives culturelles qui repose sur une volonté forte des citoyens de redonner vie à leur région, à leur pays, n'est pas toujours un succès, mais représente une forte mobilisation des habitants et des collectivités locales.

Face à cette floraison qui se traduit parfois par des échecs, notamment financiers, il serait nécessaire d'aider les futurs candidats à ce genre de manifestations.

Pour le groupe de la coopération, il s'agit d'apporter des conseils et des orientations tout en évitant un cadrage trop strict ou trop administratif qui risquerait de faire perdre la spontanéité de ces événements.

En revanche, il convient de veiller à une meilleure mise en valeur de tout le patrimoine culturel et économique. Il appartient à ceux qui recherchent des solutions pour améliorer les économies régionales, à ceux qui veulent trouver toutes les sources à la création d'emplois, de tirer la quintessence économique de ces événements.

Ainsi, un recensement par région de ces événements permettrait de conseiller les promoteurs des festivals sur les dates et les méthodes pour agir en synergie et mettre en valeur, au moment où il y a apport de visiteurs, les richesses du pays (musées, ports, spécialités locales, spécificités économiques, histoire, gastronomie...). Ceci pour donner plus d'ampleur à l'événement et assurer la plus grande chance de réussite à l'événement lui-même, mais aussi pour la région et pour accroître les chances de succès financiers à l'événement.

Dans ce domaine, tout est à construire dans beaucoup de régions, sous l'égide des conseils généraux et régionaux ainsi que des autres collectivités locales, sans oublier les chambres de commerce et les offices de tourisme.

Il serait enfin utile de donner au tourisme le challenge de développer dans ces régions, autour de ces événements, une autre manière de faire pour irriguer les visiteurs intéressés à la fois par l'événement, mais aussi par d'autres loisirs que ceux habituellement offerts.

### **Groupe des départements, territoires et collectivités à statut particulier d'Outre-mer**

Le rapport établi à partir de l'observation d'événements culturels festivaux de la métropole n'est pas directement applicable à l'outre-mer. Toutefois il permet de mesurer les insuffisances de l'outre-mer en matière de développement culturel et d'ouvrir des pistes pour la réflexion et l'action.

Les infrastructures spécifiquement culturelles, mais aussi les autres moyens de communication physique extérieure d'information et les structures culturelles elles-mêmes (par structures culturelles elles-mêmes, le groupe de l'outre-mer désigne aussi les cadres institutionnels publics, privés, les moyens d'action, documentation, banques de données) sont manifestement insuffisantes.

Les pistes pour la réflexion et l'action constituent pour l'outre-mer le plus grand intérêt du rapport. Les événements culturels ont des effets qui dépassent le cadre culturel lui-même. Exemple : l'actualité du carnaval de Guyane dont on perçoit les dangers et les limites et qui tend à devenir un bien de consommation destiné à l'appel touristique et par conséquent à un produit commercial qui se dénature progressivement par rapport à sa tradition culturelle d'origine. Ses retombées sur l'image de la Guyane sont ambiguës.

La situation particulière de l'outre-mer impose le fonctionnement de manière continue et étroite du couple économie/culture. L'émergence de l'économie outre-mer dépend de son développement culturel. L'outre-mer arrive bien tard à la table du festin sur le marché national et international, les rôles sont déjà distribués.

L'outre-mer se présente comme une économie de transit dans un espace isolé faute de moyens de communication. C'est une économie de transfert public et privé non destinée à l'activité productive. L'absence de coopération internationale freine le développement d'activités productives en réduisant les possibilités réelles d'échange avec nos voisins du Pacifique, de l'Océan indien et des Caraïbes.

Le démarrage d'un véritable processus de croissance économique apparaît irréalisable sans adaptation réglementaire. La culture doit jouer un rôle nouveau, celui de locomotive du développement économique et social.

C'est par le biais culturel que l'outre-mer peut trouver un élan à son activité économique, tout est encore à faire. Le développement des activités culturelles est un chantier vaste et vierge. C'est la culture qui changera l'image de l'outre-mer hors de ses frontières, c'est l'activité culturelle qui permettra une mobilisation générale des hommes et des femmes d'outre-mer par l'apparition de nouveaux comportements capables de servir de contrepoids aux tentatives laxistes.

### **Groupe des entreprises privées**

Au-delà de son vote positif, le groupe des entreprises privées tient à adresser ses félicitations au rapporteur, le travail qu'il a accompli avec passion étant en tous points remarquable.

Le groupe reconnaît tout l'intérêt économique et social des manifestations culturelles et considère que les propositions mesurées et réalistes de l'avis vont dans le bon sens pour rendre encore plus intéressantes leurs retombées.

### **Groupe des entreprises publiques**

M. Dechartre a dû limiter le champ de son avis à l'étude des phénomènes festivaliers, les événements culturels étant en très grand nombre.

Cette étude était nécessaire en raison du nombre et de l'importance des événements culturels dans notre pays, et parce qu'elle n'avait jamais été entreprise auparavant.

Les événements culturels ont indéniablement des effets sur le développement local et régional, mais sont très difficiles à recenser et analyser. C'est que la culture et les chiffres ne font pas bon ménage, les politiques n'aimant pas trop qu'on étale les comptes au grand jour et la culture se prêtant mal aux évaluations

Il ne faut pas oublier que si la culture est un levier du développement local, la cause première des événements culturels n'est pas de nature économique et si les festivals ont des retombées économiques, celles-ci ne sont pas l'objectif premier recherché.

C'est dire les limites de l'approche économique, même quand on dispose de données quantifiables.

Nous sommes naturellement favorables aux propositions du rapporteur tendant à ce que les pouvoirs publics se dotent des moyens nécessaires à la connaissance de l'ensemble des événements culturels et de leur impact, connaissance indispensable à l'élaboration d'une politique culturelle.

Une meilleure coordination de ces manifestations nous paraît aussi souhaitable, même si nous sommes conscients des difficultés à atteindre cet objectif.

Nous pensons que cet avis pourra contribuer utilement à combler une lacune de la politique d'aménagement du territoire.

Le groupe des entreprises publiques votera l'avis.

### **Groupe de la FEN-UNSA**

Traiter de l'impact et de l'apport des événements culturels dans le développement local et régional constitue une démarche importante, tant la floraison des festivals et salons de toutes sortes est abondante et peu maîtrisée. En l'absence de statistiques étayées et d'analyses approfondies, le rapport dresse un état des lieux quasi exhaustif et explicite. L'avis contient des propositions que la groupe FEN-UNSA approuve.

Il apprécie l'accent mis sur le rôle de ces événements culturels en ce qui concerne la cohésion sociale de la cité, l'insertion sociale des jeunes en difficulté et les retombées en matière d'emploi.

Donner aux jeunes l'appétit pour la culture, leur en favoriser l'accès et, partant, leur offrir une motivation, les aider - dans le même temps - à s'identifier à leur ville est une démarche essentielle qui peut constituer le point de départ de l'insertion sociale et la naissance du sentiment citoyen.

Pour ce faire, les festivals doivent être réellement accessibles aux jeunes et aux populations économiquement défavorisées, être attractifs, notamment pour les premiers. Parallèlement, l'événement culturel local peut aider le jeune à s'insérer professionnellement, dès lors que cette manifestation lui apporte directement une activité ou facilite son orientation vers une formation débouchant sur une véritable insertion.

Les festivals ont également un apport en termes de développement économique, d'aménagement du territoire, de création et d'activité culturelle et artistique locales, de redécouverte et de réhabilitation de notre patrimoine, de réappropriation de la cité par ses habitants et de convivialité, sujet sur lequel l'avis n'a peut-être pas suffisamment insisté.

Il est donc indispensable de mieux mesurer la réalité et l'importance de ces événements et de leurs retombées en organisant leur recensement et en se livrant aux études et analyses appropriées.

L'UNSA souscrit à la proposition d'une conférence régionale de la culture permettant une meilleure coordination des événements culturels et à celle visant à confier aux directions régionales des affaires culturelles une mission d'appui et de soutien aux festivals.

De même approuve-t-elle la proposition visant à donner à l'existence des festivals une plus grande stabilité par une contractualisation pluriannuelle des concours financiers.

Elle souhaite que soient explorées les possibilités de création d'emplois-jeunes, notamment par une mutualisation des moyens ; ces emplois nouveaux pouvant se transformer en emplois pérennes grâce à la stabilisation des festivals et à une meilleure coordination de leur mise en oeuvre.

Le groupe FEN-UNSA a voté l'avis.

### **Groupe des Français de l'étranger, de l'épargne et du logement**

Le groupe des Français de l'étranger se félicite de l'implication du rapporteur dans les événements culturels, et le remercie de nous faire partager ainsi son intérêt pour les festivals.

Ce rapport novateur restera pour longtemps un ouvrage de référence. Deux mille festivals par an, c'est en effet très important sur le plan culturel dans un pays comme le nôtre. Le rapport en évalue avec soin les retombées économiques, Avignon en est un exemple caractéristique. Les retombées sociales n'en sont pas omises et elles n'en sont pas moindres, comme à Lyon et à Montbéliard.

Enfin, ceci apparaît clairement, l'importance de ce phénomène est spécifique à la France. Nous confirmons cette caractéristique. Dans des pays comparables au nôtre, dont les habitants sont fêrus de culture musicale et théâtrale, on connaît certes quelques villes de festivals liés à des noms prestigieux : Bayreuth avec Wagner, Salzburg avec Mozart, mais on est très loin d'atteindre le nombre d'événements qui se produisent chez nous, mille festivals se tiennent sur notre sol, rien qu'en été.

C'est un grand avantage culturel que nous apportons à l'Europe, et cela n'est pas le moindre mérite du rapport que de l'avoir exposé et quantifié.

Le groupe des Français de l'étranger a voté très volontiers le projet d'avis.

### **Groupe de la mutualité**

Sur le constat, le groupe de la mutualité partage les analyses faites par les projets de rapport et d'avis sur « L'impact et l'apport des événements culturels dans le développement local et régional ».

Tout d'abord, un festival donne à une région une dimension culturelle et contribue à l'élévation du niveau général d'éducation de toute une population.

En outre, l'impact des événements culturels est diffus mais profond, en terme de notoriété et aussi de vie sociale, même si l'on peut s'interroger sur la réalité de la fonction d'intégration sociale que suggère le projet d'avis.

Le groupe de la mutualité remarque qu'il manque au constat une réflexion critique: ainsi, le coût des investissements supplémentaires générés par un afflux inhabituel de public, s'exprime en augmentation de capacités hôtelières inoccupées en période creuse, en voiries diverses, en infrastructures de transports et de loisirs, et pèse sur la gestion des collectivités locales et de l'Etat. Dans la période actuelle, au moment où des secteurs importants pour la cohésion sociale sont en recherche d'équilibre, il n'est pas sûr que de tels investissements soient considérés comme indispensables.

Enfin, faire vivre le patrimoine historique et culturel constitue un atout pour l'image de la France à l'étranger, pour l'emploi, et pour l'animation locale et la survie des régions. Mais la généralisation de ces événements que susciterait une politique de « la France en fête », devrait tenir compte de phénomènes nouveaux

qui marqueraient rapidement ses limites : car l'image et la notoriété décroissent au fur et à mesure que se banalise le genre. Par-delà cette remarque, la généralisation de manifestations saisonnières pose la question de la qualité des consommations de masse en matière de service, mais surtout de leur changement de nature. Une réflexion approfondie sur les problèmes de généralisation des services devrait donc être conduite, pour que l'on puisse mesurer la pertinence d'une multiplication indéfinie de ces événements .

Sur les propositions, le groupe de la mutualité donne son approbation aux mesures suggérées.

Il remarque, à cette occasion, qu'au fil des rapports et des avis, on constate que la connaissance quantitative et l'évaluation des politiques publiques se heurtent à un manque de données sur les sujets les plus variés. Cet avis le note avec force, et l'on peut s'étonner que les documents administratifs portant sur les autorisations de création et de fonctionnement des festivals ne soient pas collectées et exploitées. Même si la déconcentration y est pour quelque chose, le bon sens voudrait qu'en rapprochant les décisions publiques du terrain, l'Etat se soit assuré de pouvoir collecter les informations touchant à celles-ci, pour que sa politique générale ne soit pas conduite en aveugle.

Quant aux propositions de structures nouvelles, dans le cours des avis soumis au Conseil, l'on retrouve la proposition de structures interministérielles qui ont pour premier mérite de constater l'existence d'administrations cloisonnées. L'alourdissement des structures administratives n'apporte que rarement l'efficacité pour laquelle elles sont créées. Cette lourdeur donne bien souvent des armes aux tenants de la suppression pure et simple des contraintes administratives. Le groupe de la mutualité a voté favorablement.

### **Groupe des professions libérales**

Les événements culturels ont un impact sur l'économie d'un pays ou d'une région, ils doivent, au moment où notre société est à la recherche d'une meilleure cohésion sociale, ne pas être le seul fait de ceux qui savent, mais aussi être l'occasion de contribuer à la consolidation des liens sociaux ou à l'instauration d'une nouvelle convivialité et par conséquent d'une plus grande solidarité. C'est bien la population associée à ces événements culturels qui en fait le succès. Ceux qui ont participé au festival d'Avignon les premières années se souviennent que Jean Vilar et sa troupe avaient su créer avec la population et les spectateurs une interactivité extraordinairement bénéfique qui a contribué au rayonnement de ce festival et à son succès populaire. Ce rendez-vous était le prétexte de séances d'explications littéraires, musicales, esthétiques et historiques ouvertes au public.

Pour réussir un festival, il faut donc marier racines culturelles et apports extérieurs. Il faut faire appel à la création, susciter des vocations et entretenir des traditions d'accueil au sein de la population.

La multiplicité du nombre des festivals en France rend nécessaire une politique de cohérence et de recherche de développement économique. Il faut en

effet coordonner ces initiatives, mais en matière culturelle, c'est bien difficile. Nous sommes persuadés qu'en ce domaine, ce sont des femmes et des hommes éclairés, imaginatifs, aimant leurs traditions, soucieux de perpétuer le folklore, qui doivent demeurer à l'origine et à la direction des festivals.

S'agissant du financement, outre le développement de la vie associative à base de bénévolat, il faut parvenir à la création d'emplois stables. A l'évidence, les festivals qui constituent le point culturel fort d'une ville, d'un département et d'une région, se préparent tout au long d'une année. Ce grand rendez-vous nécessite une structuration, un secrétariat permanent, et à partir du moment où son existence même induit des retombées médiatiques, économiques et commerciales, cet événement culturel doit être pris en compte par les pouvoirs publics et les collectivités locales en leur apportant les supports nécessaires.

Il n'est pas inutile de rappeler qu'un festival ou un événement culturel important constitue une entreprise qui doit développer son projet avec le sens des responsabilités, et particulièrement prendre conscience de son financement. On ne peut faire, malheureusement, aujourd'hui, constamment appel à la manne publique, et il faut prévoir d'excellentes possibilités internes d'autofinancement. L'appel au mécénat doit encore être plus favorisé par les pouvoirs publics, par des mesures fiscales et dans le cadre d'une politique de participation du milieu économique au développement culturel. Il serait sans doute dangereux de laisser aux seuls pouvoirs publics la haute main sur le financement des manifestations ayant trait à la culture.

Tout en reconnaissant les limites de cette approche, nous estimons qu'il est indispensable de procéder à une évaluation régulière des festivals par des institutions indépendantes, afin de reconnaître la qualité des réalisations entreprises.

Le groupe des professions libérales approuve les propositions de l'avis sur lequel il a émis un vote favorable.

### **Groupe de l'UNAF**

Le groupe de l'UNAF tient à remercier le rapporteur pour son excellent rapport et la somme d'informations recueillies sur les événements culturels et leurs retombées économiques et sociales.

Les événements culturels, et en particulier les festivals, connaissent un essor d'une ampleur considérable. On ne peut que regretter le manque de recensement au plan national et approuver la proposition de l'avis visant à mieux connaître les événements culturels par le biais d'une étude initiée par le Ministère de la culture et portant sur les 247 festivals qu'il subventionne.

De même, l'UNAF souscrit à la demande de création d'une Commission interministérielle qui définirait des « plans culturels » et procéderait à l'évaluation de la répartition des équipements culturels existants, et à celle de la mise en place d'une conférence régionale de la culture qui coordonnerait à la fois les événements intervenant dans un même domaine, et les soutiens financiers apportés aux événements culturels.

L'UNAF souligne quelques points qui méritent une attention particulière :

L'accès des jeunes aux spectacles culturels devrait être favorisé, notamment par la mise en place d'une politique tarifaire. Des actions en direction des jeunes pourraient être destinées à faciliter leur contact avec les artistes. Une politique de soutien aux associations culturelles, qui jouent un rôle d'utilité sociale et d'intérêt public, devrait être développée.

Il faut souligner l'importance du rôle social des événements culturels qui drainent un public majoritairement local et régional ; leur rôle d'animation locale devrait être renforcé. L'implication dans une action collective, telle l'organisation d'un festival, pourrait contribuer à faciliter l'intégration sociale des populations défavorisées. De plus, les loisirs culturels sont des activités librement choisies et concourent ainsi au développement personnel et à l'intégration sociale.

Les événements culturels s'intègrent parfaitement aux stratégies d'aménagement du territoire par leurs retombées dans des domaines très divers tels que l'effet d'image et de notoriété, l'impact médiatique, le développement du tourisme culturel, la mise en valeur du patrimoine et surtout l'emploi. A ce sujet, une amélioration du statut social des intermittents et de tous les professionnels du spectacle, ainsi que des intervenants occasionnels, s'avère indispensable.

Enfin, l'objectif premier des événements culturels devrait être d'offrir au plus grand nombre de personnes et de familles un véritable accès à la culture et de remettre la notion de service public au coeur des logiques du spectacle vivant.

Les propositions de l'avis allant dans ce sens, le groupe de l'UNAF l'a voté favorablement.

## **RAPPORT**

**présenté au nom de la section des économies  
régionales et de l'aménagement du territoire par  
Monsieur Philippe DECHARTRE, rapporteur**

Le Conseil économique et social s'est saisi, le 9 janvier 1996, de la question de l'impact et l'apport des événements culturels dans le développement local et régional.

La section des économies régionales et de l'aménagement du territoire, chargée d'établir un rapport et un projet d'avis, a désigné M. Philippe Dechartre en qualité de rapporteur.

Afin de compléter son information, la section a procédé à l'audition de :

- M. René Monory, Président du Sénat ;
- M. Francis Balagna, Président de l'association pour le développement de l'animation culturelle ;
- M. Xavier Louy, Maire-adjoint de la ville de Sarlat ;
- M. René Rizzardo, Directeur de l'Observatoire des politiques culturelles ;
- M. Jacques Rigaud, Conseiller d'Etat ;
- M. André Santini, Ancien ministre, maire d'Issy-les-Moulineaux.

La section a en outre effectué deux déplacements, le premier au Futuroscope de Poitiers, le second au Mémorial de la Paix à Caen en Basse-Normandie afin de pouvoir appréhender sur le terrain les événements culturels et leurs retombées économiques et sociales.

Des entretiens privés ont également eu lieu avec :

- Mme Monique Blin, Directrice des « Francophonies en Limousin » ;
- Mme Henriette Zoughebi, Directrice du salon du livre de jeunesse de Montreuil ;
- M. Jacques Pornon, Directeur de « Banlieues bleues » en Seine-Saint-Denis ;
- M. Nicolas Briançon, Directeur artistique du festival de Bonaguil.

Le rapporteur remercie vivement toutes les personnalités qui se sont exprimées devant la section ou qu'il a rencontrées personnellement pour l'aide qu'elles lui ont apportée dans l'élaboration de son rapport. Ses remerciements vont aussi aux membres de la section et au secrétariat pour leur collaboration précieuse.

**TITRE I**

**LES ÉVÉNEMENTS CULTURELS  
ET LEUR ENVIRONNEMENT SOCIOLOGIQUE**



## AVERTISSEMENT

La richesse d'un grand pays ou d'une petite ville ne se mesure pas, ne se mesure plus par la seule évaluation de l'industrie qui y prospère, de l'agriculture, du commerce et des services. L'impondérable culture, la conquérante action culturelle ont ouvert, créé, développé une nouvelle et considérable part de marché. Il est vrai qu'il en fut plus ou moins toujours ainsi. Mais dans les siècles passés - qui eurent leurs lumières - la culture se situait « à côté » de l'économique. Elle se vivait comme un luxe et n'était retenue par les historiens et les économistes que par la valeur que sa dimension et sa qualité apportaient au prestige de la France.

Colbert construisait l'économie du royaume et Louis XIV recevait Molière à sa table. Mais aujourd'hui, même si la République n'est pas athénienne - à quand le 1 % culturel ? - le fait culturel est consommable par tous. L'événement culturel aux mille visages a fait irruption dans le quotidien et, dès lors, pèse sur la vie économique.

Le propos de ce rapport n'est pas de faire un panorama de l'inappréciable apport spirituel et artistique que le développement de l'action culturelle apporte à la vie du citoyen et au prestige de la Nation. Il n'est pas non plus de procéder à une évaluation économique fragmentée, puis globale de ce développement.

Pour notre rapport, « l'événement culturel » se situera plus modestement et sera analysé dans le cadre de l'activité festivalière parce qu'il s'agit là d'un fait nouveau qui a pris son essor petit à petit dans les dernières années pour aboutir à sa masse critique d'aujourd'hui.

En effet, pour qui a écouté en juin, juillet et août 1997 tous les postes de radio ou a « zappé » sur toutes les chaînes de télévision, il n'y eut de soir ou de matin sans qu'on entende parler d'un festival ou d'une manifestation culturelle. Chaque ville, chaque village ne cessait d'attirer autour de ses tréteaux, dans son abbaye ou dans un théâtre de plein air, un public réuni par la musique, le théâtre ou la danse. Le festival de jazz de l'hôtel d'Albret à Paris refusa à chacun de ses spectacles autant de monde qu'il pouvait en recevoir. A Confolens, le festival international de folklore attira trente mille spectateurs chaque nuit pendant dix jours consécutifs.

### **Un fait de société : interaction économique et sociale**

De juin à septembre donc : mille festivals répertoriés. Si l'on en juge par l'attrait exercé, le nombre de spectateurs déplacés, l'impact sur le tourisme, les retombées commerciales, le prestige de la France en Europe - même s'il faut savoir trier le bon grain de l'ivraie - force est de conclure qu'il s'agit là d'un fait de société, tant l'ampleur de ce phénomène, surtout depuis deux ou trois ans, surprend l'observateur.

Un fait de société porté par la vague de fond d'une époque qui se cherche, inquiète, quand l'homme sent la nécessité d'inventer de nouvelles solidarités, fussent-elles ludiques ou symboliques.

Du bouleversement profond qui sourd d'un siècle qui finit et d'un siècle qui commence, la jeunesse est le premier témoin et le premier acteur ; elle fuit l'enfermement d'un monde égoïste et marchand, l'isolement de sa génération, son angoisse de l'avenir.

Nul sociologue ne peut rester indifférent à ce qui s'est passé à Nashville et à Woodstock, de ce qui se passe à Berlin et à Zurich où la Love Parade et la techno-musique rassemblent des centaines de milliers d'adolescents : en une nuit un million à Berlin, cinq cent mille à Zurich, et aussi deux cent mille à Nantes. Nul économiste non plus. Il n'y pas de sacrilège à rappeler que ce substrat se nourrit de motivations et de quêtes très diverses. L'économiste serait donc intéressé à mesurer l'investissement en transport et en logistique d'accueil du million de pèlerins réunis en août à Paris autour du Pape et des retombées commerciales qui nécessairement en découlent.

### **Les retombées économiques**

Donc si on s'intéresse de plus près au phénomène que constitue l'élan culturel en France, cherchant en amont et en aval, soit les motivations, soit les retombées sociales et économiques de ces événements culturels, éphémères ou pérennes, on constate rapidement que les informations, les études qui s'y rattachent sont rares, dispersées, incomplètes, voire volontairement classées - et encore - sans exploitation économique ou sociologique.

Or, à l'évidence, ces manifestations réservées au grand public intéressent directement et pratiquement l'économie locale ou régionale, l'aménagement et le développement du territoire, le tourisme, le renom européen de la France et même - ce qui n'est pas négligeable aujourd'hui - la politique de l'emploi par les activités qu'elles créent.

Exigeante symbiose de l'art, de l'économie et du social dont peut dépendre la fortune ou le prestige d'une cité, loin hors les murs.

Mettre en évidence cet aspect sociologique et économique du phénomène et voir par quelles politiques l'enrichir, tel est l'objet du présent rapport.

## CHAPITRE I

### IMAGINATION, CRÉATIVITÉ, RENTABILITÉ

Qu'est-ce qu'un événement culturel quand, dans la vie d'un peuple, tout est culture ? Le champ est immense, ses composantes sont éminemment variables.

Le Tour de France, par tous ses aspects et par le grand remue-ménage émotionnel qu'il entraîne, comme tout événement sportif de dimension nationale ou internationale, est un événement culturel. La compétition entre les villes candidates à son accueil, pour une étape, est rude tant les retombées économiques sont intéressantes et tant le crédit de la cité y gagne.

Sur une autre dimension, les Jeux Olympiques rapportent à la capitale où ils se déroulent environ six milliards de francs. On comprend le suspense qui précède la décision du Comité international olympique. Mais nous ne parlerons ni du sport ni du Tour de France.

Un aquarium, celui de Monaco ou celui d'Amboise, la visite guidée de la Camargue, qui mobilise cinquante mille randonneurs par an, la naissance d'un musée, dont la rentabilité économique pour la ville qui le reçoit peut être évaluée sont des événements culturels. Les musées, les aquariums, les parcs animaliers sont hors de notre champ d'étude.

Une émission de télévision, un « Intervilles » a, toutes choses égales, les mêmes caractéristiques culturelles ou ludiques qu'un festival et les retombées économiques sur la ville où se déroule l'événement peuvent être considérables. La régie publicitaire de *TF1* engrange 7,4 milliards de F sur un chiffre d'affaires total, en 1996, de 9,6 milliards.

La retombée financière d'un « Disque d'or », événement culturel par excellence, est considérable. Que l'on songe au phénomène Elvis Presley et à la folie milliardaire de ses fans, vingt ans après sa mort. Nous n'intégrerons pas cette industrie dans notre étude, pas plus que celle des parcs de loisirs.

La « Féria de Nîmes », un des sommets de la culture taurine, rassemble dans ses « bodegas » ouvertes jusqu'à l'aube trois cent mille noctambules. C'est une fête, ce n'est pas un festival.

La « Cavalcade du 15 Août » de Doudeville-en-Caux qui se déroule comme un rituel de puis le XVIIIème siècle ou la très moderne Pyramide du Louvre sont des événements culturels. Rostropovitch, jouant sous le mur de Berlin raconte un moment éblouissant de la culture européenne. Mais quelle que soit la dimension de ces événements, ils ne font pas l'objet de notre rapport.

En revanche, nous n'oublions pas le festival le plus singulier, le plus original, le « festival des Jardins » à Chaumont. Dans la grande fête des festivals, celui-ci s'ouvre comme un salut à la nature et un salut de la nature qui raconte sa camaraderie avec les hommes et sa complicité avec les artistes.

Paysagistes, peintres, sculpteurs, scénographes, architectes, ingénieurs, jardiniers ont travaillé ensemble pour offrir l'étonnant spectacle de ces jardins de

tous styles dont l'ordonnancement retient, amuse et étonne. Spectacle silencieux, vivant et captivant.

Et les retombées alors ? Chacun des visiteurs emporte dans son souvenir et dans son imaginaire son propre jardin, une image, un éclat de paysage dont il réalisera la réplique à sa manière, chez lui. Les pépiniéristes ne seront pas les derniers à en profiter.

Toutefois, nous ne parlerons pas de tout. Le terme de « culture » a en effet une double acception : dans un premier sens, il signifie communément : « l'ensemble des structures et des faits sociaux, religieux, politiques, économiques, qui caractérisent une société ». Mais pris dans ce sens, le sujet n'aurait pas de limite, car tout événement un tant soit peu saillant pourrait être revendiqué comme culturel. Dans le second sens, selon la définition de Jacques Rigaud dans la culture pour vivre, il désigne « ..la relation de l'homme aux grandes oeuvres de l'art et de l'esprit, au patrimoine de la civilisation... ». C'est cette seconde acception, plus restreinte mais déjà très ample, qui sera retenue. Pour autant, il ne faudra pas se laisser, dans le même temps enfermer dans un choix par trop dogmatique. La culture cultive les genres mais les cloisonnements sont parfois incertains. Le « Futuroscope » de Poitiers n'est pas un festival au sens strict mais peut-être est-ce un festival hypertrophié. En tous cas, les retombées intellectuelles, universitaires, économiques et sociales de cet événement culturel sont si importantes, et en ce sens, la symbiose art-économie est à ce point exemplaire qu'il serait impardonnable de le contourner.

De même, le « Mémorial pour la Paix » de Caen. De même, la « Médiathèque » d'Issy-les-Moulineaux. Ce sont là trois exceptions qui confirment la règle que nous nous sommes imposée.

Soucieux de notre responsabilité dans le domaine de l'aménagement du territoire, nous aurions aimé parler de cet extraordinaire phénomène de la réhabilitation par les artistes de sites industriels - usines, entrepôts, réservoirs, superstructures minières - dont la beauté moderne que Fernand Léger nous a révélée servira de lieu privilégié à des ateliers de création, des musées, des centres de rencontre et de théâtre de festivals. Et la boucle est bouclée.

700 lieux ont été répertoriés et certains, pour leur préservation, inscrits à l'inventaire de patrimoine et classés. Il s'agit là d'un effort national et il eût été dommage que par esprit de système, mention n'eût pas été faite ici d'un événement culturel sans précédent et qui s'inscrit déjà dans le siècle nouveau.

Mais enfin, il faut le redire, nous ne parlerons pas de tout.

Les festivals poussent comme les champignons dans le jardin après la pluie, mais nous consacrerons notre rapport essentiellement à ceux dont la faculté maîtresse est la créativité. C'est sur ce critère qu'ils seront culturellement jugés, qu'ils se révéleront viables et qu'ils seront économiquement rentables.

Ici, l'imagination est reine. Exemples :

- à Rignac en Indre-et-Loire, il y a sur quelque quinze hectares un champ de maïs, de blé et de coquelicots. Les promoteurs du festival de Rignac ont dessiné et découpé à l'intérieur de la forêt d'épis hauts de trois mètres un immense labyrinthe où, grâce à quarante comédiens, va, au gré des hasards du chemin, se raconter, se jouer et se vivre la légende du magicien d'Oz dont le secret sera percé pour ceux qui, guidés par le sorcier, le lion, les personnages de la magie théâtrale, auront, au travers du dédale, atteint le but. La fête durera jusqu'à ce que se fanent les épis de maïs protecteurs du mystère ;
- à Sarlat, à la seule musique des grillons, deux comédiens dans une cour du XVIème siècle toute feutrée mais bourrée à craquer de spectateurs venus de toute la France, pénètrent, presque en secret, l'esprit, l'âme et le désespoir de *Cioran* (« Dialogues », pièce de théâtre construite à partir de l'oeuvre de Cioran). C'est le festival de l'homme mis à nu ;
- à Gavarnie, l'imagination et l'audace atteignent un sommet. L'immense vaisseau géologique lové au sein des Pyrénées devient le berceau d'accueil d'un festival de théâtre et de musique unique au monde. On y joue Don Juan, Carmen, et cette année Roméo et Juliette. Il faut monter, il faut crapahuter, il fait froid, mais la récompense est là, et curieusement dans cet espace immense où s'est réunie une foule immense, ce sont les scènes les plus intimes qui créent l'émotion la plus forte.

Cinquante ans après l'émerveillement de Vilar devant le Palais des Papes où il imagina et créa un monde théâtral nouveau, le festival d'Avignon reste incontournable et avant chaque spectacle, on croit entendre Vilar dire à Gérard Philipe, fantôme à un fantôme, l'éternel « Etonne moi » du premier jour.

## **I - L'IMAGINATION : DONNER À VOIR**

Donner à voir, donner à vivre, voilà le secret d'un festival. L'imagination, donc l'infinie variété qu'elle engendre est toujours au rendez-vous car la fête naît d'un désir ou d'une séduction. C'est bien la variété qui retiendra l'observateur, alimentera la chronique ou la critique du journaliste. Le 21 août 1997, très exactement à 8 heures 16, l'auditeur de *France-Inter* a appris en 45 secondes que, dans les dix derniers jours d'août, Monaco présenterait son festival mondial du théâtre amateur, que la Chaise-Dieu prêterait son incomparable abbaye au festival de musique sacrée, que Chalans-en-Saintonge organisait son festival des « Métiers et des façons de vivre du passé », qu'Aurillac accueillerait trois cents compagnies dans trois cents sites de la ville sur trois cents tréteaux. Quinze cents acteurs animeront la plus variée, la plus bigarrée, la plus incongrue concentration de spectacles de rue.

Cette diversité incitera donc le chercheur attentif à tenter une classification, à établir, bon an mal an, une typologie de ces manifestations, de tous ces événements culturels.

Certains sont nés simplement parce qu'un artiste universellement connu était « du crû ». Ainsi le festival « Pablo Casals » à Prades. D'autres, parce que le lien prestigieux qui les unissait à un lieu avait une très longue antériorité. Sous Auguste, le théâtre d'Orange accueillait déjà les joutes nautiques qui divertissaient la société romaine. D'autres enfin, par la rencontre d'un homme et d'un site exceptionnel : Jean Renoir accourant d'Amérique parce qu'on lui avait envoyé une photo sublime des arènes d'Arles. Sur le champ, il décida de monter pour le 2 500ème anniversaire de la fondation de la ville par Jules César, un festival qui restera unique dans l'histoire du théâtre. Ou bien Jean Vilar ébloui par la façade du Palais des Papes que les temps semblaient avoir oublié là pour que 500 ans après, il y apporte les drapeaux de la victoire du Cid et Gérard Philipe.

On peut imaginer une tout autre typologie par genre : théâtre, musique, danse. Et encore, en diversifiant : jazz, musique classique, opéra, chant choral, fanfare, musique baroque des lointains jésuites de la vieille culture latino-américaine, musique de chambre dans les petites cours XVIIIème siècle de Romans, festival de l'opérette à Lamalou-les-Bains.

Ou alors tout simplement un festival plaçant en gloire le piano solo et sa famille, clavecin, clavicorde, épinette. Il y a maintenant dix-sept ans que le festival de la Roque d'Anthéron attire des milliers de mélomanes dans cette petite ville située à trente kilomètres seulement d'Aix-en-Provence dont le prestige n'arrive pas à éclipser le succès de sa modeste rivale. On, le « on » pessimiste avait prédit : « Ça ne marchera pas... Qui ferait des kilomètres pour un récital de piano. « On » s'était trompé ». Depuis dix-sept ans, tous les pianistes dont les noms comptent sont venus à la Roque.

## II - APPORTS À UNE TYPOLOGIE

On peut encore faire les distinctions suivantes :

- le festival pyramidal ou descendant. Impulsé du haut par une autorité qui a su anticiper sur les promesses de l'avenir. Le « Futuroscope » de Poitiers par exemple ou le festival d'Avignon ;
- le festival ascendant qui part de l'histoire d'un territoire, tel celui du « Puy-du-Fou » ou plutôt d'un territoire visité par l'Histoire, et qui, par là, atteint l'universel, comme c'est le cas pour le « Mémorial de la Paix à Caen ; »
- ou le festival éventail : dans la Seine-Saint-Denis ou à Limoges. Les manifestations du festival sont alors partout. Il n'attend pas que le spectateur vienne à lui, il va au spectateur. Par-là il est populaire et sa pédagogie fondamentale est sociale ;
- ou encore le festival éclaté. Il est « in », il est « off ». L'archétype en est encore Avignon.

Mais, enfin, toute typologie est réductrice. Et finalement ce qui compte c'est la réussite, la réussite culturelle et la réussite économique inséparables.

Car reste l'événement. Il est unique et irremplaçable ou il n'est pas.

### **III - LE PROPOS DU RAPPORT**

Quelles sont donc, quelles peuvent être les retombées économiques et sociales de ces événements culturels.

Tout en mesurant les difficultés de cette démarche, nous nous efforcerons après avoir choisi un certain nombre d'exemples significatifs, d'appréhender leur impact sur le développement des zones dans lesquelles ils se déroulent.

Impact sur le développement économique, à travers le nombre d'emplois créés, la richesse induite en matière de tourisme, la réhabilitation du patrimoine, l'accroissement et la rentabilisation des équipements collectifs, enfin, la création ou l'implantation d'entreprises liées aux activités festivières ; ou bien attirées par la notoriété du site.

Impact social lié à l'attrait du site et propre par là à retenir les habitants ou à en attirer de nouveaux. Impact donc, lié à la création d'une identité locale.

## CHAPITRE II

### APERÇU SOCIOLOGIQUE

Le nombre, l'importance sociale, la capacité de mobilisation populaire des festivals dont nous allons analyser l'apport et l'impact dans le développement économique est matière à surprise, à émerveillement mais aussi à questionnement.

L'analyste est conduit tout d'abord à s'interroger sur les lieux, les thèmes, la typologie de ces événements, ce que nous avons fait. Mais aussi sur l'alchimie relationnelle qui rassemble autour d'une éphémère célébration des partenaires nécessairement multiples.

La prise en compte de la dimension des problèmes culturels et socioculturels dans le développement économique et aussi dans l'aménagement du territoire ne peut être résolu que si on se place dans une perspective très large. Or cette question, cependant essentielle, n'a fait jusqu'à présent l'objet que de réponses partielles.

#### I - DES SOLIDARITÉS ANCIENNES AUX COMMUNIONS INÉDITES

Faut-il penser qu'un élément de réponse nous serait fourni par le sociologue Jean Duvignaud, qui écrit « Si les solidarités anciennes s'effacent avec le genre de fête qui en résultait aujourd'hui, un mouvement général semble chercher des complicités nouvelles dont les prétextes sont divers et l'échelle de grandeur variable : ne s'agit-il pas de reconstituer des formes de communion inédites dans des sociétés qui ne sont ni closes, ni ouvertes mais floues ? »

Que dire devant ce foisonnement sans pareil d'événements culturels. Attachons-nous avant tout au sens des mots. D'un événement, le Petit Robert nous donne la définition suivante « ce qui arrive et qui a quelque importance pour l'homme » et du mot culturel « qui est relatif à la civilisation dans ses aspects intellectuels. » Dans leur brièveté, ces deux définitions ouvrent un vaste champ.

En effet, l'événement culturel ne représente-t-il pas de façon emblématique la profonde mutation dans laquelle s'engage, parfois avec peine, la société industrielle de la fin du XIXème et du XXème siècle. Certains auteurs atteignant 40 % des nouveaux emplois créés aux Etats-Unis ressortent de la culture et de la communication. Notre pays serait-il à l'écart d'un phénomène d'une telle ampleur, ou au contraire faudrait-il constater que, de façon diffuse, des circuits se sont installés qui développent progressivement nouveaux produits et nouveaux emplois ?

Le nombre de ces manifestations, leur diversité, vont de pair avec un ancrage territorial élargi. Le festival, traditionnellement du sud, s'est progressivement propagé à toute la France : le festival, traditionnellement adossé à des lieux de culture mythique, le Palais des Papes, le Théâtre antique d'Orange, se déplace vers les vallées industrielles sinistrées du Doubs ou dans les champs

de pommiers d'une Normandie souvent pluvieuse en novembre. Jean Duvignaud précise « tout se passe comme si l'activité esthétique prenait des formes multiples, là où les relations humaines sont le plus ramassées : les carrefours, les places où apparaît la sculpture, la tribune, l'aire arrondie du théâtre sont des lieux publics de communion » et il poursuit « la rencontre dans un même lieu d'hommes vivants et agissants constitue à elle seule une sollicitation esthétique. » Cette dynamique ouvre l'interrogation et le champ exploratoire. Ce phénomène revêt donc un sens qui dépasse le simple fait culturel.

## **II - L'ÉVÉNEMENT CULTUREL**

Pour définir un événement culturel, ne peut-on s'appuyer sur la vieille règle du théâtre, en l'adaptant quelque peu, et affirmer qu'un événement culturel s'appuie sur l'unité de temps, de lieu et d'action. Son émergence nécessite en effet que soient réunis sur une période courte, dans un lieu choisi pour le sens qu'il donne à la manifestation, une action et un public, tous deux intimement liés.

Des synergies qui se développent sur ce triptyque de base dépend l'inscription dans la durée de la manifestation, son retentissement et ses effets à court, moyen et long terme, directs ou induits.

On mesure la réussite d'un événement culturel à sa valeur artistique en premier lieu, mais aussi à sa contribution à l'animation locale et au lien social qu'il nourrit, raisons pour lesquelles il doit également bénéficier d'un ancrage local important. Si c'est le cas, il suscite une appropriation par les populations locales qui va bien au-delà des seuls acteurs engagés dans la manifestation. C'est alors que peut s'enclencher le processus de notoriété qui nourrira régulièrement la dynamique locale.

Il est aussi des phénomènes culturels, récents pour la plupart, qui prenant leur essor du fait d'un événement ou d'une simple décision volontariste, apparaissent de toutes pièces dans un univers local, s'y implantent solidement jusqu'à en constituer une composante importante voire prépondérante. C'est le cas du « Futuroscope » qui, depuis dix ans, fait la fête au cinéma et développe un pôle universitaire consacré aux nouvelles technologies, projeté dans notre après-demain. Ou bien c'est, à l'inverse, le « Mémorial pour la Paix » de Caen qui, nous ramenant à un passé récent, contribue au devoir de mémoire de toute société humaine et développe sur son site recherche historique et pédagogie pour les plus jeunes. Ces lieux acquièrent progressivement une identité propre, deviennent des lieux d'appui pour les nouvelles manifestations qui s'y déroulent.

## **III - LES ENJEUX**

Ecrire tout cela, c'est poser la multiplicité des enjeux qui s'entrecroisent et asseoir notre propos dans la perspective plus précise que nous nous proposons d'explorer.

Parce que le lien entre culture et intervention publique est fort, parce que la culture est nécessaire à notre devenir humain, citoyen, social mais aussi économique, il est important d'apprécier les répercussions de ces événements sur le développement local. Et de les mesurer en termes de retombées économiques

directes et indirectes, mais aussi en termes d'effets induits. Ces estimations sont d'importance parce qu'elles permettront d'orienter les décisions de soutien sur fonds publics de quelque niveau qu'ils proviennent, nécessaires, indispensables à toute vie culturelle.

Ainsi apparaît clairement l'enjeu des facteurs et des dimensions de ces événements culturels.

Mais il convient d'être rigoureux dans le choix critique des composantes du fait culturel passé au scanner. En effet les termes « facteur » et « dimension » introduisent un risque de confusion dans la réflexion et le travail méthodologique lui-même. Confusion naissant de l'idée qu'il peut s'agir d'éléments extérieurs et perturbateurs qui viennent s'ajouter au processus de développement rendant l'étude, l'analyse, l'évaluation brouillées et incertaines. L'erreur étant la non-conformité de la représentation que l'on s'en fait d'avec la réalité. Car ces facteurs matériels de l'événement sont nombreux et leurs combinaisons qui forment le corps de l'objet culturel plus nombreuses encore. L'idée fondatrice, le lieu, l'histoire, les pouvoirs, les artistes, les publics, les élus, tout dans cet inventaire à la Prévert, interfère. Et la dimension qui intègre les éléments constitutifs, les hiérarchise et s'en nourrit se symbolise dans l'espace dangereux contenu entre le clinamen et la finalité du fait culturel.

Aussi culture et développement sont constamment en interaction globale, interaction qui joue à la fois de façon instantanée et évolutive.

De cette rencontre aléatoire naîtra le succès ou l'échec, la fugacité ou la pérennité. Confronté au cours d'une discussion à cette analyse où jouent les paramètres, le Général de Gaulle avait eu cette conclusion « Bon ! mais ce qui compte, c'est le talent ».

Le risque serait aussi de suggérer que l'approche des problèmes de développement dans les méthodes de travail qui en découlent sont pour l'essentiel toujours valables et n'ont besoin que de corrections limitées.

De fait, les facteurs culturels entrent en ligne de compte au même titre que les autres types de facteurs : de même, la dimension culturelle représente une composante dans un ensemble que, par habitude jamais remise en question, on s'acharne à considérer comme différent de nature, incompatible ou hors du champ.

D'un tout autre côté, le danger est grand de se laisser enfermer dans un reproche d'instrumentalisation de la culture mise au service de l'efficacité économique. On rencontrera sans cesse cet argument fondamentaliste : « le marché contre la culture ». Encore que cet avertissement soit salutaire et ne doive pas être ignoré dans un sens ou dans l'autre.

Donc, afin d'éviter toute déviance ou toute confusion, il conviendra de tenir compte de l'adaptation progressive des méthodes et des procédures d'investigation ou de critique pour passer, par étapes, de l'absence totale de prise en considération des aspects culturels, à l'approche culturelle du développement. Du développement économique aussi.

Pour être concret et dans notre sujet, les activités culturelles peuvent-elles être créatrices de richesse ? De richesse économique et sociale.

La question vaut d'être posée pour qui s'intéresse à l'aménagement du territoire.

#### **IV - LA DOUBLE DIMENSION INTELLECTUELLE ET COMMERCIALE DE LA CULTURE**

Jean Mattéoli, dans son discours d'introduction aux travaux du Forum d'Éna consacré en mars 1995 aux industries culturelles, rappelait que cette expression « reflétait la double dimension intellectuelle et commerciale de la culture dans la société moderne. »

Le président du Conseil économique et social tenait à préciser qu'il y a trente ans, les travaux de l'École de Francfort où, pour la première fois, ce concept était exprimé « contenait une dimension critique : la condamnation de l'application de la logique du profit aux activités culturelles. »

Mais les temps ont changé et la donne est nouvelle. S'il reste fondamental de ne pas s'engager, selon la ferme mise en garde de Maurice Druon, Secrétaire perpétuel de l'Académie Française dans « une voie où les créateurs ne seront plus regardés que comme les fournisseurs, les façonniers, voire les sous-traitants des industriels de la culture », la dimension économique et sociale de l'action culturelle ne peut pas être oubliée.

Et Jean Mattéoli rappelait opportunément que « la culture joue bien un rôle important dans notre économie. Elle réalise 3,7 % du produit intérieur brut et assure 450 000 emplois dans l'ensemble des industries culturelles. »

Ce n'est pas rien, et aujourd'hui où le problème du chômage est la première de toutes nos priorités sociales, le Président Mattéoli affirmait avec autorité « la revendication de dimension culturelle peut et doit devenir un problème aussi crucial que la lutte pour l'emploi. »

Jacques Rigaud, que nous avons beaucoup écouté et beaucoup lu, se plaît à remarquer avec un plaisir un peu ironique que « Shakespeare a marqué son temps par la création de petites entreprises...de spectacles ». Il poursuit : « longtemps, l'idée d'industrie a été associée au machinisme qui semblait antithétique de la culture. Tel n'est plus le cas à l'heure actuelle, à l'époque de la dématérialisation de l'industrie et des PME performantes. Le temps est venu d'une réflexion approfondie et sereine sur l'économie de la culture. En vérité, la culture, dans la plupart de ses manifestations, est à la fois une marchandise et quelque chose de tout différent. »

Jusqu'à présent quand on parle d'événement culturel, de festival - 1 000 de juin à septembre 1997 - on a une vue très retardataire des choses. On pense qu'il s'agit là d'une affaire de saltimbanques, de distraction. Si une municipalité crée un festival, c'est parce que c'est dans l'air du temps, que cela fait bien et que cela valorise sa politique. Mais si on s'y attarde un peu plus, on se rend compte que dans ce monde qui a beaucoup changé, les événements culturels font aussi partie de l'univers économique. Ils ont une influence sur l'économie du pays, et non seulement sur le plan économique mais aussi social. Egalement dans ce que le social représente comme valeur économique.

Lorsqu'on parle avec des responsables de festivals ou avec des maires, il est du discours courant de dire : « bien entendu il y a des retombées économiques, l'action culturelle que nous menons aide à faire vivre la commune, le département, la région. Ce n'est pas simplement une affaire de distraction. Cette action compte économiquement, on investit, mais on récolte. »

Malheureusement quand tout est dit, il est impossible de recevoir des précisions sur ce que sont ces retombées économiques.

Il faudra donc que notre rapport conclue sur des méthodes propres à évaluer ce que tout cela représente très exactement dans la vie économique locale régionale, dans la vie économique du pays. Il faudra que notre travail débouche sur des propositions pratiques.

Prenant en compte cette analyse, René Rizzardo, directeur de l'Observatoire des politiques culturelles, tient à prendre de la hauteur pour juger de la dialectique culture et développement. Lors de son audition devant la section des économies régionales et de l'aménagement du territoire, il déclarait :

« Il y aurait malentendu si nous n'étions amenés qu'à nous intéresser à des indicateurs strictement chiffrés. Vous l'avez souhaité et je pense que vous avez eu raison. En même temps vous avez insisté sur la notion de développement au sens général.

J'apporte tout de suite cette précision pour dire que l'Observatoire des politiques culturelles a été créé pour travailler principalement sur les grandes évolutions des politiques culturelles des collectivités territoriales et de leur partenariat avec l'Etat. Nous nous appuyons par ailleurs sur les travaux du département des études et de la prospective du ministère de la culture, seul service de cette importance en Europe qui a trente ans d'existence, et qui pendant tout ce temps a accumulé des données et des études d'impact. Certaines mais certaines seulement sont économiques.

Donc, concernant les limites de l'approche économique, il serait dangereux de privilégier les indicateurs chiffrés pour légitimer la dépense culturelle. C'est une tendance naturelle dans une période de mutation économique. Dans beaucoup de pays développés du monde, il est indéniable que les activités de la culture et de la communication sont aujourd'hui considérées comme essentielles pour le développement des emplois. »

Pour conclure ce chapitre, il n'est pas inutile de parler du rôle de l'Etat. Il faut donc souligner avec force que le budget du ministère de la culture, malgré les efforts consentis par les gouvernements depuis André Malraux reste aujourd'hui encore désespérément pauvre, comme en attestent les propos de l'actuelle ministre de la culture, Mme Catherine Trautmann, lors du dernier festival d'Avignon. Pourquoi ne pas rappeler l'abondance et la richesse des événements culturels qui jaillissent spontanément du fin fond de l'imagination nationale. S'il est un domaine où l'intervention publique a un sens et une utilité, c'est bien l'action culturelle.

Comment la consolider ?

## CHAPITRE III

### PROBLÉMATIQUE

La première exploitation du cinématographe se fit dans des baraques foraines. Qui croyait alors à l'avenir de cette lanterne magique animée ? Aujourd'hui, c'est une industrie qui fait valser les milliards et s'introduit en force dans la guerre commerciale planétaire.

Les retombées économiques des événements culturels passent souvent hors du champ visuel des économistes et des évaluateurs. Un illustre ministre des finances et de l'économie nationale, il y a vingt cinq ans, affirmait : « aider le tourisme culturel, cela ne sert à rien. Les retombées ne sont pas chiffrables, mes services me l'ont dit. »

La prudente Eglise, au Moyen Age, était plus avisée qui confiait aux « Mystères » joués sur les parvis des cathédrales une fonction pédagogique et catéchistique, mais aussi un moyen d'animation commerciale rentable.

Louis XI en costume de bourgeois consolidait le royaume et sa couronne en parcourant les foires et s'esbaudissait aux prouesses des acrobates de tréteaux. D'ailleurs, l'affiche publicitaire diffusée aujourd'hui à la télévision pour le millième anniversaire de la foire de Champagne met en scène un jongleur à clochettes et à boules bleues.

#### I - SUR LE TERRAIN

Mme Christine Clerc, sur *RTL*, terminait un « carnet de notes » radiophoniques consacré aux rendez-vous culturels de l'été par cette humoristique et très sérieuse information. : « dans son magnifique hôtel de ville XVIIIème, entouré de maquettes de haute technologie, j'ai rencontré le maire socialiste d'Aix-en-Provence, Jean-François Picheral. Savez-vous, m'a-t-il lancé, que, grâce à la renommée de mon festival, j'ai fait venir ici, à Aix, quatre-vingt-dix entreprises qui s'y sont implantées et qui prospèrent. »

Un festival, un événement culturel, de quelque nature qu'il soit, représente pour sa mise en oeuvre, pour sa réalisation, un certain coût. Cette mise de fonds initiale, le financement de la manifestation tout au cours de son déroulement, peuvent être couverts par des subventions nationale, régionale, départementale et locale, par le mécénat aussi et, bien entendu, par la vente de la billetterie.

Mais, hors ce financement direct, peut-on compter sur des retombées financières qui apporteraient à l'opération menée une tout autre dimension économique et sociale ?

D'abord la vente à une autre ville du spectacle créé, la location à d'autres entreprises de spectacles de décors et costumes utilisés. Rentabilité primaire, directement chiffrable et dont le financement est imputable au compte d'exploitation de l'événement lui-même.

A cela s'ajoutent d'autres retombées qui intéressent directement la localité où se déroule l'événement ou la région qui l'accueille. Par exemple, les nuitées d'hôtellerie des protagonistes des spectacles présentés ou des spectateurs venus d'ailleurs. Retombées elles aussi facilement chiffrables.

Et d'autres qui ne le sont pas moins : les achats chez les commerçants, et d'autres encore bien réelles dans leur effet économique, mais échappant à une mesure concrète comme la renommée et le prestige.

Cela est si vrai que le premier acte international des Grecs au lendemain même de la guerre gréco-turque, en 1974, afin de signifier que la Grèce reprenait son économie de paix ainsi que sa place politique et commerçante dans le monde a été de rouvrir solennellement le festival d'Epidaure avec la représentation d'Oedipe roi. De même, cette année, le Liban a braqué tous ses projecteurs sur les ruines de l'acropole romaine de Baalbeck où Mstislav Rostropovitch jouait en solo. Signal adressé au monde d'une renaissance voulue et programmée.

Ce sont là des notions idéales, impondérables mais qui intelligemment exploitées induisent, à leur tour, d'autres retombées bien sonnantes et bien trébuchantes. Discutant de l'achat de *TF1*, M. Bouygues disait à M. René Thomas, le Président directeur général (PDG) de la Banque nationale de Paris (BNP), pour calmer son inquiétude, « C'est cher ? Mais vous oubliez d'évaluer le pouvoir d'influence. »

Enfin, pour conclure le tout, l'aménagement du territoire y trouve son compte et l'animation culturelle - nous allons nous efforcer de le montrer - est une arme idéale de lutte contre la désertification des terres, des esprits et des énergies. Elle est partie de la trame même du tissu social.

Les animateurs culturels et les responsables politiques locaux n'aiment pas beaucoup entendre parler d'évaluation. Les premiers parce qu'ils pensent que toute approche chiffrée de la culture vivante est attentatoire à la liberté de création. Les seconds parce qu'ils préfèrent, face au scepticisme et aux inquiétudes de leurs administrés, le flou artistique ou l'encre de seiche.

## **II - LE NÉCESSAIRE ÉQUILIBRE DE TOUTES LES COMPOSANTES**

Mais les mentalités changent, et l'on commence à admettre que devant le problème posé, il convient de se comporter ni en saltimbanque, ni en expert comptable. L'intérêt de tous, acteurs, créateurs, artistes, administrateurs, politiques, spectateurs, réside dans la nécessaire pérennité de l'entreprise culturelle, donc, par voie de conséquence, dans l'équilibre de tous les paramètres constitutifs de sa cohésion artistique, administrative et financière.

Enfin, force est de constater que si l'on retient le chiffre de 1 000 festivals homologués de juin à septembre 1997, sans compter les autres manifestations culturelles innombrables, la somme globale, sur le plan national, des coûts et des retombées financières de toutes sortes constitue pour les comptes de la Nation une masse critique économique importante.

Sans parler des retombées sociales, car l'événement culturel exclut les robots. Il se traduit positivement par une création d'activité humaine et de travail. En effet, des machines peuvent fabriquer des casseroles, mais non pas un festival

de théâtre, de musique ou de danse qui n'existe et ne vit que par l'engagement physique, intellectuel, artistique et spirituel des hommes.

Il est donc temps d'admettre que l'action culturelle, dans son ensemble, ouvre des gisements d'emplois dans un monde où le travail n'est plus automatiquement lié à la production d'outils ou de biens matériels. Les fêtes du Puy-du-Fou, festival populaire qui associe la population à sa réalisation et à son jeu, a transformé l'économie locale. En outre, ce festival a créé 1 500 emplois directs ou induits.

Dans ce monde nouveau que les politiques et les sociologues s'efforcent de comprendre, nul ne peut, parallèlement au respect pragmatique des nécessités et des lois du marché, ignorer dans son analyse économique le besoin mal exprimé mais secrètement impérieux de l'humanisme, « le sel sans lequel tout pourrirait. » Par là se dessine à la fois une façon de vivre et la réalité d'une économie moderne. A nouveaux consommateurs, nouveaux marchés.

On peut raconter l'aventure du village de Champelitte en Haute-Savoie. Ce village dépérissait, se dépeuplait, la vigne redevenue sauvage ne produisait plus de vin.

Un notable du village, ayant retrouvé dans son grenier tout un matériel de foire qui avait appartenu à un ancêtre du temps où les dentistes étaient des arracheurs de dents eut, comme Babar, une bonne idée.

Il ouvrit un petit musée rural consacré à l'art dentaire dont l'attraction de base était la confrontation du tréteau forain - sans oublier le tambour dont le roulement étouffait les cris du patient - et un cabinet moderne de stomatologue. On n'y crut pas. Et pourtant, les visiteurs vinrent en nombre suffisant pour réhabiliter la vigne villageoise, le vin étant vendu en fin de visite pour reconforter les craintifs de la roulette.

Un économiste rigoureux vous dira qu'il s'agit bien là d'une retombée économique.

### III - LES GRANDES AVENTURES

*La grande aventure du « Futuroscope ».*

Cet exemple, tout symbolique qu'il soit, ouvre une réflexion plus approfondie sur la grande aventure du « Futuroscope » de Poitiers, né d'une conception peu orthodoxe, propre à effrayer les financiers traditionnels et les investisseurs prudents.

L'idée première du président du Sénat, M. René Monory, président du conseil général de la Vienne, tenait en ceci que la lutte pour le développement économique, clé d'une politique de l'emploi, réside non pas dans un regard jeté en arrière, mais dans la résolution volontaire de placer ses chances dans l'investissement des techniques du futur.

Il lui paraissait donc opportun de créer un centre consacré à la communication, persuadé qu'il était que le monde de demain serait avant tout animé, soutenu, rendu plus riche et plus solidaire par une société d'intercommunication. Il était alors nécessaire de mettre en marche un système

performant pour créer un centre de recherches avancées et d'expérimentations des techniques du futur.

Mais il fallait en même temps au président, pour rendre son projet attrayant et viable, démonstratif, éviter la conception ésotérique et technocratique d'un ensemble fermé sur lui-même. Il fallait l'ouvrir sur le public et pourquoi pas sur le public populaire. C'est-à-dire rendre, par un détour ludique, le projet compréhensible au plus grand nombre. Attirer du monde aussi, beaucoup de monde sur le site, pour rentabiliser astucieusement un investissement lourd.

D'où la nécessité pour lui d'inventer un grand jeu culturel afin d'attirer et de capter les visiteurs et l'argent. Le « Futuroscope » est né de cette idée là, môle d'ancrage populaire et publicitaire d'un grand projet scientifique et futuriste.

Il faut le souligner, la démarche se présentait à l'inverse de ce qui se passe d'ordinaire dans le traitement des grandes affaires culturelles. « Il ne s'agissait plus d'un événement culturel conçu pour lui-même, qui, parce qu'il est valable en soi, apporte en plus des avantages économiques. C'était créer volontairement un événement culturel, choisi et calibré pour qu'il soit source de retombées économiques et financières utilisées à d'autres fins, culturelles elles aussi. »

Quand le président Monory, devant un champ de betteraves, décida d'y implanter un cinéma en relief pour transformer une région en déclin en pôle de développement ultra moderne, les spécialistes esquissèrent un sourire. Quelle folle idée ! Pugnace, René Monory trouva le financement de son projet. Aujourd'hui le « Futuroscope », où le Train à grande vitesse (TGV) bientôt détourné déversera des trains entiers de visiteurs, est certes, en premier lieu, un immense « cinoche ». La physique amusante de l'image en relief sur écran géant reçue et vécue par le spectateur assis sur un siège animé au rythme du récit cinématographique, dicte sa seule loi marchande : On s'instruit et l'on s'amuse. L'enfant caresse le requin sorti de 20 000 lieues sous les mers. L'enfant s'amuse, l'adulte aussi. Mais à peine cela est-il dit, que les retombées économiques, locales, départementales, régionales, nationales et internationales vont démontrer la rectitude de la pensée prospective de son créateur. L'efficacité scientifique, intellectuelle, universitaire, industrielle suivra. La promesse est tenue.

Une université du futur consacrée à la communication, un pôle de recherches mathématiques et physiques pointu recevant et hébergeant des étudiants et des professeurs venus du monde entier, un centre ultra moderne d'enseignement par correspondance où une question posée par l'université du Caire ou une école de Carpentras trouve un interlocuteur et une réponse en 2 minutes 30, des entreprises qui naissent dans la foulée et agrègent leurs réflexions, leurs praxis, leurs découvertes, leurs prospectives, à celles de l'université. Voilà le résultat de l'exploitation d'un événement culturel populaire mais de haute qualité bien entendu.

Et le commerce donc ! Pour que cet ensemble vive dans le quotidien, un complexe hôtelier de trente hôtels, toutes étoiles, est sorti de terre pour assurer 1,8 million de nuitées par an et des milliers de repas servis journallement. Tout cela représente évidemment des emplois créés, de la femme de chambre au directeur général d'exploitation.

Il s'agit donc bien là de retombées économiques brutes : industrie hôtelière, restauration, artisanat, commerce, emploi.

L'événement culturel, en ces temps de voracité médiatique, est comme le récit romanesque selon Hypolite Taine, « l'art d'attirer l'attention ».

*La « Médiathèque » d'Issy-les-Moulineaux.*

Le maire d'Issy-les-Moulineaux nous disait, lors de son audition en section, qu'une de ses activités essentielles était de vendre à des entreprises performantes les terrains de sa commune qu'il viabilisait., viabilisation classique : l'eau, le gaz, l'électricité, le tout-à-l'égout, viabilisation intellectuelle aussi, de même nécessité. Son argument commercial de vente le plus puissant a été, à son dire, la création et le fonctionnement à pleine durée d'une médiathèque aux activités multiformes. Médiathèque qui n'a rien à envier à Beaubourg. Cadres commerciaux, ingénieurs, salariés, trouvent là les moyens à portée de rue d'un art de vivre et de perfectionnement intellectuel, de rencontres et de distractions. Cette Médiathèque aussi est un lieu d'accueil pour les jeunes dont les besoins de leur âge peuvent être satisfaits. C'est un dictionnaire géant de connaissances et d'informations, c'est un centre de culture, c'est un territoire d'amusement, sans parler de toutes les possibilités pour les enfants d'un suivi scolaire qui supplée aux carences ou aux difficultés familiales. Pour le maire, au-delà de l'intérêt premier, ce supplément culturel reste un argument marchand de vente, donc de prospérité commerciale.

*Le « Mémorial de la Paix » à Caen.*

A ce propos, il convient de citer le « Mémorial de la Paix » à Caen. Cette entreprise est hors normes. Car c'est bien d'une grande entreprise culturelle et aussi d'une grande entreprise industrielle, et gérée comme telle, qu'il s'agit.

La part émotive qui chez le visiteur l'emporte sur l'information et le donner à voir est intense. Et c'est bien ce qui mobilise la jeunesse. Quand nous y sommes allés, nous avons croisé des groupes scolaires venus de France, d'Allemagne, d'Angleterre, du Japon !

La retombée de cet événement culturel est, pour l'essentiel, d'une tout autre nature qu'économique, encore que cette dernière, considérable, peut être comptabilisée. Tout d'abord il s'agit d'une retombée intellectuelle, humaniste qui s'adresse à la mémoire tragique de l'homme, au coeur et à l'esprit. C'est inestimable.

Mais, de plus, sur cette côte normande, si riche des témoignages qu'une terrible aventure guerrière lui a laissés avec le jusant sur le sable des plages, le « Mémorial » de Caen par l'attraction universelle qu'il opère est un phare de l'aménagement du territoire normand dont l'histoire commence avec Guillaume, duc de Normandie et roi d'Angleterre.

#### **IV - PARTOUT, SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE, DES EXEMPLES VARIÉS**

La mise en oeuvre de ces audaces volontaristes n'est pas réservée aux grandes cités prestigieuses, Aix-en-Provence avec ses très nombreuses

entreprises, ou laborieuses comme Issy-les-Moulineaux et sa « Médiathèque », mais aussi à des villages au nom inconnu qui veulent sortir d'un oubli mortel.

Séloncourt, Herimoncourt, Melières, Glay, Dannemarie, Blamont, les six villages de la « Vallée Blanche » franc-comtoise ont mobilisé 150 artistes pour créer, *ex nihilo*, un premier festival international, résumé par un slogan qui, pour notre démonstration, a valeur d'exemple et de symbole : « l'artiste, le citoyen, l'entrepreneur ». Précisons qu'il ne s'agit pas là d'une fête folklorique. Des scientifiques de pointe ont pris les commandes pour mettre sur orbite un festival d'art moderne, sans concession à la facilité. Dans les anciennes caves à vin, les promoteurs du festival ont installé un studio numérique et une plate-forme Silicon-Graphics dotée d'un logiciel pour les images « 3D ». Voilà pour la science. Mais la science cohabite avec l'art.

Un budget de 8 millions a été dégagé pour installer un « vidéaste » dans la vitrine d'une quincaillerie, une machinerie d'images virtuelles dans un temple protestant, ou avec plus de raison chez les pompiers, un cinéaste dans une épicerie, un chorégraphe dans la forêt. Un poète, troubadour d'aujourd'hui, déboule à l'improviste chez vous à l'heure du repas du soir. Une grande braderie pour les mêmes est installée dans les six villages avec, à foison, des fleurs artificielles et des canards futuristes en plâtre. Voilà pour le progressisme artistique. Et ça marche ! Les gens de la vallée sont là et souhaitent que la fête se renouvelle. Des dizaines d'associations locales se sont agrégées à l'entreprise. Dans la vallée, la communauté est ressoudée. Voilà un pays, au sens fort où, dans son rapport, Michel Rapeaud l'a défini. « Un pays culturel qui sourd de la terre franc-comtoise. »

Sans multiplier les exemples, il faut citer le festival de théâtre de Sarlat dont l'aventure nous a été contée en section par son maire-adjoint, chargé de la culture, M. Xavier Louy. La vieille ville de Sarlat a été réhabilitée à l'identique, pierre par pierre, lambourde par lambourde, grâce aux spectacles produits pendant son célèbre festival de théâtre. Parce qu'elle est, dans sa beauté médiévale et authentique, accueillante, Sarlat attire les touristes transmutés par une moderne alchimie en nouveaux spectateurs du festival. Dans cet espace courbe, la boucle est bouclée.

Sarrebourg, où un fou de musique eut l'idée folle d'importer en Moselle la musique religieuse que les Jésuites, dès le XVIème siècle, enseignèrent aux peuples du nouveau Monde. Sarrebourg, pendant le mois de mai, vivant au rythme de la musique baroque latino-américaine, est loin d'être un festival populaire. Pourtant, on peut lire dans la presse locale « San Ignacio : l'opéra perdu des missions jésuites de l'Amazonie est présenté avec le soutien... du centre Edouard Leclerc » ! En synergie, le super marché ouvre dans son magasin un rayon richissime de boissons sud-américaines !!! Le commerçant n'y perd rien.

A Lyon, l'impact de l'événement culturel prend un tout autre cours et un autre sens. Le festival de danse débouche sur la lutte contre l'exclusion des plus défavorisés. Sa retombée est sociale. Les organisateurs ont eu l'idée, à paillettes, de faire venir de Rio de Janeiro les fameuses écoles de danse rendues célèbres, chez nous, par le film Orphéo Negro et par les reportages télévisés. Le propos

était de les faire défilier dans les rues austères de la capitale des Gaules. Saisis d'une émulation spontanée, les gosses, garçons et filles des quartiers populaires et leurs animateurs, eurent l'idée de monter des groupes de danse, de les entraîner et de les insérer dans le prestigieux défilé. Succès populaire. Des troupes de danseurs sont nées et fonctionnent. Des vocations se sont manifestées. Des danseurs et des animateurs ont été formés. Vie nouvelle difficile, mais prometteuse. Vie collective, conviviale et valorisante pour les jeunes des quartiers difficiles.

Le « festival international du théâtre francophone » de Limoges est singulier à plusieurs titres. D'abord il est décentralisé. Seuls l'administration et le centre des colloques sont à Limoges. Les spectacles eux se jouent dans les différentes villes du département. Par là, ce festival est exemplaire d'une volonté d'aménagement du territoire. Ensuite, il est international et présente des oeuvres francophones venues d'ailleurs qui, sans lui, seraient ignorées en France. Enfin, il a provoqué par sa destination même la création d'une bibliothèque du théâtre francophone qui attire des intellectuels et les chercheurs du monde entier, ceux du Burkina Faso, du Vietnam, du Québec. Les historiens et les géographes, connaissaient Limoges à travers l'aventure picaresque des généraux limogés. Il y avait aussi pour le prestige de Limoges sa porcelaine dont le goût se perdait. Aujourd'hui, grâce au festival et par sa notoriété, Limoges est connue comme cité de la culture et la porcelaine retrouve sa marque, au-delà de l'hexagone. Retombée économique !

Retombée sociale : un exemple de haute qualité est proposé par le festival de jazz « Banlieues bleues », en Seine-Saint-Denis. Au départ, un choix délibéré, c'est-à-dire la volonté de mettre en oeuvre une politique sociale par le moyen de l'action culturelle. Une décision qui s'inscrit en contradiction d'avec les normes et les impératifs économiques de gestion traditionnelle d'un festival. Ici, en dehors de onze emplois créés à temps complet, et ce n'est pas rien, pas de déclinaison commerciale, si ce n'est un apport important à l'artisanat et aux entreprises de transport. En effet, ce festival est « éclaté » sur l'ensemble du département. quinze villes accueillent les spectacles. De même il est « éclaté » dans le temps puisqu'il se déroule en cinq semaines. Le propos du festival, qui est de produire sans concession des artistes et des formations de jazz de réputation nationale ou internationale, souhaite avant tout, en s'adressant à la jeunesse d'un département plus que d'autres frappé par le chômage, lutter en faveur de la cohésion sociale par une pédagogie, une éducation culturelle libre et libérée de tout paternalisme. Par l'élargissement du public, par des actions musicales pédagogiques, par un transfert de ses activités dans le monde scolaire, par la convivialité réinventée, par une solidarité intervilles qui au départ n'allait pas de soi, le conseil général, les municipalités associées, le direction du festival ont installé dans le département un véritable « service public culturel ». Il s'agit donc là d'une conception originale, inhabituelle, réussie.

Toute action culturelle collective contre la désespérance, l'ennui, l'errance de la jeunesse, toute action volontariste d'animation peut représenter un aspect fort de la lutte contre l'exclusion, une recherche de l'effort à accomplir pour l'intégration des plus défavorisés. N'oublions pas que ces retombées sociales, si

elles sont l'objet d'un rigoureux « suivi », serviront à leur tour de détonateur pour un renouveau économique.

Ainsi les organisateurs, par la gratuité de leur entreprise, veulent démontrer que la vie sociale, la cohésion sociale, la formation du citoyen, son intégration dans une société réconciliée n'ont pas de prix.

Le prestige de la France en Europe marchande et dans ce monde économiquement mondialisé, n'a pas de prix non plus. Il faut le savoir.

## V - LA VALEUR ÉCONOMIQUE DE L'ÉVÉNEMENT CULTUREL

Pourquoi alors ne pas s'attacher à évaluer en rigoureux administrateurs de nos biens et de nos richesses la valeur économique de cette grande affaire.

De tout cela, on pourrait parler longtemps, tant les manifestations culturelles, tant les festivals sont divers. Reste à calculer comment l'ensemble de ces événements contemporains pèse dans l'économie du pays en fonction de sa masse totale.

Cela n'est pas fait et cela n'est pas facile à faire. Les animateurs culturels, les artistes, les promoteurs n'aiment pas beaucoup entendre parler d'évaluation ; ils sont habités par la crainte de décourager les collectivités jalouses de la rentabilité de leurs subventions. Les municipalités, les collectivités locales ne se pressent pas non plus pour s'impliquer dans une politique d'analyse des comptes, par crainte viscérale des interpellations des électeurs et de leur ingratitude.

Cependant, il s'agit bien, pour des responsables, de part et d'autre, d'y voir un peu plus clair, de connaître les coûts, de chiffrer les retombées économiques directes et indirectes, de mesurer intellectuellement les apports de la notoriété, même s'il n'est pas simple de les saisir, compte tenu de ce que les dépenses et les investissements sont, de leur côté, considérables.

Le tout est d'amorcer la pompe. Quelques exemples :

- en 1994, la charte culturelle, Toulouse/Etat représentait 450 millions de francs en chantiers ;
- à Bordeaux, M. Jacques Chaban Delmas rappelait que la culture, les manifestations culturelles, font partie en bonne place de son programme « de nouvelle société » et qu'il fallait investir beaucoup pour, en dehors d'un supplément d'âme, récolter beaucoup en retombées économiques et en prestige - ce prestige qui attire des capitaux ;
- en 1994, la vocation européenne de Strasbourg est renforcée par une aide étatique de 700 millions de francs attribués au titre de sa politique culturelle et ce, en plus du plan Etat/région.

L'espace d'un éclair, quittons l'hexagone pour un regard curieux sur le monde : Berlin et Osaka.

A Berlin s'est déroulée une « grande parade ». Le rassemblement d'un million de jeunes de toutes les nations, fanatiques de la musique « techno ». Un conflit a surgi entre les organisateurs et la municipalité. Devant la menace des organisateurs de plier bagage s'ils n'avaient pas satisfaction, la municipalité a

calé. Les retombées escomptées, pour la ville, étant de 10 millions de marks, c'était un argument !

La ville d'Osaka offre un exemple exceptionnel. Soucieuse de la relance de son développement économique, Osaka conçoit un projet gigantesque, devenir « une des capitales du monde de la culture » ! L'investissement prévu atteindrait trente fois le prix du tunnel sous la Manche. Les Japonais, en économie, ont la réputation d'être des réalistes. Ils espèrent, du moins on peut le penser, des retombées rentables.

Si, aux côtés de l'industrie et du commerce, une solide perspective d'enrichissement pour les régions se situe dans l'animation culturelle et sa contractualisation, si la revitalisation urbaine et rurale passe aussi par la renaissance culturelle, il devient nécessaire de se poser la question : que faire pour implanter, développer, améliorer ce mécanisme très particulier, très nouveau et très performant, qui tend à devenir essentiel dans le développement économique, local et régional ?

Ce n'est pas là une utopie ou une vue d'intellectuel. Le conseil régional de Midi-Pyrénées a eu le mérite, plus qu'aucun autre, de se pencher en réaliste sur ce problème. Son rapport conclut une étude solide et fouillée par ces mots « dans vingt ans, c'est peut-être la richesse de la vie culturelle locale, la diffusion de spectacles de théâtre et de danse, de concerts et d'expositions qui permettra à ceux qui auront la tête dans les réseaux électroniques de conserver et de développer le sens du dialogue direct et de se reconnaître dans leur terroir et les valeurs qu'il représente. L'Occitanie, les chemins de St-Jacques, les hauts lieux cathares, le canal du Midi, tout ce patrimoine légué par l'histoire régionale constituera alors réellement les racines du futur et le terreau d'un développement économique et social nouveau pour la région. »

Alors, s'il existe des villes phares, luxueux sédiments de l'Histoire, s'il existe des espaces ruraux qui veulent faire vivre et prospérer en leur sein une culture, des cultures, s'il est vrai que l'exaltation de ces valeurs spirituelles, que leur exploitation, comme on exploite un filon d'or, soient le signe et le moteur d'un développement qui dame le pion aux industries défaillantes ou délocalisées au-delà des mers, la question centrale qui se pose est : comment mobiliser l'énergie de cette culture en campagne, dans les villes et hors la ville ? Comment conduire une politique volontariste dans une logique et une dynamique de développement ?

Question centrale, question prégnante. Réponses au pluriel.

## **TITRE II**

### **DESCRIPTIF D'UNE SITUATION : LES ENQUÊTES ET ÉTUDES MENÉES SUR LES FESTIVALS**



## INTRODUCTION

Les événements culturels peuvent se définir comme des manifestations ponctuelles et répétitives intervenant dans le domaine de la culture. Ils se déroulent pendant quelques jours ou quelques semaines, mais s'inscrivent dans la durée, année après année. Ici, cela a été dit, la culture est prise, selon la définition donnée par M. Jacques Rigaud dans son acception traditionnelle de « relation de l'homme aux grandes oeuvres de l'art et de l'esprit, au patrimoine de la civilisation. » Des formes artistiques longtemps considérées comme mineures dans leur domaine tels que le rock n'roll pour la musique ou la bande dessinée pour la littérature en participent désormais. Leur appartenance à la sphère culturelle s'est en effet progressivement affirmée à partir des années soixante-dix et quatre-vingt. En revanche, les loisirs en général et la notion de culture, au sens ethnologique de l'ensemble des faits et des pratiques politiques, religieuses et sociales caractéristiques d'une société, n'entrent pas dans le cadre de ce rapport. Caractérisé pour Hannah Arendt par sa permanence, son universalité, son indépendance de toute référence utilitaire et fonctionnelle, le champ culturel ainsi entendu a longtemps été considéré comme extérieur aux sphères de l'économie et de l'emploi. Dès lors, envisager des liens entre les événements culturels et le développement local, notamment dans ses aspects économiques, pouvait sembler paradoxal, et vouloir mesurer cet impact relever de la gageure.

Jusqu'à quel point, en effet, un événement culturel peut-il intégrer les préoccupations de rentabilité sans se dénaturer ? La question mérite d'être posée quand, dans la conception de la politique culturelle voulue par André Malraux, celle-ci devait non pas mettre l'art « à portée », mais permettre au maximum de personnes de s'élever en y accédant. Politique qui devrait conduire à aider la création pour « constituer le patrimoine de demain » en maintenant entre elle et le pôle économique des « industries culturelles » une distance constante. Dans quelle mesure par ailleurs, un festival par essence éphémère, même s'il se répète d'année en année, peut-il avoir un impact réel sur le développement qui, phénomène de longue haleine, peut sembler requérir des fondements durables ?

Cependant, le nombre des événements culturels organisés dans notre pays s'est très fortement accru au cours des trente dernières années. Certains mobilisent des subventions publiques considérables. Bon nombre d'entre eux témoignent d'une professionnalisation croissante. De même, la sphère culturelle tend à prendre une place grandissante dans le produit intérieur brut des pays développés. Le ministère de la culture, pendant les vingt dernières années, s'est du reste attaché à faire reconnaître cette dimension économique de la culture. Il s'est efforcé d'introduire, autant que faire se peut, la logique du marché dans les secteurs culturels à financement majoritairement public.

Enfin, la multiplication des événements culturels organisés en France depuis les années soixante-dix n'est pas sans lien avec l'attraction touristique qu'exerce notre pays sur un nombre croissant de visiteurs même si elle est loin d'en constituer la seule explication.

Aussi, le Conseil économique et social espère que ses réflexions serviront la cause du développement local dans ses dimensions économique, sociale, culturelle et citoyenne.

C'est d'abord la multiplicité des événements culturels qui rend une évaluation exhaustive difficile. C'est ensuite leur diversité. Les festivals, heureusement, ne se ressemblent pas et ne se laissent pas facilement classer, même si l'on s'efforce de les situer dans de grandes catégories : musique, théâtre, danse, cinéma, photographie. Les fêtes qui se sont penchées sur leur berceau avaient toutes en tête des idées bien à elles, différentes donc. Les moyens de mise en oeuvre, les avantages du lieu et de la richesse, le goût des promoteurs, l'investissement personnel des artistes, toutes ces variantes - chacune d'elles étant essentielle - interfèrent et se combinent pour donner à chaque festival son caractère unique et irremplaçable.

Cependant, il faut quand même tenter de répertorier les traits communs et les constantes relatives à tous ces événements.

### **Les éléments fondateurs classiques des festivals**

Il semble possible de faire remonter aux années trente et quarante la naissance du phénomène des festivals en France. Le nombre et l'importance des événements concernés étaient alors très restreints : il s'agissait le plus souvent d'initiatives isolées d'hommes de culture montant, avec généralement peu de moyens, des manifestations, notamment musicales, théâtrales ou cinématographiques.

On peut mentionner, à titre d'exemple de ces « glorieux ancêtres », les « Chorégies d'Orange » ou le festival de Vaison-la-Romaine, précurseurs créés respectivement en 1869 et en 1921, « Strasbourg musical » déjà un peu plus tardif. En 1947, « Mai musical » à Bordeaux, ainsi que la première édition du festival d'Avignon, qui, dans le cadre d'une « semaine d'art », vit Jean Vilar monter trois pièces de théâtre, dont une dans la cour du Palais des Papes. Ou, toujours la même année, le premier festival de Cannes, événement qui aurait du commencer en 1939, mais fut reporté du fait de la guerre. On pourrait également citer en 1948, le festival « Musique et danse » d'Aix-en-Provence, reconnu aujourd'hui comme un haut lieu international de l'art lyrique.

Les concours publics à ces manifestations étaient alors souvent limités et inégaux, même si l'Etat apporta son soutien au festival de Cannes, les municipalités de Bordeaux et d'Avignon faisant de même pour les manifestations citées relevant de leur territoire. Cette première génération d'événements a néanmoins contribué à la prise de conscience par certains élus de l'importance des initiatives culturelles pour le développement de la vie locale.

A partir des années soixante-dix, les manifestations de ce type se sont, au contraire, multipliées et diversifiées, à tel point que toutes les régions de

France en accueillent aujourd'hui un nombre important. Il en est de même pour le budget de la culture qui a pratiquement doublé entre 1981 et 1991 frôlant cette année là, le 1 % du budget de l'Etat. Depuis ce budget est redescendu à environ 0,8 % dans un budget global en stagnation.

L'augmentation très importante et très rapide du nombre des festivals s'explique par la conjugaison à partir des années soixante de plusieurs phénomènes concordants.

D'une part, la demande culturelle a augmenté sous le double effet de l'accroissement des loisirs et de la hausse du niveau de vie, que les études de l'INSEE permettent d'appréhender de manière précise : du milieu des années soixante au début des années quatre-vingt, la durée annuelle du travail s'est réduite de 1 % par an environ du fait de la diminution de la durée hebdomadaire du travail et de la généralisation pour les salariés de la quatrième, puis de la cinquième semaine de congés payés. La durée annuelle du travail des salariés est ainsi passée de 1 950 heures en moyenne dans les années cinquante à 1 520 heures en 1995, la baisse pour l'ensemble des actifs occupés étant encore plus forte, dégageant ainsi plus de quatre cent heures supplémentaires de temps libre par an. Dans le même temps, de 1959 à 1994, le pouvoir d'achat par habitant était multiplié par 2,5. Du fait notamment de cette élévation du niveau de vie moyen, la part du poste « loisirs, spectacles, enseignement et culture » dans le budget des ménages est passée de 6 à 7,4 %. Cette augmentation du revenu par tête et de la part de ce revenu consacrée aux loisirs, additionnée avec la hausse de la population, qui passait de 1959 à 1994 de 45,2 à 57,9 millions d'habitants, entraînait, selon M. Gérard Abramovici, de l'INSEE, une multiplication des dépenses de loisirs des ménages par 4,8 en volume de 1959 à 1994, soit une augmentation de 4,6 % par an en moyenne, progression la plus rapide après celle des dépenses de santé.

Même si la télévision a bénéficié d'une part importante du temps et des moyens financiers supplémentaires dégagés, une progression sensible de la pratique de la plupart des loisirs culturels en est logiquement résultée de 1967 à 1987 : 33 % des Français déclaraient par exemple avoir visité un musée depuis moins d'un an en 1987, soit une hausse de 83 % ; 40 % avoir visité un château ou un monument depuis moins d'un an, soit une hausse de 33 % ; 19 % aller au cinéma au moins une fois par mois, soit une hausse de 5 % ; 7 % jouer de la musique régulièrement ou parfois, soit une hausse de 75 %.

Ont également joué en ce sens, l'avènement d'une culture de masse et de son corollaire, la « marchandisation », c'est-à-dire l'entrée d'une part croissante de la culture dans la sphère économique dont elle avait été longtemps tenue écartée : y ont notamment contribué, comme l'ont montré les analyses d'Olivier Donnat, du ministère de la culture, la multiplication de produits culturels réalisés grâce aux technologies de reproduction du son et de l'image, le succès de formes artistiques (rock, bande dessinée, photographie) autrefois cantonnées aux marges de ce qui était considéré comme la culture, ainsi que la constitution d'une nouvelle esthétique à travers l'audiovisuel.

D'autre part, le développement considérable des transports sur la même période est venu conforter cette tendance, en permettant aux spectateurs

potentiels de se déplacer toujours plus loin pour assouvir leur soif de culture. De la sorte, il a été possible d'organiser des événements culturels de plus grande ampleur, ou plus spécialisés, qui, au temps où leur zone de chalandise était essentiellement locale, n'auraient pas drainé un nombre suffisant de spectateurs.

Par ailleurs, au sein des loisirs culturels, l'augmentation du nombre des événements culturels était particulièrement favorisée par une aspiration croissante à un retour aux racines rurales, dont témoigne la multiplication des fêtes des battages ou des vendanges, par exemple, ainsi qu'à la création ou au renforcement d'une identité locale, communale ou intercommunale. Dans leur volonté de construire pour leurs régions un destin identique, le 25 juillet 1990, le jour de la St-Jacques, douze présidents de régions du sud de la France et du nord de l'Espagne se réunissent pour créer l'association « le chemin de St-Jacques de Compostelle ». Il s'agit pour eux de les réhabiliter mais en même temps de « faire revivre les principaux sites qui jalonnent le chemin des pèlerinages ». Identité culturelle et ambition économique, la redécouverte de la route de Compostelle est donc exemplaire, mais la retrouvaille avec les racines peut prendre des formes plus singulières. Le festival de Villerupt en Lorraine réunit en octobre les Français de lointaine origine italienne que rejoignent des Allemands, des Luxembourgeois, des Belges chez qui les arrière-grands-parents ou les parents italiens sont venus faire souche. Fabrice Lucchini est venu apporter son talent à la fête. Il y a quelque temps, Ugo Tognazzi inaugurerait lui-même à Villerupt une rue portant son nom. Ces actions sont belles et sympathiques. Elles ne doivent pas faire oublier que l'événement culturel implanté dans un terroir doit dépasser ce terroir et ouvrir le champ d'appel à une culture universelle. Orange c'est Cinna, Antoine et Cléopâtre ou Turandot, et non pas le défilé des fifres et des tambourinaires.

Cependant, là encore, il est intéressant de noter que l'effort culturel n'est jamais « égoïste » ou parcellaire, le « festival de Jazz de Marciac », de haute culture, fera la popularité de la fête des fruits et des pommes, fête de tradition en octobre à Marciac.

Enfin, la décentralisation et les nouvelles compétences accordées aux collectivités locales, ainsi que l'augmentation corrélative de leurs moyens financiers, donnaient aux élus locaux la possibilité de répondre à ces aspirations. Selon un article du 12 juin 1996, les dépenses culturelles des communes, des départements et des régions ont ainsi été multipliées par 2,5 en quinze ans, passant de 12,1 milliards en 1978 à 30,5 milliards en 1993. Beaucoup ont été d'autant plus incités à faire ces efforts financiers qu'ils étaient par ailleurs désireux de donner une image culturelle à leur circonscription et que créer un festival pouvait constituer un moyen efficace d'y parvenir. Selon l'édition 1996 des chiffres clés du ministère de la culture, les contributions des collectivités territoriales au financement public de la culture se seraient élevées à 36,9 milliards de francs en 1993, soit presque autant que celles de l'Etat, qui atteignaient 37 milliards de francs.

Nous avons parlé dans la première partie de ce rapport de 1 000 festivals de juin à septembre pour 1997, mais en 1991 la revue *Hexameron*, dans son numéro

23, estime à 2 000 environ le nombre des festivals organisés en France dans l'année.

En 1996, le fichier « festival » de la direction des études et de la prospective du ministère de la culture, qui ne prétend nullement à l'exhaustivité, ne recensait pas moins de 600 événements, retenus en raison de leur qualité et de leur relative pérennité. Le guide « festivals et expositions », édité chaque année par le même ministère, fait état pour 1996 de 514 festivals organisés en France de juin à octobre.

Le conseil économique et social régional de Basse-Normandie, dans le cadre de l'étude qu'il a consacrée en 1996 « aux festivals et manifestations culturelles à caractère répétitif » comptabilise pour sa part 150 événements de ce type se tenant chaque année dans la région. Il convient de noter que les fêtes traditionnelles et religieuses, les commémorations, les fêtes liées au terroir ou les expositions et événements culturels permanents, ni les salons et foires à caractère marchand n'ont pas été pris en compte dans ce dénombrement. Enfin, près de la moitié de ces 150 festivals n'ont pas plus de cinq ans d'âge, ce qui rend évidemment hypothétique une évaluation approfondie.

L'ensemble du territoire est ainsi couvert par un nombre élevé de manifestations dans les différents genres artistiques : La revue *Hexameron* évaluait le nombre des festivals consacrés à la musique en France au tiers du total, soit 700 environ. Dans des entretiens donnés dans le cadre des « Cahiers Espaces », Guy Ramona, directeur du festival de la Chaise-Dieu, avançait quant à lui le chiffre de « plus de 1 200 festivals de musique classique ». Lionel Chouchan, organisateur des festivals cinématographiques d'Avoriaz, de Cognac et de Deauville, évaluait pour sa part à quelque 350 le nombre des festivals de cinéma en France.

Sans compter, les manifestations de théâtre, d'art lyrique, de rock, de variétés, de marionnettes, de mimes, de café-théâtre, de littérature, de bandes dessinées, de danse, d'audiovisuel, de photographie, qui naissent et s'installent partout.

### **La diversité structurelle des festivals**

La grande diversité des manifestations culturelles par leur taille, leur objectif ou leur forme constitue une autre de leurs caractéristiques. Nous avons abordé dans la première partie quelques aspects d'une possible typologie. Mais les variables sont si nombreuses que l'on ne peut aborder ce problème qu'à grands traits. Quelques exemples :

- une grande partie des festivals - et la majorité des plus célèbres d'entre eux - est le fait de villes moyennes ou grandes, leur municipalité disposant des moyens suffisants pour organiser elle-même ou subventionner un ou plusieurs événements culturels : Aix, Avignon, Antibes avec « Jazz à Juan », Belfort avec les « Eurockéennes », Bourges avec son « Printemps » et les « Très riches heures de l'orgue en Berry », Cognac et Deauville avec leur festival de cinéma ; La Rochelle avec les « Francofolies », Lorient avec les « Interceltiques » et Rennes avec les « Tombées de la nuit ». Il n'est

pas nécessaire de multiplier davantage les exemples pour se convaincre du caractère majoritairement urbain des collectivités d'accueil de bon nombre des plus grands événements culturels français ;

- mais il est également des festivals éclatés, cofinancés par des villes de taille très variable, souvent avec l'appui d'une métropole ou de la collectivité départementale ou régionale : tel est dans une certaine mesure le cas du festival de la Côte d'opale, créé par la région Nord-Pas-de-Calais en 1975 et organisé à l'origine dans vingt-cinq villes du littoral et de l'arrière-pays. C'est a fortiori le cas des « Francophonies en Limousin », qui, outre Limoges, concernent aujourd'hui vingt-trois communes d'importance diverse. Ou du festival en Trégor, en Bretagne, qui a lieu à Lannion, Tréguier et Perros-Guirec, mais aussi dans de petites communes ;
- d'autres enfin se situent dans un environnement rural affirmé : que l'on songe à la Chaise-Dieu, à la Grange de Meslay, à la « Saison musicale » de Saint-Guilhem le Désert, « Jazz à Marciac », aux « Rencontres » d'Arcy-sur-Cure, aux « Arts jaillissants » de Montsapey...

Les événements festivaliers varient également par leur ancienneté, par leur durée de quelques jours à près de deux mois à l'image « des Flâneries de Reims » - par le nombre des prestations offertes au public - quelques-unes pour beaucoup de festivals, 138 pour les mêmes « Flâneries musicales de Reims » et 182 pour « Paris quartier d'été » - par leur budget - de quelques dizaines de milliers de francs à plusieurs dizaines de millions - par l'implication des collectivités locales et de l'Etat dans leur organisation et leur financement.

Certains présentent un caractère fortement élitaire, tandis que d'autres, généralement centrés sur un objectif de diffusion de la culture, se veulent au contraire délibérément populaires, à l'image, par exemple, des « interceltiques de Lorient », du « printemps de Bourges » ou des « francofolies de la Rochelle. »

Les objectifs poursuivis par les organisateurs des festivals peuvent également différer ; selon que l'un ou l'autre est privilégié, leurs incidences en matière de retombées économiques ont alors toutes chances de ne pas être identiques : on peut reprendre à titre d'exemple la typologie dressée dans le 31ème numéro des « Cahiers Espaces » intitulé : « festivals ; création, tourisme, image ». Sa coordinatrice, Mme Anne Grisel, distingue ainsi festivals de création, festivals touristiques et festivals d'image.

Les « festivals de création », initiés par une volonté individuelle ou celle d'une équipe et fondés sur un projet artistique visent à « produire des spectacles inédits ou à découvrir de nouveaux talents » : historiquement, ils ont souvent été le fait d'une première génération de festivals marquée par la rencontre entre un créateur et le lieu qu'il a choisi.

Les « festivals touristiques » s'appuient souvent sur un monument ou un cadre prestigieux et s'efforcent, dans le cadre d'une stratégie de développement touristique, de susciter une fréquentation nouvelle dans une ville ou un site

touristique, ce qui n'exclut nullement la volonté de création artistique (exemple : Orange). Des événements de ce type ont notamment été créés dans les années soixante et soixante-dix, souvent à l'initiative de la Caisse des monuments historiques, pour redonner vie à des monuments ou à des sites patrimoniaux en les animant par des manifestations artistiques.

Les « festivals d'image » visent surtout à promouvoir l'identité et l'image de leur site d'accueil. Généralement lancés dans les années soixante-dix et quatre-vingt, ces festivals sont souvent le fait de collectivités locales soucieuses de se faire connaître, ou de se donner une image valorisante.

Il est possible de distinguer d'autres catégories de festivals, ne serait ce que par antinomie avec les précédentes.

Ainsi, une autre catégorie pourrait être qualifiée de « festivals de diffusion. » Ceux-ci visent en priorité à permettre à des publics souvent excentrés de voir des spectacles dont ils ne peuvent bénéficier le reste de l'année, faute par exemple de salles d'accueil. Ils sont le cas échéant éclatés dans des villes différentes, chacune accueillant alors un nombre limité de représentations qui consistent, soit en un spectacle à chaque fois spécifique, soit en un même produit qui tourne entre les différents lieux.

Certains de ces festivals se voient également assigner pour objectif d'impliquer tout ou partie de la population locale dans leur déroulement, à l'image du « festival de la danse » de Lyon, ou des « Conteries » et du « festival Ramdam » de Blois, dont les effets sur le lien social ne sont pas négligeables. Cette préoccupation n'en fait certes pas une catégorie particulière de festivals, mais sans doute cet aspect leur confère-t-il néanmoins une relative spécificité.

D'autre part, nombre de festivals participent de deux catégories à la fois, si ce n'est davantage. A titre d'exemple, le « festival de cinéma » de Deauville a été lancé dans les années soixante-dix, tant pour restaurer l'image de la station, qui avait un peu perdu de son lustre, que pour améliorer son taux de remplissage au mois de septembre, où son activité baissait auparavant très fortement après le pic des vacances scolaires.

De même, Avignon, à l'origine exclusivement festival de création et qui continue d'assumer cette vocation, est aujourd'hui également un festival d'image - il est une composante essentielle de la stratégie promotionnelle de la ville d'Avignon - voire un festival de tourisme : ses retombées en la matière sont considérables.

### **Des festivals qui ne constituent pas les seuls événements culturels**

D'autant plus que les frontières mêmes de ce qui relève du domaine festivalier sont parfois incertaines. Des spectacles représentés à périodes régulières avec une implication plus ou moins forte de la population locale, comme les « Cinéscénies » du Puy-du-Fou ou « l'Eté » à Provins, en font vraisemblablement partie. En va-t-il pour autant nécessairement de même de tous les spectacles « sons et lumières » et de toutes les reconstitutions historiques organisés à travers la France, notamment pendant les mois d'été ou de l'itinérance croissante des formations culturelles (orchestres, troupes lyriques, chorégraphiques et théâtrales) sur l'ensemble du territoire dans la lignée du plan

voulu par Marcel Landowsky dans les années soixante-dix ? Cette diffusion du spectacle culturel constitue, comme le souligne M. Jacques Rigaud, une donnée nouvelle pour la notion d'événements culturels, qu'il présentent ou non un caractère festivalier.

Ainsi, l'orchestre national de Lille, par exemple, se produit parfois à l'intérieur même d'usines ou d'entreprises. Est-ce pour autant un événement culturel ? Si tel est le cas, comment distinguer ces événements itinérants des traditionnelles tournées entreprises à travers la France par artistes et troupes, dont on ne peut guère considérer qu'il s'agit d'événements culturels, dès lors que les mêmes spectacles sont déclinés de ville en ville ?

Se sont également multipliés les fêtes ou foires du livre - on peut citer entre autres celles de Saint-Étienne, Bordeaux Nancy, Metz, Montreuil, Cosne-sur-Loire ou Brives - qui, outre leur aspect commercial, sont un moyen pour les auteurs de rencontrer leur public, et aussi les salons professionnels de l'audiovisuel, tels Cannes ou Biarritz...

D'autres types de manifestations, qui ne sont pas non plus des festivals, se sont développés, le cas échéant dans leur sillage. Celles-ci sont parfois très sophistiquées. Des résidences, telles la « maison des auteurs » à Limoges ou celle de Villeneuve-lès-Avignon, accueillent à l'année des écrivains ou des artistes. Leur fonction est d'aider pendant un temps limité les hôtes ainsi reçus à poursuivre la création de leur oeuvre, mais surtout de leur permettre de les confronter au regard de leurs pairs et du public. Des centres de création ou de formation pour professionnels et amateurs sont également apparus, à l'image de l'abbaye de Sylvanes, qui devient plusieurs fois par an un centre de création en matière de musique religieuse contemporaine, ou des ateliers dirigés par des artistes de jazz dans le cadre de « Banlieues bleues » pour des élèves et des jeunes de Seine-Saint-Denis. Elles méritent, elles d'être classées événements culturels car elles peuvent être considérées comme des prolongements ou retombées des festivals qui les génèrent.

Mais il faut le répéter, toute tentative pour établir une typologie de cet ordre présente un caractère quelque peu artificiel et réducteur.

Cette extrême diversité des événements culturels rend donc très aléatoire l'extrapolation à l'ensemble des festivals des résultats d'une évaluation effectuée sur l'un ou l'autre d'entre eux.

Il existe cependant des éléments positifs qui permettent une approche de l'évaluation de manière pointilliste. Il est donc nécessaire au départ d'appréhender de manière plus précise la diversité des événements culturels, l'importance des moyens qui y sont consacrés et l'affluence qu'ils génèrent, sur le plan tant national que régional.

A titre d'exemple, nous examinerons le contenu et le résultat de cinq études : l'étude du ministère de la culture, celle de l'Association des maires de grandes villes de France, celle intitulée « festivals et patrimoine » ainsi que deux études de conseils économiques et sociaux régionaux, celui de Basse-Normandie et celui de Bretagne. Nous terminerons par les investigations du Conseil économique et social et la description de trois festivals « phares ».

## CHAPITRE I

### L'ÉTUDE DU MINISTÈRE DE LA CULTURE SUR LES FESTIVALS SUBVENTIONNÉS PAR LA DIRECTION DE LA MUSIQUE ET DE LA DANSE

La direction de la musique et de la danse (DMD) du ministère de la culture a procédé en 1992 à une évaluation portant sur tous les festivals comportant de la musique et de la danse subventionnés en 1991 par cette direction.

Ces deux dates soulignent la difficulté de notre tâche. Les statistiques du ministère n'ont pas été actualisées, et il est hors de question que nous puissions entreprendre cette actualisation nous-mêmes, surtout de façon exhaustive. Cependant, si les chiffres actuels de 1997 sont en augmentation par rapport à ceux de 1991-1992, les méthodes, les descriptifs et les conclusions globales du ministère peuvent être, *mutatis mutandis*, retenus. Par ailleurs, il ne s'agit pas là d'une évaluation générale portant sur l'ensemble des festivals, et encore moins sur tous les événements culturels. Y échappaient en effet tous les festivals ne comportant pas de spectacles de musique ou de danse. Y échappaient également ceux qui en comportaient mais ne bénéficiaient pas de subventions de cette direction ; ce même si une autre direction du ministère de la culture les subventionnait.

N'ont pas non plus été considérés comme festivals, et donc pris en compte par l'étude, les événements festivaliers comportant moins de quatre prestations (représentations ou concerts), les séries de concerts répartis sur l'ensemble du territoire (tel « rock en France ») ou les séries de manifestations à thèmes intégrées à une saison organisée par une structure permanente de diffusion.

Il n'est pas davantage certain que l'échantillon ainsi constitué soit pleinement représentatif de la réalité moyenne des festivals en France. Les festivals de musique, même s'ils forment vraisemblablement le tiers environ du total des festivals, ne sont pas nécessairement typiques de l'ensemble, et le ministère de la culture peut légitimement choisir dans le cadre de sa politique de subventions de soutenir tel type de festival, par exemple en aidant de manière privilégiée des festivals de création ou des manifestations d'une qualité culturelle exemplaire.

Enfin, le but de cette évaluation n'était pas de mesurer les retombées économiques de ces événements festivaliers. Ce point n'est donc pas abordé. Mais, malgré le choix restrictif opéré par le ministère, nous avons voulu nous y référer. En effet, le nombre élevé de festivals étudiés (247), comme l'ensemble des points abordés : année de création, calendrier, répartition par région, par discipline et par lieu, capacité d'accueil, public, budgets et éléments financiers, donnent à cette étude un intérêt de tout premier ordre.

## I - RÉPARTITION DES FESTIVALS DANS L'ESPACE ET DANS LE TEMPS

Les 247 festivals et les 4 623 prestations (concerts ou représentations) étudiés dans ce cadre se répartissent de manière relativement inégale selon les régions :

L'Ile-de-France, région la plus dotée, totalise à elle seule vingt-trois festivals et 900 prestations soit près de 20 % de l'échantillon. Ce pourcentage correspondant au poids démographique de la région. Puis vient Provence-Alpes-Côte d'Azur vingt et un festivals et 532 prestations, soit 11,5 %. A l'inverse, la Haute-Normandie ne compte que trois festivals et trente sept représentations soit 0,80 %. Ce faible total s'explique, selon les auteurs de l'étude, par le choix des collectivités locales et de la direction régionale des affaires culturelles, de ne privilégier que des saisons institutionnelles de qualité.

Il est toutefois notable que, contrairement à une idée souvent répandue et qui est peut-être juste en ce qui concerne l'ensemble des festivals, les régions les plus prolifiques ne sont pas nécessairement situées dans le sud de la France. Ainsi, les régions Languedoc-Roussillon, Midi-Pyrénées, Provence-Alpes-Côte d'Azur et Rhône-Alpes ne totalisent que 25 % environ des festivals et des prestations subventionnées par la direction de la musique et de la danse.

En analysant le nombre de prestations par tranche de cent, la France apparaît comme pouvant être approximativement divisée en quatre parties :

- quatre régions - Haute-Normandie, Picardie, Corse et Limousin - offrent moins de 100 prestations recensées ;
- neuf régions rassemblent chacune de 100 à 200 prestations : Aquitaine, Lorraine, Auvergne, Nord-Pas-de-Calais et Poitou-Charentes entre 100 et 119, mais aussi Rhône-Alpes, Alsace, Midi-Pyrénées et Centre (de 148 à 178) ;
- six régions regroupent de 200 à 300 prestations : Champagne-Ardenne, Pays-de-Loire, Basse-Normandie, Bourgogne et Franche-Comté offrent un nombre de prestations très voisins (de 200 à 222). La Bretagne en compte 264. Champagne-Ardenne et Franche-Comté figurent parmi les régions dont le nombre de festivals est le plus faible ;
- enfin, trois régions, Languedoc-Roussillon, Provence-Alpes-Côte d'Azur et Ile-de-France comptent plus de 300 prestations festivalières.

La répartition du nombre de prestations par festival témoigne également d'une extrême diversité : 49 % des festivals étudiés organisent de quatre à dix concerts et 28 % de onze à vingt concerts. A l'inverse quelques festivals d'une envergure exceptionnelle totalisent un grand nombre de prestations à caractère festif, parfois d'accès gratuit et se déroulant en plein air. Les « Tombées de la nuit » à Rennes offraient ainsi quatre-vingt-huit prestations en 1991, les « Flâneries musicales » de Reims 138 et « Paris quartiers d'été » 182.

Même si le champ de l'enquête était limité aux 247 festivals subventionnés par la direction de la musique et de la danse, cet échantillon est suffisamment

vaste pour offrir une certaine représentativité. Aussi, il a paru intéressant de rendre compte de la chronologie de la naissance de ces festivals. Celle-ci fait clairement apparaître que la création de la grande majorité d'entre eux est récente.

Fig. 1 : NOMBRE DE FESTIVALS COMPORTANT DES PRESTATIONS DE MUSIQUE OU DE DANSE SUBVENTIONNÉS PAR LA DMD - RÉPARTITION PAR RÉGION

RÉGION	NOMBRE FESTIVALS	NOMBRE PRESTATIONS	NOMBRE MOYEN DE PRESTATIONS PAR FESTIVAL
ALSACE	10	156	16
AQUITAINE	10	103	10
AUVERGNE	13	113	9
BASSE NORMANDIE	16	215	13
BOURGOGNE	18	217	12
BRETAGNE	12	264	22
CENTRE	12	178	15
CHAMPAGNE-ARDENNE	5	207	41
CORSE	7	72	10
FRANCHE-COMTÉ	6	222	37
HAUTE-NORMANDIE	3	37	12
ILE-DE-FRANCE dont Paris	23	900	39
LANGUEDOC-ROUSSILLON	18	367	20
LIMOUSIN	9	91	10
LORRAINE	6	111	19
MIDI-PYRÉNÉES	13	161	12
NORD-PAS-DE-CALAIS	6	114	19
PAYS-DE-LOIRE	12	211	18
PICARDIE	7	85	12
POITOU-CHARENTES	9	119	13
PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR	21	532	25
RHÔNE-ALPES	11	148	13
MOYENNE PAR RÉGION	11	210	-
<b>TOTAL</b>	<b>247</b>	<b>4 623</b>	<b>19</b>

Source : étude sur l'évaluation des festivals 1991 subventionnés par la DMD - Ministère de la culture.

Les festivals que l'on peut qualifier d'anciens sont en effet en nombre relativement limité : sept des festivals recensés existaient avant 1960. Il s'agit, à une exception près - le festival de danse bretonne - d'événements prestigieux, tels que les « Chorégies d'Orange », Avignon, Aix, Strasbourg, Prades et Besançon. Douze ont été créés dans les années soixante. Ils présentent tous de la musique classique à l'exception des Semaines internationales d'Orléans, dont le répertoire est contemporain. Quarante-sept, soit 19 %, avaient vu le jour dans les années soixante-dix.

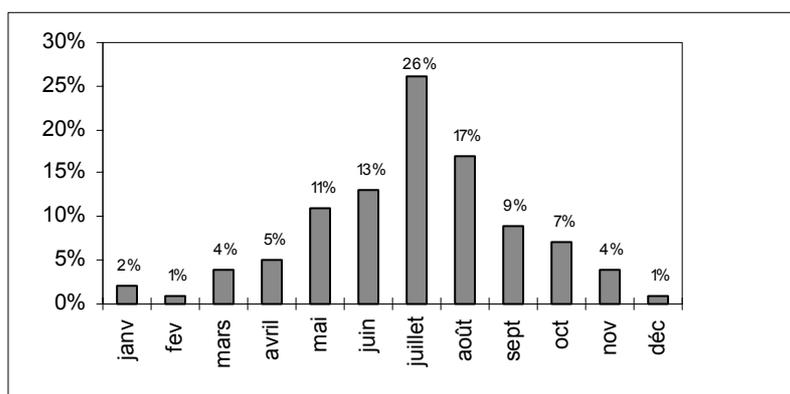
Les festivals de création récente représentaient de ce fait la grande majorité : 140 festivals, soit 56 %, ont vu le jour dans les années quatre-vingt. Les seules années 1990 et 1991 voyaient le lancement de quarante et un festivals supplémentaires soit 16,5 %.

Il convient de remarquer que cet accroissement sensible du nombre des créations s'accompagnait d'une diversification des répertoires. Cette diversité traduisait, selon les auteurs de l'étude, le souci des organisateurs de répondre à la demande du public, souvent jeune et local plutôt que vacancier. Et aussi d'éviter la saturation du répertoire classique, déjà largement représenté. Ainsi, les années quatre-vingt voyaient déjà la création des deux tiers des festivals de jazz. Plus de la moitié des festivals créés en 1990 et 1991 abandonneront la musique classique et baroque pour choisir le rock, le jazz, les variétés, la musique traditionnelle.

La répartition des festivals par mois, en prenant comme référence la date de début des festivals, afin de ne pas comptabiliser deux fois le même événement, met en évidence, outre les périodes de pointe et de creux par région, une évolution notable depuis le début des années quatre-vingt. Alors qu'auparavant, la saison festivalière se limitait pour l'essentiel aux trois mois d'été, l'été n'est plus la seule saison privilégiée par les organisateurs, et le public des vacanciers n'est plus la cible quasi exclusive. La saison s'étend à présent sur au moins six mois de l'année. Des festivals se déroulent même à longueur d'année. La période de pointe reste bien entendu les mois de juin, juillet et août, correspondant à la période estivale, qui totalisent 138 festivals (dont près de la moitié en juillet), soit plus de la moitié des festivals et des prestations de l'année. Durant ces trois mois, les régions les plus touristiques - situées en bord de mer ou dotées d'un patrimoine architectural particulièrement riche - Provence-Alpes-Côte d'Azur, Languedoc-Roussillon, Basse-Normandie, Bourgogne et Auvergne, connaissent la plus forte densité de festivals.

Les festivals d'intersaison - quarante neuf festivals de mars à mai et cinquante festivals de septembre à novembre - représentent 40 % du total. Il s'agit dans la plupart des cas de festivals spécialisés (jazz, musique baroque), ou faisant appel à une forte fréquentation locale.

Fig. 2 :CALENDRIER DES FESTIVALS PAR MOIS



Source : étude sur l'évaluation des festivals 1991 subventionnés par la DMD - Ministère de la culture.

La basse saison, de décembre à février, privilégie les festivals très spécialisés à fréquentation surtout locale et régionale. Ils jouent un véritable rôle d'animation culturelle. Le festival des « Transmusicales de Rennes », en décembre, est sans doute le plus médiatisé d'entre eux. Mais cette période est aussi celle du festival de musique contemporaine des « 38ème rugissants », à Grenoble, de « Futurs musiques », en Essonne, avec cinquante concerts en janvier, ou de « Rencontre de danse » en Pays-de-Loire, avec vingt-quatre représentations.

Enfin, le nombre de lieux de représentation par festival varie dans des proportions importantes. Les 247 festivals recensés dans le cadre de l'étude ont diffusé leur programme dans 1 244 lieux, soit en moyenne cinq par festival. Toutefois, 175 festivals, soit 71 %, diffusent leur programme dans un à cinq lieux soixante-cinq festivals, soit plus du quart, occupent un seul lieu, quarante et un festivals, soit 17 %, se répartissent dans six à neuf lieux. A l'inverse, trente et un festivals seulement, soit 13 % sont organisés dans plus de dix lieux. Cette dernière catégorie regroupe la plupart des festivals les plus connus du grand public et de la presse nationale, tels Avignon (vingt-deux lieux) et Musica (dix-huit lieux). Des festivals majoritairement soutenus d'un point de vue financier par les conseil généraux ou régionaux, ont pour destination d'irriguer les communes d'un ou de plusieurs départements d'une région.

Parmi les 1 244 lieux utilisés, les lieux patrimoniaux, bâtiments religieux surtout, mais également châteaux et autres monuments historiques, parmi lesquels les théâtres antiques viennent largement en tête, 41 %. Les salles municipales, maisons de jeunes, maisons de quartiers et foyers, et autres lieux polyvalents viennent ensuite, 21 %, puis enfin des lieux institutionnels, théâtres municipaux, scènes nationales, auditoriums, centre d'action culturelle reçoivent 19 % des spectacles.

Les lieux de plein air tels que les théâtres de verdure, places, rues, jardins, plages ou carrières, ne constituent, contrairement à une image souvent donnée par

la presse, que 7 % des lieux utilisés, sans doute par crainte des organisateurs de devoir annuler les manifestations en cas d'intempérie et par souci du confort des spectateurs. Chapiteaux et gradins 3 %.

Enfin, l'étude distingue une catégorie « lieux divers », qui réunit des cadres hétéroclites : établissements d'enseignement, cinémas, musées, librairies, salons privés, usines, entrepôts, hôpitaux, gymnases, cafés, restaurants... Ils ne représentent toutefois ensemble que 9 % des lieux d'accueil.

La capacité d'accueil de ces lieux est, en moyenne, relativement limitée, ce qui s'explique vraisemblablement par le profil intimiste de la plupart des monuments historiques qui accueillent une grande partie des festivals. Ainsi, la moitié, 59 % des lieux de diffusion offrent une capacité d'accueil variant de 101 à 500 places. Les très petits lieux d'accueil (100 places et moins) ne représentaient que 4 %.

Les lieux à forte capacité d'accueil restent donc fortement minoritaires, un quart seulement, soit 26 % offrant une capacité de 501 à 1 000 places. Les lieux dépassant 1 000 places sont exceptionnels : 11 % de 1 000 à 5 000 places et 1 % dépassant les 5 000 places.

## II - RÉPARTITION DES FESTIVALS PAR RÉPERTOIRE

En 1991, les festivals de musique, au nombre de 207, représentaient la grande majorité (84 %) des festivals subventionnés par la direction de la musique et de la danse. Ils offraient 3 095 concerts, soit les 2/3 des prestations totales, cette prédominance étant constatée dans toutes les régions. Leur budget total atteignait 344 millions (soit 61 % de l'ensemble), le budget moyen étant de 1 720 000 F. Ces chiffres globaux recouvrent toutefois des disparités considérables selon les festivals. Les budgets variant pour cette discipline entre les 44 000 F de « l'Eté de Saint-Bernard », en Limousin, à 17 millions de francs. A eux tous, ils rassemblent 1 840 000 auditeurs, soit 68 % du total de la fréquentation.

Cette prédominance des festivals de musique impose une subdivision plus fine entre les différents répertoires de cette discipline.

Les festivals de musique classique, dont le répertoire s'étend par convention de la période post-baroque, fin du XVII<sup>ème</sup> siècle, à la fin de la première partie du XX<sup>ème</sup> siècle, représentent à eux seuls 37 % des festivals subventionnés. Leurs budgets sont, en moyenne, sensiblement moins élevés que ceux des autres festivals. Sur un total de quatre-vingt-douze, dix-huit seulement dépassent un million de francs. Seuls deux d'entre eux (Biennale de Lyon et festival Radio-France Montpellier) dépassent la dizaine de millions.

Parmi ceux-ci, une vingtaine de festivals de prestige joue un rôle de vitrine et de locomotive pour la commune, voire le département qui les accueillent. Leur budget n'est pas pour autant nécessairement très élevé : le budget moyen de festivals de grande notoriété, comme celui de la Grange de Meslay, de Prades, de la Roque d'Anthéron ou de Besançon, ne dépasse pas cinq millions de francs pour un nombre de concerts variant de vingt-cinq à trente-cinq.

Les festivals diffusant moins de dix concerts, c'est-à-dire environ la moitié dans cette catégorie, se déroulant le plus souvent en période estivale et mettant généralement en valeur un monument historique, participent au phénomène de tourisme culturel.

20 % seulement des festivals de musique classique dépassent la capacité d'accueil de 10 000 auditeurs. Les « Flâneries musicales » de Reims, diffusant dans onze lieux de la ville, gratuits pour les quatre cinquièmes, des concerts et attirant 52 000 spectateurs, constituent donc une exception.

Les festivals de musique baroque et ancienne sont au nombre de quinze, soit 6 % du total : douze de musique baroque, trois de musique ancienne. Ils présentent de faibles différences par rapport à ceux programmant de la musique classique. Ils sont prestigieux. La moitié de ces festivals ont une notoriété dépassant le cadre de leur région de diffusion. Elle est liée principalement à la programmation d'artistes de grand renom, mais elle est génératrice de coûts élevés. De ce fait, leurs budgets sont en moyenne un peu plus élevés que ceux de musique classique. Ils varient de moins de 100 000 F à près de cinq millions de francs. Le tiers de ces festivals ont un budget dépassant un million de francs.

Toutefois, quelques petits festivals organisés hors saison visent le public local, à l'image du festival de musique baroque des « trois quartiers » de Poitiers, qui se tient dans des quartiers défavorisés.

Les festivals de jazz représentent la seconde catégorie par son importance numérique, 19 %. En revanche, leur fréquentation atteint une plus faible proportion, 13 % environ. En effet, beaucoup de festivals de jazz n'organisent qu'un petit nombre de prestations dans des lieux dont les capacités d'accueil sont moyennes ou réduites. Ainsi, les trois quarts des quarante-sept festivals de jazz n'atteignent pas 10 000 auditeurs. Le plus important par sa notoriété, sa fréquentation, sa programmation et son budget est vraisemblablement « Jazz in Marciac », dans le Gers.

Musique contemporaine : sept festivals programment exclusivement ce répertoire (seconde moitié du XX<sup>ème</sup> siècle) ; quatre d'entre eux jouissent d'une renommée internationale, dont Musica, qui constitue l'événement en ce domaine, et le festival de musique électroacoustique de Bourges. Ce type de festival touche toutefois dix fois moins d'auditeurs que celui de jazz.

Répertoire mixte : vingt festivals de répertoire mixte - dont quatre organisés en Provence-Alpes-Côte d'Azur - représentent 8 % du nombre total des festivals. Mais ces festivals attirent 14,5 % des spectateurs. Ils représentent donc la deuxième audience après celle des festivals de musique classique. Les répertoires sont mélangés de façon très variée : quatorze festivals, soit 70 %, incluent du jazz, dix, soit 50 %, du rock, neuf du répertoire classique, sept de la variété, cinq des musiques métisses ou traditionnelles. La formule la plus courante comportent trois types de répertoire dont le jazz.

Enfin, l'étude recense treize festivals de rock, sept de variétés, sept de musique traditionnelle. Quelques festivals de musique fondent leur spécificité sur un instrument ou un groupe d'instruments : cinq de piano, trois d'orgue, deux d'accordéon, un de clavecin, un de cordes et un de quatuor.

Fig. 3: FRÉQUENTATION TOTALE DES FESTIVALS - NOMBRE DE SPECTATEURS PAR RÉPERTOIRE POUR LA MUSIQUE, ET PAR DISCIPLINE POUR LA DANSE, L'ART LYRIQUE ET LES FESTIVALS PLURIDISCIPLINAIRES

RÉGION	Classique	Baroque	Contemp.	Jazz	Rock	Variété	Traditionn.	Mixte	Total musique	Danse	Lyrique	pluridisc	Total	%
Alsace	7 000	3 000	19 000	11 500	0	0	0	38 000	78 500	3 200	0	0	81 700	3 %
Aquitaine	30.700	0	0	15 500	0	0	0	0	46 200	0	0	0	46 200	2 %
Auvergne	33 800	0	0	7 100	13 500	0	800	0	55 200	0	0	0	55 200	2 %
Basse Normandie	15 770	0	1 500	27 100	1 300	800	0	35 000	81 470	0	0	0	81 470	3 %
Bourgogne	23 618	13 500	0	10.400	2 800	2 250	0	6 000	58 568	0	9 400	10.700	78 668	3 %
Bretagne	4 500	0	0	8 000	31 500	0	0	0	44 000	2 300	0	185 000	231 300	9 %
Centre	43 750	0	5 000	9 000	0	51 500	25 000	0	134 250	0	4 200	0	138 450	5 %
Champagne-Ardenne	60.400	0	0	0	0	0	0	0	60.400	0	0	21 000	81 400	3 %
Corse	5 600	0	0	7 000	0	0	5 400	600	18 600	0	0	0	18 600	1 %
Franche-Comté	17 000	0	0	17 600	60 000	0	0	31 600	126 200	0	0	0	126 200	5 %
Haute-Normandie	0	0	2 500	0	2 000	0	0	0	4 500	0	0	18 000	22 500	1 %
Ile-de-France	30.700	1 700	0	51 600	7 500	8 300	0	2 850	102 650	30 000	0	18 000	150.650	6 %
Languedoc-Roussillon	79 670	0	0	16 200	22 000	0	0	206 900	324 770	46 000	0	5 600	376 370	14 %
Limousin	7 030	1 780	0	8 000	0	0	0	6 000	22 810	3 650	0	0	26 460	1 %
Lorraine	10.500	0	6 000	28 600	0	0	0	0	45 100	1 754	0	5 000	51 854	2 %
Midi-Pyrénées	37 400	0	0	37 300	0	2 500	0	0	77 200	0	0	25 200	102 400	4 %
Nord-Pas-de-Calais	0	2 200	0	12 000	0	0	0	23 000	37 200	0	1 600	40.200	79 000	3 %
Paris	21 000	0	0	11 700	0	0	0	0	32 700	0	0	202 000	234 700	9 %
Pays-de-Loire	32 050	2 900	0	11 500	2 000	0	0	1 000	49 450	8 300	0	12 800	70.550	3 %
Picardie	28 000	1 500	0	17 000	0	0	0	0	46 500	0	0	0	46 500	2 %
Poitou-Charentes	5 500	17 370	0	2 500	0	188 000	0	21 400	234 770	0	0	2 000	236 770	9 %
Provence-Alpes-Côte d'Azur	35 400	4 900	0	25 200	0	0	1 200	15 400	82 100	24 800	67 600	110.500	285 000	11 %
Rhône-Alpes	35 917	16 000	7 400	14 500	0	0	3 200	0	77 017	0	0	0	77 017	3 %
<b>Total</b>	<b>565 305</b>	<b>64 850</b>	<b>41 400</b>	<b>349 300</b>	<b>142 600</b>	<b>253 350</b>	<b>35 600</b>	<b>387 750</b>	<b>1 840.155</b>	<b>120 004</b>	<b>82 800</b>	<b>656 000</b>	<b>2 698 959</b>	<b>100 %</b>
<b>Pourcentage</b>	<b>21 %</b>	<b>2,5 %</b>	<b>1,5 %</b>	<b>13 %</b>	<b>5,5 %</b>	<b>9,5 %</b>	<b>1,5 %</b>	<b>14,5 %</b>	<b>68 %</b>	<b>4 %</b>	<b>3 %</b>	<b>24 %</b>	<b>100 %</b>	

Source : étude sur l'évaluation des festivals 1991 subventionnés par la DMD - Ministère de la culture.

Hors la musique, massivement représentée, les festivals relevant de trois disciplines entraient dans le champ de l'étude :

- danse : onze festivals spécialisés, se déroulant pour six d'entre eux en hiver, proposent 205 représentations. Ils attirent au total 120 000 spectateurs. Seules huit régions accueillent ces festivals. La région Provence-Alpes-Côte d'Azur en reçoit à elle seule trois, et les Pays-de-Loire deux. Le festival le plus important est « Montpellier Danse », tant par le nombre de représentations (46) que par sa fréquentation (38 % du total des festivals de danse), suivi par la « Biennale du Val-de-Marne » (30 représentations et 25 % du public des festivals de cette discipline). Les budgets des festivals de danse se situent majoritairement entre 1 et 5 millions de francs, à l'exception de « Montpellier Danse », dont le budget total s'élève à plus de 10 millions de francs ;
- art lyrique : cinq festivals totalisent quatre-vingt-quinze représentations et 83 000 spectateurs. Parmi eux, deux festivals atteignent une importance exceptionnelle : Aix-en-Provence, dont le budget total avoisine 40 millions de francs, les quarante-sept prestations offertes attirant 30 000 spectateurs. Les « Chorégies d'Orange », elles, drainent un public comparable pour cinq représentations et un budget presque de moitié moindre ;
- festivals pluridisciplinaires : vingt-quatre festivals proposent enfin le quart des prestations totales, drainant 24 % du public de l'ensemble des festivals étudiés. Outre de la musique, quatorze programment de la danse, dont sept avec danse et théâtre, sept avec théâtre et cinéma et trois avec de l'opéra. Parmi eux se détachent le festival d'Avignon (34 millions de budget) et le « festival d'Automne » (23 millions). Viennent ensuite quatre manifestations un peu moins prestigieuses : « les Tombées de la nuit », « Paris quartier d'été », le festival de Lille et celui de Saint-Denis. Leur coût est en moyenne assez élevé, un quart seulement ayant un budget inférieur à 1 million de francs. Ces festivals pluridisciplinaires récréent la notion de fête et d'événement qui était à l'origine associée à celle de festival. Ils attirent des publics différents de celui fréquentant les festivals spécialisés.

### III - DONNÉES BUDGÉTAIRES

Le budget total des 247 festivals étudiés atteint, en 1991, 567 millions de francs. La répartition de ce montant total est très inégale sur un plan régional :

- cinq régions : la Corse, le Limousin, la Basse-Normandie, la Lorraine, et l'Aquitaine, ont un budget inférieur à 10 millions de francs. Dans cette tranche de budget, la région Basse-Normandie se singularise en ce qu'avec le troisième plus faible budget, elle figure parmi les régions offrant le plus de festivals (16), le plus de concerts (plus de 200). Elle prend place au douzième rang régional en ce qui concerne le nombre de spectateurs attirés (81 000). Les quatre autres

régions citées accueillent relativement peu de festivals et de prestations. Les fréquentations y sont faibles ;

- six régions : la Haute-Normandie, Champagne-Ardenne, l'Auvergne, la Picardie, les Pays-de-Loire et la Bourgogne, ont un budget compris entre 10 et 20 millions de francs. Champagne-Ardenne se distingue dans cette catégorie, avec un nombre de concerts (plus de 200) et une fréquentation (plus de 80 000 spectateurs) relativement importants au regard de son budget. Les autres régions ont une fréquentation relativement faible - en moyenne de l'ordre de 50 000 personnes - par rapport au nombre de concerts présentés et à leur budget ;
- six régions : Franche-Comté, Midi-Pyrénées, Nord-Pas-de-Calais, Alsace, Poitou-Charentes et Rhône-Alpes, ont un budget compris entre 20 et 30 millions de francs. La Franche-Comté et Poitou-Charentes présentent dans cette tranche un profil particulier en ce qu'elles attirent un nombre de spectateurs élevé (respectivement 126 000 et 236 000) au regard de leur budget ;
- enfin, cinq régions ont un budget qui excède 30 millions de francs. La Bretagne, dont le budget est le plus faible dans cette tranche, devance le Centre avec le double de prestations et de fréquentations pour un budget équivalent. Le Languedoc-Roussillon (40 millions de francs, soit 7 % du total), l'Ile-de-France (80 millions de francs, 14 % du total) et Provence-Alpes-Côte d'Azur (120 millions de francs, 21 % du total) détiennent logiquement les records en nombre de festivals, de prestations et de fréquentations.

Le budget par festival était à cette époque, en 1991, de deux millions de francs en moyenne. Mais les disparités sont très fortes entre les festivals, les deux extrêmes étant Aix-en-Provence, avec 42 millions de francs, et le « festival de Saint-Léonard en Limousin », avec 44 300 F.

La majorité des festivals subventionnés ont des budgets modestes : plus du tiers des festivals ont ainsi un budget inférieur ou égal à 500 000 F, et 55 % un budget inférieur ou égal à 1 million de francs. Un autre tiers des festivals a des budgets d'importance moyenne, de 1 à 5 millions de francs. Seule une minorité (6 %) de festivals a des budgets dépassant 10 millions de francs.

Fig. 4 : BUDGET TOTAL DES FESTIVALS 1991

Montant en MF	Nombre de festivals	Pourcentage
0,5 et moins	88	36
0,5 à 1 MF	48	19
1 MF à 5 MF	86	35
5 MF à 10 MF	12	5
10 MF à 20 MF	9	4
20 MF et plus	4	2
TOTAL	247	100

Source : étude DMD - 1992

On doit constater que, contrairement à des opinions souvent avancées dans la presse, les subventions publiques ne sont pas majoritaires dans le financement des festivals étudiés. Les contributions des villes représentaient 19 %, celles du ministère de la culture 10 %, celles des départements 9 % et celles des régions 7 %. Les recettes propres fournissaient 35 % du budget (soit près de 200 millions de francs), le mécénat 12 %, les sociétés civiles (Spedidam, Adami, Sacem, fonds de soutien aux variétés, surtout pour les spectacles de jazz et de variétés) 3 % et les coproductions 2 %. Soit un total de 52 %.

La part des recettes propres dans le financement des festivals (35 %, correspondant surtout au produit des entrées payantes, des ventes de programmes et des buvettes) apparaît remarquable. En effet, les orchestres subventionnés n'obtiennent par exemple en moyenne que 25 % de recettes propres. Les théâtres lyriques de province 16 %.

La direction de la musique et de la danse disposait en 1991 de 35 millions de francs pour soutenir les festivals. La moitié de cette enveloppe allait à quinze festivals particulièrement prestigieux, véritables vitrines au plan national et international. Ils présentaient tous un intérêt artistique certain. Enfin, la direction de la musique et de la danse encourageait également, par ces aides élevées, la création.

A l'inverse de l'aide apportée à ces quinze festivals, les deux tiers des autres festivals recevaient de la DMD entre 5 000 et 50 000 F. Cette présence quasi symbolique jouait le plus souvent comme une sorte de label, susceptible d'améliorer l'image de marque d'un festival, quelle que soit son importance.

S'ajoutait à ces 35 millions de francs une participation de 24 millions de francs des autres directions et des services déconcentrés (Caisse des monuments historiques) du ministère de la culture.

Les villes apportaient 108 millions de francs au total, soit 19 % des ressources, un grand nombre de villes associant leur nom à un festival. Certaines valorisaient ainsi leur image de marque, Avignon, Beaune, Besançon, Lille, Saintes ou Strasbourg. D'autres, parfois très isolées, y venaient chercher leur notoriété, due en partie au festival qu'elles accueillent, telles la Roque d'Antheron, le Vignan, Estagel, St Lizier, Uzeste ou Marciac.

L'apport du mécénat est en moyenne de 12 % du total soit un peu moins que celui des villes. Les mécènes aident les festivals déjà soutenus par la DMD. 80 % d'entre eux reçoivent des aides de moins de 500 000 F. quatorze festivals bénéficient au contraire d'aides de 1 million et plus. D'où un effet cumulatif, les bénéficiaires sont souvent les mêmes festivals que ceux aidés fortement par tous les autres partenaires. C'est le cas des huit festivals parmi les plus aidés par l'Etat.

En revanche, certains petits festivals réussissent quand même à obtenir de fortes aides du mécénat comme le festival de Saint-Riquier, celui d'Auvers-sur-Oise, ou les Eurockéennes.

Il y a aussi les « exclus » du mécénat. Figurent parmi les 20 % « d'exclus » cinq festivals de danse, soit la moitié de l'échantillon, un grand nombre de festivals de jazz et de rock ainsi que les festivals de musique traditionnelle et métisse, sans doute parce qu'ils ne sont pas assez porteurs pour les partenaires potentiels.

Fig. 5 : FESTIVALS 1991 - RECETTES EN FRANCS - RÉPARTITION PAR PARTENAIRE ET PAR RÉGION

RÉGION	Nombre festival	Budget total	%	Mcc autres directions	DMD	Région	Département	Villes	Mécénat	Recettes propres	Soc. civiles	Coproduction	Autres
Alsace	10	25 555 150	5	342 250	3 085 000	3 090 000	1 517 000	4 290 000	3 180 200	8 647 000	863 300	530 400	10 000
Aquitaine	10	8 258 850	1	320 000	497 500	757 000	975 500	796 250	971 300	3 656 300	135 000	150 000	0
Auvergne	13	13 034 000	2	0	706 000	781 000	1 290 100	587 800	1 468 600	7 652 200	75 000	157 300	316 000
Basse Normandie	16	7 901 300	1	60 500	445 000	272 000	808 000	2 671 200	1 095 000	2 247 600	118 000	164 000	20 000
Bourgogne	18	17 231 900	3	208 000	578 500	1 701 500	1 012 000	3 246 000	3 202 600	6 272 300	140 000	755 000	116 000
Bretagne	12	32 995 400	6	1 390 000	813 000	1 172 000	962 000	8 523 600	2 915 500	16 009 200	165 000	455 100	590 000
Centre	12	33 626 220	6	230 000	3 622 000	1 700 000	1 083 000	5 393 500	6 950 000	11 402 300	2 520 420	315 000	410 000
Champagne-Ardenne	5	10 852 900	2	50 000	470 000	710 000	1 170 000	4 628 000	1 771 000	1 988 900	65 000	0	0
corse	7	3 690 850	1	0	415 000	520 000	380 000	629 000	313 600	1 405 250	8 000	0	20 000
Franche-Comté	6	20 647 000	4	370 000	730 000	1 180 000	2 985 000	2 697 900	2 306 700	9 653 600	486 000	14 800	223 000
Haute-Normandie	3	10 820 200	2	0	290 000	970 000	5 200 000	605 200	835 000	2 290 000	110 000	500 000	20 000
Ile-de-France	18	37 946 500	7	614 600	2 510 000	2 655 000	11 325 000	5 378 000	3 288 000	10 331 700	1 082 400	360 000	401 800
Languedoc-Roussillon	18	40 639 600	7	686 000	1 986 000	1 315 000	1 976 000	14 747 600	7 314 300	7 570 400	851 800	3 572 000	620 500
Limousin	9	6 758 000	1	140 000	645 000	710 600	401 000	1 257 100	918 000	2 363 200	208 100	110 000	5 000
Lorraine	6	8 250 570	1	100 000	950 000	485 000	310 000	2 015 000	948 300	2 397 200	277 770	612 300	155 000
Midi-Pyrénées	13	21 546 300	4	280 000	1 205 000	1 595 000	2 566 500	1 916 000	4 249 400	9 195 500	411 500	0	127 400
Nord-Pas-de-Calais	6	23 078 000	4	250 000	1 380 000	6 640 000	1 806 000	4 977 900	1 377 600	5 577 500	89 000	980 000	0
Paris	5	41 157 300	7	13 108 000	2 285 000	0	0	5 850 000	4 071 000	11 748 500	1 667 600	206 500	2 220 700
Pays-de-Loire	12	14 415 975	3	50 000	1 059 500	757 300	1 983 000	3 343 975	2 796 900	3 119 200	236 700	950 000	119 400
Picardie	7	14 088 300	2	110 000	500 000	4 925 000	2 380 000	1 409 500	2 333 000	1 996 600	130 000	52 200	252 000
Poitou-Charentes	9	26 308 500	5	800 000	2 682 000	1 420 000	1 228 000	4 101 500	4 995 800	7 226 100	2 633 000	45 600	1 176 500
Provence-Alpes-Côte d'Azur	21	118 493 100	21	4 865 000	6 850 000	6 664 000	7 575 000	21 224 400	9 095 100	58 993 200	1 628 100	18 000	1 580 300
Rhône-Alpes	11	29 797 400	5	50 000	1 430 000	2 130 000	4 155 000	8 635 000	4 263 000	8 197 400	372 000	345 000	220 000
<b>Totaux</b>	<b>247</b>	<b>567 093 315</b>	<b>100</b>	<b>24 024 350</b>	<b>35 134 500</b>	<b>42 150 400</b>	<b>53 088 100</b>	<b>108 924 425</b>	<b>70 659 900</b>	<b>199 941 150</b>	<b>14 273 690</b>	<b>10 293 200</b>	<b>8 603 600</b>
<b>Pourcentage</b>				<b>4</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>19</b>	<b>12</b>	<b>35</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

Source : étude sur l'évaluation des festivals 1991 subventionnés par la DMD - ministère de la culture

#### IV - FRÉQUENTATION

La fréquentation totale des festivals faisant l'objet de l'étude s'est élevée en 1991 à près de 2,7 millions de personnes. La fréquentation moyenne est de 10 900 personnes par festival et de 122 000 par région. Ces chiffres globaux recouvrent toutefois de très importantes disparités d'un festival à l'autre. En effet, un quart des festivals a une fréquentation inférieure à 1 000 personnes, et le tiers une fréquentation comprise entre 1 000 et 5 000 personnes, vingt-sept festivals de l'échantillon seulement accueillant plus de 20 000 spectateurs.

Fig. 6 : FREQUENTATION DES FESTIVALS EN POURCENTAGE

Nombre de spectateurs	Pourcentage de festivals
1 000 et moins	24
1 001 à 5 000	33
5 001 à 10 000	18
10 001 à 20 000	14
20 001 à 30 000	4
30 001 à 50 000	3
Plus 50 000	3
total	99

Source : étude DMD - 1992

D'un point de vue régional, l'Ile-de-France connaît la plus forte fréquentation, avec 385 000 personnes (15 % du total), devant le Languedoc-Roussillon (14 %), Provence-Alpes-Côte d'Azur (11 %), Poitou-Charentes et Bretagne (9 %).

#### V - REMARQUES

Souhaitant diversifier leur public, les organisateurs de festival optent dans leur grande majorité pour une politique tarifaire souple. Les tarifs préférentiels visent de multiples catégories de population (jeunes et scolaire, groupes, chômeurs, bénéficiaires de cartes vermeille, abonnés). La moyenne du tarif le plus bas était en 1991 de 53 F, toute discipline confondue, la moyenne du tarif le plus élevé de 125 F. 4 % des festivals sont même gratuits : ils drainent 11 % de la totalité du public.

Pour acquérir une légitimité auprès des financiers et du public, attirer un public différent de celui des vacanciers (soit élèves musiciens de la région, soit musiciens professionnels), mais aussi accroître leurs ressources propres, les festivals multiplient les activités d'accompagnement, stages, master-classes, ateliers, ou animations en milieu scolaire. 43 % des festivals subventionnés en 1991 ont eu recours à ces pratiques d'irrigation culturelle de la région où ils diffusent.

## CHAPITRE II

### L'ÉTUDE DE L'ASSOCIATION DES MAIRES DE GRANDES VILLES DE FRANCE

L'Association des maires de grandes villes de France a engagé une enquête portant sur quatre-vingt-un festivals qui se sont déroulés en 1990 dans vingt-deux grandes villes. Les auteurs soulignent qu'elle ne vise pas à établir des moyennes mais plutôt à essayer de dégager un recensement total des pratiques en la matière. Les questionnaires ayant été directement adressés aux villes, ils attirent l'attention sur le fait que des imprécisions apparaissent, certains festivals étant gérés par des structures indépendantes de la commune.

Sur les quatre-vingt-un festivals recensés, vingt-quatre se sont déroulés sur les seules villes de Dijon et Toulouse. Plus de 32 % étaient consacrés à la musique classique, alors que la moyenne sur l'ensemble des festivals en France est de 41 %. 16 % sont consacrés au cinéma ou au court métrage. dix-neuf festivals échappaient aux genres en cours et étaient classés dans la rubrique « autres » : il s'agissait soit d'animations de rues (les jeudis du port à Brest), soit d'animations pluriculturelles (festival Interceltique de Lorient), soit de festivals qui abordent des thématiques particulières (festival des cascadeurs à Toulouse).

Fig. 7 : TYPOLOGIE DES FESTIVALS DANS LES GRANDES VILLES

Genre	Proportion
Musique classique	32 %
Cinéma et court métrage	16 %
Jazz	10 %
Danse	7 %
Théâtre	6 %
Variétés, rock	6 %
Autres	23 %

L'étude souligne par ailleurs le développement récent des festivals. 61 % des festivals ayant fourni leur date de création sont nés après 1982, année à partir de laquelle les communes ont été dotées de plus larges pouvoirs en matière culturelle. Cependant, les grandes villes organisaient déjà des festivals avant cette période. 39 % parmi ceux recensés étaient antérieurs à 1982. Le « festival international de musique » de Besançon a été créé en 1948, le festival de Lille en 1971 ou le festival de Versailles en 1970.

L'étude précisait en outre que, sur soixante-seize festivals ayant donné leur calendrier de déroulement, quarante-six ont lieu sur les mois d'avril, mai, juin, septembre ou octobre, soit 60 %, alors que seuls seize festivals se déroulent en

juillet-août. La prééminence des festivals dans les grandes villes en période pré et post vacances peut laisser à penser que les élus estiment que leurs administrés sont plus disponibles et présents au printemps et à l'automne et qu'ainsi, possibilité leur est laissée d'aller dans les festivals qu'ils trouveront sur les routes de leurs vacances.

La fréquentation d'un festival dépendant de son thème, de sa spécificité, de sa durée, de sa capacité d'accueil et de sa notoriété, il est difficile d'établir un comparatif entre villes. L'étude signale néanmoins la présence de quelques manifestations d'envergure comme le « festival Interceltique » qui recense 210 000 spectateurs, la Biennale d'art contemporain de Lyon qui attire plus de 100 000 spectateurs, la Feria de musique de rue couplée avec la Feria de Nîmes qui estime son affluence à 160 000 spectateurs ou la semaine Malgache de Saint-Denis de la Réunion qui atteint plus de 50 000 spectateurs. Au total, on recense en moyenne plus de 27 000 spectateurs par festival.

En ce qui concerne la structure et le financement des festivals, à quelques exceptions près, tous sont organisés par des associations de type loi 1901.

Les budgets des festivals recensés dans l'étude s'échelonnent de 43 000 F (jazz dans la ville à Mulhouse) à plus de 20 millions de francs pour la « Biennale de la danse » à Lyon. 69 % des budgets dépassant le million de francs. Globalement, le volume budgétaire des festivals dans les grandes villes atteint 209 millions de francs financé à hauteur de 65 millions par les villes elles-mêmes (soit 33,6 % du budget). L'Etat apporte 15 millions de francs (7 %). Les départements fournissent 7 millions (3 %). Les régions donnent 8 millions de francs (3,5 %). Les entrées et les ressources « extérieures », dont le mécénat, autofinancent les festivals à hauteur de 114 millions de francs.

Les aides en nature apportées par les grandes villes sont importantes. Ces festivals, souvent organisés par des bénévoles, sollicitent l'appui logistique de la mairie, la municipalité constituant le seul interlocuteur direct avec lequel un organisateur a des relations régulières de « bon voisinage ». D'un point de vue technique, beaucoup de grandes villes laissent gratuitement l'usage de leurs salles de spectacles aux festivals : Besançon, Clermont-Ferrand, Dunkerque, le Mans, Lille, Lorient, Saint-Denis de la Réunion, Tours et Versailles, le festival se déroulant au château. Elles prêtent également podiums, décors, matériel de sonorisation ou d'éclairage. Nombre de grandes villes mettent également à disposition des festivals du personnel technique, voire une cellule administrative qui souvent s'occupe de la gestion des spectacles (réservation, billetterie). Par ailleurs, les services municipaux de certaines collectivités prennent directement en charge la communication relative au festival. C'est le cas de Dunkerque, Saint-Denis de la Réunion, Versailles.

Quant à l'impact des festivals, l'étude la mesure d'abord à l'aide financière que peuvent apporter les « sponsors », aide souvent significative de l'intérêt qu'a une entreprise à soutenir le développement culturel local. quarante-six festivals reçoivent une aide financière de la part de mécènes. Le mécénat représente 10 % du budget du « festival Interceltique de Lorient », soit un million de francs. La « Biennale de la danse » de Lyon reçoit 2,841 millions de francs d'aides privées. Le mécénat finance la « Grande parade du jazz de Nice » à hauteur de 30 % de

son budget. Le « festival du film d'architecture et d'urbanisme du Mans » est financé à 80 % par des aides privées. « Jazz en tête » à Clermont-Ferrand reçoit une aide qui correspond à près de 50 % de son budget.

L'origine géographique du mécénat est la plupart du temps locale. Toutefois, trente-sept entreprises de notoriété nationale sont également recensées parmi les sponsors des festivals et dans huit grandes villes, les festivals reçoivent une aide de la part d'entreprises de niveau international. L'étude note que la vitalité culturelle est un élément de plus en plus important dans le choix des entreprises pour s'installer sur un site.

On remarquera avec regret que l'étude n'aborde pas le problème des retombées économiques et, à ce niveau-là, de la rentabilité des festivals. En revanche, s'agissant des retombées sur l'emploi, l'étude de l'association conclut à une professionnalisation croissante. Réussir un festival devient une préoccupation qui exige un effort mené sur toute une année, « donc un vrai métier ». Dans les grandes villes, vingt et un festivals emploient au total plus de quatre-vingts personnes à temps plein toute l'année. Pendant la durée de la manifestation, les festivals emploient plus de 600 personnes à temps plein et plus de 250 personnes à temps partiel. Ce recensement ne dénombre pas le personnel employé directement par les villes pour organiser tel ou tel festival.

Enfin, il est souligné que, depuis une dizaine d'années, toute manifestation culturelle est devenue un outil de promotion pour l'image d'une commune. Les retombées des festivals semblent le plus souvent à la hauteur des espérances. Pratiquement toutes les grandes villes enregistrent des retombées dans les médias nationaux pour au moins un des festivals qui se déroulent sur leur territoire. Les festivals contribuent ainsi à la promotion de leur image de capitale culturelle.

## CHAPITRE III

### LE RAPPORT ÉCONOMIQUE « FESTIVALS ET PATRIMOINE » DE 1987

Ce rapport du ministère de la culture étudiait au regard de leurs objectifs, de leur budget et de leurs retombées économiques et sociales huit événements culturels : le « festival du Marais » et le festival « d'Art sacré » à Paris, les « Tombées de la nuit » à Rennes, « la Fête médiévale de Provins », le « festival international de Nîmes », le « festival international de danse » à Montpellier, « les Rencontres internationales de la photographie » en Arles et le festival de Carcassonne.

#### I - PRÉSENTATION DES FESTIVALS

Ces événements peuvent être classés selon leurs objectifs.

Certains cherchent d'abord à animer un patrimoine particulièrement riche :

- le « festival du Marais » créé en 1963 visait ainsi, à l'origine, à sauvegarder et à mettre en valeur l'architecture de ce quartier historique. Il se déroule du 13 juin au 13 juillet et donne des spectacles de danse, théâtre, musique, attirant 22 000 personnes ;
- le festival de Rennes - danse, musique, opéra, poésie, marionnettes, cinéma, exposition - qui se déroule en plein air au début du mois de juillet, valorise le coeur ancien de la capitale bretonne (place du Palais, place médiévale...) et la diversité de la création régionale. Il compte 2 300 000 spectateurs en deux semaines ;
- « la Fête médiévale de Provins » (du 14 au 15 juin, 6 000 spectateurs) recrée depuis 1984 les réjouissances du moyen âge : musique, théâtre, jeux, salon du livre historique.

D'autres illustrent la recherche d'une identité artistique par une spécialisation culturelle, l'objectif d'animation du patrimoine architectural étant également souvent présent :

- le « festival d'Art sacré » à Paris, créé en 1977, a pour objectif privilégié de présenter les oeuvres de la musique sacrée et liturgique dans le cadre originel de leur création (églises, synagogues, cathédrales). Il se déroule du 22 octobre au 24 décembre et accueille 17 000 spectateurs par an ;
- le « festival international de Nîmes », organisé pour la première fois en 1979 dans les arènes, vise à servir le jazz en utilisant un chef-d'oeuvre du patrimoine, pour l'accueillir. Les concerts gratuits permettent, par exemple, de le faire connaître à un très vaste auditoire. Le festival se déroule pendant une semaine au début du mois de juillet et accueille 20 000 spectateurs ;

- le « festival international de danse » à Montpellier (danse, exposition, vidéo) accueille 19 000 spectateurs pendant trois semaines de la fin du mois de juin au début du mois de juillet. Il vise à enrichir l'identité de la ville et du département de l'Hérault par la dimension artistique de la danse ;
- les « Rencontres internationales de la photographie » en Arles se déroulent tout au long du mois de juillet et accueillent 17 000 spectateurs. Créées en 1970, elles accueillent cette année-là trois photographes. Aujourd'hui, l'extraordinaire augmentation du nombre de visiteurs explique qu'elles se soient déplacées du musée Réattu au théâtre romain. Le festival diffuse et promeut l'art photographique et, en même temps, fait revivre le patrimoine.

A Carcassonne, (pendant le mois de juillet, 16 000 spectateurs) l'objectif est avant tout économique. Il s'agit, depuis 1936, d'attirer le maximum de public par un programme plurisectoriel, danse, musique, théâtre, variété, destiné à plaire à tout le monde.

## II - BUDGET

En matière de recettes budgétaires, l'étude distingue trois niveaux de festivals selon le volume global de leur budget :

- En Arles et à Montpellier, le budget global dépasse 5 millions de francs.

En Arles, le mécénat assure 52 % du plan de financement des « Rencontres. » Véritable entreprise culturelle, ce partenariat avec divers partenaires privés (parmi lesquels Kodak et Ilford) se traduit également par des échanges de services, d'image et de notoriété. Il débouche sur un véritable soutien logistique.

Le « festival de danse » à Montpellier, qui offre une image prestigieuse à la ville, est porté par la municipalité (79 % dans le plan de financement).

- Carcassonne, le Marais, Nîmes, dont le budget global se situe entre 2,5 et 3 millions de francs ont la meilleure capacité de recettes propres (73 % pour Nîmes).
- Pour deux festivals ayant un budget légèrement supérieur à 2 millions de francs, le financement principal n'a pas la même origine : le mécénat intervient à 24 % pour le festival « d'Art sacré » à Paris, la ville de Rennes à 59 % pour les « Tombées de la nuit ».

Si l'on considère la part moyenne de chaque mode de financement dans le budget global d'un festival, celle des collectivités locales avec 52 % apparaît la plus importante. Ce pourcentage concerne uniquement l'apport financier direct. La plus grande partie est fournie par les municipalités, principaux bénéficiaires de l'impact des festivals. Le financement de l'Etat est seulement de 8 % en moyenne. La part des recettes propres, 29 % en moyenne, est très variable. Elle est, par exemple, très faible à Provins où les spectacles sont gratuits. Seuls deux festivals, Arles et « Art sacré » à Paris reçoivent des subventions directes de partenaires privés.

### III - DÉPENSES

Les dépenses se décomposent d'une part en charges artistiques, évaluées à partir du cachet des artistes, du régisseur, du chef de plateau, des frais de défraiement de ce personnel et des droits d'auteur, d'autre part en charge de personnel avec la rémunération des permanents, du personnel intermittent et les honoraires des différents prestataires de services, enfin en charges de fonctionnement et de publicité liées à l'organisation.

### IV - POIDS RELATIF DES DIFFÉRENTS TYPES DE CHARGES SELON LES FESTIVALS

En Arles, la plupart des spectacles sont organisés par une équipe bénévole. Les charges de personnel représentent 20 % du total des dépenses. Les 72 % restant sont consacrés aux charges artistiques et de fonctionnement, qui sont confondues. Les photographes séjournant en Arles pendant les « Rencontres », pour promouvoir leurs oeuvres, reçoivent dans la plupart des cas uniquement des défraiements.

Parmi les dépenses du festival « d'Art sacré » à Paris, 20 % correspondent aux charges de personnel, 43 % aux charges artistiques et 35 % aux charges de fonctionnement.

Carcassonne est le festival dont les charges de fonctionnement sont les moins élevées : 18 % des dépenses totales, car elles sont allégées par le support du théâtre municipal. Ses charges artistiques s'élevaient à 63 %, ses charges de personnel à 19 %.

Le festival du Marais voit sa charge de personnel réduite à 14 %, du fait qu'un poste administratif relève d'un budget extérieur. Les charges artistiques et de fonctionnement représentent respectivement 40 % et 44 % des dépenses totales.

À Montpellier, l'importante charge de personnel (31 %) s'explique par le fait que les frais d'installation des lieux (cour Jacques Coeur et des Ursulines) qui servent par ailleurs au festival de Radio France, sont entièrement imputés sur le budget de « Montpellier-Danse », qui est le premier à les utiliser. De ce fait même, les charges artistiques représentent seulement 35 %, alors qu'en valeur absolue la somme réservée par ce festival au secteur artistique est la plus élevée (2 141 050 F). La part des charges de fonctionnement est de 34 %.

Le festival de Nîmes, fonctionnant uniquement grâce au bénévolat, n'a pas de charges de personnel. Les charges artistiques représentent 62 % du total des dépenses, les charges de fonctionnement 25 %.

Les dépenses des « Tombées de la nuit » de Rennes se répartissent uniquement en charges artistique (92,6 %) et de fonctionnement (1,5 %), celles-ci ne tenant pas compte des dépenses supportées par l'office du tourisme pour le festival.

## V - RETOMBÉES ÉCONOMIQUES ET SOCIALES

Ces événements culturels génèrent des dépenses réengagées par processus d'induction dans le circuit local dont les retombées peuvent être chiffrées pour chaque type de dépenses. Trois niveaux de dépenses qui restent concentrées sur la ville doivent être distingués.

*La masse salariale versée par les festivals* se décompose en deux groupes. D'abord en salaires du personnel habitant sur place qui sont, en grande partie, dépensés dans la ville et ses environs. Puis en rémunérations du personnel intérimaire qui en dépense une partie sur la ville durant la période du festival. Sont pris en compte, à ce titre uniquement les emplois créés dans le cadre des festivals et non la totalité des emplois utiles à l'organisation de ces événements, le personnel municipal, par exemple :

- Rennes : 213 105 F (somme inscrite sur le budget du festival) ;
- Art sacré : 320 000 F ;
- Arles : 757 000 F dont 517 000 F pour quatre permanents et 240 000 F pour le personnel temporaire ;
- Carcassonne : 320 000 F (hors salaire du responsable du festival).
- Marais : 700 000 F environ ;
- Montpellier : 968 671 F (rémunération du personnel permanent, d'une importante équipe technique et du personnel temporaire) ;
- Provins : 18 750 F ; ;
- Rennes : 69 668 F (hors salaires du personnel du syndicat d'initiative).

*Les dépenses des artistes durant leur séjour* (hébergement, restauration) sont évaluées à partir des défraiements.

A Nîmes, 350 personnes travaillent chaque jour pour et autour du festival, dont 200 dans le domaine proprement artistique. Deux tiers des musiciens viennent de l'extérieur soit d'une autre région de France, soit de l'étranger. Les spectacles sont tous à représentation unique, chaque groupe restant vingt-quatre heures au minimum sur les lieux du spectacle. Le calcul des dépenses engagées sur la ville est effectué sur la base du tarif syndical des défraiements : soit 282 F par jour, en 1987, pour un total de 195 426 F.

A Montpellier, le personnel artistique venant de l'extérieur a été évalué à 237 personnes. Le calcul des défraiements est effectué sur la base de vingt-quatre heures. Deux jours sont ajoutés lorsqu'il y a plusieurs représentations. Les dépenses totales sont évaluées à 276 078 F.

*Les dépenses de fonctionnement*, y compris les charges de publicité, sont effectuées en priorité auprès des fournisseurs locaux. Une partie de ces dépenses sont toutefois faites dans la capitale, les infrastructures de la ville n'offrant pas toujours la possibilité de satisfaire la demande.

En Arles, les dépenses locales qui se traduisent par des achats auprès des PME s'élèvent à 865 000 F, soit 16 % des dépenses effectuées par les rencontres. Pour le festival du Marais, elles se chiffrent à 1 042 millions de francs, dépenses de fonctionnement plus de publicité. Pour celui de Montpellier à 1 547 000 F.

Ces dépenses ne sont pas budgétisées pour les festivals de Carcassonne, où la mise en place dépend du théâtre municipal, de Nîmes où le « jazz club » prend en charge le fonctionnement, de Provins où la ville intervient et de Rennes où l'office du tourisme couvre.

En plus de ces masses d'argent dépensées dans le circuit commercial des villes d'accueil s'ajoutent celles des festivaliers résidant hors du département. A la Rochelle, Saintes et Royan, les festivaliers de ces trois festivals ont dépensé près d'un million de francs en 1974 (136 F par personne et par jour) et près du double en 1986, avec une dépense moyenne de 270 F, ce qui correspond à peu près au défraiement journalier des artistes.

Ces différents flux économiques induisent des potentialités de développement au niveau des PME ou des structures touristiques de la ville. Les festivals font travailler directement de nombreuses entreprises d'imprimerie, de relations publiques, de conseil ou de services techniques pour leur promotion, leur organisation ou l'aménagement des lieux. Le festival du Marais fait par exemple appel à trois imprimeurs pour la réalisation des affiches, des programmes, des brochures et des dépliants.

Pour assurer leurs relations publiques, les directeurs de festival recourent soit à la sous-traitance en faisant appel à des cabinets extérieurs, soit à un attaché de presse venant à l'année pour le festival. Ainsi, le festival du Marais comprenait en 1985 un poste d'attaché de presse à l'année, puis a fait appel en 1986 à des services extérieurs.

La vente des billets est en partie confiée à différents organismes, agences de location, magasins de disques. Le montant de ces prestations est généralement fixé sur le nombre d'unités vendues. Une majoration de 5 F sur chaque billet revient à l'agence.

Il est également fait appel à des entreprises pour assurer certains services techniques. A Nîmes, le « festival international de jazz » confie le secteur de l'éclairage et de la sonorisation à une entreprise de Marseille, à raison d'un contrat de 142 000 F toutes taxes comprises : dix personnes travaillent ainsi pour le festival pendant une semaine.

Dans la plupart des festivals, un contrat est passé avec une société de régie qui prend en charge la technique : la location du matériel nécessaire, sa répartition, son entretien, son transport depuis le magasin-dépôt et son retour. Cette dépense atteint 273 000 F pour le festival du Marais.

Certains festivals doivent en outre recourir à divers prestataires de services administratifs. Ainsi, l'organigramme du festival de Montpellier fait apparaître, à l'année, un conseiller juridique à mi-temps. D'autres emploient un conseiller culturel, d'autres ont recours à un notaire pour la location des lieux. En outre, les festivals se déroulant en plein air cotisent auprès des compagnies d'assurance pour éviter des désastres dus à la météo. Ainsi Nîmes cotise pour un montant de 65 391 F.

Des marchés de locations sont également passés pour la location d'instruments de musique, ou de matériels. Des parcs de matériels ont été créés en 1975 pour offrir aux organismes culturels des prix de location intéressants.

D'autres marchés sont passés pour la location de lieux ou de salles. Le festival « d'Art sacré » paie ainsi 45 000 F pour la location d'églises à l'archevêché de Paris. Certains sites nationaux sont mis à disposition pour des spectacles en échange d'une patente qui revient à la Caisse nationale des monuments historiques.

Les services utilisés par les festivals impliquent des sommes souvent non négligeables, même si leur évaluation est parfois difficile. La part réservée à la location de véhicules est importante, par exemple 40 000 F pour le festival de Montpellier. Le « festival de jazz » de Nîmes verse de même 69 521 F à divers hôtels de la ville pour l'accueil des services de presse, de radio et de télévision.

Les retombées sur les structures touristiques sont de même souvent considérables. A Provins, le chiffre d'affaires est multiplié par huit en deux jours. Le taux de remplissage des hôtels dans le centre ville à Rennes passe de 30 % à 100 % pendant le festival.

Les festivals contribuent par ailleurs à la création de nombreux emplois, comme le montre le cas de Montpellier :

- secteur administratif : un directeur généralement à temps plein, un administrateur et ingénieur conseil à mi temps, une assistante de direction à plein temps, un agent qui occupe, à plein temps, un poste de relations publiques et d'administration. L'attaché de presse de la ville s'occupe du festival pendant trois semaines ;
- secteur technique : un directeur technique rattaché pendant six mois au festival, une équipe de six techniciens pendant trois mois, un régisseur généralement pendant un mois ;
- environ quinze personnes à l'accueil pendant le festival, plus dix placiers, inclus dans les contrats de location de salles.

Toutefois, le nombre d'emplois permanents créé à l'année est en général faible. quatre à cinq pour les festivals dont il est ici question, en majorité dans le secteur administratif. Les contrats d'environ trois mois sont plus nombreux, en majorité sept par festival dans les secteurs de la presse, des relations publiques. Pour cette durée, le personnel municipal est environ de trente, les tucistes peuvent atteindre le nombre de vingt.

Néanmoins le recours au bénévolat est également important. Un type de bénévolat « spécialisé » qui s'accompagne d'une certaine qualification et d'un quasi professionnalisme, anime ainsi le festival du Marais. A Provins, quasiment toute la population, commerçants, équipe municipale, écoles, participent à la réalisation de la fête sans qu'il soit possible d'évaluer le temps consacré à cette activité. Les commerçants et les autres acteurs économiques de la ville qui mettent en oeuvre cette fête participent aux dépenses préparatoires parce qu'ils jugent l'opération suffisamment rentable en terme de chiffre d'affaires et de publicité.

On peut regretter que le développement de ce mode de gestion évite à des festivals de recourir davantage à l'emploi salarié. Toutefois, sans doute, certains de ces événements ne pourraient pas exister sans le bénévolat. De plus, de

nombreux festivals apparus grâce au bénévolat permettent progressivement, en se professionnalisant, des créations d'emplois.

Les retombées économiques et sociales des événements culturels doivent être appréciées en terme d'attractivité de la ville, notamment pour ce qui est de l'investissement dans l'immobilier et de l'implantation des entreprises. Le cas d'Arles est particulièrement intéressant : l'image de la ville bénéficie grâce à son festival de la revalorisation de son patrimoine et d'une publicité au niveau international. Le festival a créé une dynamique de sauvegarde d'un patrimoine que l'on veut vivant, intégré à la vie d'aujourd'hui, et non plus seulement témoignage historique. Chaque année, de nombreux lieux historiques et prestigieux sont investis par ces événements culturels, cloître St-Trophime, l'hôtel Arlatan, le musée Réattu. Ce qui eu pour effet de susciter, dans certains monuments, des travaux de restauration et d'aménagement. Le fameux Théâtre antique en a été largement bénéficiaire. Ces améliorations du patrimoine incitent à investir dans l'immobilier de la ville.

De même, le quartier du Marais à Paris, peu à peu rénové et restauré depuis les années soixante, n'a pas cessé de voir sa valeur immobilière augmenter du fait notamment de son étiquette de « qualité culturelle ».

Dans le cas d'Arles, d'Aix-en-Provence, de Sarlat, la participation des médias nationaux et étrangers durant le festival peut se traduire en terme d'équivalence d'une campagne publicitaire autour de la ville. Ainsi, les entreprises sélectionnent leur lieu d'implantation en fonction du degré d'attractivité de la ville et de ses alentours. De même, les programmes culturels, le niveau du développement du secteur paraculturel représentent un critère important de valorisation et incitent le personnel « cadre » à s'installer dans la région.

## CHAPITRE IV

### LES ÉTUDES DES CONSEILS ÉCONOMIQUES ET SOCIAUX RÉGIONAUX

Les conseils économiques et sociaux régionaux ont également réalisé des études sur les festivals de leur région. Toutes malheureusement ne font pas apparaître les retombées économiques et sociales, mais elles apportent des éléments concrets qui montrent et prouvent à l'évidence qu'elles existent. Nous présenterons les plus récentes de ces études.

#### I - LE RAPPORT DU CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL DE BRETAGNE

La méthode de travail retenue en 1995 pour analyser le fonctionnement et les besoins des festivals a été celle de l'entretien semi-directif appuyé par l'étude de documents. Les animateurs de festivals et entrepreneurs culturels interrogés ont présenté la genèse de leur projet, son développement, le succès qu'ils ont trouvé et les problèmes qu'ils ont rencontrés. L'enquête s'est limitée à quelques festivals-type par leur ampleur et leurs retombées (Lorient), par leur lieu d'implantation (Groix), par leur date (Lanvellec en novembre), par leur insertion dans les modes musicaux modernes (jazz et rock) et par la rencontre de ces modes avec la musique traditionnelle (les Arcs).

L'intérêt de cette étude réside dans la variété des événements pris en compte et la diversité qu'elle met en lumière. Il ne s'agit pas d'une étude d'impact bien que les entretiens aient souvent porté sur les retombées des festivals sur lesquels les organisateurs étaient interrogés.

Ont été notamment retenus comme objets d'étude figurant dans le cadre de ce rapport le « festival Interceltique » de Lorient, les festivals et petits lieux de spectacle en Bretagne, le festival de musique baroque de l'Île de Groix, le festival de musique ancienne de Lanvellec soutenu par EDF-Bretagne, « Kan ar Bobl », le festival de musique galloise à Monterfil, « la Bogue d'Or » à Redon et les fêtes de Peillac.

#### A - LES PRINCIPALES REMARQUES DU CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL DE BRETAGNE

Le conseil économique et social régional souligne la richesse étonnante représentée par les centaines de groupes et de bagadou spécialisés au départ dans la culture traditionnelle qui ont permis le démarrage d'un festival aujourd'hui de renommée mondiale comme celui de Lorient. Ce festival présente en moyenne soixante-dix groupes et 4 500 artistes. Chaque année arrivent à son secrétariat 3 000 propositions de spectacles, et non des moindres. En 1994, le Pipe-Band de Tokyo et celui de New-York y ont participé gratuitement.

Cette vitalité musicale de la Bretagne incite des musiciens de jazz ou des musiciens folk de renommée à venir s'y établir. C'est dans cette région que se trouvent 70 % des musiciens traditionnels professionnels et 70 % des petits lieux de spectacle de l'hexagone.

La participation n'est pas élitiste. A Lorient, l'ensemble de la population jeune participe au festival. Les spectacles de rue dans les quartiers sont incessants. A Groix, les organisateurs assurent le transport des personnes âgées non mobiles vers les lieux de concert. A Lanvellec, l'orchestre accepte la présence du public lors des enregistrements et répétitions. Les musiciens discutent avec lui. Un repas communautaire réunit les 450 habitants de la petite ville et les artistes qui leur rendent visite. Partout se pratique la présentation musicale scolaire. A Peillac, 900 personnes participent à la randonnée chantée dans les châtaigneraies.

Cette participation populaire a d'autant plus d'importance que les organisateurs sont très exigeants sur la qualité du spectacle et sur l'enrichissement culturel collectif qu'il apporte. C'est partout un enracinement breton et une ouverture vers l'extérieur. Par exemple, un groupe breton-finlandais a été présent sur plusieurs lieux d'animation.

Un engagement humain sans faille, souvent bénévole, fonde ces succès.

Alors que, dans d'autres régions de France, des villes comme Avoriaz, par exemple, se sont adressées à des sociétés spécialisées pour monter leurs festivals, estimant qu'un festival était nécessaire à leur développement et à leur image de marque, en Bretagne, les festivals sont nés de l'engagement d'une personne, ou d'un petit groupe de personnes. Et ce parce que les promoteurs estimaient qu'une manifestation culturelle de ce type était absolument nécessaire à leur développement économique et social ainsi qu'à leur image de marque. Cela aurait pu faire leur faiblesse. Mais les fondateurs ont très tôt été rejoints par une équipe de bénévoles, et soutenus par des partenaires institutionnels. Leur engagement a entraîné l'appui et l'aide des collectivités concernées.

Le festival de Lorient a deux permanents et demi, mais 400 bénévoles. Il bénéficie de l'utilisation des cantines municipales, de l'ensemble des services municipaux, de nombreuses entreprises, de commerces et d'associations. Groix n'a aucun permanent, uniquement des bénévoles, y compris les artistes. Lanvellec n'a aucun permanent, mais l'ensemble de la population de la petite ville participe et des groupes de bénévoles prennent l'organisation des concerts en charge. « Kan ar Bobl » n'a aucun permanent. Monterfil ne compte pas de permanent, mais bénéficie du concours de 400 bénévoles, tout le tissu associatif de la petite ville étant impliqué. La « Bogue d'Or » n'a pas non plus de permanent mais 500 bénévoles, et reçoit l'aide du groupement culturel breton des pays de Vilaine et du pays d'accueil. Peillac ne dispose d'aucun permanent, mais jouit d'une aide importante de l'ensemble associatif.

Si l'aide de l'Etat est très réduite, celle de la région, des conseils généraux et des municipalités est sérieuse dans l'ensemble de ces activités.

## B - LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

Les retombées locales immédiates sont loin d'être négligeables. La chambre de commerce et d'industrie du Morbihan estime que le « festival Interceltique » fait entrer 60 millions de francs dans l'économie lorientaise, soit plus de cinq fois son budget. Le festival de Monterfil, avec un budget de 440 000 F, permet de réaliser, pour 130 000 F, des achats alimentaires et de services, dans les zones de Plélan-le-Grand, Montfort et Montauban.

Des résultats plus durables sont aussi à prendre en compte. vingt éditeurs de disques travaillent en Bretagne, qui accueille une trentaine de studios d'enregistrement, vingt et un locaux de répétition la plupart exploités commercialement, trente-quatre luthiers ou ateliers de fabrication d'instruments. Un nombre important de musiciens professionnels, d'enseignants indépendants ou associatifs et de permanents d'associations profitent, par leur travail, de cette situation.

Les organisateurs ont également conscience de l'importance, grâce notamment à cette activité, de la culture dans l'attraction économique que peut exercer une Bretagne à forte vitalité culturelle. L'exemple de Lorient est significatif : en 1972, 2 % des participants venaient de l'extérieur de l'hexagone ; en 1993, avec une participation globalement beaucoup plus importante, le pourcentage des étrangers est passé à 25 %. Le festival de Lorient a amené 300 médias internationaux à Lorient en 1993 et obtenu la parution dans la presse européenne d'articles représentant une surface de douze mètres carrés ! Il participe aujourd'hui aux lobbies musicaux irlando-écossais et a contribué au développement des ventes d'agro-alimentaire breton sur le marché de l'Italie du Nord.

## C - LE MAINTIEN DE LA COHÉSION SOCIALE

Les festivals jouent un rôle important dans le maintien ou le rétablissement d'une cohésion sociale, comme en témoigne le festival de la « Bogue d'Or. » Son organisateur s'est fixé pour objectif de conserver, et donc de collecter, un patrimoine culturel oral, de le mettre en valeur, de le transmettre et d'inciter à la création. Il s'est d'abord attaché à remettre en valeur le chant et le conte. Puis il a par là initié la collecte systématique des chants « à manger et à boire », ainsi que des chants « à marcher », celle des chants dramatiques et des chants « à danser » étant depuis longtemps en cours de collectage. Le succès de la « Bogue d'Or », fonctionnant sans subventions, est assuré : la culture populaire, évidente à travers les concours organisés, et très conviviale, permet d'établir une solide cohésion sociale - chant communautaire, danse communautaire - là où les individus seraient sans elle de plus en plus isolés. Ce dynamisme se fonde sur un tissu associatif d'une extraordinaire vitalité : Peillac, petite commune de 1 700 habitants où l'organisateur de la « Bogue d'Or » a créé des « fêtes », ne possède pas moins de trente-quatre associations. Grâce à la fête et à la culture, une petite ville peut ainsi, en puisant dans ses propres ressources financières et humaines, s'opposer au déclin économique et social et lutter contre la solitude ou la fragmentation de la société.

C'est un fait très important et souvent ignoré.

D'une manière générale, les groupes culturels qui font vivre les festivals sont au nombre de plusieurs centaines. Ils se réunissent toute l'année, plusieurs fois par semaine. Ces groupes ont une importance comme lieux de rencontre des générations et comme sources d'une volonté communautaire pour la réalisation de projets culturels.

Dans cette région où la convivialité basée sur l'activité agricole a quasi disparu, le conseil économique et social régional de Bretagne souligne que les activités de fête peuvent créer les nouveaux liens sociaux.

#### D - LES DIFFICULTÉS

Elles sont ressenties de la même manière, avec plus ou moins d'acuité, par tous. Quelques exemples en témoignent :

- Il existe un problème de communication. Ainsi, les petits lieux de spectacles souffrent de la départementalisation et de la compartementalisation très poussée de la presse. Ils regrettent le peu d'écho qu'y trouvent leurs concerts. Le collage d'affiches et la fidélisation de la clientèle par le mailing constituent un lourd travail.
- Il n'existe pas d'agence pour la négociation de contrats ni de bureau-conseil pour cette négociation. En revanche, il y a des centres de conseil pour les relations avec l'administration, l'établissement des budgets. Le festival de Lanvellec a tenté de négocier des produits livrés « clés en mains » avec des hôteliers, des autocaristes, avec la Fnac. C'est le manque d'organisation globale du marché qui n'a pas permis de poursuivre.
- Il n'existe aucune organisation globale pour la promotion à l'exportation du produit culturel breton. Certains réussissent individuellement à obtenir des contrats, mais aucune prospection générale n'est faite, pas plus qu'une offre globale.
- Enfin, le développement et la mise aux normes européennes des services de télévision et de radio qui sont indispensables à l'expression culturelle et à sa professionnalisation progressive, à l'activité de création et à l'essor économique de tout le secteur culturel se révèlent insuffisants.

## **II - L'ÉTUDE DU CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL RÉGIONAL DE BASSE-NORMANDIE SUR LES FESTIVALS ET MANIFESTATIONS CULTURELLES À CARACTÈRE RÉPÉTITIF**

Le conseil économique et social régional de Basse-Normandie a rendu en 1996 un avis sur les « festivals et manifestations culturelles à caractère répétitif en Basse-Normandie ». Ce travail présente un intérêt certain, ne serait-ce que dans la mesure où il s'est attaché à effectuer un recensement complet et motivé des événements culturels à caractère répétitif ayant lieu dans la région. Travail qui s'appuie sur le dépouillement d'un questionnaire qui a été adressé systématiquement à chacune des 150 manifestations retenues, avec un taux de réponse supérieur à 80 %.

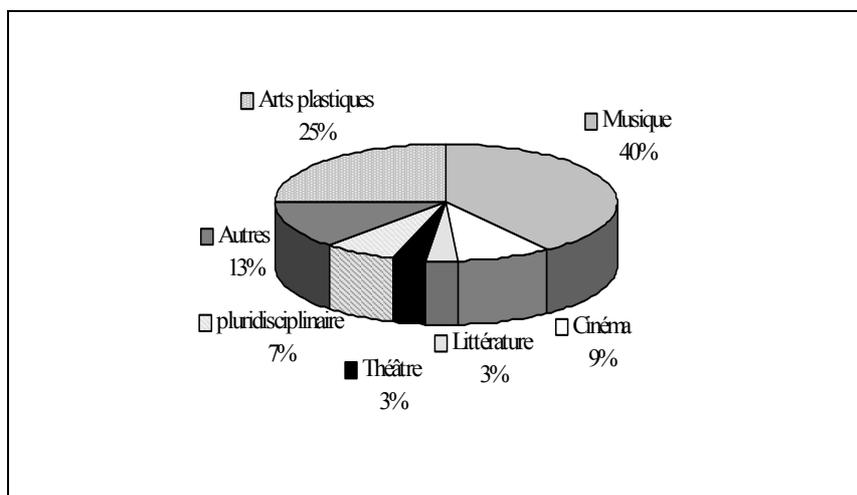
Toutefois, il ne s'agit pas d'un avis consacré à l'impact des événements culturels, et ce point n'est donc abordé qu'incidemment. D'ailleurs, lors du déplacement de la section des économies régionales et de l'aménagement du territoire du conseil économique et social à Caen, un agent du conseil général, en charge notamment de la culture, n'a pas caché publiquement lors de la séance qui réunissait avec les membres de la section toutes les parties prenantes de la région, son hostilité à toute évaluation des retombées économiques des événements culturels se déroulant en Basse-Normandie. Son argument majeur était qu'il était dangereux pour la pérennité des efforts culturels de lier trop ouvertement culture et impact économique sur le développement. Pour lui d'ailleurs, culture et économie représentaient deux univers antinomiques. Cette attitude marque bien la difficulté de la quête d'une information exigeante dans ce domaine.

#### A - LES ÉVÉNEMENTS CULTURELS RÉPÉTITIFS EN BASSE-NORMANDIE

Le conseil économique et social régional a recensé 150 manifestations culturelles à caractère répétitif : événements musicaux, cinématographiques, littéraires, théâtraux, pluridisciplinaires et autres auxquels ont été ajoutés les salons d'arts plastiques réparties dans l'année sur l'ensemble de son territoire. N'ont pas été pris en compte dans ce recensement les fêtes traditionnelles et religieuses, les carnivals, les commémorations, les salons et foires à caractère marchand, les fêtes liées au terroir, les expositions et événements culturels permanents, de même que les manifestations sportives. Cet inventaire présente néanmoins une vue d'ensemble intéressante et utile, bien que les événements répertoriés soient disparates du point de vue de leur objectif culturel, de leur dimension artistique, de leur rayonnement et de leur impact économique et social.

Ici, les événements musicaux prédominent (61 manifestations), suivis des salons d'arts plastiques (36 salons) et des événements cinématographiques (14). La Basse-Normandie est par ailleurs l'une des régions françaises où l'on tourne le plus de courts et longs métrages. Viennent ensuite les manifestations pluridisciplinaires (10), théâtrales (5), littéraires (5). Les événements liés au théâtre et à la danse sont peu nombreux. La rubrique « autres manifestations » regroupe 19 événements couvrant diverses disciplines (danse, animations de rues, cirque, artisanat, sciences et découvertes, etc...).

Fig. 8 : DÉCOMPOSITION DES MANIFESTATIONS CULTURELLES À CARACTÈRE RÉPÉTITIF EN BASSE-NORMANDIE PAR THÈMES DOMINANTS - saison 1995-1996 -



#### B - RÉPARTITION DES FESTIVALS DANS L'ESPACE ET LE TEMPS

Sur les 150 événements retenus, soixante-six se déroulent dans le Calvados, quarante et un dans la Manche et trente-six dans l'Orne. Les pourcentages de répartition de ces spectacles : 46,1 % pour le Calvados, 29,4 % pour la Manche et 24,5 % pour l'Orne apparaissent comme étant conformes au poids démographique des trois départements : respectivement 44,4 %, 35,5 % et 21,6 %. L'importance un peu plus que proportionnelle du Calvados s'explique par le rôle prédominant de Caen, qui accueille une douzaine de manifestations. Mis à part la capitale régionale, les pôles urbains de Cherbourg et d'Alençon regroupent bon nombre de manifestations culturelles répétitives d'envergure, de même que le littoral est du Calvados. Le milieu rural est également le théâtre d'événements majeurs fixes et itinérants, notamment sur des sites patrimoniaux.

L'ancienneté de ces événements est très diverse : certains sont devenus des institutions, à l'image du Salon des artistes honfleurais, dont la première édition s'est tenue dès 1949. De même, les Colloques de Cerisy-la-Salle nés en 1952.

Sur l'ensemble du champ de l'étude, seules six manifestations culturelles existant encore aujourd'hui sont de création antérieure à 1970. Six événements sont apparus entre 1970 et 1979. Entre 1980 et 1984, quinze autres voient le jour, puis trente-cinq entre 1985 et 1989 et enfin soixante-sept après 1990. Ainsi, l'ancienneté moyenne du festival type en Basse-Normandie avoisine seulement huit ans et demi.

Par ailleurs, ces chiffres s'expliquent pour partie par la mortalité de certains festivals, que l'absence de recensement antérieur ne permet pas d'évaluer.

L'accroissement général du nombre des festivals dans les années soixante-dix, quatre-vingt et quatre-vingt-dix, qui a touché la Basse-Normandie

comme le reste de la France, en constitue une autre explication. Ainsi, dans la région, près de 75 % des festivals ou événements assimilés ont été créés depuis dix ans.

La majeure partie des manifestations se succède durant la saison estivale. Plus de 75 % des festivals et salons débutent entre le début du mois de mai et la fin du mois de septembre. La période des vacances estivales est propice aux déplacements des populations vers les lieux d'animations et de spectacles. Les artistes et les organisateurs sont également souvent plus disponibles à cette période. Enfin, la tenue de festivals et salons en juin et septembre peut permettre d'avancer ou de prolonger l'activité touristique d'un site.

Les festivals musicaux influent notablement sur ce calendrier, puisque plus de la moitié se déroule en juillet et août, aucun n'étant recensé en novembre et en février.

Les événements ayant acquis aujourd'hui une dimension régionale ou nationale ont de quarante-cinq à quinze années d'existence. C'est le cas, par exemple, des « Colloques de Cerisy », du « festival du cinéma américain » de Deauville (1975), du « festival autour d'un piano » de Carrouges (1976), des « Rendez-vous musicaux » de Villers-sur-Mer (1978), du « Juin musical » de Montagne (1980), du festival « Jazz sous les pommiers » (1982) ou encore de « Septembre musical de l'Orne » (1982).

#### C - L'AIDE EN FAVEUR DES FESTIVALS

L'aide des collectivités publiques en faveur des festivals s'inscrit dans une politique culturelle dont la compétence revient à l'Etat, notamment par l'intermédiaire de la direction régionale pour les affaires culturelles. Cependant, l'ensemble des collectivités locales apportent un large soutien financier. Cette réalité se traduit le plus souvent par un financement croisé entre les différents intervenants. Parmi les collectivités locales, les communes interviennent dans plus de 72 % des événements culturels en Basse-Normandie. Elles constituent les partenaires privilégiés des organisateurs de manifestations culturelles répétitives. Certaines naissent même à leur initiative. De même, l'intercommunalité peut devenir le cadre d'action des festivals.

Avec les communes, et très souvent en concertation avec elles, les départements apparaissent en Basse-Normandie comme les collectivités territoriales les plus sollicitées pour aider les festivals. Le département intervient, soit pour promouvoir, soit pour coordonner l'action culturelle par l'entremise d'une association parapublique : un office départemental pour le Calvados et l'Orne, ou directement par l'intermédiaire d'un service du conseil général.

Le conseil régional soutient également certains événements culturels répétitifs, notamment au titre du fonds d'intervention culturelle régional. Il est évident que c'est en fonction de leur rayonnement à l'intérieur comme à l'extérieur de la Basse-Normandie que la région intervient pour promouvoir tel ou tel festival. Retombées de prestige ! Le budget de sa politique culturelle est en constante augmentation.

De leur côté, les entreprises et des établissements privés ou publics prennent depuis quelques années une place croissante au sein de l'action culturelle en soutenant des événements culturels par l'intermédiaire du mécénat, ou du parrainage à des fins publicitaires. Des établissements bancaires, des services publics nationaux, des sociétés d'auteurs, des médias, de grandes marques publicitaires, mais aussi des commerçants et artisans locaux s'impliquent ainsi fortement le temps d'un festival.

L'Union européenne intervient enfin sur quelques manifestations par l'intermédiaire du Fonds européen de développement régional (FEDER) au titre de l'objectif 5b.

Cependant, nombre de petites structures festivières, et tout particulièrement des salons d'arts plastiques à budget modeste, s'autofinancent ou bénéficient seulement d'une subvention unique - souvent communale - de prêt gracieux de matériels ou de la mise à disposition de locaux.

## D - L'IMPACT DES FESTIVALS EN BASSE-NORMANDIE

### 1. L'impact économique

Chaque année, les sommes consacrées aux événements culturels répétitifs ne sont pas négligeables. Leurs budgets cumulés avoisinent 43,7 millions de francs en 1995. Cependant, la disparité entre événements est très grande. Les budgets sont compris entre quelques milliers de francs pour les plus modestes, à plus de 5 millions de francs pour le « festival du film américain » de Deauville, par exemple !

Une partie de ces sommes profite à l'économie locale. La plupart des organisateurs s'efforcent de privilégier, autant que faire se peut, l'emploi et l'économie locale dans l'utilisation des moyens financiers qui leur sont alloués. A titre d'exemple, l'organisateur de « Jazz sous les pommiers » affirme que plus de 3 millions de francs sont réinjectés localement.

Par ailleurs, la fréquentation de ces événements influe sur l'économie de leur lieu d'accueil, notamment en matière touristique. De grands événements comme « Jazz sous les pommiers », les « Boréales de Normandie », le théâtre itinérant « La famille magnifique » et le « festival folklorique » de Trouville ont attiré chacun en 1995 entre 20 000 et 35 000 spectateurs, ce qui se traduit localement par une augmentation de la fréquentation des hôtels, gîtes, restaurants et commerces. L'étude sur le public du « Septembre musical de l'Orne » de 1995, de moindre ampleur, a de même montré que 11,8 % des spectateurs de cette manifestation vont à l'hôtel (14 % en 1994) et que 3,9 % louent un gîte rural. La tenue d'une manifestation culturelle répétitive peut de même inciter des spectateurs ou touristes à prolonger leur séjour sur place afin notamment de visiter des lieux voisins plus ou moins renommés. Ainsi, lors du « festival de la Bande dessinée » de Flamanville en avril ou mai, a été constatée, outre une hausse de la fréquentation des hôtels et gîtes ruraux, une augmentation des visites de la centrale nucléaire de Flamanville.

## **2. L'impact social**

Nombre de festivals contribuent au renforcement de la cohésion sociale. Le bénévolat constitue le premier creuset de cette cohésion. Sur quatre-vingt-quatorze événements pour lesquels les renseignements ont pu être obtenus sur ce point lors de l'enquête du Conseil économique et social régional, sont recensés près de 29 000 bénévoles, soit trente par festival ou salon.

En revanche, le salariat est relativement peu développé : soixante manifestations ont déclaré faire appel à des salariés, soit 709 salariés recensés au total et une moyenne de douze salariés par festival. Le salariat est surtout pratiqué durant le temps d'exercice du festival, avec un recours fréquent aux agents des collectivités locales, notamment communaux. Il est fait appel aussi à quelques emplois sous statut de contrat emploi-solidarité. Parmi les plus gros employeurs figure le « festival du film américain » de Deauville avec cent salariés.

Certaines associations organisatrices d'un rendez-vous culturel régulier fonctionnent en outre toute l'année dans le cadre d'actions en direction des établissements d'enseignement, des centres culturels et des quartiers en difficulté. Ainsi, l'association « Jazz calva blues », qui organise notamment le blues festival, réalise à l'année des animations en milieu scolaire, en centre hospitalier, dans des quartiers, à l'institut universitaire de technologie. Cette association tend ainsi à devenir une véritable entreprise de spectacle en recourant à des intermittents du spectacle, à un emploi à temps complet et à des bénévoles.

## **3. L'impact culturel**

Les festivals créent souvent une dynamique sur le plan local en renforçant une identité culturelle.

En Basse-Normandie, seul le « festival du film américain » de Deauville possède une dimension internationale. Plusieurs événements ont cependant acquis une renommée régionale affirmée et bénéficient aujourd'hui d'une reconnaissance de la part des médias nationaux, tels « Jazz sous les pommiers », ou « Septembre musical de l'Orne ». Cette reconnaissance culturelle d'un lieu peut permettre de développer le thème artistique du festival dans le cadre d'actions permanentes à l'année, dont le festival constitue le temps fort. Nombre de manifestations culturelles répétitives ont acquis cette logique d'action en continu, à l'image des « nuits foraines ».

Le conseil économique de Rhône-Alpes a fait également une étude. Une autre étude menée par le conseil économique et social régional de Provence-Alpes-Côte d'Azur est en cours de rédaction. Ces différentes études montrent l'intérêt que portent les conseils économiques et sociaux régionaux aux problèmes qui font l'objet de notre rapport.

## CHAPITRE V

### ENQUÊTE DE TERRAIN DU CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL : SIX EXEMPLES ILLUSTRANT LA DIVERSITÉ ET LA RICHESSE DES ÉVÉNEMENTS CULTURELS RÉPÉTITIFS EN BASSE-NORMANDIE

#### I - LE FESTIVAL DU CINÉMA AMÉRICAIN DE DEAUVILLE

Le « festival du cinéma américain » de Deauville existe depuis vingt-trois ans. Il a été créé pour dynamiser l'image de la station et prolonger la saison estivale du 1<sup>er</sup> au 15 septembre, période de l'année traditionnellement creuse.

La responsabilité de la partie artistique de la manifestation et sa médiatisation incombent à une société de conseil spécialisée. Celle-ci assure également les réservations pour les 600 à 700 professionnels (journalistes, acteurs, producteurs, metteurs en scène...). Sans compter les personnalités accréditées reçues chaque année au sein des hôtels du groupe Lucien Barrière, qui soutient la municipalité en offrant plusieurs centaines de chambres et en organisant une ou deux soirées de gala.

Le grand public réserve pour sa part directement ses places et ses chambres auprès de l'office du tourisme et des hôtels locaux. En 1992, la carte journalière était vendue 200 F et l'accès à toutes les manifestations du festival 800 F. Cet apport reste relativement limité pour ce qui est du financement de la manifestation dans la mesure où les invités forment la majorité du public.

Le budget du festival atteint 4,5 millions de francs, dont 1,3 million apportés par la municipalité. Le reste, c'est-à-dire 70 %, provient de ressources propres, essentiellement constituées par le parrainage et les recettes guichet. Les prestations en nature représentaient par ailleurs en 1993 près de deux millions et demi, selon M. Lionel Chouchan, président de l'organisme privé chargé de l'organisation.

Le festival engendre quelques emplois permanents et plusieurs dizaines d'emplois temporaires pendant une quinzaine de jours mais c'est surtout l'hôtellerie qui bénéficie des meilleures retombées. Elles sont considérables. Selon la municipalité, tous les hôtels autour de Deauville affichent complets à une trentaine de kilomètres à la ronde pour accueillir des touristes qui, sans cela, ne viendraient plus à cette période de l'année. L'apport total représente à cet égard une vingtaine de milliers de nuitées d'hôtels environ.

Les retombées médiatiques sont également très importantes pour la ville, tant en France qu'à l'étranger, cela représente plusieurs millions de francs.

## **II - LE FESTIVAL « JAZZ SOUS LES POMMIERS »**

Ce festival connaît sa seizième édition. Son budget est de 3,6 millions de francs. Le taux d'autofinancement, élevé, atteint 45 %. « Jazz sous les pommiers » est en outre soutenu par vingt-cinq entreprises privées plus ou moins importantes.

En une semaine se produisent quarante groupes et près de 300 musiciens, qui attirent dans les salles de concert 135 000 spectateurs, dont 15 000 entrées payantes. Le public vient surtout du grand Ouest, notamment de Basse-Normandie, du nord de la Normandie et de la Bretagne. Une petite minorité vient de la région parisienne.

L'association loi de 1901 qui gère le festival assure aussi l'organisation de la programmation à l'année, le choix ayant été fait de ne pas privilégier l'événement « Jazz sous les pommiers » par rapport au travail de fond d'animation effectué tout au long de l'année.

Les retombées ne sont pas négligeables, le festival, outre l'hôtellerie, recourant dans toute la mesure du possible à des partenaires privés locaux. Par exemple pour le transport et l'imprimerie. Plus de 3 millions de francs seraient, selon son organisateur, réinjectés localement par la direction du festival.

## **III - LE FESTIVAL « SEPTEMBRE MUSICAL DE L'ORNE »**

Consacré à la musique classique, il existe depuis quinze ans. Il se compose de neuf concerts payants et de trois concerts gratuits. La programmation allie musique médiévale, baroque et contemporaine.

Les concerts sont organisés sur trois semaines pendant trois vendredis, samedis et dimanches consécutifs à la fin du mois d'août et au début de septembre. Ils se déroulent dans douze sites différents, dont l'église Notre-Dame à Alençon, le Château d'O, la cathédrale de Sées, le manège du Haras du Pin ; c'est là un excellent moyen de promouvoir les différentes villes et attractions touristiques du département.

Le festival emploie pour son organisation un chargé de mission à mi-temps, qui s'efforce de maximiser les retombées économiques locales des sommes engagées. Par exemple, une agence de voyage locale se voit confier le soin de retenir les billets d'avion.

Les perspectives d'augmenter sensiblement le taux d'autofinancement (25 %) sont réduites. Les salles disponibles, surtout des églises, ne sont pas sonorisées, et ne possèdent pas un nombre de places suffisant. La seule solution pour attirer davantage de spectateurs consisterait donc à accroître le nombre de concerts organisés dans un plus grand nombre de lieux. Mais cela accroîtrait, dans des proportions au moins équivalentes, le montant des cachets à verser.

La distribution de questionnaires dans les salles de concert a permis de mieux connaître les spectateurs de « Septembre musical de l'Orne ». Ceux-ci viennent pour moitié du département et pour moitié de l'extérieur. Parmi ces derniers, 20 % seulement déclarent avoir dépensé plus de 500 F dans le

département. Il n'a pas été pour l'instant possible de savoir si ces visiteurs venaient dans l'Orne pour assister à Septembre musical, et faisaient le cas échéant d'autres visites, ou s'il s'agissait de touristes séjournant dans l'Orne pour d'autres motifs. Toutefois, dans les réponses, un très fort pourcentage des spectateurs déclaraient assister à plus de dix concerts par an, ce qui est surprenant compte tenu des pratiques musicales des Français.

Une fraction non négligeable du public serait semble-t-il intéressée par l'offre d'un ensemble de produits touristiques monté autour du festival, comprenant par exemple assistance à un ou plusieurs concerts, visite de monuments, hébergement et restauration. La chambre de commerce a entrepris d'effectuer des propositions en ce sens pour les groupes.

#### **IV - LE FESTIVAL DES « RENDEZ-VOUS MUSICAUX » DE VILLERS-SUR-MER**

Créé en 1991, il est constitué de dix concerts de musique de chambre organisés de 18 à 19 heures, à la sortie de la plage. Il se déroule dans la deuxième quinzaine d'août dans une salle de 250 places qui domine la mer, et dans des églises aussi.

L'événement majeur de cette manifestation est le festival des « Nouveaux talents », organisé en liaison avec le conservatoire national supérieur de musique de Paris et le « festival de musique de chambre » de Haute-Normandie. Celui-ci permet au public de rencontrer, dans le cadre de programmes de musique contemporaine commentés, les jeunes interprètes en cycle de perfectionnement au conservatoire. Agés de moins de trente ans, ceux-ci sont généralement titulaires de nombreux prix internationaux.

Le budget est modeste, ses 160 000 F étant apportés par des subventions de la DRAC et de la commune.

Une ombre au tableau : les démarches administratives et juridiques à accomplir pour créer, animer, organiser ce type de manifestations constituent une réelle difficulté. Les organisateurs souhaitent ardemment qu'une meilleure assistance leur soit apportée en la matière.

#### **V - LE FESTIVAL « RENCONTRES VIDÉO-ARTS PLASTIQUES » D'HÉROUVILLE-SAINT-CLAIR**

Manifestation centrée sur la vidéo, les « Rencontres vidéo-arts plastiques » avaient été lancées par deux bénévoles en 1987, parallèlement à la création d'un centre d'art contemporain. Du fait de la disparition de l'un des fondateurs, le centre d'art contemporain a repris l'organisation de cet événement, qui avait lieu tous les ans au mois de novembre.

Le festival consiste à présent en des journées de rencontres vidéo - quatre à six par an selon le budget disponible -, organisées au mois de novembre à Hérouville-Saint-Clair, au nord de Caen, dans une banlieue par ailleurs peu animée. Chaque journée est constituée par la présentation, dix à douze heures durant, d'oeuvres vidéo conçues soit comme des oeuvres artistiques en elles-

mêmes, soit comme un moyen de communication sur l'art. Chaque année, quatre à six écoles européennes d'art présentent leurs travaux dans le cadre du festival.

Le financement est essentiellement assuré par l'Etat et le conseil régional, et à un moindre titre, par quelques mécènes privés, au premier rang desquels Canal +. Le public n'étant semble-t-il pas prêt à payer pour voir des présentations d'art contemporain ! !

La direction des « Rencontres vidéo arts plastiques » travaille en partenariat avec le Fonds régional d'art contemporain (FRAC) qu'elles ont sans doute contribué à faire connaître, et l'Ecole des beaux-arts de Basse-Normandie. Son rôle est d'aider à l'aboutissement d'une oeuvre, au contraire du FRAC, qui vise à constituer une collection, un patrimoine.

## **VI - LE FESTIVAL DE REVIERS**

Manifestation tenue dans un village de 400 habitants, le « festival de Reviere » se compose d'abord d'un « festival des métiers d'art ». Il a lieu un week-end par an. Et ensuite d'une exposition des métiers d'art, qui dure quatre semaines.

Le projet originel était de favoriser l'accès à la culture des habitants du milieu rural, de susciter une solidarité intercommunale autour d'un projet. En effet, quatre villages de 100 à 400 habitants sont impliqués dans cette affaire. Le but final est d'induire une activité économique en facilitant, dans un village, l'installation d'artisans d'art.

Dans ce but, une maison a été achetée et rénovée par la municipalité afin de créer un logement et un atelier pour un artisan d'art de la région qui chercherait à s'y installer. Le loyer assure, progressivement, le remboursement de la mise de fonds initiale. Ce graveur a accepté l'offre. Il produit et vend toujours ses oeuvres sur place. Les autres artisans d'art dont l'installation était espérée ne sont en revanche pas venus. Sur ce point, le projet s'avère un échec.

Le budget de l'opération atteint 750 000 F par an. Un tiers est apporté par des subventions publiques, un tiers par les entrées payantes et un tiers par le partenariat privé. Les difficultés sont considérables. Le responsable du projet, salarié, doit être payé dix mois sur douze, à partir du mois de septembre, tandis que les premiers francs de recettes n'arrivent qu'au mois de mars, car les partenaires privés ne commencent à être connus qu'au mois d'avril.

Les organisateurs des événements enquêtés ont souvent éprouvé de grandes difficultés à fournir des chiffres ou des éléments précis sur les retombées engendrées par l'événement dont ils ont la charge : ainsi même en se rendant sur le terrain, il est extrêmement difficile d'obtenir une information fiable et relativement complète.

Par ailleurs, les organisateurs des différentes manifestations interrogés concluent, à l'exception de ceux du festival de Deauville, qui en bénéficient déjà, qu'un appui leur serait nécessaire sur les plans administratifs, juridiques et financiers de l'organisation de leur festival. Ils soulignent en effet qu'ils ne disposent ni du temps ni de la formation nécessaire pour régler efficacement ces problèmes, démarcher systématiquement les partenaires financiers potentiels,

réserver à chacun la place qui lui revient en fonction de sa contribution dans la communication de l'événement, créer des produits touristiques adaptés qui accroîtraient tant l'audience des festivals que leurs retombées économiques. C'est en effet là un souhait ou une revendication importante.

Pour ce faire, la plupart appellent de leurs vœux la mise en place d'une structure régionale légère, le cas échéant commune avec la Haute-Normandie et qui permettrait d'atteindre la taille critique suffisante. Cela pourrait générer en quelque sorte des économies d'échelle. A titre d'exemple, certains partenaires pourraient parrainer plusieurs petits événements.

Ils concluent à la nécessité d'un partenariat public et privé sur plus longue période. Seule une telle structure pourrait effectuer le travail de relations publiques et de recherche de partenaires, qui pourraient le cas échéant parrainer plusieurs petits événements.

## CHAPITRE VI

### LES ÉVÉNEMENTS « PHARES »

L'impact économique et social des événements culturels soumis à notre étude, malgré les difficultés d'évaluation que nous avons déjà mentionnées, a pu déjà être approché et des évaluations ont été tentées sur des événements isolés. Même s'il s'agit d'un exercice difficile et coûteux, la pratique des études d'impact en matière d'événement culturel ne constitue pas une absolue nouveauté : dès 1968, le département des études et de la prospective du ministère de la culture réalisait une étude sur le festival d'Avignon, complétée en 1975 par une étude sur les festivals de musique de Saintes, la Rochelle et Royan.

Dans les années soixante-dix, des études de ce type étaient entreprises en nombre non négligeable aux Etats-Unis et au Canada.

L'intérêt pour cet exercice se développait en France dans le courant des années quatre-vingt, dans le contexte de la politique de rapprochement entre la culture et l'économie voulue par le ministère de la culture. Il était dans un second temps relayé d'un certain nombre d'élus locaux dans leur souci d'éclairer auprès de leurs électeurs leurs choix et de justifier leurs décisions en matière culturelle.

Nous avons, pour mieux approcher l'évaluation de cet impact, établi de rapides monographies, synthèses d'évaluation établies pour des événements isolés, exemples de base, mais évidemment servant à des réflexions globales.

En 1995, le Centre d'étude de formation et de ressources pour l'art et la culture (CEFRAC) a réalisé, à l'intention de la direction générale V de la Commission européenne, une étude d'impact en terme d'emplois de dix festivals en Europe. Pour la France, ont été analysées les retombées économiques du festival d'Avignon, du « festival Interceltique » de Lorient et du « Printemps de Bourges. » Cette recherche a été conduite en croisant la mesure des emplois directs et indirects établie avec la collaboration des responsables de ces festivals, les études d'impact déjà effectuées, les témoignages de personnalités du monde artistique et politique, les informations venues des milieux du tourisme et de la presse.

#### I - LE FESTIVAL D'AVIGNON

##### A - ORGANISATION ET BUDGET

L'initiative du festival d'Avignon est venue de la décision, prise en 1947 par Jean Vilar, de monter en septembre trois pièces de théâtre en Avignon dont une dans la cour du Palais des Papes. Cette « Semaine d'art » réunissait 4 800 spectateurs dans une volonté de « décentralisation et de démocratisation de la culture ». En 1948, la Semaine d'art, devenue festival, passait de septembre à juillet. La durée de la manifestation s'étendait progressivement à deux, puis à trois semaines.

Aujourd'hui, Avignon demeure un festival de création, populaire et ouvert à tous. Selon son directeur actuel, il a pour objet essentiel « de mêler théâtre, danse et musique pour le même public ». L'identité du festival tient également aux rencontres professionnelles d'animateurs, de metteurs en scène et de comédiens qui confrontent leurs idées et discutent de l'avenir du théâtre. Le festival est enfin devenu un véritable marché des spectacles, national et international.

En 1995, il se déroulait dans vingt et un lieux dont la cour d'honneur du Palais de Papes, le théâtre municipal, la carrière de la proche commune de Boulbon. quarante-trois spectacles, principalement de théâtre, mais également de danse ou de musique, y étaient présentés. Le public d'origine nationale pour 92 % (15 % de public local, 27 % de public régional, 50 % provenant d'autres parties de la France) représentait 109 200 entrées. Il est organisé par l'Association de gestion du festival d'Avignon, association loi de 1901. Son budget était de 42 millions de francs en 1995. Il était subventionné par l'Etat (26 %), la ville (16,5 %), la région (2,5 %) et d'autres financements publics pour 8 %. La part du mécénat et des recettes propres atteignaient respectivement 6 % et 41 % du budget. En 1967, le festival d'Avignon vit naître un festival « off », qui se développa en 1968. Il est aujourd'hui une manifestation indissociable du « in ». En 1995, il accueillait 391 compagnies, proposant 456 spectacles dans quatre-vingt-dix-neuf lieux, et attirait environ 350 000 spectateurs.

## B - IMPACT ÉCONOMIQUE

La première évaluation sur le festival d'Avignon avait été réalisée en 1986, par le Bureau d'information et de prévisions économiques (BIPE) en période non festivalière. Selon ses auteurs, il s'agissait « plus de proposer une estimation grossière des retombées économiques du festival et de fournir une méthodologie... pouvant être utilisée comme cadre de référence pour des études similaires » que de résoudre tous les problèmes posés par la mesure exacte des incidences de l'événement sur la ville d'Avignon et le département du Vaucluse. L'étude mettait en évidence les dépenses des festivaliers, les dépenses de production du festival et les emplois créés à court terme pour se terminer sur les potentialités de développement résultant à long terme du capital culturel accumulé.

Elle distinguait des flux directs et indirects.

### 1. Les flux directs

Les flux directs évalués à 18 millions de francs, comprennent les salaires versés au personnel temporaire embauché par les deux associations « in » et « off », les achats effectués par l'association festival d'Avignon et les compagnies du festival « off », les dépenses de location de salles pour le festival « off ».

Les salaires réels et fictifs (valorisation du travail bénévole) se montaient à 4,7 millions de francs dont 2,6 étaient consommés ou thésaurisés dans l'agglomération avignonnaise et 1,4 dans le Vaucluse et les autres départements de la région.

Les achats effectués par l'association festival d'Avignon pour assurer son fonctionnement (matériel d'éclairage, de sonorisation, maintenance des locaux, imprimerie) s'élevaient à 4 millions de francs. 64 % de cette somme avaient bénéficié à la ville d'Avignon et à sa zone d'influence, 75 % à la région, et 24 % au reste de la France. La règle générale était que, sauf lorsque le festival avait besoin de matériel qui n'était pas produit localement, il s'adressât en priorité aux entreprises d'Avignon et de ses environs. Pour le festival « off », les achats des troupes se montaient à 6,2 millions de francs dont 3,7 bénéficiaient à Avignon et sa zone d'attraction.

Enfin, le marché de la location des salles de spectacle pour le festival « off » était estimé à 3,5 millions de francs. Le festival « in » bénéficiait de la mise à disposition par la municipalité de locaux.

Au total, les flux directs se répartissaient de la façon suivante :

Fig. 9 : FLUX DIRECTS AU FESTIVAL D'AVIGNON

	Flux régionaux		Flux nationaux
<b>SALAIRES</b>	4,0		0,7
	2,6 (agglom. Avignon)	1,4 (autres)	
<b>ACHATS</b>	6,7		3,5
	6,0 (Avignon)	0,7 (autres)	

Source : BIPE - 1986

## 2. Les flux indirects

Les flux indirects recouvrent les dépenses effectuées au moment du festival par le personnel artistique et administratif ainsi que par les spectateurs.

Ces flux indirects correspondaient aux retombées brutes résultant des achats dans les hôtels, restaurants, cafés, commerces... qui sont très largement positives, desquelles avaient été soustraits les coûts liés aux nuisances créées durant la période du festival. Les dépenses des festivaliers « in » et « off » ont été évaluées à 15 millions de francs pour 1985 en croisant le nombre des spectateurs avec l'estimation des dépenses quotidiennes d'un touriste dans le Vaucluse.

Parmi les dépenses des festivaliers, le BIPE a isolé un poste spécifique correspondant aux achats de billets qui se sont montés à 6,360 millions de francs pour le festival « in » et 1 million de francs pour le festival « off » et qui couvraient 72 % des dépenses de production des spectacles et 40 % des dépenses totales de production.

L'apport des acteurs et du personnel d'accompagnement a, quant à lui, été estimé à 5,5 millions de francs en 1985, chiffre basé sur l'hypothèse que ceux-ci

ne dépensaient que 80 % de leur défraiement sur place, les zones bénéficiaires étant Avignon et ses environs, puis le département du Vaucluse.

Pour évaluer ce qui incombait réellement au festival, le Bureau d'information et de prévision économique a élaboré un indicateur des spécificités de ce dernier qui lui a permis de conclure que le festival d'Avignon en 1985, avait généré un flux de dépenses nettes de 5,850 millions de francs de la part des festivaliers et 5,465 millions de francs de la part des acteurs. Soit un total de 11,315 millions de francs apportés à l'économie locale.

Au total, le BIPE concluait que, près de 14 millions de subventions généraient 14 millions de flux directs et un peu plus de 11 millions de flux indirects. L'effet multiplicateur était de 1,84.

L'incidence était considérée comme positive au niveau régional où les subventions versées par les différentes collectivités locales compensaient les seules dépenses engendrées par le fonctionnement du festival.

Au niveau national, s'il était plus diffus, l'effet était également positif puisque les retombées compensaient les subventions versées par le ministère de la culture et celui de la jeunesse et des sports.

### 3. L'emploi

*L'étude du BIPE* évaluait également les emplois générés par le festival. Le festival a créé, en 1985, 419 emplois saisonniers (créations nettes) auxquels s'ajoutaient une cinquantaine d'emplois mis à disposition par la municipalité. En terme de qualification, ce sont les emplois techniques qui ont été les plus nombreux. En grande majorité, il s'est agi d'emplois locaux (Avignon et les départements limitrophes).

Le festival a généré également, par le seul fait de ses achats, une centaine d'emplois induits, en équivalent temps plein annuel. D'abord dans les entreprises festivalières de services auxquels le BIPE estimait devoir ajouter les personnels supplémentaires embauchés dans le secteur de l'hôtellerie ou de la restauration pour répondre aux besoins des touristes. Puis, une multitude de petits emplois temporaires : ventes ambulantes ou d'objets d'artisanat local.

Ce bilan positif devait cependant, selon le BIPE, être corrigé à la baisse du fait d'effets pervers : coût social dû à un afflux de population et ses débordements, surdimensionnement de certains équipements, dû à l'inadéquation entre les infrastructures nécessaires pendant la durée du festival et celles suffisantes pour les onze autres mois, saisonnalité de l'emploi, le festival occasionnant une surchauffe, durant le mois de juillet et obligeant les entreprises à gérer leur politique du personnel de telle sorte qu'il n'y ait pas trop de déséquilibre sur le marché de l'emploi local.

En 1995, *le CEFRA*, qui avait utilisé et actualisé l'étude du Bureau d'informations et de prévisions économiques, soulignait qu'en matière d'emploi direct administratif, l'équipe permanente et les saisonniers étaient restés relativement stables depuis 1985 (458 salariés) contre (479 salariés), bien que la masse salariale ait doublé.

En 1995, les 479 salariés se répartissaient de la façon suivante : 253 emplois administratifs (direction, production, administration, location, accueil du public), 169 emplois techniques (régisseurs, électriciens, machinistes...) et cinquante-sept emplois artistiques. Le rapport était de seize permanents pour 463 employés temporaires.

Le CEFRAC précisait que le festival engageait directement son personnel technique et son personnel de salle, la grande majorité des lieux de spectacle utilisés n'étant pas des théâtres dotés d'équipements permanents. Outre le directeur artistique, les principaux emplois administratifs permanents sont : directeur administratif, directeur financier, responsable du mécénat, responsable de la billetterie, directeur technique, directeur de production.

Fig. 10 : EMPLOI NON ARTISTIQUE AU FESTIVAL D'AVIGNON

	1985	1995
Budget annuel	21 MF	42 MF
Masse salariale non artistique	4,65 MF	10,65 MF
Total emplois non artistiques	Estimation - Administration : 12 permanents et 40 saisonniers- Technique : 202 saisonniers - Personnel de salle : 177 saisonniers	- Administration : 16 permanents et 46 saisonniers - Technique : 167 saisonniers - Personnel de salle : 191 saisonniers
Commentaires	La majorité des emplois créés bénéficient à Avignon et à sa région, mais ils incluent du personnel municipal mis à la disposition du festival (30 à 50 personnes).	Les emplois de salle sont en quasi totalité des emplois locaux, pourvus le plus souvent par des étudiants. Le festival emploie par ailleurs 5 ou 6 stagiaires (école de formation du Théâtre national de Strasbourg).

Source : CEFRAC - 1995

En marge du festival « in », le festival « off » a suscité la mise en place d'une instance de coordination, qui employait, en 1985, une personne toute l'année (emploi permanent). En 1995, la coordination du « off » représentait 1,5 emploi permanent et vingt-deux emplois saisonniers.

En ce qui concerne l'emploi artistique direct, le CEFRAC présentait l'évolution selon le tableau suivant :

Fig. 11 : EMPLOI ARTISTIQUE AU FESTIVAL D'AVIGNON

	1985	1995
Durée du festival	26jours	24jours
Nombre de productions	56	70
Nombre de représentations	201	357
Budget artistique total	estimation 12,6 MF	estimation 14,6 MF
Masse salariale artistique	non communiquée	non communiquée
Total emploi artistique	non communiqué	Env.900

Source : CEFRAC - 1995

Il soulignait que bien que le festival d'Avignon soit un festival de théâtre, il programme également de la danse contemporaine, des concerts de musique contemporaine et de musiques de monde, ainsi que son traditionnel cycle d'orgue. C'est aussi un espace de débats et le lieu de rencontres cinématographique et, bien entendu, d'expositions. Festival de création, il est amené de plus en plus à participer à des coproductions, ce qui limite ses engagements directs d'artistes. Toutefois, en 1995, cinquante-sept salariés du festival occupaient un emploi artistique (comédiens, musiciens, metteurs en scène travaillant sur les productions du festival)...

De son côté, le festival « off » proposait 390 compagnies, dans environ quatre-vingt-dix lieux, sans qu'il soit possible de préciser le nombre d'emplois rémunérés ou non qui en découlaient.

*Une étude réalisée en 1996 par l'Association de gestion du festival d'Avignon sur les retombées économiques de l'édition 1995*, confirme les conclusions des précédentes. Elle se fonde, comme l'avait fait le BIPE en 1986, sur le coût total annuel moyen d'un salarié pour évaluer le nombre d'emplois potentiellement créés par le festival. Cette méthode dite des équivalent-plein temps permet d'estimer l'emploi indirect. D'une centaine en 1985, celui-ci serait passé, sur la base de 9,5 millions de francs dépensés auprès des fournisseurs et prestataires de services, à l'équivalent de quarante-deux emplois indirects pour le festival « in » et de soixante-dix-neuf emplois indirects pour le festival « off ».

Enfin, pour recenser les créations d'emplois induits par la présence des festivaliers en Avignon, les auteurs de l'étude ont consulté les données concernant les créations d'emploi émanant des déclarations préalables à l'embauche enregistrées par l'Ursaff sur le bassin d'Avignon. Les auteurs ont pris soin de séparer les créations d'emplois liées au seul festival de celles liées au tourisme grâce à la méthode suivante : le nombre d'emplois induits par le festival est égal au nombre de déclarations préalables à l'embauche enregistrées en juillet

auquel on retranche le pic des déclarations préalables à l'embauche enregistrées en juin et en août.

Les résultats obtenus sont les suivants : grâce au festival, un surplus de cent emplois a été créé dans l'hôtellerie restauration, 400 dans le secteur des services rendus aux entreprises, établissements de nettoyage, de sécurité, de publicité, 116 dans le secteur associatif, notamment à l'évidence dans les associations culturelles, 295 dans les activités récréatives et culturelles (emplois non associatifs liés au spectacle, à l'encadrement), treize dans les services personnels, blanchisserie, coiffure, soin de beauté, cinq dans l'édition et l'imprimerie, vingt et un dans les postes et télécommunications et cinquante et un dans le secteur de la santé et de l'action sociale. Le festival induirait donc plus de 1 000 emplois à Avignon en juillet.

Globalement en juillet 1995, près de 800 personnes se sont logées et nourries sur le grand Avignon, pour une somme de 5 845 000 F. Les festivaliers quant à eux ont passé en moyenne trois jours sur Avignon et assisté à deux spectacles du festival. Leurs dépenses en hébergement, restauration, et frais divers se sont montées à 42 441 000 F. L'économie induite générée par le seul festival d'Avignon se monte à plus de 48 millions de francs.

Une étude complémentaire menée sur le festival « off » de 1995 estime, après interrogation d'un échantillon de cinquante compagnies, que les 390 compagnies présentes seraient responsables des retombées suivantes : 18,2 millions de francs d'achat ou de location de matériel, de frais d'assurance, de transport et de communication (dont 2,7 millions de francs à Avignon) ; 5 millions de francs d'hébergement et de restauration à Avignon ; 5 millions de francs de salaires versés (dont 1,1 million de francs à Avignon) ; 2,1 millions de francs de droits d'auteurs, 14,8 millions de francs de locations de salles. Le total de ces retombées atteindrait plus de 56,7 millions de francs dont environ 35,2 millions de francs en Avignon.

#### C - LES RETOMBÉES À LONG TERME

L'étude du BIPE de 1986 soulignait « qu'au delà de la circulation des flux annuels, le festival d'Avignon contribue à l'accumulation de capital susceptible d'engendrer un nouveau développement économique ». Persuadée que l'attractivité d'une ville se mesure autant en terme d'emplois que de qualité de vie, la municipalité d'Avignon consacrait d'ailleurs 22 % de son budget 1985 à la culture dont 9 % pour le festival. On est bien au dessus du fameux 1 % jamais atteint dans le budget de l'Etat.

Cet effort de la ville d'Avignon avait favorisé l'installation de trois compagnies permanentes de théâtre en 1985. On en comptait vingt-neuf en 1995.

Ville culturelle, Avignon est aussi une ville de congrès et « générée par le festival, l'activité du palais des congrès, tend à devenir le régulateur à terme de ses effets pervers » sans que le BIPE ait pu chiffrer réellement « les opportunités qui s'offrent à Avignon de transformer un capital culturel en capital économique ».

Au-delà, le festival favorise le rayonnement de la ville à l'extérieur, les médias se faisant, tous, durant le mois de juillet l'écho du festival. Pendant la durée de ce dernier en 1985, 400 journalistes se sont croisés dans la ville. Grâce au dépouillement de l'ensemble des articles parus cette année-là sur le festival, le BIPE estimait que la publicité faite autour de l'événement pouvait être estimée à plus de 10 millions de francs. Les dépenses pour la presse française représentant 3,2 millions de francs (dont 1,5 pour la presse nationale et 1,7 pour la presse régionale) celles pour la presse étrangère 600 000 F tandis que l'achat d'espaces publicitaires et de reportages à la télévision était évalué à 5,5 millions de francs.

Le BIPE estimait également qu'Avignon constituait une véritable plaque tournante du marché des spectacles. « Avignon est une vitrine ». Premier festival de théâtre mondial, il est un lieu privilégié de rencontres entre les compagnies, les organisateurs de spectacles. Il donne aux troupes l'occasion d'acquérir la reconnaissance du public et des milieux professionnels, facilitant ainsi l'achat de leurs spectacles, l'organisation de tournées et l'obtention de subventions. Les achats de spectacles, les seuls éléments véritablement chiffrables, ont pu être estimés à près de 10 millions de francs, une partie étant exportée dans le cadre de tournées à l'étranger, somme à laquelle il convient d'ajouter, les achats de spectacles de l'association du festival pour le festival lui-même (8 millions de francs).

Enfin, le festival joue un rôle important au niveau de la création théâtrale, Avignon mettant en valeur l'image de marque du théâtre français.

Le CEFRAAC ajoute que l'attractivité d'Avignon en tant que ville festivalière se traduit aussi par des flux venant de l'extérieur. Il cite à cet égard le développement parallèle du festival « off », dont l'impact est indiscutable. La création de formations professionnelles et universitaires en est aussi la conséquence. Ainsi en Avignon, en 1987, a été créé l'Institut supérieur des techniques du spectacle qui amène, chaque année, une trentaine de jeunes sur le marché de l'emploi, dont une partie est engagée comme professionnels saisonniers du festival. Mais l'exemple le plus significatif est l'installation du palais des congrès dans le Palais des Papes qui confère à la ville une image de marque culturelle et économique internationale. Ce qui favorise une activité économique bénéficiant de l'organisation de colloques. Les dépenses des congressistes et de fournitures de services par les entreprises représentent alors des retombées non négligeables, sans parler d'un petit nombre d'emplois directs créés.

Ces séminaires rendus possibles grâce à l'image projetée sur la ville par le festival, permettent tout au long de l'année, de réguler en partie les conséquences négatives de ce dernier. Ils répondent sans doute aux espoirs émis par le BIPE qui concluait en 1985 que « la réussite totale du festival dépendrait de sa capacité à transformer des flux saisonniers en flux annuels et donc à générer des activités culturelles et économiques suffisantes pour en contrebalancer les effets pervers ».

## II - LE FESTIVAL INTERCELTIQUE DE LORIENT

### A - ORGANISATION ET BUDGET

Né en 1971, après la disparition du « festival de Cornemuse » de Brest et grâce à une équipe de bénévoles lorientais engagés dans la vie économique et culturelle de leur ville, le « festival Interceltique » de Lorient promeut toutes les formes d'expression artistique de la Celtie. De la sculpture, du cinéma ou de la littérature aux sports, des musiques classique et traditionnelle à la musique moderne.

Pendant dix jours, au début du mois d'août, il propose dans une douzaine de lieux de la ville plus de 200 manifestations sous forme de concerts, expositions, conférences, films, spectacles, mises en scène (tels les Nuits magiques), cabaret, ateliers de danse, mais aussi défilés comme la Grande parade des Nations celtes qui regroupe 3 500 artistes costumés. Il ne néglige ni les spécialités gastronomiques celtes avec son village Celte, ni la participation du public lors des « Fest-noz » ou des ateliers de danse, de musique... puis de broderie. En 1995, le public d'origine locale ou régionale (32 %), puis nationale (43 %) et internationale (25 %), représentait 300 000 entrées, dont 115 000 ayant donné lieu à une vente de billets.

Depuis son origine, pour son organisation et son fonctionnement, outre ses salariés, le « festival Interceltique » de Lorient a pu compter sur des bénévoles, aujourd'hui au nombre de 400. Afin de mettre à son programme certaines créations de son choix, il possède depuis quinze ans sa propre formation de huit musiciens. En outre, il travaille en collaboration avec divers autres festivals dont « l'Irish festival » de Dallas, « l'Interceltic » de Tokyo, le « festival Celtique » de Sydney et « le Celtique connections du Royal concert hall » de Glasgow.

Son budget était de 16,5 millions de francs en 1995. Il est organisé sous la forme d'une association loi de 1901 qui assure son autofinancement à hauteur de 62,5 % (principalement billetterie pour 36,5 % et vente de produits pour 23 %). Les subventions publiques représentent 24 % et proviennent surtout des collectivités territoriales (23 %). La ville de Lorient, en particulier, fournit 12 % du budget en prestations techniques et 4 % en subventions. Le « festival Interceltique » de Lorient fait partie du projet kaléidoscope de l'Union européenne, dont l'apport représente 1 % du budget alors que celui de l'Etat français sous forme de crédits déconcentrés n'atteint que 0,3 %. Enfin, le partenariat privé sous diverses formes compte pour 12,5 % du budget.

Depuis quatre ans, le festival organise la Saint Patrick à Paris. En 1994, il a donné naissance à la société Eromi (chiffre d'affaires : 850 000 F en 1995), qui produit des disques et des émissions de télévision diffusées par diverses chaînes internationales.

## B - LES EMPLOIS DIRECTS

Le CEFRAc a analysé l'évolution des emplois directs générés par le festival en dix ans.

En ce qui concerne les emplois non artistiques, il souligne que l'organisation et le fonctionnement du festival sont atypiques, comparés à ceux d'autres « gros » festivals. La masse salariale est une des plus faibles, et en valeur absolue et en pourcentage du budget général. Et ce, bien que le développement de la manifestation en dix ans ait amené l'engagement d'un nombre plus important de techniciens intermittents qui a revalorisé fortement cette masse salariale.

L'équipe « permanente » est simplement constituée du directeur artistique, d'un comptable et d'une dactylo, assistés de stagiaires et de bénévoles. Il faut noter le rôle joué par huit programmeurs artistiques non rémunérés qui conseillent le directeur artistique pour sa programmation internationale.

Dans son ouvrage sur « Le bénévolat au festival Interceltique de Lorient », Marie-Thérèse Kerihuel exprime le point de vue suivant : « trois types de bénévoles apparaissent. Il y a en premier lieu ceux qui travaillent par altruisme : ils ont besoin de s'exprimer. Le festival correspond alors à l'idée qu'ils veulent défendre, à leurs convictions, ne serait-ce que l'image de leur ville. Puis il y a ceux qui travaillent un peu par marginalité, profitant de la mode des courants culturels à ce niveau. L'identité régionale est un élément porteur d'enthousiasme. Enfin, il y a des bénévoles qui participent par intérêt : intérêt du dépassement (le bénévolat permet de mettre en pratique ses idées et ses compétences dans un contexte moins contraignant que celui du travail), l'intérêt social au sein du festival (le bénévole peut trouver l'occasion d'accéder à une autre échelle sociale), l'intérêt de valorisation (le festival est un moyen de sortir de l'anonymat pour les individus qui n'ont rien de particulier dans la vie courante), l'intérêt d'insertion dans un groupe, l'intérêt de l'intégration (le festival est actuellement porteur de réussite et cela donne à chacun une image positive), l'intérêt d'acquisition d'un savoir, l'intérêt de rencontre ».

Fig. 12 : EMPLOI NON ARTISTIQUE AU FESTIVAL  
INTERCELTIQUE DE LORIENT

	1985	1995
Budget annuel	6,5 MF	16,5 MF
Masse salariale non artistique	0,35 MF	2,1 MF
Total emplois non artistiques	- Administration : 3 permanents + bénévoles - Technique : 17 intermittents - Au total, environ 200 bénévoles	- Administration : 3 permanents + bénévoles - Technique : 55 intermittents - Au total, environ 400 bénévoles
Commentaires	La municipalité emploie le directeur du festival et fournit un certain nombre de postes techniques.	Des stagiaires ou objecteurs de conscience font partie de l'équipe administrative. Parmi les bénévoles, sont (faiblement) rémunérés les responsables de buvettes.

Source : CEFRAc - 1995

Le rôle des bénévoles, à tous les échelons de responsabilité, est fondamental. Ils ne remplissent pas seulement des fonctions faiblement ou non qualifiées. On les retrouve aujourd'hui à des niveaux importants de responsabilités administrative et financière.

Il s'est en outre vite avéré que le festival en 1995 avait de plus en plus un fonctionnement d'entreprise où la technicité devenait prioritaire. Pour assurer sa crédibilité, il a fallu faire appel aux professionnels, le bénévolat initial ne suffisait plus. Si, en 1980, on comptait un professionnel, en 1996 leur nombre est passé à cinquante. Selon Jean-Pierre Pichard son directeur, le bénévolat connaît une évolution car il y a pour le bénévole une possibilité de promotion interne. En effet, le développement du festival sur le plan national et international ont amené à professionnaliser l'organisation du festival. Il conclut : « Fini le bénévolat de la première génération, aujourd'hui nos bénévoles remplissent les fonctions d'un professionnel, voilà pourquoi on peut parler de « bénévoles à compétences professionnelles » au « festival Interceltique » de Lorient.

En ce qui concerne les emplois artistiques, le CEFRAAC souligne le fait que le festival mêle de très gros rassemblements (2 000 à 3 000 musiciens) et des représentations plus limitées (concerts, cabaret, fête bretonne, animations, conteurs, café-théâtre). S'y ajoutent des conférences, un festival du film, des concours, des ateliers, des expositions et un salon d'art contemporain des pays celtiques qui regroupait 350 artistes en 1995.

Fig. 13 : EMPLOI ARTISTIQUE AU FESTIVAL INTERCELTIQUE DE LORIENT

	1985	1995
Durée du festival	10 jours	10 jours
Nombre de productions	plus de 200	Env. 250
Nombre de représentations	plus de 200	Env. 250
Budget artistique total	2,40 MF	5,9 MF
Masse salariale artistique	0,85 MF	2,1 MF
Total emploi artistique	Env. 50 rémunérés 5 000 à 6 000 musiciens défrayés	Env. 100 rémunérés 5 000 à 6 000 musiciens défrayés

Source : CEFRAAC - 1995

Si un certain nombre d'artistes sont sous contrat et payés au cachet, la majorité d'entre eux sont rémunérés par leurs associations auxquelles le festival verse une somme forfaitaire, tandis que les groupes étrangers voient leurs frais (voyages et séjours) pris en charge par le festival.

#### C - L'IMPACT ÉCONOMIQUE

Une évaluation sur ce festival a été réalisée par la chambre de commerce et d'industrie du Morbihan qui, grâce à des questionnaires élaborés à l'intention du

public et des commerçants, a essayé de connaître les incidences économiques directement liées à sa tenue.

Pour le public, les questions ont porté sur la région d'origine des personnes interrogées, le motif de leur séjour à Lorient et sa durée, le montant des dépenses engagées dans le cadre du festival et leurs affectations.

L'étude produit le tableau suivant quant aux régions d'origine :

Fig. 14 : REGIONS D'ORIGINE DES SPECTATEURS

Région	Nombre	Pourcentage
Lorient et ses environs	15	5,8
Bretagne	78	30,2
Reste de la France	135	52,4
Pays étrangers	30	11,6
Total	258	100

Source : CCI du Morbihan - 1983

Toutefois les auteurs de cette enquête émettent eux-mêmes certaines réserves. Le fait que la région Bretagne et plus particulièrement Lorient soient sous-représentées tient essentiellement au mode d'enquête, le questionnaire ayant été adressé seulement aux personnes ayant eu recours au syndicat d'initiative, aux campings et aux hôtels. Le champ géographique laisse en revanche supposer que « l'on vient de partout en France pour assister au festival » puisque dix-neuf des vingt-deux régions ont été citées et que, compte tenu de l'échantillon restreint, « il serait bien étonnant que toutes les régions ne soient pas représentées. »

En ce qui concerne les trente réponses de ressortissants étrangers, elles émanaient d'allemands, de suisses, d'italiens, d'espagnols, d'irlandais, de néerlandais et d'anglais.

Le motif du séjour pour 71 % de l'échantillon soit 183 personnes était le festival, trente-cinq prolongeant leur séjour par des vacances alors que pour cinquante-huit personnes seul le motif des vacances était avancé, dix-sept mettant en avant une autre raison (affaires).

Les auteurs de l'étude apportent là également des nuances. Ils estiment certes que les résultats de leur enquête permettent d'affirmer que le festival a acquis une audience qui le place comme pôle d'attraction majeur pour la ville de Lorient. Mais ils soulignent qu'il serait exagéré de dire que 71 % des passages à Lorient durant le festival dépendent directement de ce dernier, son déroulement au mois d'août correspondant à la période la plus chargée au plan touristique. Néanmoins, ils mettent l'accent sur la forte motivation des bretons pour ce festival, une bonne proportion d'habitants du reste de la France étant d'origine bretonne parmi les personnes donnant, comme motif de leur séjour, le festival.

S'agissant de la durée du séjour à Lorient, 13 % des personnes qui s'étaient déplacées pour le festival sont restées dix jours, soit la durée totale de

l'événement et 15 % des personnes venant d'une autre région ont prolongé leur séjour jusqu'à quinze jours et plus.

Enfin, l'étude considère que le fait que neuf personnes sur dix aient assisté à un spectacle même s'agissant de celles pour qui la venue au festival n'était pas le but prioritaire se révèle comme un point positif sous l'angle culturel et artistique.

La majeure partie des dépenses a été affectée au logement et à la nourriture puis aux produits culturels directement en lien avec le festival, disques, instruments de musique, livres régionaux. La photographie et les cadeaux souvenirs intéressent une personne sur cinq.

Par ailleurs, trente-six commerçants lorientais ont répondu à un questionnaire sur l'activité de leur magasin pendant le festival. L'échantillon, bien que restreint, présentait un éventail varié de commerces susceptibles d'être fréquentés par les festivaliers. Dix-sept commerçants, soit 50 % d'entre eux, ont enregistré une hausse de leur chiffre d'affaires qui s'est située en moyenne entre 15 et 30 %. Les magasins principalement concernés sont les commerces alimentaires, les boutiques spécialisées dans la photographie et surtout les disquaires et les commerces de cadeaux-souvenirs. Quelques commerçants ont effectué une publicité dans le programme du festival mais dans l'ensemble, peu ont éprouvé le besoin de promouvoir leur établissement pendant cette période en relation avec le festival. Quelques commerçants ont essayé de mesurer la proportion des festivaliers dans leur clientèle. Un boulanger, un photographe et deux disquaires ont avancé le chiffre de 50 % et un marchand de cadeaux celui de 75 %. Les produits dont la vente a augmenté permettent aux auteurs de l'étude de conclure que de nombreux festivaliers, imprégnés de l'esprit de ces dix jours, cherchent à se procurer un souvenir de leur passage dans la région : bijoux bretons et celtes, chapeaux bretons, livres évoquant la région, gâteaux et spécialités bretonnes. Deux commerçants sur trois ont estimé que le festival procurait des retombées positives même s'ils n'étaient pas directement touchés. D'autres ont noté qu'elles s'avéraient supérieures à celles de la « Transat en double » qui avait eu lieu en mai et juin 1983. Six commerçants ont indiqué que la dizaine du festival représentait pour eux la meilleure période de l'année. Sur les dix-neuf hôteliers, restaurateurs, cafetiers et responsables de campings, 84 % ont estimé positives les retombées. Unanimement, les hôteliers néanmoins ont fait observer que la période du festival correspond de toute façon au moment fort de l'année et qu'un déplacement de date de l'événement serait plus profitable. Parmi les débits de boisson, un bar a signalé un gain de 400 % de son chiffre d'affaires par rapport aux décades entourant le festival !

D'une manière générale, la localisation des établissements joue un grand rôle d'appel sur les retombées. Le principal grief des commerçants est la très forte concentration géographique des manifestations qui ne touchent pas tous les axes commerciaux lorientais.

En conclusion, même s'il est affirmé que le caractère de sondage de l'enquête et les réponses parfois approximatives demandent une certaine prudence dans l'interprétation des résultats, la chambre de commerce et d'industrie du Morbihan estime indéniable que le festival, pendant son déroulement et sans doute au-delà, accroît la fréquentation touristique et

commerciale de la région lorienne. Les observations de la majorité des commerçants et des professionnels du tourisme en apportent la preuve.

Les retombées sont jugées positives dans l'ensemble pour l'économie locale bien que difficilement quantifiables sur le plan monétaire. Néanmoins, une estimation des dépenses occasionnées par le déroulement du « festival Interceltique » a pu être réalisée à partir du nombre de spectateurs. Certains d'entre-eux ont assisté à plusieurs représentations (chiffre voisin de 100 000 personnes ayant assisté au festival) et ont fait une dépense moyenne de 500 F, toutes origines géographiques confondues. Une telle évaluation impliquerait alors des retombées de 50 millions de francs, ce qui serait déjà considérable ; mais « invérifiable ».

### III - LE PRINTEMPS DE BOURGES

#### A - ORGANISATION ET BUDGET

Créé en avril 1977, le « Printemps de Bourges » avait pour raison première de donner une tribune aux artistes de musique populaire.

A son origine, le « Printemps » est produit par la maison de la culture de Bourges dont il constitue une des activités. De 1977 à 1982, il connaît une croissance rapide. Sa spécificité, mais aussi son importance grandissante en terme de budget et de temps de préparation rendent son autonomie nécessaire. Une association loi de 1901 est créée en 1983. En 1986, de nouvelles structures juridiques s'imposent : une association pour veiller à l'utilisation des fonds publics et une Société à responsabilité limitée (SARL) : « SARL le Printemps de Bourges » pour l'organisation du festival.

Pour l'année 1995, la SARL avait un budget de 27,2 millions de francs. Les subventions publiques et des organismes professionnels comptaient pour 35 % du budget. Elles provenaient notamment de la ville de Bourges (11,5 % du budget), du ministère de la culture (8 % du budget), des collectivités territoriales. La billetterie et les recettes annexes comptaient pour 50 % du budget. Le « sponsoring » quant à lui pour 15 %.

D'une durée actuelle de six jours, il a lieu vers la fin du mois d'avril. En 1995, plus de quatre-vingts groupes du monde entier s'y sont produits.

Expositions, débats et colloques, manifestations diverses telle « la nuit du clip » ou le « rock'n'broc » véritable marché aux puces de la musique, sont organisées tous les ans. D'autres manifestations comme « cinéprintemps » (un programme de films), la « scène ouverte » réservée aux artistes amateurs ainsi que de multiples spectacles sur des scènes improvisées partout dans divers lieux de la ville, places, bars, boîtes de nuit, viennent ponctuer la vie du festival. Les concerts sont donnés dans différentes salles : palais de congrès, grand théâtre, maison de la culture, théâtre Jacques Coeur, scènes provisoires montées pour l'occasion. La cathédrale elle-même accueille certains concerts. Pour sa logistique, le « Printemps de Bourges » bénéficie de la contribution des différents partenaires locaux.

Le festival délivra en 1995 environ 85 000 billets à un public plutôt jeune (85 % du public a moins de trente-cinq ans) surtout régional, puis national et européen.

#### B - LES EMPLOIS DIRECTS

En ce qui concerne les emplois directs, le CEFAC souligne que, du fait de la spécificité de la structure qui organise le festival, à la fois SARL et association, et du nombre de filiales associatives ou commerciales qu'elle a générées et qui ont toutes leur activité propre, il est parfois difficile de préciser, dans cette constellation de structures, ce qui relève de l'emploi direct et de l'emploi indirect.

L'organigramme du Printemps présente la SARL organisée en cinq grandes directions : direction générale, artistique, commerciale, technique, communication. Il semblerait qu'au total, 800 personnes environ travaillent à la préparation et au bon déroulement du festival.

Fig. 15 : EMPLOI NON ARTISTIQUE AU PRINTEMPS DE BOURGES

	1985	1995
Budget annuel	10 MF	27,2 MF
Masse salariale non artistique	2,8 MF	5,0 MF
Total emplois non artistiques	- Administration : 2 permanents + 27 saisonniers - Technique : 53 saisonniers	- Administration : 7 permanents dont 5 plein-temps et 2 temps partiel + 32 saisonniers - Technique et accueil: 182 saisonniers
Commentaires	L'organisation du festival s'appuie à la fois sur son équipe permanente, sur le personnel de la maison de la culture de Bourges et le personnel de sociétés sous-traitantes qui ne sont pas comptabilisées dans cette partie de l'étude.	

Source : CEFAC - 1995

Entre 1985 et 1995, le budget général a presque été multiplié par trois. La masse salariale non artistique n'a pas tout à fait doublé, bien que le nombre d'emplois correspondants ait été multiplié par 2,5. L'importance de la logistique fournie par la maison de la culture en 1985 explique en partie l'écart entre les chiffres 1985 et 1995. Il s'agit essentiellement d'intermittents et de saisonniers.

Fig. 16 : EMPLOI ARTISTIQUE AU PRINTEMPS DE BOURGES

	<b>1985</b>	<b>1995</b>
Durée du festival	10 jours	6 jours
Nombre de productions	147	127
Nombre de représentations	87	63
Budget artistique total	3,675 MF	5,8 MF
Masse salariale artistique	non communiquée	non communiquée
Total emploi artistique	Env. 750	Env. 650

Source : CEFAC - 1995

En ce qui concerne les emplois artistiques, le CEFAC indique que le « Printemps de Bourges », après une forte période croissance jusqu'en 1989, a dû réduire pour des raisons budgétaires sa durée de dix à six jours et par voie de conséquence sa programmation. Mais, malgré cette réduction, le festival avait presque retrouvé, en 1995, son niveau antérieur de productions. Il avait augmenté son budget artistique de 63 % par rapport à 1985.

Comme le Printemps de Bourges n'engage, par contrat individuel, que très peu d'artistes et achète majoritairement des plateaux artistiques à des producteurs, cela rend quasi impossible une estimation des emplois artistiques rémunérés par leur production.

#### C - L'EMPLOI INDIRECT

Le CEFAC précise qu'à partir de sa structure propre, le festival a créé ou favorisé le développement de différentes sociétés ou associations, ce qui permet à chacune des parties de bénéficier de relations privilégiées :

- Coulisses, société de prestations techniques, créée en 1986 et gérée par le directeur technique du festival, dont le chiffre d'affaires en 1995 s'élevait à 3,75 millions de francs ;
- Argos, société de conseil en recherche de mécénat-sponsoring, dont une partie du capital est détenue par le « Printemps de Bourges » ;
- Incidences, société de communication, chargée de la réalisation et fabrication du matériel d'information ;
- Bodo et Opus 64, deux services de presse ; Printemps images, filiale chargée de la production audiovisuelle ;
- Réseau printemps, association créée en 1986 et chargée de l'organisation « découvertes » de jeunes artistes en France et à l'étranger grâce à un réseau de correspondants nationaux et internationaux. Son budget était en 1996 de 3,1 millions de francs. Elle a présenté, en 1995, quarante-deux groupes ;
- Tam-tam, association chargée de mettre en oeuvre, à l'intérieur du printemps, un marché international pour les professionnels de la musique ; elle regroupe environ 250 exposants et programme une

dizaine de groupes. Elle possède un salon de deux jours pour ces professionnels. Son budget était de 1,1 millions de francs en 1996 ;

- Germinal, association qui gère à l'année la salle de spectacles du même nom et où sont installés les bureaux du festival à Bourges ;
- les Centres d'entraînement aux méthodes d'éducation active (CEMEA), prestataires privilégiés pour l'accueil et l'hébergement des jeunes, tandis que la Fédération des oeuvres laïques (FOL) se charge de l'accueil des professionnels et de leur hébergement.

D'autres prestataires fonctionnent notamment pour la maintenance informatique (logiciel de billetterie), pour le personnel de sécurité et le gardiennage.

D'une manière plus générale, le CEFAC souligne qu'outre ces fournisseurs, il faudrait tenir compte de personnels ou d'entreprises pour lesquels l'existence du festival a des conséquences économiques effectives en terme de maintien ou de création d'emplois, sans qu'il soit possible de les confondre avec l'emploi induit lié aux retombées économiques des dépenses des festivaliers ou des personnels employés directement par les festivals.

Il cite, à cet égard, les agents, producteurs, attachés de presse des compagnies et des artistes programmés, les lieux de spectacles loués par le festival, les associations d'éducation populaire chargées de l'accueil et de l'encadrement du public jeune (centre d'entraînement aux méthodes actives pour Bourges), les personnels municipaux détachés pour la préparation (généralement personnel administratif ou technique), les journalistes, les équipes radio couvrant l'actualité du festival à travers des émissions d'information et des émissions spéciales, les auteurs ou compositeurs rémunérés à travers les droits d'auteurs versés dont les revenus augmentent ainsi notablement.

Le rôle de vitrine de festival permet à de nombreux spectacles de développer leurs tournées nationales ou internationales, cette durée d'exploitation supplémentaire générant un surcroît d'emploi pour toutes les catégories professionnelles du spectacle vivant.

On voit, par cette simple énumération, l'importance économique que revêt un événement culturel qui se constitue en véritable industrie culturelle.

#### D - LES RETOMBÉES INDUITES

Le CEFAC a utilisé l'étude « public » réalisée par l'Institut universitaire technologique (IUT) de Bourges en septembre 1995. Conduite à partir d'un échantillon de 1 000 spectateurs, cette dernière conclut que le public reste en moyenne 2,5 jours au festival et dépense 500 F par jour, dont 250 pour l'achat de places. Par un simple calcul, le Centre d'étude déduit que chaque spectateur participe à Bourges à l'économie induite du festival à hauteur de 625 F en moyenne. Les retombées socio-économiques sont jugées importantes par le Centre d'étude. Après quelques années d'existence du « Printemps », la réalisation du palais des congrès s'est inscrite dans une logique architecturale déterminée par rapport au festival, l'exploitation pour les congrès devant rester compatible avec une utilisation pour les « concerts ».

L'existence du festival a contribué à la création de petites et moyennes entreprises liées à l'audiovisuel ou aux nouvelles technologies. Un nouveau marché du travail s'est révélé progressivement sur la région pour des techniciens intermittents du spectacle, dans un rayon d'un centaine de kilomètres. Les techniciens, dans un premier temps, répondaient à une demande ne nécessitant pas une haute technicité et dont pratiquement seul le festival était à l'origine. Progressivement, par un phénomène de développement des salles régionales existantes, par la création de nouveaux équipements, par une exigence technique de plus en plus importante des spectacles présentés tout au long de l'année, ils ont dû se spécialiser. Ce qui s'est traduit par des créations d'emplois qui ont été largement favorisées par des politique de formation. A titre d'exemple, les stages de techniciens du spectacle organisés à Bourges sur deux périodes de six mois engendrent, sur deux sessions de vingt stagiaires, des résultats hautement révélateurs puisque quatorze d'entre eux lors de la première session et onze lors de la seconde en ont fait leur profession.

Un autre exemple plus récent. A trente kilomètres de Bourges (Issoudun), un centre permanent de formation de gestionnaires a été créé. Il devrait dans les prochaines années ouvrir un département axé sur les nouvelles technologies du spectacle.

Enfin, le CEFRAc estime pouvoir relier cette politique de formation à une politique d'insertion, dans la mesure où la plupart des jeunes qui ont fréquenté, ou qui fréquentent aujourd'hui ces stages, sont issus de milieux plutôt défavorisés. Si, pour eux, au départ, la pratique de la musique rock répondait à un désir culturel mais n'ouvrait aucune perspective en terme d'emploi, le métier de technicien proche de leur passion a pu les intégrer dans le milieu du spectacle qui les avait naturellement attirés.

## CHAPITRE VII

### L'ENQUÊTE DU CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL

La section des économies régionales et de l'aménagement du territoire s'est efforcée de compléter ces visions parcellaires en procédant à l'envoi d'un questionnaire auprès d'une quarantaine de festivals. Du fait du caractère tout à fait inédit de ce rapport et de la multiplicité comme de la diversité des événements culturels se déroulant en France, il a paru nécessaire d'étudier dans leurs grandes lignes un nombre relativement conséquent de manifestations.

L'échantillon a été déterminé avec le concours du Département des études et de la prospective (DEP) du ministère de la culture dans le souci d'atteindre, autant que faire se pouvait, une certaine représentativité quant à l'ensemble des événements culturels répétitifs organisés en France au cours d'une année. Une typologie des différents festivals recensés par le ministère de la culture a d'abord été élaborée par le soin du DEP en tenant compte, notamment de leur thème, de leur localisation, de leur budget et de leur période. Les événements culturels retenus dans l'échantillon étant ensuite tirés au sort dans le cadre de cette classification.

De ce fait, les manifestations étudiées ne sont pas nécessairement les plus importants des festivals donnés dans une commune au titre d'une année. A titre d'exemple, « Swingin' Deauville », « Folklores du monde », le « festival de musique du Vieux Lyon » ou le « festival de Carillon et d'Art campanaire » ne sont pas les événements festivaliers majeurs organisés respectivement à Deauville, Saint-Malo, Lyon et Grenoble. Mais, si cette difficulté rend la mesure des retombées de ces événements plus délicate encore, un choix consistant à ne retenir que l'événement le plus important organisé dans une ville n'aurait pas permis de constituer un échantillon représentatif de la réalité des festivals.

Il n'était pas question, compte tenu notamment du nombre des événements étudiés, de procéder à une évaluation de ceux-ci en approfondissant ou recoupant les informations fournies spontanément par les organisateurs et les élus locaux en réponse au questionnaire qui leur a été envoyé. Certains des éléments obtenus sont d'ailleurs imprécis ou lacunaires. En l'absence d'une totale homogénéité dans les réponses (les chiffres budgétaires étant par exemple fournis selon les cas sous la forme de données brutes ou nettes), il n'a pas été non plus possible de procéder à une exploitation statistique de certains des résultats obtenus.

Néanmoins, telles quelles, les vingt-sept réponses parvenues (soit un taux de réponse de deux tiers) complétées par des entretiens avec les organisateurs des festivals « Banlieues bleues », en Seine-Saint-Denis, Limoges et Bonaguil, ou avec ceux du salon du livre de jeunesse de Montreuil, donnent une vision assez juste et inédite de la richesse et de la diversité des événements culturels festivaliers en France. Elles apportent également un aperçu des retombées des festivals sur le développement local et régional, dans leurs dimensions tant économiques que sociales. Certes, celles-ci sont appréhendées de manière

incomplète, souvent subjective, et les exemples étudiés montrent que ces retombées sur le développement sont inégales. Mais cette inégalité même est intéressante. Alors que les évaluations privilégient en général des événements importants, à l'impact à priori considérable, l'échantillon ainsi constitué ne fait pas l'impasse sur des manifestations sous prétexte que leurs retombées économiques ou sociales sont faibles, voire inexistantes. Ainsi peut-il, d'une certaine manière, rendre compte de la diversité des festivals français à cet égard. Elles fournissent enfin des éléments sur leurs coûts et sur la ventilation de ces dépenses entre les différents cofinanceurs. Certes, il ne s'agit pas à proprement parler de retombées. Mais ce point est néanmoins fort important pour notre sujet dans la mesure où l'impact des événements culturels pour la collectivité doit être apprécié au regard de leur coût pour celle-ci. En quelque sorte, les retombées économiques des festivals figurent au numérateur, tandis que la part publique du financement en constitue le dénominateur.

## I - FESTIVALS DE CRÉATION

### A - SALON DU LIVRE DE JEUNESSE DE SEINE-SAINT-DENIS

Montreuil-sous-Bois - 95 038 habitants -  
Seine-Saint-Denis - Ile-de-France

#### 1. Caractéristiques

*Implantation* : dans divers bâtiments de la ville (centre des expositions, bourse du travail) et chapiteaux de toile dressés pour l'occasion place de l'hôtel de ville à Montreuil.

*Thème* : livre de jeunesse

*Création* : 1985

*Objectif* : promouvoir le livre de jeunesse et la création d'expression française en la matière ; contribuer au développement de la lecture auprès des jeunes et du public scolaire de banlieue, souvent peu favorisé à Montreuil comme en Seine-Saint-Denis.

*Contenu* : activités du salon (vente de livres pour la jeunesse) auxquelles s'ajoutent 106 rencontres et 6 expositions.

*Période* : six jours du 3 au 8 décembre, auxquels s'ajoutent deux jours de colloque.

*Structure organisatrice* : centre de promotion du livre de jeunesse de Seine-Saint-Denis.

*Budget* : 9 080 000 F en 1997, dont 4 130 000 F (45 %) de subventions du conseil général, 210 000 F de subventions de l'Etat, et 200 000 F du centre national du livre, 300 000 F du ministère de la culture d'Allemagne (pays invité d'honneur en 1997), 100 000 F de l'Union européenne.

*Spectateurs* : 12 000 spectateurs payants (recettes-guichet 270 000 F), 138 000 spectateurs à titre gratuit (invités, visiteurs de moins de 14 ans, professionnels); parmi eux, 32 000 enfants dont 1/3 de province.

#### 2. Retombées

*Economiques* : les travaux d'impression et le routage sont réalisés par des entreprises de Montreuil ; l'hôtel le plus proche est complet pendant toute la manifestation, les restaurants alentour annonçant de même le recrutement d'extras sur les huit jours du colloque et du salon.

*Emplois* : le centre du livre de jeunesse, qui organise le salon et d'autres opérations de promotion du livre de jeunesse, compte huit salariés permanents à l'année. Pour la préparation du salon, le centre embauche, pour une période de quatre mois, 12 salariés en contrat à durée déterminée, auxquels s'ajoutent plus de cent contrats d'intermittents pendant les six jours de sa durée. Les auteurs et illustrateurs sont sollicités pour des écrits, des dessins, des rencontres et rémunérés pour chacune de leurs prestations. Les entreprises assurant la construction de la tente, le gardiennage, les équipements de chauffage et tous les

services liés à l'exploitation des 10 000 m<sup>2</sup> utilisés par le salon, recrutent spécifiquement pour la manifestation.

*Notoriété* : la manifestation, citée par les professionnels et par les visiteurs comme le « salon de Montreuil », contribue à la notoriété de la commune.

### **3. Observations générales**

Exemple original d'engagement d'une collectivité territoriale pour soutenir un secteur économique privé spécifique, le salon du livre de jeunesse s'inscrit dans le cadre d'une politique ancienne de développement de la lecture en Seine-Saint-Denis. Il a abouti, dix ans après son lancement, à la création du centre permanent de promotion du livre de jeunesse- Seine-Saint-Denis qui assure, outre son organisation, diverses opérations, en Seine-Saint-Denis, dans le reste de la France et à l'étranger : ateliers d'écriture, expositions tournantes, coopération avec les crèches et les écoles, qui valorisent le livre et la lecture, dans un département qui connaît le taux d'échec scolaire le plus élevé de France.

Le salon contribue au développement de l'édition d'expression française pour enfants : à cette fin, un prix annuel a été créé avec *Télérama* ; quatre coéditions de livres sont financées en moyenne chaque année ; auteurs et illustrateurs peuvent présenter leurs créations et rencontrer sur place les éditeurs, qui vendent leurs propres ouvrages au salon, ces six jours représentant pour eux un chiffre d'affaires important.

B - « RENCONTRES INTERNATIONALES DE SEINE-SAINT-DENIS »

Bagnolet - Ile-de-France.

**1. Caractéristiques**

*Implantation* : Maison de la Seine-Saint-Denis.

*Thème* : danse contemporaine.

*Création* : 1988.

*Objectif* : rapprocher les chorégraphes internationaux et mettre en évidence la place de la danse dans l'histoire de l'art contemporain.

*Contenu* : présentations d'oeuvres chorégraphiques par le président et par les lauréats des rencontres, et débats autour de ces oeuvres.

*Période* : cinq jours au début du mois de juin.

*Structure organisatrice* : Centre international de Bagnolet.

*Budget* : 4,5 millions de francs dont 99 % de subventions (150 000 F de la municipalité, 3 690 000 F du conseil général et 650 000 F de l'Etat).

*Spectateurs* : aucune information sur leur nombre ni leur origine géographique, mais recettes-guichet faibles (25 000 F).

**2. Retombées**

*Economiques* : les retombées économiques sont faibles.

*Emplois* : permanents : sept personnes dont six à plein temps.

*Notoriété* : l'impact des « Rencontres » est surtout artistique puisqu'elles constituent un processus de rapprochement de chorégraphes internationaux et contribuent à développer une communauté chorégraphique internationale en favorisant la circulation internationale des oeuvres.

**3. Observations générales**

Les « Rencontres » ne constituent pas un festival, mais un événement qui dure deux années, à l'issue desquelles sont décernés des prix d'auteurs à des chorégraphes du monde entier. C'est un « festival » de création.

## II - FESTIVALS PRINCIPALEMENT TOURISTIQUES ET D'IMAGE

### A - « CHOREGIES D'ORANGE »

Orange - 28 136 habitants.

Vaucluse - Provence-Alpes-Côtes d'Azur.

#### 1. Caractéristiques

*Implantation* : Amphithéâtre romain d'Orange.

*Thème* : Opéra.

*Création* : 1969, avec une évolution en 1971 vers l'Opéra.

*Objectif* : mises en scène originales.

*Contenu* : huit spectacles différents et dix représentations en 1996 d'oeuvres lyriques, symphoniques ou d'oratorios.

*Période* : vingt-deux jours (entre le 12 juillet et le 5 août en 1997).

*Structure organisatrice* : Association (loi de 1901) des Chorégies d'Orange.

*Budget* : 19 608 000 F HT, dont 17,5 % de subventions (Etat : 7 %, conseil régional : 6 %, conseil général : 4,5 %).

*Spectateurs* : 40 150 entrées payantes en 1996 venant de la région (40 %), du reste de l'hexagone (50 %), de l'étranger (10 %) - recettes-guichet importantes : 14 790 000 F.

#### 2. Retombées

*Economiques* : touristiques pour le secteur hôtelier et la restauration, dues à un afflux de visiteurs originaires de l'étranger (3, 2 % seulement venant de la commune).

*Emplois* : permanents : cinq, saisonniers : personnel technique vingt-quatre, personnel de scène dix-sept, personnel administratif deux, personnel artistique 656.

*Notoriété* : « Les Chorégies d'Orange » bénéficient d'une notoriété internationale auprès du public comme des médias. Le nombre des spectateurs étrangers tend à s'accroître depuis quelques années en même temps que la participation de journalistes de la presse écrite et audiovisuelle française et étrangère. La retransmission en direct de spectacles sur *FR3* et *France-Musique* entraîne des retombées médiatiques très importantes pour la commune.

#### 3. Observations générales

Tant par la beauté du site, la limpidité de l'acoustique, la célébrité de l'entreprise artistique, la qualité jamais démentie des spectacles, la fréquentation, Orange est vraiment un événement.

En ce qui concerne les retombées économiques, le festival est un « phare » pour le tourisme régional.

B - « FESTIVAL PABLO CASALS »

Prades - 6 545 habitants.

Pyrénées Orientales - Languedoc-Roussillon.

### 1. Caractéristiques

*Implantation* : Abbaye Saint-Michel de Cuxa, église Saint-Pierre de Prades et églises environnantes.

*Thème* : musique de chambre.

*Création* : 1950.

*Objectif* : contribuer à l'éducation du public en programmant des oeuvres difficiles, favoriser la création d'un nouveau répertoire et soutenir la formation de jeunes interprètes.

*Contenu* : vingt à vingt-cinq concerts de musique de chambre dont treize dans l'abbaye Saint-Michel de Cuxa.

*Période* : 26 juillet - 13 août.

*Structure organisatrice* : Association loi de 1901.

*Budget* : 3,5 millions de francs dont 1,5 de subventions des collectivités publiques soit 43 % (3,5 % de l'Etat, 18 % du conseil régional, 7 % de la municipalité), et 120 000 F au titre du mécénat d'entreprise.

*Spectateurs* : 7 000 spectateurs payants dont 25 % viennent de la région, 50 % de la France entière, 25 % de l'étranger - Recettes guichet : 700 000 F à Prades même et 635 000 F pour les autres concerts.

### 2. Retombées

*Economiques* : apport d'activité important pour les imprimeries de la région ; travaux de restauration (abbaye St Michel de Cuxa, églises de Mosset, de Finestret) ; développement des structures touristiques de la ville, développement du rôle du syndicat d'initiative, création de deux hôtels de trente-cinq chambres et de trois restaurants ; retombées touristiques et hôtelières importantes estimées à 1,5 millions de francs.

*Emplois* : deux permanents (pour un emploi équivalent temps plein), plus, en saison, trente bénévoles. trois bénévoles interviennent ponctuellement au cours de l'année. Plus quarante-trois saisonniers : musiciens trente, personnel technique huit, personnel administratif cinq.

*Notoriété* : l'impact médiatique du festival est aussi bien international que national. L'exportation de concerts dans d'autres régions de France et à l'étranger contribue à la notoriété de ce festival mentionné par des radios françaises (Radio-France, France musique) et étrangères (Radio Suisse-romande, radio Catalogne). Le pourcentage élevé d'étrangers parmi les spectateurs et la présence des étudiants étrangers de l'Académie internationale de musique qui viennent pour la période du festival d'une dizaine de pays différents contribuent également à faire connaître à l'étranger la ville et sa région.

### **3. Observations générales**

Des expositions et conférences liées au festival, à la musique et à la facture instrumentale, ou même d'ordre plus largement culturel et scientifique, sont organisées en plus des concerts.

Exportation de concerts à Paris à Colmar, mais aussi au Japon, au États-Unis, au Brésil.

C - « SWINGIN' DEAUVILLE »

Deauville - 4 380 habitants.

Calvados - Basse-Normandie.

### **1. Caractéristiques**

*Implantation* : dans différents lieux de la ville.

*Thème* : manifestation polyvalente.

*Création* : 1989.

*Objectif* : promouvoir la création cinématographique plus tourisme.

*Contenu* : huit spectacles différents et cycle de concerts.

*Période* : une semaine pendant la première quinzaine de juillet, du 5 au 12 juillet en 1997.

*Structure organisatrice* : Société des hôtels et casino de Deauville.

*Budget* : 1995 : 1 874 000 F dont 819 000 F relevant du mécénat d'entreprise.

*Spectateurs* : 4 000 spectateurs payants (1/3 de la région, avec une très faible minorité d'habitants de Deauville, 60 % du reste de l'hexagone, 5 % de l'étranger) - recettes-guichet : 1 055 000 F.

### **2. Retombées**

*Economiques* : moyen publicitaire et système performant d'appel pour la fréquentation, donc la prospérité du casino et du commerce de la ville.

*Emplois* : non mentionnés.

*Notoriété* : le festival fait l'objet d'une promotion nationale, qui suscite des retombées non négligeables dans les médias écrits et audiovisuels. Il contribue à l'image et à l'animation de la ville, en lançant en quelque sorte la saison touristique estivale, au début du mois de juillet.

### **3. Observations générales**

L'organisation est assurée dans le cadre de la société des hôtels et casino de Deauville.

50 % des spectacles sont assurés par des troupes étrangères.

### III - FESTIVALS COMBINANT OBJECTIFS D'ANIMATION LOCALE ET FINALITÉ TOURISTIQUE

#### A - FESTIVAL D'ANJOU

Pays de la Loire.

##### 1. Caractéristiques

*Implantation* : dans une dizaine de villes ou villages du département : Angers, Saumur, Cholet, Segré, Saint-Barthélémy d'Anjou, Plessis-Macé, Doué-la-Fontaine.

*Thème* : théâtre.

*Création* : 1950.

*Objectif* : tourisme et animation locale.

*Contenu* : dix spectacles différents, dont une à deux créations donnant lieu au total à vingt représentations pour l'édition 1996.

*Période* : les trois premières semaines du mois de juillet, en 1996 du 29 juin au 21 juillet.

*Structure organisatrice* : Association loi de 1901.

*Budget* : 8 575 000 F subventionnés par le conseil général (53 %), par l'Etat (2,5 %), par le conseil régional (2,5 %). Le mécénat d'entreprises représente 5 % des recettes du festival.

*Spectateurs* : 17 830 spectateurs payants dont les 2/3 viennent du département et de la région - recettes-guichet : 25 %.

##### 2. Retombées

*Economiques* : apport d'activités dans le secteur de l'imprimerie, le secteur décoration-banderoles, le secteur de l'hôtellerie et de la restauration mais les retombées touristiques sont difficiles à appréhender précisément, notamment du fait de la dissémination des spectacles dans des villes différentes, même si le festival concourt à la promotion du département.

*Emplois* : trois permanents (représentant deux emplois équivalent temps plein), une quarantaine de saisonniers (quatorze techniciens, un directeur artistique, deux collaboratrices, hôtesses, personnes chargées de la billetterie).

##### 3. Observations générales

Sont proposées en complément du festival proprement dit des répétitions publiques pour les élèves d'âge scolaire, ainsi que des spectacles destinés au jeune public, pour lesquels il est fait appel à une ou deux troupes locales, quelquefois même en dehors de la période du festival.

B - FESTIVAL DE LA CÔTE D'OPALE

Nord-Pas-de-Calais.

**1. Caractéristiques**

*Implantation* : Festival intercommunal se déroulant dans dix villes littorales de la région.

*Thème* : musique, du jazz à la variété rock.

*Création* : 1977.

*Objectif* : animer le littoral de la région en période estivale ; contribuer à donner aux villes une identité commune et tirer parti du potentiel touristique de la région ; soutenir la création (spectacles présentés en exclusivité ou en première nationale) et aider à la formation de jeunes musiciens.

*Contenu* : une quarantaine de spectacles différents chaque année pour l'édition estivale (quarante-trois en 1996).

*Période* : 12 au 17 juillet et du 26 octobre au 15 novembre.

*Structure organisatrice* : association loi de 1901, le festival ayant été créé par le conseil régional.

*Budget* : 7,7 millions de francs en 1996 dont 73,5 % provient des subventions des collectivités publiques (conseil général : 40 % du total, municipalité : 20 %, conseil régional : 10 %, Etat : 2,6 %).

*Spectateurs* : chiffre non mentionné mais les recettes-guichet couvrent 15,89 % des dépenses. Les spectateurs viennent essentiellement des villes mêmes dans lesquelles le festival a lieu. Public de la région parisienne et du nord de la France (Picardie, Champagne-Ardenne) : 10 % seulement. Public de Belgique et Grande-Bretagne : 10 % aussi.

**2. Retombées**

*Economiques* : l'administration du festival s'efforce de privilégier l'économie locale en passant ses marchés (impression, hôtellerie, restauration) auprès d'entreprises des villes du littoral ou, le cas échéant, de la région. Toutefois, le siège du festival étant implanté à Boulogne-sur-Mer, cette ville bénéficie sans doute plus que les autres de ses retombées économiques.

*Emplois* : trois permanents (représentant 2,5 emplois équivalent temps plein), quelques saisonniers (un directeur technique, un régisseur, un attaché de presse, des techniciens et des personnes sous contrat emploi-solidarité).

*Notoriété* : les retombées médiatiques sont inégales : la direction du festival entretient naturellement des relations privilégiées avec les médias régionaux (*Voix du Nord, Nord-Eclair, Croix magazine, France 3*). Elle a davantage de problèmes à toucher la presse nationale, l'éclatement du festival dans le temps et dans l'espace, ainsi que le mélange des musiques qu'il pratique, contribuant à rendre son image plus floue auprès des journalistes. D'autre part, ceux-ci ont tendance à privilégier dans la période estivale les grands festivals de création du sud de la France.

### **3. Observations générales**

En 1986 a été mis en place un système d'échanges culturels pendant l'été entre le Kent et la Côte d'opale, le « two coasts summer festival » qui s'articule autour du « shepway jazz'n blues festival » et du festival de la Côte d'opale.

Depuis 1992, outre la manifestation estivale, qui a conservé l'appellation, le festival s'est dédoublé en une seconde phase, « tendances », du 26 octobre au 15 novembre, qui est consacrée à la création et à la formation.

C - FESTIVAL DE CONFOLENS

Confolens - 3 158 habitants  
Charente - Poitou-Charentes.

**1. Caractéristiques**

*Implantation* : divers lieux de la ville.

*Thème* : folklore mondial (musique et danse).

*Création* : 1958.

*Objectif* : animation locale et tourisme.

*Contenu* : une quinzaine de spectacles par an, soit quinze spectacles et vingt-cinq représentations en 1996.

*Période* : 10-18 août en 1996.

*Structure organisatrice* : Association loi de 1901.

*Budget* : 4 275 000 F en 1995 dont 15 % seulement de subventions des collectivités publiques (conseil régional : 7,5 %, conseil général : 5 %) - 145 000 F de concours d'entreprises mécènes.

*Spectateurs* : 43 000 spectateurs payants - recettes-guichet importantes : 2 300 000 F - taux d'autofinancement : 54 % - 75 % des spectateurs viennent de la région, 20 % du reste de l'hexagone, 5 % de l'étranger (Belgique, Suisse, Grande-Bretagne).

**2. Retombées**

*Economiques* : supplément d'activité dans le secteur hôtelier et de la restauration (près de la moitié du chiffre d'affaires est obtenue sur la période du festival) qui engendre la création de 300 emplois saisonniers environ.

*Emplois* : trois permanents (deux emplois équivalent temps plein), 300 bénévoles, cinquante saisonniers dans l'administration.

*Notoriété* : les retombées médiatiques touchent essentiellement la presse régionale.

**3. Observations générales**

Majorité d'artistes et troupes étrangers. Existence d'un festival « off ».

D - « FESTIVAL DU THÉÂTRE EUROPÉEN » À GRENOBLE

Grenoble - 153 973 habitants

Isère - Rhône-Alpes.

**1. Caractéristiques**

*Economiques* : non mentionnées.

*Implantation* : dans différents lieux de la ville (théâtres, cour du vieux temple, gymnase, rues).

*Thème* : théâtre en salle ou de rue.

*Création* : 1985.

*Objectif* : redynamisation touristique dans une région touchée par le chômage et la régression économique. Enrichir la région d'une identité culturelle nouvelle.

*Contenu* : quinze spectacles différents donnant lieu à vingt-sept représentations en 1995.

*Période* : huit à neuf jours à cheval sur juin et juillet.

*Structure organisatrice* : Compagnie théâtrale.

*Budget* : 2,5 millions de francs en 1995, subventions publiques : conseil général : 34,2 %, Etat : 23,5 %, conseil régional : 7,8 %, municipalité : 20,4 %, mécénat : 0,5 %.

*Spectateurs* : 2 154 spectateurs payants - les recettes-guichet couvrent 9,7 % des recettes totales. Les spectateurs viennent essentiellement de la commune puis de la région, mais il sont plus nombreux à venir de l'étranger que du reste du territoire national.

**2. Retombées**

*Emplois* : huit permanents (quatre en équivalent temps plein), quarante-sept saisonniers (trente techniciens, quatorze administratifs et trois artistes).

**3. Observations générales**

Ouverture aux troupes d'Europe de l'Est.

Une journée de réflexion sur l'évolution du théâtre en Europe accompagne chaque année les représentations.

E - « FESTIVAL DE MUSIQUE DU VIEUX LYON »

Lyon - 422 444 habitants.

Rhône - Rhône-Alpes.

### 1. Caractéristiques

*Implantation* : divers monuments historiques de la ville.

*Thème* : musique ancienne (Renaissance et baroque).

*Création* : 1983.

*Objectif* :

- animation locale ;
- mise en valeur du patrimoine architectural de Lyon, les concerts étant, à cette fin, organisés dans des lieux différents chaque année.

*Contenu* : dix spectacles différents, dont le tiers assuré par des artistes ou des troupes étrangères.

*Période* : dix jours fin novembre.

*Structure organisatrice* : association loi de 1901.

*Budget* : 1 535 000 F en 1996. Subventions publiques : municipalité : 400 000 F, conseil régional : 280 000 F, Etat : 7 000 F, mécénat : 250 000 F.

*Spectateurs* : 4 196 spectateurs payants dont 45 % sont habitants de la commune, public régional important, 7 % de Suisses - recettes-guichet : 535 000 F.

### 2. Retombées

*Economiques* : le festival crée un volume d'activités permettant de consolider des emplois dans divers secteurs de l'économie locale, notamment dans le tourisme, dans les secteurs de l'imprimerie, des techniques du spectacle, de la presse locale - également mise en valeur du patrimoine architectural.

*Emplois* : trois permanents, quatorze saisonniers (sept dans le secteur technique, sept dans le secteur artistique). Le faible nombre de personnes directement salariées par le festival s'explique par le fait que celui-ci fait appel à des sociétés de services pour la réalisation technique.

*Notoriété* : son impact sur la notoriété de la ville est difficile à appréhender compte tenu de l'existence à Lyon d'autres festivals plus importants, mais il y a un effet de synergie.

### 3. Observations générales

Le festival fonctionne aussi en synergie avec les activités culturelles permanentes de la ville de par ses liens avec les conservatoires (CNR et CNSM) ainsi qu'avec la faculté de musicologie, et en collaboration avec l'académie baroque de Lyon et les ensembles lyonnais de musique ancienne.

F - « MUSIQUE EN MORVAN, FESTIVAL DE L'ORATORIO »

Saône-et-Loire - Bourgogne.

### **1. Caractéristiques**

*Implantation* : à Autun et dans quatre communes voisines de la Nièvre (Château-Chinon) et de Saône-et-Loire.

*Thème* : musique.

*Création* : 1975.

*Objectif* : animation locale et tourisme.

*Contenu* : une dizaine de concerts (onze en 1996) associant orchestre et choeurs.

*Période* : 2ème quinzaine de juillet.

*Structure organisatrice* : association loi de 1901 : « Musique en Morvan ».

*Budget* : 1 421 000 F en 1996. 22 % de subventions publiques (250 000 F du conseil régional, 33 000 F du conseil général, 30 000 F de l'Etat, 190 000 F de la commune), contribution des sociétés civiles (SACEM) et de mécènes (parc du Morvan) : 90 000 F.

*Spectateurs* : 1 730 spectateurs payants auxquels s'ajoutent 5 000 spectateurs pour les concerts gratuits. 80 % viennent d'Autun et de sa région (à hauteur de moitié chacun), 20 % du reste de l'hexagone - recettes-guichet : 140 000 F, s'y ajoutent 490 000 F de participation des choristes et des choeurs.

### **2. Retombées**

*Economiques* : les organisateurs du festival évaluent ses retombées économiques à 800 000 F environ pour Autun et les villages voisins. Une part importante de ces retombées provient des 200 à 300 choristes qui y résident pendant dix jours.

*Emplois* : l'association organisatrice « Musique en Morvan », s'appuie pendant l'année sur le secrétariat « d'A coeur joie international » à Lyon ; pendant la durée du festival, une structure spécifique est mise en place dans le cadre du musée Bonaparte d'Autun, la mairie mettant à sa disposition deux personnes pendant quinze jours.

### **3. Observations générales**

La moitié des choristes vient de formations de différents pays européens (en 1996, d'Allemagne, d'Angleterre, de Belgique, d'Espagne, de Hollande, de Roumanie, de Suisse et d'Ukraine).

L'orchestre est en général une formation étrangère.

G - FESTIVAL « GOYA » A CASTRES

Castres - 46 292 habitants.

Tarn - Midi-Pyrénées.

**1. Caractéristiques**

*Implantation* : différents lieux de la ville, musée Goya mais également places et rues.

*Thème* : festival polyvalent.

*Création* : 1987.

*Objectif* : animation locale et tourisme.

*Contenu* : trente et un spectacles différents dont six grands spectacles payants, un grand spectacle, trois concerts et huit spectacles de rue gratuits, un atelier pour enfants, onze mini concerts.

*Période* : douze jours pendant la deuxième quinzaine du mois de juillet.

*Structure organisatrice* : Association pour l'animation de la ville de Castres.

*Budget* : 1 051 280 F en 1996 dont 810 000 F de subventions publiques (600 000 F de la municipalité, 120 000 F du conseil régional, 60 000 F du conseil général et 30 000 F de l'Etat) et 50 000 F au titre du mécénat d'entreprise.

*Spectateurs* : 2 584 spectateurs payants dont 40 % viennent de la commune, 50 % de la région, ainsi qu'une minorité d'estivants (7 % du reste de l'hexagone, 3 % de l'étranger) - Recettes-guichet : 50 000 F.

**2. Retombées**

*Economiques* : le festival a contribué à développer la capacité et la qualité d'accueil des professionnels du tourisme (bars, hôtels, restaurants, campings, gîtes ruraux, navettes, musées) auxquels il apporte une part non négligeable de leur chiffre d'affaires.

*Emplois* : six permanents représentant trois équivalents temps plein, cinq personnes et parfois davantage sont mises à disposition par la municipalité pour la durée du festival dans le secteur technique. Des intermittents du spectacle sont, par ailleurs, recrutés sous contrat d'engagement durant cette période.

*Notoriété* : contribue à la notoriété de la commune grâce à une bonne couverture de presse régionale.

H - FESTIVAL DE BONAGUIL

Fumel - 6 028 habitants.

Lot-et-Garonne - Aquitaine.

**1. Caractéristiques**

*Implantation* : Fossés du château médiéval de Bonaguil.

*Thème* : théâtre.

*Création* : ancien festival de musique, créé dans sa forme actuelle en 1985.

*Objectif* : animation locale et touristique.

*Contenu* : sept pièces différentes, chacune ne donnant lieu qu'à une représentation.

*Période* : sept jours en 1997, du 5 au 12 août.

*Structure organisatrice* : association loi de 1901 - le budget est géré par GRL, société de production privée qui rend chaque année les bénéfices au festival.

*Budget* : 800 000 F dont 550 000 F de subventions publiques (300 000 F des municipalités de Fumel et Villeneuve-sur-Lot, 150 000 F du conseil général, 100 000 F du conseil régional).

*Spectateurs* : provenant du département, essentiellement Fumel, Villeneuve-sur-Lot et Agen. Les prix sont modérés pour permettre à des personnes habitant une zone en difficulté économique d'accéder à des pièces de théâtre. Les fossés du château ne peuvent accueillir que 700 places par spectacle.

**2. Retombées**

*Economiques* : 200 nuitées bénéficient à la commune pour les techniciens. Les infrastructures lourdes sont assurées par des entreprises de Toulouse, mais le plateau et la menuiserie sont réalisés par des entreprises de la ville de Fumel. Les retombées sont aussi touristiques, le festival retenant pendant un moment les estivants venus visiter le château. Mais l'impact est surtout social car l'événement contribue à rétablir une cohésion sociale et à assurer la redynamisation d'une zone en profonde mutation économique. Le festival offre en outre à de jeunes artistes un stage de théâtre auquel participent du 2 au 12 août trente stagiaires.

*Emplois* : aucun permanent, saisonniers : quelques emplois d'intermittents et de nombreux bénévoles.

*Notoriété* : mise en valeur d'un monument historique original. Retombées médiatiques uniquement au niveau local et régional.

**3. Observations générales**

Certaines des pièces données en 1997 avaient précédemment été jouées aux festivals d'Anjou et de Sarlat. Il n'est pas répertorié par le ministère de la culture.

I - FOLKLORES DU MONDE

Saint-Malo - 49 274 habitants.

Ille-et-Vilaine - Bretagne.

**1. Caractéristiques**

*Implantation* : dans divers lieux de St-Malo : église de Paramé, parc du château de Chênes, rues de la ville.

*Thème* : musiques et danses folkloriques.

*Création* : 1966 - le festival succède aux « fêtes des oeilletts » (1956-1979) et au « fêtes du Clos Boulet » (1980-1995).

*Objectif* : festival d'animation locale et secondairement à finalité touristique.

*Contenu* : douze spectacles donnant chacun lieu à huit représentations.

*Période* : sept jours en 1997, du 7 au 13 juillet.

*Structure organisatrice* : Direction du développement culturel de la ville de Saint-Malo.

*Budget* : 400 000 F (dépenses artistiques et techniques) + 100 000 F (communication) provenant de la municipalité, aucune autre subvention publique.

*Spectateurs* : 15 000 spectateurs : venant de la commune (40 %), de la région (30 %), des autres régions (20 %) et de l'étranger (10 %) - recettes-guichet nulles (spectacles gratuits).

**2. Retombées**

*Economiques* : les retombées économiques sont difficiles à évaluer dans la mesure où il s'agit d'un festival parmi d'autres organisés à St-Malo et où son budget n'est pas élevé.

*Emplois* : permanents : cinq fonctionnaires de la ville à temps partiel aidés par huit bénévoles, saisonniers : aucune embauche et cinquante-cinq bénévoles.

*Notoriété* : l'impact est essentiellement artistique et d'animation locale. C'est, selon les organisateurs, le seul festival folklorique de haut niveau sur la côte nord de Bretagne.

**3. Observations générales**

Le Festival n'est pas le principal organisé à Saint-Malo, les autres visant sans doute plus spécifiquement à attirer des touristes.

J - « LES TRÈS RICHES HEURES DE L'ORGUE EN BERRY »

Bourges - 320 000 habitants.

Cher - Centre.

**1. Caractéristiques**

*Implantation* : Cathédrale St-Etienne de Bourges.

*Thème* : orgue seul ou associé à la voix ou à d'autres instruments.

*Création* : 1985.

*Objectif* : réhabiliter l'orgue, instrument mal représenté en France.

*Contenu* : vingt-cinq concerts, l'édition 1997 ayant également proposé une exposition sur Prague et ses musiciens.

*Période* : neuf jours en 1997, du 18 au 26 mai.

*Structure organisatrice* : association loi de 1901 des « amis du grand orgue ».

*Budget* : 300 000 F dont 1/3 de subventions : région (50 000 F), départements (32 000 F), commune (5 000 F), divers (17 000 F).

*Spectateurs* : 6 450 dont 900 payants - recettes-guichet : 37 600 F.

**2. Retombées**

*Economiques* : réhabilitation du grand orgue en 1987 à la demande de l'association organisatrice. Les concerts participent de l'animation de la cathédrale qui figure au patrimoine mondial de l'Unesco. Entrant dans le cadre de « l'Été à Bourges », le festival s'adresse à la population de la ville mais aussi aux estivants.

*Emplois* : permanents : un CES à l'année, le reste du personnel est entièrement bénévole (un à temps complet et une vingtaine d'intermittents), aucune embauche de saisonniers durant le festival, personnel artistique : vingt-six.

*Notoriété* : la notoriété de la commune a été accrue par le déroulement du festival ; ce dernier travaille en réseau avec les « Eurythmiques », manifestation culturelle organisée par le département du Cher et commence à s'associer aux cinq autres festivals du département. Seul festival d'orgue en France, il est connu aux plans national et international dans les milieux de connaisseurs. Il ne s'agit pas d'un festival « grand public ».

**3. Observations générales**

Le festival accueille des artistes étrangers, en nombre variable selon le thème choisi.

#### IV - FESTIVALS PRINCIPALEMENT D'ANIMATION RÉGIONALE ET LOCALE ET GÉNÉRALEMENT INTERCOMMUNAUX

##### A - LE FESTIVAL "BANLIEUES BLEUES", EN SEINE-SAINT-DENIS

Ile-de-France

###### 1. Caractéristiques

*Implantation* : dans quinze villes de Seine-Saint-Denis, chacune accueillant une à trois soirées et deux à quatre concerts.

*Thème* : jazz sous ses diverses formes.

*Création* : 1982

*Objectif* : favoriser la cohésion sociale et rapprocher les jeunes de la culture.

*Contenu* : une quarantaine de concerts répartis sur vingt-huit soirées.

*Période* : du 26 février au 4 avril.

*Structure organisatrice* : créé par huit villes de Seine-Saint-Denis à l'origine, il est organisé par une association loi de 1901.

*Budget* : 9,5 millions de francs dont 2/3 de financements publics (25 % du Conseil général, 25 % des différentes municipalités accueillant des manifestations, 18 % des divers départements ministériels intéressés plus contributions du Conseil régional).

*Spectateurs* : 12 000 spectateurs - public surtout local - recettes guichet : 10 %

###### 2. Retombées

*Economiques* : le festival a incité à la création par les municipalités d'accueil de salles de spectacles et de palais de la culture polyvalents, de taille réduite mais de qualité.

Les retombées sur le commerce local sont très faibles, la quasi totalité des concerts ayant lieu le soir à partir de 20 heures 30 et étant organisés dans des salles de spectacles de banlieue, qui, bien souvent, ne sont guère environnées de restaurants ou de cafés. De plus, la majorité de ces spectateurs disposent de moyens financiers limités.

*Emplois* : six salariés permanents plus neuf salariés recrutés progressivement au cours de l'année à mesure que la date du festival approche. Un nombre relativement faible de techniciens du spectacle est en outre recruté pendant la durée du festival.

*Notoriété* : la couverture médiatique du festival est importante. Ainsi, la station régionale de *France 3* et diverses radios musicales y consacrent-elles des reportages qui valorisent les équipements installés et donnent du département et des villes concernées une image de dynamisme culturel.

### **3. Observations générales**

Les retombées sociales considérables constituent l'une des principales justifications du festival. Le travail d'accompagnement musical tout au long de l'année représente une part croissante du budget. Effectué dans des collèges qui l'inscrivent souvent dans leur projet d'établissement, dans les classes de jazz des conservatoires de musique et les maisons de jeunes de Seine-Saint-Denis, il vise à mettre les jeunes (près de 2 000 chaque année, dont 670 sur une durée longue) au contact direct des artistes pour travailler avec eux. Quelques stages de formation professionnelle sont par ailleurs offerts à des jeunes du département à l'occasion du festival. A ce titre il est exemplaire.

B - « FESTIVAL INTERNATIONAL DES FRANCOPHONIES EN LIMOUSIN »

**1. Caractéristiques**

*Implantation* : Limoges et vingt-quatre communes de la région.

*Thème* : littérature et théâtre francophones.

*Création* : 1984.

*Objectif* : animation locale et promotion de la culture francophone.

*Contenu* : onze spectacles différents donnant lieu à soixante-quatorze représentations (huit lectures, onze tables rondes, vingt-quatre interventions musicales, deux spectacles de cabaret).

*Période* : dix jours du 25 au 5 octobre.

*Structure organisatrice* : association loi de 1901.

*Budget* : 8,5 millions de francs en 1995 dont 3,7 millions (44,5 %) de subventions de l'Etat, 2,6 millions (31 %) de subventions des collectivités locales (½ conseil régional, ½ conseil général et municipalité) et 400 000 F provenant du mécénat d'entreprises. En 1995, les prestations en nature des collectivités ont été estimées à 1 million de francs.

*Spectateurs* : recettes-guichet : environ 400 000 F. 8 300 spectateurs payants venant à 40 % de Limoges, à 40 % de la région (hors commune) et à 20 % du reste de la France.

**2. Retombées**

*Economiques* : sommes correspondant aux concours des collectivités directement investies sur place en hôtellerie (2 500 nuitées), restauration (3 500 repas pris par les artistes et techniciens), travaux d'imprimerie, location de véhicules. Le matériel est acheté localement. Une partie des spectacles (quatre en 1996) est constituée par des créations, généralement effectuées par une compagnie à résidence pendant deux mois, ce qui signifie que ses membres consomment sur place pendant cette période.

*Emplois* : sept personnes à temps plein et deux à temps partiel. Embauches saisonnières : trente techniciens, vingt-neuf administratifs, vingt-trois artistes (représentant soixante et un mois équivalent temps plein), le personnel technique est pour l'essentiel recruté sur place.

*Notoriété* : les retombées médiatiques sont non négligeables : 350 articles dans la presse en 1996. Le festival concourt avec la porcelaine à la réputation de Limoges en France et à l'étranger. Il a donné lieu à plusieurs thèses et mémoires qui concourent également à la notoriété de la ville.

**3. Observations générales**

L'initiative en revient à des professionnels qui ont proposé aux collectivités et aux services du ministère de la culture d'organiser un festival de ce type. Le festival joue aujourd'hui un rôle important d'animation culturelle spécifique.

Le festival a été à l'origine de la création d'une maison des auteurs francophones. Ceux-ci participent à la vie culturelle locale au travers de lectures dans les bibliothèques ou d'ateliers d'écriture dans les écoles ; de la mise en place d'une Médiathèque ayant vocation à recueillir manuscrits et livres consacrés au théâtre et à la littérature dans l'espace francophone qui sera en relation avec la grande bibliothèque de France ; de la création d'un centre limousin du film francophone ; de l'accueil de stagiaires effectuant un DESS sur la francophonie à l'université de Limoges. La physionomie culturelle de la région en est changée.

Enfin le festival promeut la culture francophone, venir à Limoges permettant à beaucoup d'artistes étrangers d'asseoir leur notoriété dans leur propre pays. Les organisateurs s'efforcent de faire circuler certaines troupes étrangères à travers la France, contribuant ainsi à les faire connaître.

C - « LE FESTIVAL D'ÉTÉ DE NANTES »  
Loire-Atlantique - Pays de la Loire.

### **1. Caractéristiques**

*Implantation* : dans divers lieux de la ville (le château des Ducs, les douves, le cinématographe, des cabarets) et dans certaines communes environnantes.

*Thème* : autour d'un thème qui varie chaque année, les spectacles mêlent chants, danses, musiques du monde entier.

*Création* : 1986.

*Objectif* : animation locale et tourisme.

*Contenu* : vingt-deux spectacles, dont certains prennent la forme de tournées.

*Période* : 2 au 6 juillet.

*Budget* : 3 500 000 F. Les subventions ont plusieurs sources : municipalité : 130 000 F, conseil général : 147 000 F, conseil régional : 98 000 F, Etat : 192 000 F, mécénat d'entreprises : 298 000 F.

*Spectateurs* : 12 000 spectateurs payants dont 75 % viennent de la commune, 10 % de la région (hors commune), 10 % des autres régions de France et 5 % de l'étranger - recettes-guichet : 754 990 F.

### **2. Retombées**

*Economiques* : elles sont limitées par la très faible proportion des spectateurs extérieurs à la commune. De ce fait, peu de dépenses supplémentaires sont effectuées sur place.

*Emplois* : douze permanents à l'année plus 250 bénévoles environ pendant la manifestation. Trois personnes sont en outre embauchées directement pendant la durée du festival (un régisseur général, un régisseur artistique et un autre dans le domaine administratif).

### **3. Observations générales**

S'ajoutent au festival des conférences, des débats, des reportages. Du fait de la nature de celui-ci, la quasi totalité des spectacles fait intervenir des artistes ou des troupes étrangères.

A rapprocher des « Folles journées » de Nantes qui, consacrées à Schubert en 1997, ont attiré 45 000 spectateurs.

D - « DANSE EMOI » À LIMOGES  
Limoges - 136 407 habitants.  
Haute-Vienne - Limousin.

### **1. Caractéristiques**

*Implantation* : dans différents sites culturels de la ville (deux théâtres et deux centres culturels notamment).

*Thème* : danse contemporaine.

*Création* : 1987.

*Objectif* : faire découvrir au public limousin ce qui se crée en matière de danse contemporaine, au niveau national et international.

*Contenu* : une dizaine de spectacles différents.

*Période* : tous les deux ans, de 18 à 25 jours selon les années, au mois de janvier ou au début du mois de février.

*Structure organisatrice* : centre culturel municipal.

*Budget* : le budget artistique du festival s'élève à 1 265 000 F ; 82 % des dépenses sont couvertes par des subventions (56 % par la municipalité, 10 % par l'État, 9 % par le conseil général, 8 % par le conseil régional).

*Spectateurs* : 3 550 spectateurs payants venant dans leur grande majorité de la commune et de la région. Les recettes-guichet couvrent seulement 8 % des dépenses.

### **2. Retombées**

*Economiques* : très faibles compte tenu de la nature de l'événement et de l'origine du public.

*Emplois* : l'organisation du festival est assurée par les membres d'un des centres culturels municipaux, l'ensemble de son personnel y concourant en cas de besoin de manière ponctuelle.

*Notoriété* : le festival bénéficie d'une couverture non négligeable dans la presse régionale, mais aussi nationale, généraliste et spécialisée (articles ou entre filets dans *Libération*, *le Monde*, *l'Événement du jeudi*, *l'Express*, *Télérama*, *Danser*, etc.).

### **3. Observations générales**

Au festival s'ajoute un accompagnement culturel tout au long de l'année : des expositions, des rencontres danse à l'école, au sein de divers établissements scolaires de la ville et de l'École nationale des arts décoratifs (ENAD) de Limoges, des conférences et tables rondes, ainsi que des stages.

E - « LE CHORÉ-GRAPHIQUE » DE TOURS

Indre-et-Loire - Centre.

**1. Caractéristiques**

*Implantation* : divers lieux de la ville, les espaces pouvant être différents chaque année selon les programmations. Des spectacles de rue ont lieu le cas échéant.

*Thème* : danse contemporaine.

*Création* : 1994.

*Objectif* : animation locale.

*Contenu* : onze spectacles différents donnant lieu au total à quinze représentations, deux des spectacles étant des « performances » jouées douze fois en trois jours dans la ville.

*Période* : une douzaine de jours en juin.

*Structure organisatrice* : centre chorégraphique national de Tours.

*Budget* : 1 100 000 F en 1996 dont 90 % de subventions publiques (400 000 F de la municipalité, 250 000 F de l'Etat, 200 000 F du conseil régional, 200 000 F du conseil général).

*Spectateurs* : 2 041 spectateurs payants en 1996 dont les 2/3 viennent de la commune et de son agglomération, 30 % du reste de la région et 10 % du reste de l'hexagone et de l'étranger - recettes-guichet : 130 000 F.

**2. Retombées**

*Economiques* : les organisateurs du festival s'efforcent de faire appel aux entreprises locales pour la location du matériel technique et pour les travaux d'imprimerie.

*Emplois* : le festival a contribué à la création au sein de l'équipe du centre chorégraphique national d'un poste de permanent et demi. Vingt et un saisonniers sont en outre embauchés (dix dans le secteur technique, quatre dans le secteur administratif et sept dans le secteur artistique).

*Notoriété* : couverture importante dans la presse régionale mais aussi nationale, généraliste ou spécialisée. Le festival contribue avec les autres manifestations culturelles de la ville à sa notoriété.

**3. Observations générales**

« Le choré-graphique » de Tours n'est qu'un des quatre festivals de la ville de Tours. Le succès de ces quatre événements est manifeste puisqu'ils attirent en 1992 autant de public que l'opéra de Tours pour un budget dix fois moindre.

F - « FESTIVAL NATIONAL DE DANSE DE L'UNION NATIONALE DU SPORT SCOLAIRE »

Loire - Rhône-Alpes.

### **1. Caractéristiques**

*Implantation* : dans plusieurs lieux de la ville de Saint-Étienne en 1996. Festival itinérant qui change de ville tous les deux ans.

*Thème* : danse contemporaine.

*Création* : 1987.

*Objectif* : mieux faire connaître la danse contemporaine au sein de l'école.

*Contenu* : quatre spectacles auxquels s'ajoutent des animations de rues, des générales publiques et six ateliers chorégraphiques.

*Période* : trois jours à cheval sur mai et juin, du 29 mai au 1<sup>er</sup> juin en 1996.

*Structure organisatrice* : association loi de 1901.

*Budget* : 648 000 F. Les subventions proviennent essentiellement du conseil régional (17 %), de la municipalité (13 %) et de l'Etat (7,1 %) - mécénat d'entreprise : 7,7 %. L'autofinancement atteint 49,7 %, provenant d'une dotation de la structure nationale de l'UNSS et des ventes diverses aux festivaliers.

*Spectateurs* : 1 000 spectateurs payants (4 000 gratuits) - 55 % viennent de la région hors Saint-Étienne, 40 % de la commune même, 5 % des autres régions de France - 4 % seulement de recettes-guichet.

### **2. Retombées**

*Economiques* : l'analyse des retombées économiques est rendue particulièrement délicate par le caractère itinérant de l'événement.

*Emplois* : structure permanente de quatorze personnes (un technicien, douze administratifs et un agent). Aucune embauche de personnel temporaire n'a lieu pendant la durée du festival, le fonctionnement étant fondé exclusivement sur le bénévolat. Aucune rémunération n'est attribuée aux quatorze permanents et à ses 200 occasionnels, seules les compagnies de danseurs touchant un cachet.

*Notoriété* : le « nomadisme » de l'événement nuit quelque peu aux retombées médiatiques.

### **3. Observations générales**

L'atout principal du festival réside dans la rencontre qu'il permet entre les professionnels et les scolaires.

G - FESTIVAL DU « MOMIX JEUNESSE »

Kingersheim - Haut-Rhin - Alsace.

**1. Caractéristiques**

*Implantation* : Kingersheim. Le festival tend aussi à se « décentraliser » dans les différentes communes voisines.

*Thème* : festival polyvalent : spectacles de marionnettes, de mimes, de cirque, ateliers d'arts plastiques et de collage.

*Création* : 1992.

*Objectif* : travail de remobilisation du tissu social local.

*Contenu* : quinze spectacles.

*Période* : 1<sup>er</sup> au 9 février.

*Structure organisatrice* : association loi de 1901, Centre de rencontre, d'échange et d'animation (CREA), chargée par la municipalité de promouvoir les activités culturelles périscolaires.

*Budget* : 530 000 F en 1997. Subventions publiques : 150 000 F de la municipalité, 30 000 F de la communauté de communes du bassin potassique, 70 000 F de la DRAC, 80 000 F de la région, 55 000 F du département, 40 000 F de la Caisse d'allocations familiales (CAF). Partenariat privé : 100 000 F.

*Spectateurs* : 5 000 spectateurs payants (6 000 en tout), public essentiellement local qui vient de plus en plus des communes du bassin potassique - recettes-guichet : 90 000 F.

**2. Retombées**

*Emplois* : le festival ne crée pas de nouveaux emplois puisqu'il est organisé par une association kingersheimoise composée de cinq permanents et de bénévoles.

*Sociales* : le festival s'adresse aux enfants dont il s'efforce de développer le sens critique et esthétique, ainsi qu'aux parents venus les accompagner afin d'aider à la cohésion entre les générations.

Les écoles sont invitées à se déplacer dans les salles de spectacles pour donner l'habitude aux enfants de voir des spectacles hors du cadre scolaire.

**3. Observations générales**

Le public est venu deux fois plus nombreux en 1996 qu'en 1992, ce qui témoigne du succès de cet événement original dont les premiers destinataires sont les enfants.

H - « L'OEIL ET LA PLUME »

Cosne-Cours-sur-Loire - 12 400 habitants.

Nièvre - Bourgogne.

**1. Caractéristiques**

*Implantation* : salle des fêtes de Cosne.

*Thème* : lecture (salon généraliste sur le livre).

*Création* : mai 1989.

*Objectif* : promotion de la lecture et installation d'activités culturelles.

*Contenu* : rencontres avec des auteurs de genres littéraires diversifiés incluant romans, littérature pour la jeunesse, littérature régionaliste... incluant des rencontres dans les écoles.

*Période* : en mai de chaque année.

*Structure organisatrice* : association loi de 1901.

*Budget* : Environ 100 000 F comprenant subvention municipale (40 000 F), subventions du conseil général, du conseil régional, de la Direction régionale de l'action culturelle (DRAC) de Bourgogne ainsi que les apports des sponsors, des partenaires et entrées payantes.

*Spectateurs* : entre 2 000 et 2 500 auxquels s'ajoutent les rencontres avec les scolaires (350 à 400 concernés).

**2. Retombées**

*Economiques* : l'impact est sensible au niveau de l'hôtellerie et des restaurants de la région (Cosne, Pouilly-sur-Loire, Sancerre). Les retombées sont importants pour les libraires locaux qui sont partenaires de la manifestation.

*Emplois* : ce sont des bénévoles ainsi que le personnel municipale qui sont mobilisés mais un poste culturel communal va passer à plein temps en février 1998.

*Notoriété* : elle est importante au travers des articles de presse consacrés au salon dans la presse locale et régionale (Centre-Bourgogne en particulier) et au travers des émissions des radios locales.

**3. Observations générales**

Le succès rencontré pose aujourd'hui le problème de l'exiguïté relative du lieu de la manifestation.

Un festival du cinéma a également été mis en place, plus récemment, sous l'impulsion de la même structure organisatrice.

I - « FESTIVAL DE CARILLON ET D'ART CAMPANAIRE EN RHÔNE-ALPES »

**1. Caractéristiques**

*Implantation* : dans seize communes appartenant aux différents départements de la région, les villes changeant d'ailleurs chaque année. Seules participent chaque année celles où sont implantées les grands instruments comme Annecy, Lyon, Méribel, Chatenay.

*Thème* : musique campanaire pour grands et petits carillons.

*Création* : 1989.

*Objectif* : faire découvrir l'art campanaire à travers toutes les musiques écrites pour cet instrument (visites des clochers et beffrois après les concerts).

*Contenu* : plus de cent concerts différents.

*Période* : 120 jours de la mi-juin à la mi-septembre.

*Structure organisatrice* : association loi de 1901.

*Budget* : les subventions des municipalités qui varient de 60 à 70 000 F couvrent l'intégralité du budget.

*Spectateurs* : venant d'abord des communes et de la région, mais aussi du reste du pays et de l'étranger. Les concerts sont gratuits - recettes-guichet nulles.

**2. Retombées**

*Economiques* : non mentionnées.

*Emplois* : le festival ne possède pas de structure permanente. Il est géré par le bureau du conseil d'administration composé de quatre à cinq personnes. Il n'engage pas non plus de personnel temporaire durant son déroulement. Le bénévolat joue un rôle très important.

*Notoriété* : notoriété nationale et internationale. Des artistes étrangers y sont invités. D'autre part, par le canal des maisons de France, des consulats et de certaines régions jumelées avec Rhône-Alpes (Catalogne, Rhénanie...), le festival se fait connaître à l'étranger en assurant la diffusion de l'art campanaire français en Europe.

**3. Observations générales**

Le « festival de Carillon » est le seul de son espèce, il faut souligner ce fait. Il favorise la visite des clochers et beffrois après les concerts.

## V - FESTIVALS D'ANIMATION RURALE ET TOURISTIQUE

### A - FESTIVALS EN TRÉGOR : LANNION, PERROS-GUIREC, TRÉGUIER

Nord Bretagne.

#### 1. Caractéristiques

*Implantation* : dans les trois villes.

*Thème* : musique classique.

*Création* : 1993, le festival étant né de la coordination entre les trois festivals de Lannion, Perros-Guirec et Tréguier créés respectivement en 1970, 1985 et 1986.

*Objectif* : animation rurale et touristique.

*Contenu* : vingt-deux concerts.

*Période* : 14 juillet - 6 septembre.

*Structure organisatrice* : association loi de 1901 « art, culture et patrimoine ».

*Budget* : 800 000 F en 1996.

*Spectateurs* : public essentiellement régional (25 000 à 38 000 spectateurs payants) - recettes-guichet : 488 491 F.

#### 2. Retombées

*Economiques* : les dépenses en matière de communication et d'imprimerie (agence de presse, frais d'affichage, conférences de presse...) sont génératrices de retombées importantes pour l'économie locale. Elles s'élèvent à 153 700 F.

*Emplois* : deux permanents travaillant à temps partiel (l'un dans le secteur technique, l'autre dans le secteur artistique) plus de nombreux bénévoles.

*Notoriété* : les retombées médiatiques touchent surtout la presse régionale (*Ouest-France, le Télégramme de Brest...*). Le festival de Perros-Guirec, parrainé par *Télérama*, bénéficie d'une page dans cet hebdomadaire.

#### 3. Observations générales

Devenu l'une des manifestations culturelles de musique les plus importantes du nord de la Bretagne, le festival est un exemple remarquable de complémentarité, de concertation et d'intercommunalité culturelle : ainsi, les concerts ont lieu alternativement, des soirs différents, dans chacune des trois villes.

B - « SINFONIA EN PÉRIGORD »

Aquitaine.

### **1. Caractéristiques**

*Implantation* : le festival se tient dans une demi douzaine de lieux différents (abbaye de Chancelade, église romane d'Agonac, château de Bourdeilles...) ainsi qu'à Périgueux.

*Thème* : musique classique et baroque.

*Création* : 1991.

*Objectif* : animation locale et tourisme.

*Contenu* : douze concerts, auxquels s'ajoute un cours de musique baroque.

*Période* : une semaine en septembre.

*Structure organisatrice* : association loi de 1901.

*Budget* : 1 245 000 F dont 500 000 F de subventions publiques (150 000 F de l'Etat, 150 000 F du conseil régional, 150 000 du conseil général, 50 000 F des municipalités) - mécénat d'entreprises : 475 000 F.

*Spectateurs* : 3 400 spectateurs payants - recettes-guichet : 270 000 F. Les spectateurs viennent aux 4/5 de la région (dont une forte majorité de ressortissants de Périgueux et des autres communes concernées) et pour une minorité du reste de l'hexagone (5 %) et de l'étranger (15 %).

### **2. Retombées**

*Economiques* : le festival contribue à l'activité du secteur de l'hôtellerie et de la restauration à Périgueux.

*Emplois* : le festival est organisé dans le cadre d'un comité de huit membres, tous bénévoles, dont trois (le directeur général, le directeur artistique et une secrétaire) sont des permanents. six personnes (un technicien, trois membres du personnel administratif et deux artistes) ont en outre été recrutées pour la durée du festival. Les artistes qui s'y produisent étaient à 60 % environ étrangers en 1997.

*Patrimoine* : l'église Saint-Jean de Cole a été restaurée grâce à un partenariat d'entreprise initié par le festival.

### **3. Observations générales**

Le caractère itinérant du festival contribue à la redécouverte du Nord du département. La municipalité a choisi de retarder la programmation des autres événements culturels locaux afin qu'ils succèdent à Sinfonia à partir du mois d'octobre.

C - « LES FESTIVES DE FONT-ROBERT » À CHATEAU-ARNOUX  
Château-Arnoux - 5 216 habitants.  
Alpes de Haute-Provence - Provence-Alpes-Côte d'Azur.

### **1. Caractéristiques**

*Implantation* : dans la ville de Château-Arnoux.

*Thème* : festival polyvalent.

*Création* : 1985.

*Objectif* : animation rurale et touristique.

*Contenu* : huit spectacles différents en 1997.

*Période* : une semaine en juillet.

*Structure organisatrice* : association loi de 1901.

*Budget* : 1 000 000 F dont 490 000 F de subventions publiques (265 000 F de la municipalité, 25 000 F du conseil général et 200 000 F du conseil régional) - mécénat d'entreprises : 15 000 F.

*Spectateurs* : Les 4 000 spectateurs payants viennent pour 30 % de la commune et pour 50 % de la région, 18 % environ du reste de l'hexagone et 2 % sont des touristes étrangers - recettes-guichet : 390 000 F.

### **2. Retombées**

*Economiques* : faibles compte tenu de la proportion réduite des spectateurs extérieurs à la région.

*Emplois* : trois permanents et une cinquantaine de bénévoles. soixante-six personnes sont, en outre, recrutés pour la durée du festival dont un administratif, quinze au titre du personnel technique et cinquante au titre du personnel artistiques.

### **3. Observations générales**

Toute la population locale se mobilise pour recevoir les artistes et le public.

D - « RENCONTRES D'ARCY-SUR-CURE »

Arcy-sur-Cure - 503 habitants.

Yonne - Bourgogne.

**1. Caractéristiques**

*Implantation* : à Arcy -sur-Cure, dans l'église du village, au château de la Cobarde et dans la cour de la mairie.

*Thème* : festival polyvalent (concerts, représentations théâtrales, activités consacrés à la littérature ou à la poésie).

*Création* : 1991.

*Objectif* : animation rurale.

*Contenu* : huit spectacles.

*Période* : première semaine du mois d'août.

*Structure organisatrice* : association culturelle et sociale du vermentonnais.

*Budget* : les 275 000 F du budget proviennent pour 32 % de subventions des collectivités publiques (Etat : 30 000 F, conseil général : 30 000 F, conseil régional 25 000 F, municipalité 5 000 F), pour 50 000 F des concours fournis par des entreprises mécènes et pour 35 000 F de ceux des sociétés civiles (Adami, Spedidam).

*Spectateurs* : les 1 250 spectateurs payants viennent dans leur grande majorité de la région. Les recettes-guichet atteignent 72 500 F, soit 30 % environ du budget.

**2. Retombées**

*Economiques* : les retombées financières directes et indirectes sont importantes pour les communes concernées, les 2/3 du budget retournant directement dans le circuit économique local selon les organisateurs.

*Emplois* : les rencontres sont organisées par les bénévoles de l'association, un technicien étant toutefois employé pendant la durée du festival.

*Notoriété* : les retombées médiatiques sont importantes grâce au soutien de la presse locale et régionale mais également des médias nationaux généralistes et spécialisés (*l'Evénement du jeudi, FR3, Diapason, Le Monde de la musique, France culture, France musique, France info, France inter*).

E - FESTIVAL D'ANIMATION RURALE POITOU-CHARENTES-VENDÉE

Poitou-Charentes - Pays de la Loire.

**1. Caractéristiques**

*Implantation* : le festival constitue un événement culturel déconcentré.

*Thème* : polyvalent (théâtre, danse, chants, musique, ...).

*Création* : 1980.

*Objectif* : animation locale, présentation de la culture régionale.

*Contenu* : regroupement autour d'une action de médiatisation commune, d'une centaine de manifestations concernant la culture poitevine proposées par les associations adhérentes (veillées en langue poitevine, saintongeaise, festival « bouche à oreille », festival des jeunes comédiens, festival international de musique et danse, chant, musique, danses, théâtre, contes, expositions).

*Période* : du 1er juin à la mi-octobre.

*Structure organisatrice* : l'union pour la culture populaire, constituée de cinquante associations rayonnant en Poitou-Charentes et Vendée.

*Budget* : 150 000 F.

*Spectateurs* : donnée non disponible, compte tenu de la nature très éclatée de l'événement.

**2. Retombées**

*Economiques* : la manifestation a permis la création d'un parc matériel régional (sons, lumières) pour combler le manque d'équipement des salles en zone rurale.

*Emplois* : faibles ou inexistant : une quinzaine de bénévoles assure pendant un mois par an la coordination de l'ensemble et des relations avec les médias.

*Sociales* : cette manifestation vise davantage à préserver des usages et une culture régionale, à créer une animation locale et à mobiliser les acteurs d'un territoire autour d'un projet culturel qu'à obtenir des retombées économiques.

**3. Observations générales**

Festival typiquement d'animation locale.

F - « LES HEURES MUSICALES D'AULTERIBE »

Sermentizon - 436 habitants.

Puy-de-Dôme - Auvergne.

### **1. Caractéristiques**

*Implantation* : dans le château d'Aulteribe et dans l'église du village.

*Thème* : musique romantique autour du compositeur auvergnat George Onslow (musique de chambre des XVIIIème et XIXème siècles).

*Création* : 1995.

*Objectif* : faire connaître l'oeuvre du compositeur George Onslow.

*Contenu* : quatre concerts.

*Période* : trois jours début août.

*Structure organisatrice* : association loi de 1901.

*Budget* : 137 000 F dont 35 000 F de subventions des collectivités locales et de l'Etat (15 000 de la DRAC, 10 000 du conseil général et 10 000 du conseil régional) - Les entreprises et les sociétés civiles apportent 60 000 F au titre du mécénat. Les annonceurs apportent en outre 9 000 F.

*Spectateurs* : 300 spectateurs payants venant pour un peu plus de la moitié (58 %) de la région, les autres spectateurs venant du reste de l'hexagone - recettes-guichet : 33 000 F.

### **2. Retombées**

*Economiques* : le festival est l'occasion d'une découverte du patrimoine local. Une visite et un repas au château sont en effet organisés avant les concerts.

*Emplois* : les organisateurs sont tous des bénévoles.

Plus des deux tiers des dépenses vont au défraiement des artistes (cachets, charges sociales, frais de déplacement, séjours) le plus souvent extérieurs à la région, et le cas échéant étrangers.

### **3. Observations générales**

Festival typiquement d'animation locale.

G - « LES ARTS JAILLISSANTS DE MONTSAPEY »

Montsapey : 59 habitants.

Savoie - Rhône-Alpes.

**1. Caractéristiques**

*Implantation* : dans l'église du village, sa salle polyvalente et en plein air.

*Thème* : musique classique et patrimoine.

*Création* : 1993.

*Objectif* : faire découvrir la beauté du patrimoine plus finalité touristique.

*Contenu* : en 1997, cinq séries de concerts, quatre visites ou rencontres avec des historiens, une exposition.

*Période* : en juillet.

*Structure organisatrice* : association loi de 1901.

*Budget* : 60 000 F en 1996, dont 16 000 F de subventions publiques (10 000 du conseil général, 6 000 F de la municipalité) - le mécénat d'entreprise apporte 16 000 F.

*Spectateurs* : 600 spectateurs payants qui viennent pour 60 % de la région, pour 30 % du reste de l'hexagone et 10 % environ de l'étranger.

**2. Retombées**

*Economiques* : le manque de chambres et de structures d'accueil destinées aux artistes et aux festivaliers a contribué à la construction d'un hôtel-restaurant sur le site du festival.

Les festivaliers et les artistes effectuent des séjours courts (deux à trois jours en général) mais beaucoup, séduits par la beauté du cadre naturel, reviennent.

*Emplois* : le festival est organisé exclusivement par des bénévoles, deux agents communaux sont par ailleurs mis à disposition par la municipalité pour aider l'équipe de pilotage pendant la durée du festival.

*Sociales* : le festival fait découvrir à la population locale des richesses musicales auxquelles celle-ci n'a pas nécessairement accès par ailleurs.

**3. Observations générales**

Le festival a concouru à attirer l'attention sur l'état dégradé des décors néo-baroques de l'église qui devront bientôt, de ce fait, faire l'objet d'une restauration par l'architecte des monuments historiques.



**TITRE III**

**APPROCHE GÉNÉRALE DE L'IMPACT  
ET DE L'APPORT DES ÉVÉNEMENTS  
CULTURELS SUR LE DÉVELOPPEMENT  
ÉCONOMIQUE ET SOCIAL**



## INTRODUCTION

Tout événement culturel qui marque ou illustre son temps naît et prend son élan d'un désir ou d'une volonté de création artistique ou de promotion culturelle. C'est le détonateur : au départ une pulsion, une image virtuelle qui habite l'artiste et à laquelle il veut donner vie ; une tornade.

Jean Renoir, tout à son cinéma, on l'a dit, viendra au théâtre, bouleversé par une vue aérienne des arènes d'Arles. Il accourt d'Hollywood pour mettre en scène le Jules César de Shakespeare, au jour du bimillénaire de la fondation de la ville par la douzième légion romaine. Le festival est né.

La première « retombée » de la volonté de créer est la création elle-même. A partir de là, tout est dit si le succès soutient l'engagement. C'est à ce titre que les festivals participent aux côtés des institutions permanentes à la création artistique et culturelle et contribuent, avec elles, à la diffusion des oeuvres parmi la population. Cet ensemble concourt à l'élévation du niveau culturel de la Nation.

Mais ces événements qui se suffisent à eux-mêmes, par leur force créatrice, entraînent dans l'environnement social et économique de son explosion toute une série de conséquences et de déclinaisons très concrètes appliquées à la vie de la ville d'accueil ou de la région qui en bénéficie.

Les impacts et les apports de l'événement culturel ou d'un mot plus prosaïque que nous avons employé, les retombées, sont nombreux.

La décision prise et le financement initial assuré, et si le succès couronne l'entreprise, la ville d'accueil y gagnera en image et en notoriété. La vie sociale et culturelle sera valorisée. Le tourisme, le commerce, le patrimoine en bénéficieront. Des emplois seront créés. Des formations seront ouvertes pour de futurs professionnels.

Cet ensemble économique et social enrichi, entraînant aussi la création de sites et d'équipements nouveaux dans la ville, le département ou la région, contribuera largement au développement du territoire.

Nous allons tenter d'aborder les retombées économiques et sociales, poste par poste, catégories d'ensemble par catégories d'ensemble.

Cette partie comporte des informations déjà citées dans les chapitres précédents à titre d'exemple. Il nous est apparu nécessaire de les reprendre afin qu'ajoutées à d'autres, l'ensemble offre le panorama le mieux dessiné possible des retombées économiques et sociales des festivals. Les éléments concrets dans ce domaine sont à ce point éparpillés dans les rapports, enquêtes et études qu'il convenait de les regrouper, de les rapprocher, de les comparer, de les situer sans pouvoir cependant prétendre - tant la recherche statistique fait défaut - pouvoir dresser le bilan complet d'un phénomène d'ensemble qui comporte plus d'un millier d'événements singuliers.

Dans une note méthodologique de 1987 toujours d'actualité, le département des études et de la prospective du ministère de la culture présentait les étapes

successives à mettre en oeuvre dans le cadre d'une étude d'impact portant sur un événement culturel. Celle-ci doit comporter une évaluation des dépenses de l'organisme étudié à partir de sa comptabilité, l'objectif étant de déterminer le pourcentage des dépenses effectuées injectées dans l'économie locale. Elle doit également comporter une évaluation des dépenses en hôtel, restaurant et achats divers des artistes ou spectateurs entraînés par la participation à l'événement culturel considéré. Cette opération est réalisée à partir des chiffres d'affaires des secteurs économiques concernés, ou par le biais d'un questionnaire auprès des artistes et du public. L'étude suppose enfin une évaluation des effets induits générés par les biens et services achetés sur place par l'organisme étudié, ses salariés et les spectateurs.

Au terme de ces trois opérations, est obtenu l'impact total brut de l'événement sur l'économie locale. Pour obtenir l'impact net, il est nécessaire de disposer de l'origine géographique du public. En effet, seules les dépenses effectuées par les spectateurs ne résidant pas sur place peuvent être comptabilisées à bon droit comme des incidences du festival, bien qu'on puisse considérer que les résidents soient entraînés par leur participation au festival à des dépenses supplémentaires.

La note rappelle néanmoins qu'une étude d'impact de ce type comporte ses propres limites. On trouvera en annexe cette note détaillée sur les difficultés de l'évaluation.

## CHAPITRE I

### LE FINANCEMENT

Dans la vie d'un festival, l'idée fondatrice de l'inventeur ou du promoteur étant acceptée et prise en charge par l'équipe de réalisation ainsi que par les responsables privés ou publics, il reste à financer les projets correspondants.

C'est un parcours du combattant qui commence. Il y a la mise de fonds. Il y a, obligatoirement, une spéculation sur les rentrées financières espérées.

La mise de fonds regroupe les subventions : apport de la municipalité, du conseil général et du conseil régional. Eventuellement de l'Etat. Il faut noter que dans ce domaine, c'est l'intervention locale qui est déterminante. C'est elle qui justifiera et entraînera d'autres apports.

S'ajoute parfois l'aide du mécénat. Le mécénat, le « sponsoring » peuvent jouer un rôle important. Les motifs de l'intervention d'un groupe industriel ou commercial, d'une entreprise locale, dans le financement d'un festival sont divers, rarement marqués, et cela est normal, par la gratuité. Des retombées sont le souvent espérées, sans que cela soit préjudiciable si cette intervention n'est pas le prétexte pour les mécènes à peser sur les choix artistiques. Retombées de notoriété, s'apparentant à une publicité cohérente et bien ciblée, retombées sonnantes et réverbérantes quand une grande surface, par exemple, monte un rayon de ventes lié au thème du festival. C'est légitime. Il convient de remarquer que cet apport du mécénat et du sponsoring ne va pas de soi. La décision de soutien, le niveau de l'intervention ou son abandon sont liés, évidemment, aux résultats économiques propres à l'entreprise mécène. Actuellement, cette difficulté est souvent invoquée pour un refus.

D'un autre côté, beaucoup d'institutionnels nationaux interviennent par le moyen d'une publicité classique. Par exemple, l'achat de pages dans le programme vendu ou distribué lors des manifestations. Le crédit personnel et l'entregent des élus ont alors leur importance.

Restent les rentrées liées au déroulement du festival lui-même : la billetterie, la publicité liée à la billetterie, la vente d'objets portant la marque du festival par exemple.

Un dernier mot. Pour tous les festivals qui naissent ou se maintiennent, l'Etat ne peut être le « *Deus ex machina* » ou plus simplement un tuteur financier. Le budget du ministère est trop pauvre. Même si le 1 % promis était un jour acquis, le budget de la rue de Valois ne suffirait pas à la demande. Le ministère, de plus, devra se méfier de la politique du saupoudrage, ce qui lui imposera des choix difficiles voire impopulaires ou politiquement risqués.

Cependant la multiplicité des événements culturels qui sont des réussites ont un tel impact dans le domaine économique et social, une telle importance dans le développement du territoire que le gouvernement devra aller le plus vite possible à la rencontre de ce 1 % du budget national. Il devra surtout inventer des

moyens nouveaux, publicitaires ou autres, pour soutenir une politique de valorisation de l'effort fait par tous ceux, privés ou responsables locaux qui sont les artisans d'une réussite culturelle.

Ce sont eux qui font briller la vitrine de la France, attirent les regards de l'étranger et par là vendent le mieux notre tourisme.

### I - DES SUBVENTIONS PUBLIQUES

Alors que le financement public de la culture fait en moyenne intervenir à part égale l'Etat et les collectivités territoriales respectivement à hauteur de 49,7 % et de 50,3 %, en 1993 selon le ministère de la culture, le financement public des festivals est davantage supporté par les collectivités territoriales. En 1991, elles apportaient 35 % du budget en moyenne contre 10 % à la charge de l'Etat.

Un mémoire intitulé « *Evénements phares du développement culturel en France : les festivals français vont-ils vers un compromis entre les financements publics et le mécénat* » rédigé par Mme Bove, élève de l'Ecole supérieure de gestion (ESG) sur le financement de cinquante festivals à partir de questionnaires envoyés à leurs organisateurs, confirme ce constat pour 1994 :

A l'intérieur des 46 % de subventions publiques, l'Etat et les collectivités territoriales représentent respectivement 7 % et 39 %.

L'enquête de l'Association des maires des grandes villes sur soixante-quatre festivals fournit des éléments plus détaillés pour 1991 : l'aide du ministère de la culture s'est élevée à 15 millions de francs. Elle a été distribuée pour partie par le biais de subventions directement versées aux festivals par les directions d'administration centrale du ministère. Ces bénéficiaires sont, en 1991, principalement des festivals de musique, de théâtre et de danse. Avignon a perçu 770 000 F. Aix-en-Provence, 3 200 000 F. « Montpellier danse », 800 000 F. Une autre part a été versée de façon décentralisée par l'intermédiaire des directions régionale des affaires culturelles (DRAC) qui décident elles-mêmes de la répartition entre les festivals de la somme qui leur est allouée par le ministère. Les DRAC ont également le pouvoir d'affecter aux festivals des crédits supplémentaires pris sur leurs propres budgets. S'y ajoutent certaines subventions accordées non pas aux festivals, mais aux centres culturels qui les organisent. Toutefois, depuis la loi de 1992, les directions régionales des affaires culturelles, deviennent les centres de décision de droit commun du ministère de la culture, et elles distribuent désormais l'essentiel des subventions de l'Etat aux festivals. L'administration centrale ne conserve que des missions de réglementation, de coordination, d'évaluation ou d'appel.

Les régions contribuent généralement plus que les départements. Elles ont donné 8,4 millions de francs à trente-cinq festivals de grandes villes, soit 240 000 F en moyenne selon l'Association de leurs maires. Les départements apportent 7,4 millions de francs à quarante festivals, soit une aide moyenne de 186 000 F.

M. Jacques Rigaud considérait lors de son audition que, dans sa forme actuelle, le mode de financement public par subventions n'est plus viable : « la subvention apparaît comme un don de la cassette royale à un nécessiteux. C'est

humiliant et c'est devenu ingérable ». Le montant des subventions est en effet le plus souvent renégocié chaque année, et celles-ci sont parfois versées tardivement aux organisateurs par rapport aux engagements financiers qu'ils doivent prendre envers leurs partenaires. Une contractualisation pluriannuelle de leurs relations avec l'Etat ou avec les collectivités territoriales permettrait aux organisateurs de festivals d'avoir une vision plus claire de leurs possibilités financières, sur quelques années, en contrepartie d'engagements pouvant donner lieu a posteriori à une évaluation.

Par ailleurs, l'évaluation apparaît comme la contrepartie naturelle du contrat compris comme un échange équilibré d'engagements de la part de celui qui subventionne et du bénéficiaire. L'évaluation est d'autant plus nécessaire en période de restriction budgétaire : un droit de tirage sur les finances publiques sous le prétexte d'un quelconque projet artistique devient, en effet, plus difficile à accepter pour les contribuables lorsque des efforts sont consentis sur d'autres postes de dépenses budgétaires.

Il faut néanmoins préciser que l'évaluation dont la difficulté ne peut être sous-estimée ne doit pas se borner aux aspects financiers mais aussi prendre en compte tous les autres éléments d'appréciation.

## **II - LES VILLES, ACTEURS FINANCIERS ET PRINCIPALES BÉNÉFICIAIRES**

Selon l'étude de la direction de la musique et de la danse, à l'intérieur des subventions des collectivités territoriales, les villes apportent la part la plus importante : 19 % du budget total en 1991 contre 9 % pour les départements et 7 % pour les régions. L'étude de Mme Bove, élève de l'ESG sur cinquante festivals fournit des chiffres tout à fait proches pour l'année 1994 : 20 % pour les villes, 10 % pour les départements, 9 % pour les régions, ce qui ne contredit pas les chiffres donnés par l'AMGVF sur un échantillon plus restreint, les résultats étant également sensiblement les mêmes.

Si les villes supportent les charges financières les plus élevées c'est que nombre de festivals sont nés à l'initiative de celles-ci. Les villes d'ailleurs sont les premières bénéficiaires des festivals.

Le festival de Provins est ainsi financé à 91 % par la ville (310 000 F en 1987, auxquels s'ajoutent des services et du personnel apportés par la municipalité).

Cette prépondérance de la part des villes dans le financement public des festivals est conforme à l'évolution générale des dépenses des villes qui assument, en 1993, 40,9 % des financements publics de la culture.

## **III - LA LOGISTIQUE MUNICIPALE**

Cet apport d'argent se double d'une aide matérielle que les organisateurs de festivals comptabilisent rarement, mais sur laquelle l'enquête menée en 1993 sur 64 festivals par l'Association des maires des grandes villes apporte de précieux renseignements. Les festivals sollicitent, en effet, souvent un appui logistique de la part de la commune. Beaucoup de grandes villes telles que Besançon,

Dunkerque, Lille, Lyon, Tours, Versailles laissent gratuitement l'usage de leurs salles de spectacle pour le déroulement de l'événement. Une aide technique l'accompagne : les villes assument en général les décors, le matériel de sonorisation et d'éclairage, ce qui permet aux organisateurs de festivals de faire d'importantes économies. L'aide en moyens humains apportée par les grandes villes, principalement par le concours de personnel technique, est également très importante. Quelques mairies mettent aussi à la disposition des festivals un service de gestion de la billetterie directement géré par les services municipaux.

#### IV - DES RESSOURCES PROPRES

L'étude du ministère de la culture précédemment citée sur les 247 festivals subventionnés par la direction de la musique et de la danse (1992), comme l'enquête déjà citée menée pour 1994 par une élève de l'ESG, fournissent le chiffre de 35 % pour les recettes propres dans la structure budgétaire moyenne d'un festival. Les « Chorégies d'Orange » s'autofinancent à 80 %. Ce festival représente donc un cas relativement exceptionnel : le montant de ses recettes propres se monte à 15 590 000 F pour un budget de 19 608 000 F. Le festival de Confolens connaît également dans une moindre mesure un taux d'autofinancement appréciable de 54 %, grâce aux 2,3 millions de recettes de billetterie.

La billetterie représente presque toujours la plus grosse part des ressources propres. La première composante des dépenses générées par les participants d'un festival est en effet constituée par l'achat des places de spectacle.

Certes, ce poste varie dans des proportions considérables. Pour certains événements, l'entrée du spectacle est entièrement gratuite, comme les « Flâneries musicales » de Reims ou le « festival de Carillon et d'Art campanaire » de Rhône-Alpes. D'autres drainent au contraire des recettes guichet considérables : 6,36 millions de francs (soit le tiers du budget) pour le festival « in » d'Avignon et 1 million de francs pour le festival « off » en 1985. Dans le cas du « festival Interceltique » de Lorient, la billetterie apporte pour un budget de 16,5 millions de francs, plus de 6 millions de francs en 1995.

Les réponses au questionnaire élaboré avec le concours du DEP du ministère de la culture permettent de se faire une idée de l'importance économique de cet apport pour l'équilibre financier des festivals. Sur les vingt-six événements dont les organisateurs ont répondu au questionnaire sur ce point, les recettes guichet représentaient en effet à elles seules le tiers des ressources totales. Toutefois, il faut tenir compte de ce que ce résultat intègre les « Chorégies d'Orange », événement exceptionnel qui représente à lui seul près de 20 % des dépenses totales des vingt-six manifestations étudiées, et plus de 50 % de leurs recettes guichet. Mais, même si l'on met en exergue ce cas particulier, les seules recettes guichet couvrent encore en moyenne près de 20 % des dépenses des vingt-cinq autres événements entrant dans l'échantillon.

Une analyse plus détaillée montre que, sur vingt-six événements, le taux de couverture des dépenses par les recettes guichet dépasse la moitié pour trois d'entre eux. Il se situe entre la moitié et le tiers pour cinq festivals. Entre 26 et

10 % pour neuf événements. Enfin neuf autres ne peuvent compter que sur des recettes guichet de 10 % comme compensation de leurs dépenses.

La diversité des situations est rarement en liaison avec le budget des festivals. Des événements au budget considérable figurent en effet parmi les manifestations pour lesquelles la part des recettes guichet dans le financement est la plus grande (c'est le cas des « Chorégies d'Orange ») comme dans celles où elle est la plus faible (c'est le cas des « Francophonie en Limousin »). Les événements à budget moyen et petit, inférieur à 1,5 million de francs, connaissent de même un taux de couverture très variable des dépenses par les recettes guichet : de 61 % dans le cas du festival en Trégor à 4 % dans celui du « festival national de danse de l'Union nationale du sport scolaire », par exemple. Le critère le plus significatif semble constitué par le genre du festival : les événements pluridisciplinaires et consacrés à la musique connaissent, en effet, dans l'échantillon, un taux de couverture des dépenses par les recettes guichet en moyenne sensiblement supérieur à celui des festivals de danse ou des manifestations ayant trait à la littérature ou au théâtre.

Il convient de noter que, dans la période récente, des collectivités locales choisissent de soutenir des festivals en achetant des places de spectacles, parallèlement, voire à la place des subventions qu'ils apportent pour leur financement.

A l'inverse, la part quelquefois relativement modeste de l'apport de la billetterie s'explique en partie par la finalité sociale que se donnent certains festivals ce qui interdit à leurs organisateurs d'augmenter trop les tarifs. Ainsi le festival « Banlieues bleues » en Seine-Saint-Denis, qui vise des populations financièrement peu aisées, offre des places dont le prix moyen de 80 F est dans les faits abaissé par la part des systèmes de tarifs réduits et de carte d'abonnement. Aussi la billetterie ne représente-t-elle que 10 % de ses ressources. De même, le « festival du Momix », qui se donne comme projet la remobilisation du tissu local et vise un public familial, compte pour près de 5 000 spectateurs payants seulement 90 000 F de recettes de billetterie sur un budget de 615 000 F.

D'autres ressources provenant des festivaliers entrent également dans le processus de financement direct des événements culturels par les spectateurs. Elles sont de diverses sources : vente des programmes, vente de boissons aux buvettes, vente d'espaces publicitaires, vente des créations à d'autres festivals, cotisations d'adhérents, contribution des participants aux stages payants, parfois coûteux, organisés dans le cadre des festivals. L'étude effectuée par la direction de la musique et de la danse sur les festivals qu'elle subventionnait en 1991 souligne l'importance de ces apports. Elle prenait pour indicateur les recettes propres c'est-à-dire la billetterie, mais aussi la vente des programmes, les recettes des bars et buvettes ainsi que les produits dérivés : celles-ci atteignaient en effet, avec près de 200 millions de francs, plus du tiers des recettes totales des 247 festivals étudiés.

Ces contributions des spectateurs aux frais d'organisation si elles ne constituent pas dans leur totalité des retombées économiques pour les villes

d'accueil, viennent atténuer très sensiblement la part du coût des événements culturels supportée par les finances publiques, ce qui n'est pas moins important.

Le « festival Pablo Casals » est un exemple rare où ces ressources annexes représentent un montant équivalent à celles de la billetterie : respectivement 700 000 F apportés par les 7 000 spectateurs payants et 600 000 F correspondant à l'exportation dans d'autres régions de France et à l'étranger des concerts donnés à Prades ainsi qu'à la participation des stagiaires.

Cependant ces ressources annexes ne sont pas toujours suffisantes pour équilibrer un budget. Il faut des apports financiers extérieurs. Le festival d'Avoriaz est en effet financé en grande partie par le groupe « Pierre et Vacances », propriétaire de la station. Le « festival du cinéma américain » de Deauville est financé à hauteur de 30 % par la commune, les deux tiers du budget étant constitués de ressources propres, résultant essentiellement du parrainage et des recettes guichets. Ce résultat n'intègre toutefois pas les prestations en nature apportées par le groupe Lucien Barrière, qui soutient la municipalité en offrant plusieurs centaines de chambres et en organisant une ou deux soirées de gala pour une valeur évaluée en 1993 à près de deux millions et demi de francs.

Bien que les salaires minimums artistiques conventionnels stagnent depuis plus de dix ans, la circulaire du ministère de la culture du printemps 1993, liant le versement des subventions au respect des obligations sociales (lutte contre le travail clandestin), s'est traduite par une augmentation substantielle du prix de revient des plateaux artistiques.

Cette hausse des coûts a souvent incité les organisateurs à faire appel à des troupes, orchestres ou ensembles instrumentaux en provenance des pays d'Europe centrale ou orientale, dans des conditions d'engagements très contestables :

- non-respect des obligations sociales ;
- salaires d'accueil et d'hébergement inacceptable ;
- de fait, dumping sur les achats de spectacle.

Si l'action et l'intervention de la culture, à la demande des organisations professionnelles, l'information et l'intervention, notamment de l'inspection du travail, ont permis d'améliorer cette situation, le chemin est encore long pour parvenir au respect intégral la législation du spectacle.

## V - LE MÉCÉNAT

Selon l'étude de la direction de la musique et de la danse sur les 247 événements qu'elle subventionne, le mécénat contribuait en moyenne pour 12 % au budget d'un festival en 1991.

La pratique du mécénat en France est née à la fin des années soixante-dix, pour compléter les concours de l'Etat qui ne suffisaient plus à faire face à l'augmentation trop importante du nombre et des dépenses des festivals. M. Jacques Rigaud, président de l'Association pour le développement du mécénat industriel et commercial (ADMICAL) considère cependant que le mécénat ne doit pas être un simple financement supplétif de la politique

culturelle de l'Etat. Une des raisons d'être de celui-ci est, en effet, la création de nouveaux pôles d'initiative culturelle. « Il n'est pas une sécurité, mais une chance réservée à des projets qui intéressent en eux-mêmes les mécènes » écrivait-il en 1990 dans son livre « *Libre Culture* ».

***Le mécénat est donc sélectif par nature.*** Il favorise deux catégories particulières de festivals, les plus petits (ceux dont le budget se situe en deçà du million de francs) et les plus gros (ceux dont le budget est supérieur à 5 millions de francs). Une étude menée en 1990 par ADMICAL auprès de quatre-vingt-trois festivals montrait que soixante-quinze d'entre eux ont bénéficié de mécénat en argent et/ou en nature au moins une fois de 1986 à 1990. Elle soulignait que, pour les grandes manifestations le mécénat représente en moyenne 15,9 % de leur budget. Pour les festivals dont le budget est supérieur à 10 millions de francs, le mécénat atteint même 19,7 %. Pour les petits festivals, les fonds apportés par le mécénat correspondaient à 14,4 % de leur budget. Certes, ces moyennes recouvraient des réalités bien différentes. Dans le premier cas, les apports d'une seule entreprise pouvaient atteindre le million de francs, dans l'autre, les contributions pouvaient rester en deçà de 10 000 F. Entre ces deux extrêmes, se situaient la plupart des festivals pour lesquels le mécénat représentait environ 11 % de leur budget total.

Cette distorsion selon l'importance des festivals s'explique par la structure même du mécénat. Des entreprises mécènes, au niveau national, gèrent au titre du mécénat des fonds de l'ordre de plusieurs dizaines de millions de francs, et cherchent à élaborer pour elles-mêmes une image nationale de prestige. Par ailleurs, des petites et moyennes entreprises et des délégations régionales de grandes entreprises disposent de budgets beaucoup plus limités et souhaitent travailler dans un cadre local. De ce fait, certaines manifestations, dont le rayonnement n'est pas encore national, mais qui ont dépassé le cadre strictement local, rencontrent plus de difficultés que d'autres pour trouver un interlocuteur et des financements appropriés à leurs besoins.

***Le mécénat est aussi instable.*** Cette réalité s'est traduite par, durant les premières années de la décennie quatre-vingt-dix, la régression des aides du mécénat. Pour l'année 1993, l'association ADMICAL a recensé et identifié environ 1680 actions de mécénat culturel. En 1992, ce chiffre s'élevait à 1800. Quant au nombre d'entreprises à l'origine de ces actions, il est passé de 900 à 750. Il semble que cette baisse ait principalement affecté le mécénat des petites et moyennes entreprises. Sa part est passée de 60 % du total des entreprises mécènes en 1991 à 54 % en 1992 puis à 43 % en 1993. Une enquête sur le parrainage réalisée par l'Union des annonceurs (UDA) pour promouvoir le mécénat en France a mis en évidence les chiffres suivants : pour 67 % des entreprises, les difficultés économiques générales surtout ont pesé sur le budget de parrainage. Pour 58 % d'entre elles, les résultats de l'entreprise elle-même constituaient l'explication principale de ce désengagement au moins partiel. 22 % des entreprises déclaraient même avoir cessé tout parrainage, celui-ci étant en effet logiquement l'un des premiers budgets réduit lorsque la conjoncture se dégrade. Les dirigeants d'entreprise ne pouvaient guère, il est vrai, justifier de telles dépenses dans le contexte d'une politique de rigueur économique et sociale,

parfois marqué par un gel des salaires ou par des licenciements. Dans cette situation, de plus, les choix des entreprises en matière de mécénat s'orientent souvent davantage vers le domaine du social ou de l'écologie. Les budgets n'étant pas extensibles à l'infini, les festivals font ainsi l'expérience, à leur détriment, de la concurrence renforcée existant aujourd'hui entre les différents domaines d'intérêt général.

Cependant, si la contribution du mécénat est faible dans le budget des festivals, ses effets ne se réduisent pas à sa part arithmétique. Le mécénat peut représenter une caution propre à encourager des financeurs publics, contribuer à équilibrer heureusement un budget, ou permettre à un festival de gagner en qualité et réciproquement.

En outre, par rapport aux procédures du financement public, le mécénat d'entreprise est d'une très grande souplesse et assure des versements rapides et ponctuels. Enfin, et surtout, la multiplication des contrats pluriannuels passés entre festivals et entreprises mécènes, voire la constitution de clubs d'entreprises mécènes, peuvent permettre d'assurer un socle de financement relativement stable et pérenne pour les festivals.

Ainsi, les organisateurs du « festival de la bande dessinée » d'Angoulême avaient signé au début des années 1990 avec les centres Leclerc un contrat de trois années par lequel l'entreprise apportait une subvention annuelle de 3,5 millions de francs. De même, le festival de Montpellier et de Radio France avait réussi à fidéliser trois partenaires sur trois années.

La création de clubs d'entreprises mécènes permet à des entreprises de se regrouper au sein de structures légères qui assurent une promotion collective tant des mécènes que de leur région. De tels clubs réunissent le plus souvent des entreprises de petite dimension ou des directions régionales d'entreprises nationales. Isolées, ces sociétés ne pourraient prétendre financer des manifestations de grande ampleur, mais regroupées, elles peuvent s'associer à des événements locaux au premier rang desquels les festivals. L'édition des « Cahiers Espaces » déjà évoquée citait l'exemple du festival de musique rock du « Printemps de Bourges », financé par le « Club des entreprises du Cher ». Mis en place à l'initiative du préfet du département, celui-ci rassemblait en 1992, 18 entreprises implantées dans le Cher, de l'Aérospatiale à la laiterie Triballat-Rians en passant par le Crédit agricole ou encore Groupama. Toutes acquittaient une cotisation annuelle de 30 000 F intégralement reversée au festival. De même, en Languedoc-Roussillon, le festival de théâtre les « Estivales de Perpignan » avait-il créé au début des années quatre-vingt dix le club Estivales. La cotisation d'entrée a été fixée à 25 000 F et le club a reçu le soutien de dix-huit entreprises. Il semble que l'amélioration relative de la situation économique depuis 1994 ait stoppé la baisse des fonds apportés par le mécénat aux festivals caractéristique des années 1991 à 1993.

Il y a là une amorce d'effort collectif dont le développement et une meilleure organisation pourraient contribuer efficacement à un encadrement technique de référence.

## CHAPITRE II

### IMAGE ET NOTORIÉTÉ

Le premier impact de la réussite d'un festival ou d'un événement culturel est un effet d'image et de notoriété qui donne un coup de projecteur sur la ville ou la région. On connaît Prades à travers « Pablo Casals ». Le succès du « Futuroscope » de Poitiers valorise toute la région. D'autres grands exemples viennent en mémoire : Aix-en-Provence, Avignon, Nantes...

Nous l'avons dit, le départ de tout c'est l'idée créatrice. Mais l'action culturelle replacée dans son environnement n'est pas un événement gratuit et sans conséquence.

L'étude du phénomène dans toutes ses implications nous conduit à une observation qui sociologiquement n'est pas sans importance : depuis le succès médiatique de festivals de renommée nationale ou internationale, on assiste à une inversion de la démarche fondatrice.

Dans la décision à prendre, la retombée escomptée peut l'emporter pour la ville sur l'intérêt culturel premier. Ce renversement des facteurs ne cesse de se reproduire. Ainsi, bien des villes promotrices adaptent leurs stratégies culturelles en fonction d'intérêts autres et bien compris.

Prenons l'exemple de Cannes ou d'Avignon. A l'origine, il s'agissait bien d'une action simple, celle de mettre l'art, le théâtre ou le cinéma en contact avec le public. Pour ces deux villes, le succès a transformé l'enjeu. L'exemple n'est pas passé inaperçu. Combien de municipalités ont décidé de créer et d'accueillir un festival comme elles sollicitent ou accueillent le Tour de France, non pas dans l'intérêt premier de la culture, mais bien celui d'utiliser la culture comme outil promotionnel. Ne nous offusquons pas. Ce qui compte en définitive, c'est la mise en scène de l'effort culturel et de son succès public. La logique peut être intéressée ou même mercantile, mais sans l'originalité de la création, sa valeur artistique, la démarche serait dérisoire et rapidement vouée à l'échec.

Louis XIV était un mauvais danseur, mais il se produisait à Versailles dans les ballets de Lulli. Louis aura d'autres éclats sous son soleil, heureusement pour l'Histoire. Lulli sut profiter d'un petit travers du Roi pour établir sa propre gloire qu'il ne devait qu'à son génie et à son talent.

#### I - EFFETS D'IMAGE ET DE NOTORIÉTÉ

Les effets produits par l'organisation d'événements culturels s'accompagnent de retombées médiatiques qui, le cas échéant, peuvent être considérables. Le « festival international du film » de Cannes a fait connaître la ville au monde entier.

Le festival d'Avignon est chaque année couvert par des centaines de représentants de la presse écrite et audiovisuelle, nationale et étrangère. Les « Chorégies d'Orange », dont les organisateurs ont été interrogés dans le cadre du

questionnaire, bénéficient d'une couverture considérable par la presse écrite nationale et étrangère, sans oublier la retransmission en direct sur les antennes de *France 3* et sur les ondes de *France musique* de certains spectacles. Ce qui représente pour la ville un avantage exceptionnel.

Dans un domaine qui n'est pas celui de la musique classique, le « festival Interceltique » de Lorient, qui attire 300 000 personnes chaque année, a fait connaître la ville, au-delà même des pays celtiques, Irlande, Ecosse, Pays de Galles, dans le monde entier ; au Québec, en Australie.

Les retombées médiatiques ne se limitent pas à ces quelques événements. Beaucoup de festivals, organisés dans des villes petites ou moyennes, voire dans de simples bourgades, ont contribué à la notoriété des lieux où ils étaient organisés. Peu de gens connaissaient avant qu'un festival y soit organisé le nom de sites tels que la Grange de Meslay, La Roque d'Anthéron, Saint-Guilhem le Désert ou Marciac.

A l'évidence, Marciac, village d'un peu plus de 1 000 habitants, a tiré bénéfice, en terme d'image et de notoriété, de l'organisation de son festival de jazz. Alors que celui-ci n'offrait lors de sa création, en 1978, qu'un unique concert, il attirait en 1992 35 000 auditeurs aux concerts et 70 000 visiteurs. Ceux-ci viennent surtout de la région Midi-Pyrénées et du Sud-Ouest, mais les participants de la région parisienne et des autres régions françaises sont chaque année plus nombreux. La présence sur le site de journalistes étrangers, le jumelage du festival avec notamment celui d'Aspen dans le Colorado, contribuent également à développer depuis le début des années quatre-vingt-dix, une « clientèle » européenne et américaine.

Pour se borner aux événements étudiés dans le cadre du questionnaire élaboré avec le concours du ministère de la culture, une forte proportion des festivals bénéficiaient, selon leurs organisateurs, d'une couverture médiatique importante ou relativement importante. A titre d'exemple, Tours, grâce à son « Choré-graphique », qui n'est que l'un des événements culturels organisés dans la ville, reçoit l'aide appréciable de la presse régionale : *La Nouvelle République, la République du Centre, le Courrier de l'Ouest*. Mais aussi de la presse nationale généraliste : *Libération, Le Monde, L'Événement du Jeudi, l'Express* ; ou spécialisée : *Télérama, l'Étudiant, Danser, les Inrockuptibles*.

Le « festival Pablo Casals » de Prades est depuis toujours largement mentionné par la presse écrite régionale et nationale. La diffusion des trois concerts organisés à Paris sous le label « Prades aux Champs Elysées » ont attiré 3 à 4 000 auditeurs. Leur diffusion par des radios françaises et étrangères, *Radio France, France Musique, Radio Catalogne, Radio Suisse Romande*, assure également à la ville une promotion non négligeable.

« Swingin'Deauville », qui lance dans la ville la saison touristique estivale, au début du mois de juillet, suscite de même des retombées dans les médias écrits et audiovisuels, alors qu'il ne constitue en quelque sorte que le deuxième événement de la ville après le « festival du cinéma américain ».

Créé seulement en 1991, le festival d'un petit village tel qu'Arcy-sur-Cure, qui compte 500 habitants, obtient des retombées médiatiques non négligeables

grâce au soutien de la presse locale et régionale, mais également de médias nationaux généralistes et spécialisés : *l'Événement du Jeudi*, *France 3*, *Diapason*, *Le Monde de la Musique*, *France Musique*, *France Info*, *France Inter*. Des événements organisés dans un cadre départemental ou régional, tels que « Banlieues bleues » ou les « Francophonies en Limousin », bénéficient également de cet impact médiatique. La station régionale de France 3 et diverses radios généralistes ou musicales consacrent à « Banlieues bleues » des reportages qui valorisent les équipements installés et donnent de la Seine-Saint-Denis et des villes concernées une image de dynamisme culturel. C'est d'autant plus important pour ces villes et ces banlieues, qu'elles mobilisent parfois l'attention des médias pour des événements moins positifs. *Le Monde*, *Libération*, *Le Figaro*, *La Croix*, *Le Parisien* et *l'Humanité* ont consacré, ainsi que d'autres quotidiens, hebdomadaires ou mensuels généralistes ou spécialisés, un ou plusieurs articles à l'édition 1996 de ce festival. Quelques journaux africains en faisaient également mention.

De cette capacité des événements culturels à attirer l'attention des médias, témoigne, sans qu'il soit nécessaire de multiplier davantage les exemples, l'extraordinaire résonance que leur donnent pendant la période estivale, les informations des stations radiophoniques, comme les journaux télévisés des différentes chaînes nationales. Il n'était pas de jour qu'un ou plusieurs événements culturels soient ainsi montrés, cités, entendus. Durant trois mois, de juin à août 1997, le journal *Le Monde* a consacré des articles ou des entrefilets à cinquante festivals différents. Certains de ces festivals ont même fait l'objet de plusieurs articles ou entrefilets : Avignon a ainsi bénéficié de pas moins de quarante-huit articles, « Montpellier danse » de dix articles, ou les rencontres internationales de la photographie en Arles, de neuf articles. Ce fait concerne également des festivals a budget relativement modeste, tel la Roque d'Anthéron. Au total les articles et entrefilets consacrés à ces cinquante festivals représentaient près de soixante-quinze pages. Beaucoup de quotidiens et d'hebdomadaires consacrent des cahiers spéciaux aux festivals pendant la période estivale. Un hebdomadaire comme *Télérama* parraine chaque année des dizaines d'événements. *Libération* diffuse en kiosque un numéro spécial consacré à la totalité des festivals français.

Ce succès s'explique certes pour partie par l'intérêt légitime des médias pour la culture. Mais sans doute doit-il également beaucoup à une caractéristique inhérente aux festivals, qui en font des sujets privilégiés pour les journalistes. Il s'agit d'événements, et ce caractère événementiel même répond particulièrement bien aux attentes des médias modernes. Ils sont, par nature, tournés vers l'actualité. Les journalistes « couvriraient » sans doute avec moins d'empressement un équipement culturel permanent. A tout le moins si son succès n'est pas très exceptionnel.

M. Olivier Guichard, au cours du 39ème congrès des économies régionales, organisé en octobre 1992 et intitulé : la culture, luxe ou nécessité pour le développement local, considérait que le développement de la notoriété de Bourges devait peut-être davantage à son « Printemps » initié par la municipalité, qu'à la maison de la culture créée par André Malraux. Même si l'action menée à la tête de celle-ci par M. Gabriel Monnet joua un rôle considérable de création

artistique et de diffusion de la culture auprès de la population, qui ne fut pas indifférente au climat favorable qui allait accueillir la création du « Printemps ».

Les festivals de Deauville et d'Avoriaz accueillent chacun une majorité d'invités, et notamment de journalistes, parce que leur objectif principal est médiatique. De ce fait, les recettes de billetterie ne couvrent qu'une part des dépenses relativement limitée d'ailleurs.

Les résultats en termes d'image et de notoriété ont été, dans ces deux cas, importants. D'après un sondage SOFRES publié par *l'Express* en 1990, le « festival du cinéma fantastique » d'Avoriaz serait le plus connu en France après celui de Cannes, avec une notoriété spontanée de 93 %. De son côté, M. Augier, maire-adjoint au tourisme, à la culture et à la communication de Deauville, considère que, outre l'impact en matière de tourisme, les retombées médiatiques en France et à l'étranger s'élèvent à un équivalent de plusieurs millions de francs.

Peu d'études évaluent de manière relativement précise cet équivalent financier de ces retombées médiatiques. Néanmoins, le BIPE estimait dans son étude de 1986 que les 400 journalistes venus en Avignon, à l'occasion du festival, et qui se faisaient pendant tout le mois de juillet l'écho de ses représentations, remplaçaient des dépenses de communication évaluées à dix millions de francs environ. Dont 1,7 millions de francs pour la presse régionale, 1,5 million de francs pour la presse nationale, 600 000 F pour la presse étrangère et 5,5 millions de francs d'achats d'espaces publicitaires.

Enfin, cette notoriété apportée par un festival est d'autant plus intéressante pour les collectivités concernées qu'elle tend à leur donner une image positive, dynamique et festive, de ville culturelle. Aix-en-Provence n'avait pas, par exemple, en dépit de son exceptionnel patrimoine architectural, une image de ville culturelle lorsque, en 1947, la Comtesse Pastre, Gabriel Dussurget et Henri Lambert la choisirent pour en faire le cadre d'un festival, alors consacré à Mozart. Son festival n'a pas peu contribué à la lui conférer. M. Jean-François Picheral, maire d'Aix-en-Provence, attribue notamment à l'attraction exercée par le festival l'implantation de très nombreuses entreprises.

Il est vrai que, depuis les années soixante-dix, la qualité de la vie joue un rôle croissant pour attirer dans les villes de nouveaux habitants, mais aussi des entreprises, notamment si elles comptent beaucoup de cadres, d'ingénieurs ou de chercheurs. Une réputation de dynamisme culturel constitue un atout publicitaire puissant. Certes, les études qui ont été faites sur les motivations des entreprises dans leur décision d'implantation ne placent jamais la culture comme premier critère de choix, mais on la trouve en général dans l'énumération comme le « plus » qui peut faire pencher la balance en faveur d'une ville plutôt que d'une autre. Ainsi, en Avignon, le renom gagné par le festival favorise l'accueil de congrès dans la ville en dehors de la période festivalière.

Mais cet effet d'image joue également de manière très positive sur la perception qu'ont de leur ville ou de leur région ses habitants.

M. Robert Savy, président du conseil régional du Limousin, expliquait ainsi dans son intervention dans le cadre du 39ème congrès des économies régionales : « la politique culturelle est le moyen de redonner confiance à une région et de la

rendre attractive. Cela veut dire pour nous, provinciaux militants, qu'il peut y avoir une activité de création culturelle authentique ailleurs qu'au point central. Quand nous accueillons le festival des « Francophonies » et que les créateurs de l'espace francophone du Nord et du Sud se rencontrent à Limoges, nous avons le sentiment que nous proposons un lieu pour un événement dont l'enjeu dépasse largement la vie régionale. Cette confiance en nous, nous ne voulons pas la chercher dans une politique culturelle qui serait localiste ou régionaliste. Dans une région qui a souffert de son isolement, non seulement géographique mais aussi probablement intellectuel, la politique culturelle est un moyen de s'ouvrir à l'universel ».

De même, M. Xavier Louy, adjoint au maire de Sarlat, chargé du tourisme et de la communication, estimait, lors de son audition par le Conseil économique et social, que la politique culturelle menée par la municipalité, fondée notamment sur les deux festivals qu'elle soutient, avait contribué à inverser le processus de réduction et de vieillissement de la population que connaissait la ville dans les années quatre-vingts : « Quand les habitants de Sarlat, jeunes et moins jeunes, entendent parler au Journal télévisé de leur cité en des termes positifs, ils se forment d'elle une autre image et sans doute cela les incite-t-il à y rester, en luttant contre le sentiment que l'on s'ennuie nécessairement davantage dans les petites villes que dans les grandes. ».

Les élus locaux ont dès les années soixante-dix bien compris cette particularité. Beaucoup ont alors soutenu ou organisé des événements dont la finalité principale était moins culturelle que de valoriser l'identité et l'image de leur ville. Le projet culturel était alors défini en fonction de cet objectif.

M. Robert Savy déclarait, au cours du colloque des économies régionales et de l'aménagement du territoire déjà cité : « la politique culturelle est aussi un élément d'image, il ne faut pas se le cacher : la qualité de la vie culturelle, c'est probablement le moyen de faire savoir que, s'il y a dans la culture du dynamisme, de l'intelligence ou de l'imagination, il serait étonnant que ces qualités se rencontrent seulement dans le domaine de la culture et qu'on ne soit pas aussi intelligents, imaginatifs et dynamiques dans d'autres secteurs de la vie sociale ! C'est à partir de cette réflexion que nous avons essayé de conduire une politique culturelle. ».

## II - UNE PROFESSIONNALISATION CROISSANTE DANS L'ORGANISATION DES ÉVÉNEMENTS CULTURELS

Cependant l'image et la notoriété ne sont pas intangibles. Il faut, année après année, les soutenir.

En effet, la multiplication depuis les années soixante-dix et quatre-vingt d'événements culturels souvent proches géographiquement les uns des autres, au contenu culturel voisin, concentrés pendant l'été comporte le risque d'une certaine banalisation, de même un moindre effet d'attraction. Cette concurrence a des effets pervers, elle contribue à l'inflation des coûts de production, augmente les difficultés d'appel au mécénat entre autre !

Cette montée des risques a suscité diverses réponses des instances dirigeantes des événements culturels. Certains, face à cette banalisation, ont cherché à améliorer la qualité de leur programmation. C'est une voie souvent féconde, mais qui se traduit en général par une hausse des coûts. D'autres s'efforcent de se démarquer de la concurrence en adoptant des positionnements de plus en plus spécialisés. Il y en a qui choisissent de diffuser des spectacles produits ailleurs. Ainsi, le festival de Bonaguil reprend une partie des pièces jouées au festival d'Anjou et au festival de Sarlat. L'objectif est alors souvent de toucher un public local, ou d'estivants en vacances dans la région. L'aspect positif est la reprise et la diffusion de créations qui sans ce relais risqueraient de disparaître de la scène culturelle.

Confrontées à ces difficultés et à ces choix, les élus et les responsables de certaines collectivités territoriales tendent, davantage que par le passé, à faire appel à des entreprises spécialisées. Ce phénomène participe d'une commercialisation croissante de l'organisation des festivals qui se contentent de faire appel à des professionnels de spectacles clé en main. Par là ils oublient l'imagination et perdent leur originalité. Cette dérive signifie le passage d'une logique dans laquelle la finalité de l'événement était la culture à une logique dans laquelle la culture en vient à ne plus constituer qu'un moyen au service d'une finalité d'image et de promotion touristique. Elle comporte, à l'opposé de la finalité qui avait vu naître les festivals, un risque réel de standardisation des spectacles qu'ils offrent et de marchandisation qui pourrait stériliser leur capacité créatrice.

Du fait de ces diverses évolutions, les projets culturels qui sous-tendent les festivals sont, plus souvent, définis en fonction d'une étude préalable de leur positionnement par rapport à leurs concurrents. Qu'il s'agisse du thème choisi aussi bien que de la date retenue. Sont prises en compte également l'adéquation du festival avec l'image de la collectivité qui l'accueille et la politique touristique que celle-ci entend suivre. Enfin, les retombées économiques à en attendre. Pour atteindre ce but, la part des dépenses de promotion est souvent augmentée. Des études régulières de la composition du public ainsi que de ses attentes sont alors effectuées pour faire, le cas échéant, évoluer le contenu même du festival. L'impact économique n'est plus alors la récompense de la valeur de l'événement considéré. Il devient la finalité commerciale de l'opération.

Cependant cette politique de professionnalisation qui, en effet, tend à se généraliser même au sein de la programmation de festivals aux noms prestigieux, a sa valeur si elle est conduite avec discernement et exigence et si, par là, elle est bien maîtrisée.

M. Xavier Louy, maire-adjoint de Sarlat, considère que ce type de démarche a, dans sa ville, rencontré un succès certain. Celle-ci dispose depuis quarante-cinq ans d'un festival des jeux de théâtre qui, historiquement, a servi le développement et l'image de Sarlat. Mais comme le festival a lieu en juillet et au début du mois d'août, il apporte moins aujourd'hui sur un plan économique. En effet, la fréquentation touristique est à son comble à cette période et les hôtels sont de toute façon remplis, indépendamment du festival. En revanche, la municipalité est d'une grande exigence sur les choix artistiques, ce qui permet à Sarlat de se classer parmi les villes festivalières de haut niveau.

Profitant de cette image, la municipalité a confié à des professionnels le soin d'organiser au mois de novembre un festival du film qui lui apporte pendant une semaine une animation et des visiteurs à une période traditionnellement creuse sur un plan touristique. Ce qui permet en plus d'enraciner l'idée que Sarlat est une ville de cinéma. Conséquence de cette image de marque, un à deux grands films ou séries télévisées sont en moyenne tournés chaque année dans la ville ou sa région, les retombées économiques sont importantes, estimées par exemple à 5 millions de francs pour la « fille de d'Artagnan », film tourné en plein hiver.

M. Louy soulignait que la même démarche avait été engagée voici quelques années à Vittel. Le festival de guitare de cette ville évolue de ce fait vers des rencontres entre violon et guitare. Ce sont les « accordailles de Vittel ». Celles-ci correspondent mieux à l'image d'une zone située à une dizaine de kilomètres de Mirecourt, haut lieu de la lutherie française, et leurs effets potentiels en termes de retombées touristiques et médiatiques sont supérieurs.

Aussi, il faut insister sur ce fait : cette professionnalisation croissante de l'organisation des festivals, parfois montés comme de véritables produits d'appel, tend en général, à condition qu'ils soient de grande qualité, à accroître leurs retombées touristiques et donc économiques. On retrouve l'effet d'image et de notoriété recherché.

## CHAPITRE III

### VIE SOCIALE ET CULTURELLE

Il y a l'aménagement du territoire, cette impérieuse nécessité pour aujourd'hui et pour demain. Il y a de même l'aménagement social et culturel de la Nation, obligation ardente. Non pas seulement parce que dans l'Europe qui se construit, la France doit intervenir avec cette idée que la finalité du progrès économique est le progrès social, mais aussi parce que la culture, marque identitaire de l'Etat-Nation, et toujours en devenir, est un apport irremplaçable.

Dans ce grand combat, national d'abord, chaque citoyen a sa place. Contrairement à ce que bien des analystes avancent, il n'y a ni élite, ni catégorie défavorisée ni parmi les acteurs ni dans les publics, même si, économiquement, des différences existent.

D'ailleurs, comme une preuve de la participation de tous au développement culturel, même de ceux qu'on n'attendrait pas, un fait social nouveau fait son apparition dans le tissu social urbain. Le 12 octobre 1997 s'est tenu à la Villette le colloque sur les « cultures urbaines ». Ce mouvement en profondeur a été initié par le groupe des « blacks, blancs, beurs ». Grapheurs, tagueurs, rappeurs, animateurs populaires et marginaux de groupes et ateliers de danse, musique et théâtre animent la rue et la ville.

Ces garçons et filles, consciemment ou spontanément travaillent à l'expression et à l'affirmation d'une identité culturelle et sociale et à la reconnaissance par les autres de leur milieu social. Cette action positive prend sa source dans l'exclusion vécue et ressentie comme injuste et invivable. Un refus créateur. C'est donc pour eux la volonté d'en sortir et par le haut.

Il s'agit là vraiment d'une culture à l'état naissant. La retombée sociale, son impact et son apport sont évidents. S'appuyant sur la sympathie qu'ils provoquent, et même d'un public bourgeois, usant du soutien de la presse, ce qui pour eux est une consécration, ces jeunes gens prennent sans violence leur place dans la société. Une place singulière, originale certes, mais intégrée. Ne soyons pas les derniers à nous en apercevoir.

Sous l'impulsion et avec le soutien de municipalités éclairées, des animateurs de talent et de conviction, et même de grands noms du théâtre ou du music-hall, ont su intéresser les jeunes désœuvrés vivant dans des zones à risque à une action qui les a fait sortir de leur condition. Évitions l'angélisme. Si elle ne règle pas les problèmes économiques et sociaux de fond, elle participe toutefois à consolider des projets et à explorer des itinéraires. Des exemples existent où l'action culturelle comme le sport ont pu mobiliser des jeunes, et par là contribuer à leur réinsertion. Les résultats sont trop fragiles pour qu'on puisse en tirer des conclusions définitives. Mais il y a là, à l'évidence, une voie ouverte.

François Villon qui écrivait en jargon jobelin, aussi bien qu'en français avait su toucher Louis XI qui pourtant n'était pas tendre ; et qui le sauva du gibet.

Elevant le débat, dans un article le 22 octobre 1997, paru dans le Peuple M. Jean-Michel Leterrier écrivait : « il n'y a pas d'un côté le mouvement social et de l'autre la création artistique. Certes, les deux champs gardent leur autonomie, mais autonomie n'est pas indifférence, indépendance. Il y a ici interdépendance, influence de l'une sur l'autre, métissage en quelque sorte. »

Ainsi, le développement culturel de la nation peut concourir à son équilibre social.

Ajoutons que le bénévolat qui permet à l'événement de naître, de vivre et de se développer concourt au même effort. Lui aussi il mobilise. Il ouvre soudain aux jeunes un monde d'intérêts insoupçonnés. Le bénévolat est facteur d'intégration sociale. Il peut déboucher, il débouche sur une possible formation et une activité professionnelle.

Dans notre économie difficile, génératrice d'inégalités, rien n'est possible, rien ne sera plus possible sans la mobilisation sociale de la vie associative et de ses militants. La culture est demanderesse et partie prenante.

Cependant un équilibre doit être trouvé. Nous l'avons dit, le bénévolat autant que faire se peut, doit s'ouvrir sur la formation professionnelle. C'est un des aspects de l'éducation permanente et de la formation continue si souvent évoquées et si souvent oubliées.

Ajoutons que les problèmes posés, à juste titre, devant l'opinion par les intermittents du spectacle nous montrent aussi les limites et les dangers d'une politique qui ne serait pas coordonnée et dans laquelle ils ne seraient pas intégrés. Nous y reviendrons quand nous parlerons de l'emploi.

## **I - UN RÔLE D'ANIMATION LOCALE**

Les événements culturels jouent un rôle social éminent dans les villes moyennes ou grandes au sein desquelles il se déroulent. Hormis les très grands festivals, en effet, la plupart des événements culturels ont, comme cela a été déjà évoqué, un public majoritairement régional, voire local.

Ainsi, parmi les événements étudiés dans le cadre de l'enquête menée par le Conseil économique et social, seuls quatre d'entre eux, les « Chorégies d'Orange », le « festival Pablo Casals » de Prades, « Swingin'Deauville » et les « Très riches heures de l'orgue en Berry », ont un public qui, en majorité, vient de l'extérieur de la région, du reste de la France ou de l'étranger. Dans tous les autres cas, le public local et régional est majoritaire. Le tableau suivant en donnera une idée. Les événements cités sont ceux pour lesquels les organisateurs interrogés ont précisé le pourcentage de spectateurs des différentes provenances. Dans près d'un cas sur deux, les réponses ne permettaient malheureusement pas de distinguer le public venant de la commune des personnes venues du reste de la région. Les réponses sont fournies telles quelles.

Fig. 17 : VENTILATION DU PUBLIC PAR ORIGINE GEOGRAPHIQUE

Evenement	Public local en %	Public local et regional hors commune en %	Public regional hors commune en %	Autres (reste de la france + etranger) en %
CHOREGIES D'ORANGE	3		37	60
PABLO CASALS DE PRADES		25		75
SWINGIN'EAUVILLE		35		65
HEURES MUSICALES D'AULTERIBE		58		42
ARTS JAILLISSANTS MONSAPEY		60		40
FESTIVAL D'ANJOU		66		34
FOLKLORES DU MONDE A ST MALO	40		30	30
FESTIVAL DE CONFOLENS		75		25
DANSE EMOI A LIMOGES		75		25
SINFONIA EN PERIGORD	30		50	20
FRANCOPHONIES DU LIMOUSIN	40		40	20
MUSIQUES EN MORVAN	40		40	20
ETE DE NANTES	75		10	15
FESTIVAL GOYA DE CASTRES	40		50	10
CHORE GRAPHIQUES (TOURS)	60		30	10
NATIONAL DE DANSE DE L'UNSS	40		55	5

Source : Conseil économique et social

Les organisateurs de sept autres des festivals interrogés soulignaient que leur public était majoritairement local (« Banlieues bleues », « Momix jeunesse ») ou dans sa grande majorité local et régional (festival de la Côte d'opale, « festival de théâtre » de Grenoble, festival de Bonaguil, « festival en Trégor », festival d'Arcy-sur-Cure).

Les festivals apportent à ce public local des spectacles culturels que, bien souvent, il ne pourrait pas voir sans cela. Dans certains cas, il n'existe pas en effet sur place ou à proximité immédiate des équipements culturels permanents diffusant le même type de représentations artistiques ou théâtrales. Ainsi, « Danse émoi », à Limoges, souhaite principalement faire découvrir au public limousin ce qui se crée en matière de danse contemporaine au niveau national et international. De même, le festival du « Momix jeunesse », organisé par une association de Kingersheim, chargée par la municipalité de promouvoir les activités périscolaires et culturelles, vise pour l'essentiel, à travers quinze spectacles différents, mimes, marionnettes, arts plastiques, à mener un travail de proximité pour favoriser l'éveil des enfants et les habituer à voir des spectacles en dehors du cadre scolaire.

M. Dominique Jules, secrétaire général de l'association « Carrefour des festivals », qui regroupe nombre de festivals français de cinéma, soulignait en 1993 le rôle que jouent ceux-ci pour permettre au public provincial d'accéder à

des films très divers. Il écrit : « Les festivals de cinéma qui ont émergé dans les années soixante s'efforcent de réagir - consciemment ou non - contre une tendance commerciale qui provoquait un resserrement de l'accès aux films et une diminution sensible de la variété offerte. On ne s'étonnera pas que ces festivals soient nés en province, à un âge d'or où la programmation des salles à Paris équivalait quasiment à un festival permanent. »

Dominique Jules poursuit : Aujourd'hui, les festivals de cinéma « combattent également la standardisation des produits. Des films de plus en plus nombreux connaissent un échec commercial qu'ils ne méritent pas. Mal programmés, ou bénéficiant d'une promotion insuffisante, c'est dans les festivals qu'ils trouvent une seconde vie. A ce titre, les festivals constituent un réseau essentiel pour bon nombre des recalés de l'exploitation : une sorte de cinémathèque tournante, délocalisée provinciale »... M. Dominique Jules conclut : « Le nombre des spectateurs des festivals de cinéma ne cesse de progresser, contrairement à la situation qui caractérise le cinéma en salle. Le taux d'occupation des écrans par le cinéma américain par rapport au cinéma français est ramené à une portion congrue. Malgré quelques problèmes, les festivals de cinéma prospèrent et se multiplient. A divers titres, ils contribuent à maintenir le prestige et la circulation des oeuvres cinématographiques en même temps qu'à rapprocher les créateurs de leur public, puisque le principe du festival est d'associer la projection des films au débat avec son ou ses auteurs, parfois les acteurs ou les techniciens ».

Cette volonté de proximité trouve le cas échéant une traduction dans le caractère géographiquement éclaté de certains festivals. Ainsi, dans le cas du « festival d'été » de Nantes, certains spectacles sont décentralisés dans les communes environnantes. Le festival prend aussi la forme de tournées, excellent moyen d'animation du territoire.

Dans le cadre du festival « Banlieues bleues », quinze villes de Seine-Saint-Denis accueillent, chacune, deux à quatre concerts. Cette multiplication délibérée des lieux de concerts permet en effet d'attirer des spectateurs de banlieue qui, dans bien des cas, ne se déplaceraient pas pour assister à un concert donné à l'autre extrémité du département. De même le festival international des « Francophonies en Limousin » fait sienne cette logique de proximité, puisqu'il est constitué notamment de onze spectacles différents qui donnent lieu au total à soixante quatre représentations dans vingt-quatre communes.

Nombre de ces événements dont l'une des finalités principales est l'animation locale pratiquent également des tarifs offrant tout ou partie des places à des prix modérés, afin de ne pas exclure des spectateurs potentiels. Le festival « Banlieues bleues », déjà évoqué, a fait ce choix d'une politique de tarifs modérés, nécessaire si l'on veut ouvrir l'accès aux spectacles à des populations financièrement peu aisées. Le prix des places étant de ce fait en moyenne de 80 F en 1996, avec des systèmes de tarifs réduits et d'abonnements.

M. François Pages, directeur du festival méditerranéen, interrogé dans le cadre des « Cahiers Espaces », expliquait de même en 1992 que le but était de pouvoir offrir la musique et de faire découvrir des artistes de génie au plus grand nombre, notamment à un public qui ne peut s'expatrier de son monde rural. En

plus les tarifs appliqués en 1992 sont attractifs. Ils allaient de 50 à 300 F, avec des prix moyens compris entre 80 et 50 F. Les tarifs réduits recouvrent à peu près à 50 % des ventes. Un tarif jeune donne accès à trois concerts pour 100 F, et la moitié de la programmation, cette même année, ouvrait droit à ce tarif jeunes. Il s'agit donc, dans ces deux cas, d'une politique de démocratie culturelle, allant à la rencontre d'un public populaire.

Ce rôle d'animation locale se trouve décuplé dans le cas d'une synergie provoquée par un partenariat avec d'autres actions culturelles. Par exemple, les organisateurs du « festival de musique du Vieux Lyon » soulignent l'influence bénéfique exercée par les liens entretenus avec certaines activités permanentes de la ville, notamment les conservatoires de musique ou la faculté de musicologie, ainsi que par la collaboration nouée avec l'académie baroque de Lyon et les ensembles lyonnais de musique ancienne.

Les « Francophonies en Limousin » constituent, à cet égard, un cas exemplaire dans la mesure où ce festival a été l'origine d'une partie non négligeable de la vie culturelle limousine, axée sur la francophonie. Une maison des auteurs a été créée en 1988 à l'initiative des organisateurs du festival. Elle a accueilli depuis cette date une soixantaine d'auteurs francophones qui participent à la vie culturelle locale par le biais de rencontres, au travers de lectures dans les bibliothèques, de participation à des ateliers d'écriture dans les écoles ou les collèges, ou de soirées littéraires dans certains cafés de la ville. Une médiathèque ayant vocation à recueillir les manuscrits et les livres consacrés à la littérature et au théâtre dans l'espace francophone doit voir le jour en 1998. Cette initiative a mûri dans le cadre du festival. Un centre limousin de diffusion du film francophone a, de même, été créé. Un Diplôme d'études supérieures spécialisées (DESS) de l'université de Limoges est axé sur la francophonie.

Le festival programme chaque année une troupe régionale. Limoges accueille cinq troupes de théâtre professionnelles ainsi que des troupes locales. Ce festival a donc joué indéniablement un grand rôle aussi bien au service du théâtre que de l'enrichissement de la vie sociale et culturelle, en contribuant à créer un public amateur, averti et fidèle. Le « désert » a reculé !

## II - UN RÔLE DE DIFFUSION DE LA CULTURE

Le caractère festif des événements culturels, le fait qu'ils ne se tiennent pas à longueur d'année, concurremment aux « saisons » des organismes culturels permanents, mais constituent des « moments » qu'il ne faut pas manquer, leur déroulement en dehors des lieux de culture institutionnels, contribuent à faire tomber certaines des barrières qui peuvent séparer de la culture de trop nombreuses personnes.

M. René Martin, organisateur de plusieurs festivals de musique classique dans le cadre du centre de réalisation et d'études artistiques de Nantes, soulignait ainsi dans l'hebdomadaire Téléràma que des manifestations telles que les « Folles journées de Nantes », dont la dernière édition consacrée à Schubert a enregistré 45 000 entrées, permettent de faire accéder à la musique classique bon nombre de gens qui ne sont jamais entrés dans une salle de concert.

Un article du journal *Le Monde* du 24 juillet 1997 soulignait le rôle du festival « Montpellier musique » pour permettre à tous un accès sans barrière à la culture. Sur 88 concerts programmés dans le cadre de l'édition 1997 du festival, seul 18 étaient payants, tous les autres étant gratuits. De jeunes pianistes de haut niveau issus des conservatoires nationaux de Paris et de Lyon se produisaient dans les quartiers défavorisés de la ville, un « camion plateau » porteur d'un piano de concert s'installant chaque jour sur une place ou dans une rue pour trois concerts quotidiens gratuits. Démonstration exemplaire d'un accès à la culture ouvert à tous.

En outre, un nombre croissant de festivals tendent à offrir pendant leur déroulement, voire tout au long de l'année, des activités culturelles d'accompagnement valorisantes pour les enfants d'âge scolaire, pour les jeunes ou pour l'ensemble de la population intéressée. Le festival méditerranéen, déjà cité, intègre ainsi depuis 1980 une animation gratuite en milieu scolaire et rural intitulée « Itinéraires musicaux » qui se déroule toute l'année et vise à éduquer les populations des zones rurales. Selon son directeur, « Les deux cents représentations organisées dans ce cadre en 1992, associant travail pédagogique dans la journée et concert gratuit au village le soir, représentaient les trois quart de l'activité festivalière ».

De même, en Seine-Saint-Denis, le travail pédagogique d'accompagnement musical représente une part croissante du budget des « Banlieues bleues ». Près d'un cinquième en 1997. Effectué pendant toute la durée de l'année scolaire, dans des collèges qui l'inscrivent souvent dans leur projet d'établissement, dans les classes de jazz des conservatoires de musique et les maisons de jeunes du département, il vise à mettre les jeunes au contact direct des artistes pour travailler avec eux, le degré d'exigence musicale étant le plus élevé possible. Ces ateliers musicaux commencent par un concert de l'artiste qui va les animer et s'achève par un concert de présentation du travail accompli par les participants pendant le ou les mois de son déroulement. Ces actions concernent, dans la plupart des cas, une population relativement défavorisée. Au collège République de Bobigny, par exemple, qui connaît un taux d'échec scolaire élevé, la demande des élèves est suffisamment forte et l'investissement de la direction de l'établissement et de ses professeurs assez important pour que la chorale du collège donne en final une représentation de « Gospels » après avoir travaillé avec des artistes professionnels. De même, des classes d'espagnol ou d'anglais travaillant avec des musiciens et chanteurs qui chantent dans ces langues. Le lycée La Croix, à Drancy, bénéficie depuis six ans de ces ateliers qui travaillent pendant toute l'année scolaire, ce qui permet une vraie continuité et un effort en profondeur. Au lycée d'enseignement professionnel d'Aubervilliers, qui forme des jeunes en mécanique et tôlerie, des séances ont été organisées pendant une durée d'une semaine à raison d'une séance par soir. Ces actions auprès des jeunes rassemblent près de 2 000 personnes dans les lycées et les maisons de quartier. 670 inscrits travaillent, dans ce cadre, sur une durée longue.

Le directeur du festival, M. Jacques Pornon, souligne que ces activités contribuent à valoriser les jeunes dans le cadre d'une activité ludique, mais qui, lorsqu'il s'agit de pratique musicale, réclame une grande discipline ce qui facilite

l'intégration sociale. Elles contribuent également, de manière plus accessoire, à fidéliser un public qui viendra plus tard assister aux concerts.

Plusieurs autres festivals entrant dans le cadre de l'échantillon ayant répondu au questionnaire diffusé par le Conseil économique et social organisent diverses activités annexes, destinées notamment au public d'âge scolaire.

Les « Francophonies en Limousin » jouent à cet égard un rôle intéressant. Le festival fournit l'occasion d'un travail culturel de fond effectué toute l'année dans les écoles et les lycées. A Limoges, « Danse Emoi » organise des « rencontres-danse » au sein de divers établissements scolaires de la ville. Des travaux ont lieu au sein de deux de ses lycées et à l'école nationale des arts décoratifs de Limoges, ainsi que des conférences et des tables rondes publiques. Des stages permettent d'aller plus au fond des choses.

Dans le cadre du festival « Momix Jeunesse », les classes des écoles de Kingersheim sont invitées à se déplacer dans les salles de spectacle afin que les enfants s'habituent à voir des spectacles hors du cadre scolaire. Ils apprennent ainsi à être de vrais spectateurs sachant utiliser « le temps libre » pour parfaire leur culture personnelle.

L'un des principaux atouts du festival national de danse de l'Union nationale du sport scolaire est également constitué par la rencontre qu'il permet entre élèves des écoles et artistes professionnels.

Dans le cadre du festival d'Anjou, des répétitions publiques de pièces sont également proposées aux élèves d'âge scolaire. Des spectacles destinés au jeune public, pour lesquels il est fait appel à une ou deux troupes locales, sont également organisés ; le cas échéant en dehors de la période du festival.

Dans l'environnement de certains événements culturels plus pointus, les activités annexes proposées s'adressent davantage à un public de spécialistes, et une grande partie de leurs bénéficiaires doivent payer pour les suivre. Mais elles atteignent à un très haut degré de qualité. Le « festival Pablo Casals » a ainsi créé au début des années soixante-dix une Académie internationale de musique de chambre dont les « masters classes » accueillent un nombre croissant d'étudiants, aujourd'hui 150. Pendant quinze jours, ces étudiants prennent des cours (quarante heures) avec un professeur, soliste de haut niveau. Ils peuvent assister aux vingt-cinq concerts du festival, pratiquer la musique de chambre et donner le cas échéant un ou plusieurs concerts dans les communes environnant Prades. D'un coût de 4 000 F environ en 1995, cette formule s'adresse surtout à des étudiants français et étrangers confirmés. Mais elle peut également permettre à des amateurs éclairés venant de Prades ou des environs de se recycler pour pratiquer des activités musicales de haut niveau, à l'ordinaire peu compatibles avec leurs activités professionnelles.

### **III - UN RÔLE DE MOBILISATION LOCALE**

Le rôle social des événements culturels est important, voire capital. C'est une des retombées très spectaculaires de la vie des festivals.

A l'exception de quelques très grands festivals, aux tarifs parfois très élevés et qui n'accueillent pratiquement que des gens extérieurs aux lieux où ils se

déroulent, la très grande majorité des événements culturels apportent aux habitants des communes concernées une animation originale et souvent riche. Ils contribuent en cela à cette fonction qu'André Malraux assignait à la politique culturelle : « rendre accessible au plus grand nombre possible les oeuvres capitales de l'humanité ».

Nombreux sont les festivals, notamment ceux qui ont un budget modeste, qui permettent en outre de mobiliser une partie de la population autour d'un projet local. Là, le bénévolat joue un rôle essentiel. En cela également, on peut estimer que ces manifestations servent le développement local.

Certains, enfin, s'attachent à favoriser l'insertion sociale de populations dites défavorisées. Certes, il n'y a pas en la matière de miracle. L'organisation d'un festival ne va pas, par un coup de baguette magique, transformer la vie des quartiers concernés. Cette démarche offre néanmoins à certains jeunes des occupations temporaires ou plus durables. Dans certains cas, des possibilités de se réinsérer. On peut également penser que cet impact, même limité, peut contribuer à améliorer le climat régnant dans ces zones en difficultés.

L'ensemble des possibilités culturelles ainsi offertes dans le cadre des festivals - auxquelles on pourrait ajouter dans bien des cas l'ambiance festive qui règne pendant ces événements, souvent entretenue par des animations de rue et des spectacles gratuits - contribue à donner aux habitants d'une ville ou d'un département une certaine conscience d'eux-mêmes en tant que citoyens dynamiques surtout si on ajoute les interventions des médias qui valorisent leur activité.

Là n'est pas la moins importante des retombées sociales des événements culturels, comme le soulignait M. Philippe Langevin, maître de conférence à l'université d'Aix-Marseille II. Dans son intervention au 39ème congrès des économies régionales, il considérait qu'au-delà des retombées économiques, l'importance réelle des festivals devait être appréciée au regard d'autres critères. Parmi ceux-ci, « l'accès à des manifestations culturelles de qualité d'un nombre considérable de spectateurs qui ne vont jamais au théâtre, au concert ou à l'opéra, et qui bénéficient, à proximité de leur lieu de résidence ou de loisir, d'une ouverture d'autant plus agréable qu'elle s'exprime dans des lieux prestigieux », mais aussi « ...l'animation locale, qui offre aux populations locales une occasion de divertissement inhabituelle et une autre image de leur ville ».

M. Robert Savy, Président du conseil régional du Limousin, précisait au cours du même colloque : « Nous devons être attentifs à une bonne diffusion de ces créations opérées dans le cadre des festivals de la région. On ne crée pas seulement pour faire voir aux autres ce que l'on sait faire, mais pour que le public limousin en profite. C'est un élément d'une stratégie d'attraction. Il faut que la politique culturelle soit un atout pour que les habitants de cette région y restent et pour que de nouveaux habitants acceptent de s'y installer. L'activité culturelle est l'un des services que l'on doit proposer aux gens que l'on veut accueillir. La politique culturelle est le moyen de redonner confiance à une région et le moyen de la rendre attractive.. ».

#### IV - LE BÉNÉVOLAT DANS L'ACTION CULTURELLE ET SOCIALE

Beaucoup de manifestations ont des incidences sociales considérables à travers la mobilisation et l'implication qu'ils suscitent d'une partie parfois importante de la population autour d'un projet. Ainsi, plus de la moitié des événements dont les organisateurs ont été interrogés dans le cadre du questionnaire font appel, de manière plus ou moins large, au bénévolat pour l'organisation du festival.

Dans bien des cas le bénévolat permet de « lancer » un festival et se justifie totalement. Pour autant le recours systématique aux bénévoles, même lorsque l'événement a atteint un rythme de « croisière » et rencontre le succès au près du public, amoindri, sans justifications, les retombées en matière d'emplois.

Cela se fait, bien souvent, en totale contradiction avec le respect de la réglementation du spectacle (notamment l'Ordonnance de 1945) et de la jurisprudence. Dans trop de cas le recours au bénévolat, pour occuper des emplois artistiques et techniques, relève du non respect de la loi.

En Basse-Normandie, sur quatre-vingt-quatorze événements ayant répondu à l'étude du conseil économique et social régional, près de 29 000 bénévoles sont recensés soit 230 par festival, alors que le salariat est peu développé. soixante responsables ont déclaré faire appel, au total, à 709 salariés, et essentiellement durant la période du festival.

Il est vrai que, pour les petites manifestations, le bénévolat permet de compenser le manque de moyens financiers faute desquels elles ne pourraient avoir lieu. C'est notamment le cas du festival de Bonaguil qui se déroule dans un département fragilisé, le Lot-et-Garonne.

Dans certains cas, le bénévolat marque une étape essentielle dans la phase de démarrage que constituent les premières années d'un festival. Par la suite, lorsque celui-ci réussit et prend de l'importance, qu'il connaît un début de professionnalisation, il recourt souvent progressivement à un certain nombre de salariés ou permet la transformation de bénévoles en emplois salariés à temps partiel ou complet.

Cette proportion est toutefois sensiblement moins forte pour les festivals dotés des budgets les plus importants, dont l'organisation est souvent assurée par des professionnels spécialisés ou prise en charge directement par les collectivités locales. Même si un certain nombre d'entre eux font néanmoins appel à des bénévoles.

Le « festival Pablo Casals » employait ainsi pour l'administration de l'événement, en dehors de deux permanents, trente bénévoles en saison, et trois autres en cours d'année. Le festival « Folklores du monde », à Saint-Malo, fait appel à cinquante-cinq bénévoles pendant la durée du festival. Le « festival en Trégor » fait appel à deux permanents travaillant à temps partiel, mais également à de nombreux bénévoles. « l'Eté » de Nantes est organisé par douze permanents à l'année, mais deux cent cinquante bénévoles interviennent pendant la durée de la manifestation. Le festival de Confolens a un secrétariat permanent de deux personnes en équivalent temps plein, mais fait appel à pas moins de trois cents bénévoles.

Le festival de « Carillon et d'Art campanaire » de Rhône-Alpes ne dispose pas de structure permanente. Aucun personnel temporaire n'est engagé pendant son déroulement pour les fonctions administratives. Le bénévolat y joue donc un rôle essentiel. Les « Festives de Font-Robert » sont organisées par trois permanents. Mais une cinquantaine de bénévoles intervient également. Tout le village se mobilise pour recevoir artistes et public.

Un certain nombre de festivals sont même entièrement fondés sur le bénévolat, hors l'animation des activités artistiques :

Les « Très riches heures de l'orgue en Berry » sont organisées par un bénévole à temps complet et une vingtaine de bénévoles à temps partiel. La seule personne touchant une rémunération travaille dans le cadre d'un contrat emploi-solidarité. L'organisation des « Arts jaillissants de Montsapey » repose entièrement sur des bénévoles. La municipalité « prête » seulement le concours de deux agents communaux pendant la durée du festival. Dans le cas du « festival de danse de l'UNSS », toute la partie administrative est assurée par des bénévoles. Les quatorze permanents et les deux cents occasionnels ne touchent aucune rémunération. Les « Rencontres d'Arcy-sur-Cure », les « Heures musicales d'Aulteribe », « Sinfonia en Périgord », le festival d'animation rurale « Poitou-Charentes-Vendée » sont également montés exclusivement par des bénévoles, dont certains s'y consacrent à temps complet. Dans ce cas là, la retombée économique se double d'une retombée sociale marquée par l'action bénévole.

Certains événements vont encore plus loin dans cette volonté de mobilisation locale, la population étant impliquée non seulement dans l'organisation du festival, mais aussi dans certaines des animations proposées.

Au cours du 39ème congrès des économies régionales, M. Michel Crozier citait le cas d'une banlieue déshéritée d'Edimbourg, Craigmillar, dont les habitants ont créé un festival à l'imitation de celui de la capitale écossaise, très prestigieux et existant depuis longtemps, pour montrer ce dont ils étaient capables. Il soulignait que cet événement a eu des conséquences très positives sur le développement économique et social de cette petite zone défavorisée.

D'autres exemples sont, en France, connus ou fameux : Les « Cinéscènes » du Puy du Fou associent l'ensemble de la population locale dans des représentations en costume de l'histoire de la Vendée. De même, celle-ci assure toute la logistique de l'organisation du festival. Ces fêtes connaissent un succès considérable. Elles n'ont pas peu contribué par leur renom au développement économique et social de cette micro région.

Le conseil économique et social régional de Bretagne, dans son étude consacrée aux festivals, soulignait également cet aspect, et mettait en exergue l'exemple du festival de la « Bogue d'Or », consacré aux contes, aux chants à manger, à boire et à marcher. Le succès de la « Bogue d'Or » est mis en évidence par le nombre des finalistes concernés par le concours qui conclut la manifestation. La culture populaire (chant communautaire, danse communautaire), très conviviale, permet d'établir une solide cohésion sociale là où les individus sont de plus en plus isolés. Dans cette région d'où la convivialité

basée sur l'activité agricole a pratiquement disparu, ce sont les activités de fêtes qui créent les nouveaux liens sociaux. Et cependant le festival fonctionne sans subventions.

## V - LE FESTIVAL VECTEUR D'INTÉGRATION

On le voit, le bénévolat est la première démonstration de l'implication d'une partie de la population dans l'action collective. Il est possible d'aller plus loin dans la mobilisation sociale et culturelle des non professionnels. La culture doit servir de vecteur de construction des individus et d'une société fondée sur l'échange et l'enrichissement mutuel. Un mémoire de DESS intitulé : « le festival, phénomène culturel utilisé comme vecteur d'intégration sociale et constituant de l'identité d'un quartier », rédigé par M. Patrick Dugois analyse le cas des « Conteries de Blois ». Ce festival est créé en 1988 sous l'appellation : « le conte dans tous ses Etats », dans les quartiers nord de la ville, appelés communément « la ZUP ». Ces quartiers se distinguent assez fortement du reste de la ville. Pour 35 % de la population blésoise, ceux-ci regroupent en effet 55 % des demandeurs d'emplois, 73 % de la population étrangère et 85 % des étrangers non européens de la ville. Le taux de chômage de cette population étrangère atteint dans les quartiers nord un taux de 21 %, deux fois plus élevé que le taux moyen de chômage de la ville. Le taux de chômage des étrangers hors Europe des douze y étant de 39 %, soit quatre fois plus élevé. Enfin les quartiers nord comptent 44 % des jeunes blésois de moins de 20 ans. Ces chiffres rendent donc compte d'une situation particulièrement difficile.

Selon la plaquette de sa présentation, le festival est exclusivement consacré au conte, « moyen universel d'expression et, de ce fait, sans doute le meilleur support pour souligner l'extraordinaire richesse des cultures présentes dans ces quartiers ». Il vise à donner « une qualité et une image nouvelles aux quartiers nord de Blois » dans le cadre de la politique de développement social des quartiers. Le succès des deux premières éditions amène ses organisateurs à accroître le nombre des représentations, qui passent de dix à vingt-quatre en 1991.

La même année 1991 connaît deux évolutions. D'abord les spectacles ne sont plus donnés dans les seuls quartiers nord, et deviennent, dans la communication qui en est faite, support de l'image de la ville entière. Ensuite, dans le même temps, est initié le projet « Paroles de ZUP ». C'est un festival au sein du festival. Il est réservé aux quartiers nord : deux conteurs en résidence pendant une quinzaine de jours tentent de réaliser un spectacle à partir de récits d'adolescents, de femmes africaines et de Rmistes. L'un des deux spectacles est construit à partir d'un conte imaginaire urbain écrit, mis en musique et joué par un groupe local de jeunes rappeurs.

Il s'agit là de mettre en présence artistes et habitants des quartiers nord pour qu'émerge une création à partir d'histoires racontées par les habitants. C'est « la parole d'un quartier » ! Ce projet se poursuit dans les années suivantes et s'étend à partir de 1993 à l'ensemble de la ville.

M. Patrick Dugois tire de cette expérience très singulière un bilan mitigé. Il souligne notamment l'ambiguïté des objectifs : politique de développement

social de quartiers et logique festivalière plus classique intéressant la ville dans son ensemble. Il souligne néanmoins l'intérêt de la démarche, qui utilise le conte « comme vecteur d'intégration sociale et comme outil de « rééquilibrage » des individus. Les résultats obtenus sont significatifs ».

A Lyon, les organisateurs du festival de danse ont eu l'idée de faire venir de Rio de Janeiro les écoles de danse, pour les faire défiler dans les rues. Les jeunes des quartiers populaires eurent l'idée de monter avec des animateurs des groupes de danse, de les entourer et de les insérer dans le défilé. Ce succès populaire a débouché sur des retombées sociales : des troupes de danseurs sont nées et fonctionnent. Des vocations se sont manifestées, et, plus largement, cette participation aura contribué, dans ces quartiers, à recréer un tissu social, à réinsérer des jeunes.

A Caen, le festival « A Caen la Paix » ne dure qu'un jour, mais il est préparé pendant un an, dans les quartiers défavorisés de la ville, par un travail des habitants volontaires sur les costumes ainsi que sur les spectacles de danse et de théâtre.

Le festival de Marseille propose de même, toute l'année, dans le cadre de l'association d'Aide aux musiques innovatrices (AMI) des stages de hip hop, de scratch ou de chant méditerranéen. Les stagiaires sont recrutés par les centres sociaux des quartiers populaires de Marseille et d'Istres, et pour suivre un atelier d'une semaine avec des professionnels, il n'ont que 50 F à déboursier.

## CHAPITRE IV

### LE TOURISME

La dialectique événements culturels-tourisme est une évidence. Toute étude le montre et le démontre. Mais il serait excessif de penser que c'est la volonté ou le besoin de développer le tourisme qui seraient à l'origine de la création d'un festival. Événements culturels et tourisme peuvent réagir en synergie, mais les deux démarches sont différentes.

C'est plutôt le succès d'un événement culturel qui augmente la densité du flux touristique. Le Futuroscope de Poitiers a provoqué une telle demande qu'il a été nécessaire pour faciliter le flux des visiteurs de créer une station d'arrêt du TGV à proximité du site. De là, ou ces visiteurs limiteront leur voyage au Futuroscope et séjourneront dans les hôtels créés, toutes catégories, pour les recevoir. Ou bien ils pousseront après leur séjour vers Poitiers pour voir la cathédrale, et ils irrigueront alors la région toute entière.

L'économie locale se nourrit donc du tourisme et le tourisme culturel est une donnée nouvelle qui renforce son chiffre d'affaires. Mais ce tourisme culturel n'est qu'une des conséquences d'un événement dont la seule valeur intrinsèque a vertu d'appel. Et non point le contraire.

Reste qu'il serait intéressant que des études conjointes du ministère de la culture, du ministère de l'aménagement du territoire, du ministère du tourisme recherchent, précisent et analysent les résultats chiffrés des rapports entre culture active et tourisme afin d'en tirer des enseignements pratiques.

#### I - ÉVÉNEMENTS CULTURELS ET TOURISME

Nous ne manquons pas d'exemples de cette influence réciproque, de cette complicité économique.

A Castres, l'un des objectifs du « festival Goya » est de retenir, au moins une nuit dans la ville, des touristes de passage qui tendaient auparavant à ne s'y arrêter que quelques heures. Le but est donc de la faire connaître, ainsi que son musée.

A Prades, près de trois spectateurs sur quatre sont extérieurs à la région. Les sept à neuf mille auditeurs présents sur trois semaines - dont un tiers reste sur place une semaine environ - assurent le remplissage des hôtels, restaurants et bars de la ville pendant toute la durée du festival, favorisant le développement des structures touristiques.

Des festivals à faible budget, tels les « Heures musicales d'Aulteribe », à Sermentizon, ou les « Arts jaillissants » de Montsapey permettent également à de petits villages (respectivement 436 et 59 habitants) dépourvus d'une attraction phare, même si le patrimoine local et la beauté du cadre naturel sont dignes d'intérêt, d'attirer des touristes qui n'y seraient sans doute pas venus sans cela.

Témoigne de manière plus générale de cette volonté d'attirer et de retenir les touristes, le fait que 43 % des 247 festivals étudiés par la direction de la musique et de la danse du ministère de la culture étaient en 1991 organisés au mois de juillet et en août.

Bien souvent, les festivals prennent en charge les frais de déplacements et d'hébergement des artistes. Ainsi ces sommes sont directement destinées aux entreprises touristiques, de transport, aux hôtels et aux restaurants locaux.

Selon Éric Sneed et Éric Valençon, chercheurs à la Sorbonne, en 1992, le budget « hébergement du festival « Montpellier danse » s'est élevé à 430 000 F pour 2 320 nuitées et 520 000 F pour les voyages correspondant à 450 trajets aller-retour. Donc un dixième du budget du festival a été ainsi reversé aux professionnels du tourisme.

Au festival des « Francophonies en Limousin », un montant correspondant à 2,6 millions de francs a été investi pour l'organisation du festival en hôtellerie (2 500 nuitées) et en restauration. Les repas au nombre de 3 500 étant pris par les artistes sous un chapiteau et payés par l'organisation du festival. Il s'agit également là de retombées directes qui s'imputent sur le budget du festival.

Un bénéficiaire privilégié des festivals est le tourisme culturel.

Celui-ci, longtemps très élitiste, répond à une évolution croissante de la demande du grand public. Selon le rapport d'activités de l'Agence française pour l'ingénierie touristique (AFIT) publié en 1995, 20 % des français voient dans les pratiques culturelles une motivation principale de leurs séjours touristiques. Les événements culturels répondent particulièrement bien à cette demande de loisirs culturels, notamment pendant la période des vacances. Leur caractère exceptionnel, festif, semble en effet correspondre à une double attente de culture et de détente. On pourrait dire, en quelque sorte, que les festivals sont aux « saisons » des institutions culturelles ce que sont les expositions temporaires aux musées qui attirent un plus large public.

Cette attractivité, si elle n'est pas mesurable, peut démultiplier les retombées économiques indirectes des festivals. Des touristes, attirés par un événement culturel, peuvent ainsi choisir de prolonger leur séjour au delà de la durée de celui-ci. Ils peuvent, à l'occasion de leur venue, découvrir les lieux et décider d'y revenir l'année suivante, y compris hors de la saison festivalière. Ils constituent ainsi une nouvelle clientèle qui, sans cela, dans bien des cas, n'auraient pas fréquenté la région. La promotion d'un festival opérée par voie de presse, le phénomène de bouche à oreille entretenu par le public peuvent également favoriser une augmentation des visiteurs les années suivantes. Ce phénomène joue également, même si c'est à un titre moindre, pendant les week-ends. Les douze concerts de « Septembre musical de l'Orne », organisés sur trois semaines durant trois vendredi, samedi et dimanche consécutifs à la fin du mois d'août et au début de septembre, permettent d'attirer pendant les week-ends qui suivent la haute saison touristique des auditeurs venus des départements limitrophes. Des visiteurs de la région parisienne, qui n'y seraient sans doute pas venus sans cela, se déplacent à cette époque de l'année.

Intervenant en 1986 à Avignon dans le cadre de la quatrième conférence internationale sur l'économie de la culture, Mme Sharon Varette indiquait que, depuis les années soixante-dix, de nombreuses études canadiennes mettaient en évidence le rôle des manifestations culturelles comme catalyseur du tourisme. En outre, les touristes qu'elles attirent se caractérisent généralement par une forte mobilité, un niveau d'instruction supérieur et des revenus élevés. Elle soulignait que, si le touriste de festival était défini comme celui qui se déplace exclusivement pour le motif du festival, un très petit nombre seulement d'événements culturels réussissent à attirer un grand nombre de touristes de ce type. A l'inverse elle soulignait que, si la définition était élargie à tous ceux qui établissent leur programme de voyage en y incluant ce genre de manifestations, plusieurs des festivals étudiés dans le cadre du projet-pilote « tourisme et culture » engagé en 1985 par le gouvernement canadien avaient fortement contribué à attirer des touristes dans la région.

Une enquête par sondage réalisée dans le cadre de l'évaluation effectuée par la chambre de commerce et d'industrie du Morbihan sur le festival de Lorient, faite sur un échantillon de personnes ayant eu recours au syndicat d'initiative local ou séjournant dans les campings ou les hôtels, montrait ainsi que si le motif de la venue de ces festivaliers était pour 71 % d'entre eux l'assistance au festival, trente-cinq des 183 personnes interrogées prolongeaient leur séjour par des vacances sur le site.

M. Jean-Pierre Gonzales, directeur de « Jazz à Juan » et président de la Maison du tourisme d'Antibes - Juan-les-Pins, soulignait en 1993 que la quarantaine d'heures de télévision consacrées, chaque année, à la ville à l'occasion de son seul festival et les échos qu'en donnent la presse nationale et internationale équivalent à un budget publicitaire considérable en faveur du tourisme. De plus, l'efficacité de cette promotion est sans doute plus grande, en terme de notoriété, que celle d'une publicité classique. Elle est perçue comme une information et par conséquent se voit davantage parée des vertus de l'objectivité.

M. Lionel Chouchan, PDG de la société Promo 2000, montrait ainsi, dans les « Cahiers Espaces », que les festivals d'Avoriaz et de Deauville, avaient été lancés pour améliorer la notoriété ou l'image de ces deux stations touristiques. La station d'Avoriaz venait d'être créée. Les élus de la ville cherchaient donc un moyen d'attirer l'attention du public afin de la positionner sur le marché des sports d'hiver. L'organisation, en début de saison hivernale, dans la troisième semaine de janvier, du festival du cinéma fantastique, thème correspondant à l'architecture futuriste de la station, permettait d'obtenir après coup un effet induit en semaine creuse. Les édiles de Deauville, eux, étaient désireux de conforter l'image très ancienne de la station, d'accroître sa notoriété, notamment aux États-Unis et d'apporter un flux d'activités après la fin de la période estivale, afin de la prolonger.

Une enquête par sondage effectuée en 1991 auprès du public du festival de la Chaise-Dieu faisait apparaître de même que 74 % des festivaliers étaient venus spécialement pour assister au festival, contre 26 % de vacanciers, attirés par la région.

M. Guy Peudupin, qui réalise annuellement depuis 1986 un sondage pour les Francfolies de la Rochelle, interrogé dans le cadre des « *Cahiers Espaces* », révélait que 77 % des personnes sondées avaient connu la Rochelle grâce aux Francfolies, et que 83 % pensaient y revenir prochainement, le cas échéant pour visiter les îles Ré, Oléron et Aix. La venue au festival constitue une occasion de faire du tourisme dans le département, puisque 66 % restaient dans la région après le festival. Il observait, de plus, que le festival, outre les auditeurs de concert, attirait beaucoup de touristes déjà en vacances dans la région, qui n'assistaient pas aux concerts mais venaient sur le port de la Rochelle pour profiter de l'ambiance du festival. Il concluait ainsi son intervention sur ce point : « les Francfolies accueillent 60 000 spectateurs au concert, 28 000 spectateurs périphériques et 100 000 spectateurs au feu d'artifice offert par la ville dans le cadre des Francfolies. Nous touchons là le phénomène festival qui dépasse largement le cadre de ses salles de concert et devient un centre d'animation touristique rayonnant sur l'ensemble de la région ».

L'organisation d'un festival, si celui-ci connaît un certain succès, peut donc bel et bien constituer un moyen efficace d'attirer des touristes, de les faire rester plus longtemps sur place ou de les faire revenir les années suivantes.

Les festivals présentent en effet l'avantage de voir leur contenu se renouveler d'année en année. De ce fait, ils peuvent attirer plusieurs années de suite les mêmes spectateurs. Ceux-ci ont le temps de s'attacher aux lieux dans lesquels le festival se déroule.

Dans d'autres cas, l'organisation d'événements culturels vise moins à attirer des touristes supplémentaires qu'à offrir une prestation qui constitue un attrait de plus dans un séjour. Cette animation est susceptible d'augmenter la satisfaction des touristes locaux et par là de les inciter à revenir les années suivantes. Tel est par exemple le cas des « Rendez-vous musicaux » de Villers-sur-Mer, constitués de dix concerts de musique de chambre organisés à l'heure de la sortie de la plage dans la deuxième quinzaine du mois d'août.

Sans doute le développement exceptionnel du nombre des festivals et des événements culturels en France n'est-il alors pas totalement étranger au fait que notre pays soit également la première destination mondiale pour le tourisme, même s'il est loin d'en constituer la seule explication.

## **II - FESTIVALS ET COMMERCIALISATION DE PRODUITS TOURISTIQUES**

Cette importance des liens entre événements culturels et tourisme et la professionnalisation croissante de l'organisation des festivals expliquent la commercialisation des produits touristiques par divers intermédiaires. Dans le n° 31 des « *Cahiers Espaces* », Mme Anne Grisel mettait en avant le rôle que commençait à jouer le réseau des services loisirs accueil (SLA). Il s'agit là d'une émanation des conseils généraux via les comités départementaux de tourisme. Leur fédération nationale publie chaque année un catalogue présentant certains festivals et les produits annexes liés à l'activité festivalière - par exemple : celui de la Somme pour promouvoir le festival de Saint-Riquier, celui du Nord pour le festival de Lille, ou le service loisir-accueil de la Haute-Garonne pour Musiques

d'été à Toulouse. Mme Grisel citait également les opérations du même type menées par des offices du tourisme, tels celui de Sablé-en-Sarthe consacré au festival de cette ville. Certaines agences de voyage, spécialisées ou non dans le secteur culturel font de même.

Mme Grisel soulignait toutefois les difficultés rencontrées par nombre de ces pionniers. Ainsi, les « tours opérateurs » doivent être démarchés un an à l'avance, ce qui suppose de connaître, avec ce même délai, la programmation artistique de l'année suivante. C'est une condition rarement remplie. De plus, la clientèle des festivals extérieure à la région où ceux-ci se déroulent est composite. Soit un public averti, qui n'a pas nécessairement l'habitude de recourir aux structures touristiques classiques pour se procurer des places de spectacles. Soit de touristes qui, au moins la première fois, viennent occasionnellement assister au festival, mais qui, dans cette hypothèse, ne prennent guère leur place à l'avance. Aussi le volume d'affaires généré par ces initiatives était-il souvent modeste.

La revue ne faisait pas moins état d'un certain nombre de succès. Le service loisirs accueil du comité départemental du tourisme de la Haute-Loire, en partenariat avec les organisateurs du festival de la Chaise-Dieu, a ainsi mis au point en 1990 un forfait « musique gourmande » décliné en plusieurs formules et qu'il améliore d'année en année grâce à des enquêtes menées auprès des clients. Un forfait type était proposé qui durait par exemple trois jours, et comprenait trois nuitées en hôtel deux étoiles, un petit déjeuner, trois concerts à l'abbaye, trois repas dont un gastronomique. En prime : le livre programme du festival !

A Beaune, où les concerts ont été, dès la création du festival en 1983, organisés pendant le week-end pour permettre aux spectateurs potentiels d'effectuer le voyage pour y assister, l'administrateur du festival a initié dès 1986 une politique de promotion touristique en proposant aux agents de voyage des forfaits week-end. La formule comprend le transport, l'hébergement en hôtels deux ou quatre étoiles, la restauration et les concerts. Des visites à caractère culturel sur les sites de la région particulièrement intéressants à découvrir sont organisées pendant la journée. En 1989, des agences de voyages locales et régionales ont été intéressées à vendre ces forfaits, désormais commercialisés dans plusieurs pays européens, ainsi qu'au Canada et au Japon. Ceux-ci font également l'objet d'insertions publicitaires dans la presse nationale et européenne.

En Limousin, un agent travaillant dans le cadre du comité régional du tourisme est spécialement chargé du tourisme culturel, c'est-à-dire de la coordination entre les activités d'animation culturelle, notamment festives, et la politique de produits touristiques menée dans ce cadre.

Des structures de promotion plus spécifiques se sont également développées dans les années quatre-vingts, telle « France festival », club créé en 1988 par six festivals et dont le premier président fut M. Raymond Duffaut, directeur des Chorégies d'Orange. L'adhésion au club se fait par démarche volontaire. La seule exigence pour y être accepté est la qualité artistique, jugée notamment à partir du dossier de presse. Compte aussi la qualité de l'accueil offert au public international. Les adhérents doivent s'engager à diffuser tous leurs documents en plusieurs langues, à mettre en place un service d'accueil

multilingue et à s'adjoindre un service permettant les réservations hôtelières. Aucun critère de taille ni de genre n'est en revanche appliqué. L'objectif du club est de permettre aux adhérents dont la maîtrise des réseaux de prospection et d'organisation touristique est souvent insuffisante, de se former au contact de festivals mieux structurés sur ce point et de professionnels du tourisme. Les échanges entre directeurs de festival permettent à ceux-ci de s'enrichir mutuellement en bénéficiant de l'expérience de leurs pairs dans les domaines qu'ils maîtrisent le mieux. Les organisateurs des festivals adhérents sont amenés, dans le cadre du club, à créer des produits touristiques adaptés au marché, souvent en partenariat avec l'office de tourisme ou le syndicat d'initiative local et à se rapprocher des actions conduites par les comités départementaux et régionaux de tourisme.

« France festival », qui bénéficie de la logistique de Maison de la France, tient des stands dans les salons professionnels, organise des opérations à l'étranger avec le soutien des antennes locales de cet organisme et édite chaque année un dépliant en quatre langues diffusé à l'étranger à 200 000 exemplaires. Ce document présente chaque festival adhérent avec ses coordonnées, ainsi que celles de ses services d'accueil et d'hébergement.

### **III - LES LIMITES DU LIEN FESTIVALS-TOURISME OU LE RISQUE DE NUISANCES**

En effet, il faut bien l'évoquer, on ne peut exclure le risque de voir l'image touristique habituelle d'une ville perturbée par la fièvre festivalière.

Ainsi, compte tenu du succès, les événements culturels, peuvent dans certains cas engendrer des perturbations dans la vie quotidienne de la population locale et laisser aux autochtones, qui en partagent surtout les effets pervers, le goût amer d'une culture faite uniquement pour les vacanciers. Avignon n'a pas échappé, lors des premiers festivals, à une réaction de rejet par la population locale, en raison des nuisances occasionnées. Une bonne partie de la bourgeoisie d'Avignon quittait même pendant la période du festival la ville envahie par une population bigarrée et bruyante à son goût. Les choses ont néanmoins par la suite évolué et cette population réticente s'est mieux impliquée dans le festival, allant parfois jusqu'à recevoir à domicile un certain nombre de participants !

La gêne occasionnée par un festival dans une ville peut également naître d'une détérioration esthétique du paysage culturel. En effet, il faut aménager les lieux d'accueil des événements culturels, même quand ils se déroulent en été. Les lieux et monuments peuvent s'en trouver momentanément « défigurés », comme la place de l'hôtel de ville de Confolens, ou doivent être installés des gradins durant une semaine en août pour accueillir les spectateurs. De même, en Avignon, les sièges inconfortables du temps de Jean Vilar ont dû être remplacés par un dispositif classique, qui reste en place pendant deux mois, et gêne quelque peu la vision que le simple touriste peut avoir du monument.

## CHAPITRE V

### PATRIMOINE

Les interactions entre le déroulement d'événements culturels et la présentation, la réhabilitation, ou la découverte par le public de monuments ou sites patrimoniaux sont considérables.

La création des festivals dans les années qui ont suivi la seconde guerre mondiale marquait en général la rencontre d'un projet culturel avec un lieu choisi par l'artiste ou le producteur qui en était le promoteur. Cette réalité s'est, dans une certaine mesure, poursuivie jusqu'à nos jours. Les exemples de ces « coups de foudre » sont nombreux : Jean Vilar à Avignon, Gabriel Dussurget à Aix en Provence, Sidney Bechet à Antibes - Juan-les-Pins, Georges Cziffra à la Chaise-Dieu, Lucien Clergue en Arles, Zoltan Kodaly à la Grange de Meslay. Le grand Jean Renoir accourut - c'est le mot - des Etats-Unis en France, pour sa première mise en scène de théâtre « Jules César » sur la seule vue photographique des Arènes d'Arles.

Ce phénomène a trouvé un relais, à l'initiative d'André Malraux en 1965, dans le décret confiant à la Caisse nationale des monuments et sites historiques une mission d'animation des monuments historiques. L'accomplissement de cette mission s'est traduit notamment par la participation financière de la CNMSH à l'organisation de spectacles de musique, de théâtre ou de danse, sous-tendus par un projet artistique aussi approprié que possible au cadre dans lequel ils se déroulaient et qui devaient redonner vie à des lieux patrimoniaux jusque là trop souvent inanimés.

Ces liens entre événements culturels et patrimoine connaissent encore une actualité, puisque, selon l'étude menée en 1988 par la direction de la musique et de la danse sur les 247 festivals qu'elle subventionnait, le choix d'un lieu marquant ou historique représentait 41 % des 1 244 lieux utilisés par ces festivals. Les lieux institutionnels destinés aux spectacles et aux concerts (théâtre, scènes nationales, auditoriums, centres d'action culturelle) n'en représentant au contraire que 19 %.

Ces chiffres témoignent de la volonté de sortir les événements culturels de lieux de culture traditionnels qui correspondent moins à leur aspect festif, et de les lier au patrimoine, c'est-à-dire à la beauté et à la mémoire. Ainsi, édifices religieux, théâtres antiques, arènes romaines, châteaux et autres monuments patrimoniaux constituent toujours le cadre privilégié des événements culturels.

Les festivals contribuent dans une certaine mesure à l'entretien de ces lieux qui leur servent de cadre. L'étude « festivals et patrimoine » de 1987, déjà citée, montrait ainsi qu'une partie importante des événements entrant dans son champ d'investigation versait des contreparties financières pour l'occupation des lieux. Le festival de Rennes loue ainsi des églises à hauteur de mille francs par concert. Le festival « d'Art sacré » de Paris paye 45 000 F pour la location des églises de l'archevêché. Le festival du Marais loue certains hôtels et cours particuliers pour

41 600 F. Les Rencontres Internationales de la photographie (RIP) en Arles investissent toute la ville et payent au total aux propriétaires des lieux occupés 470 000 F. Certains sites nationaux sont mis à disposition pour des spectacles en échange d'une patente revenant à la Caisse nationale des monuments historiques.

Il est même des festivals qui jouent un rôle dans la restauration des lieux qui les accueillent. Le festival du Marais, créé en 1963, visait à l'origine à sauvegarder et à mettre en valeur l'architecture de ce quartier historique. Dans leur réponse au questionnaire, les organisateurs du « festival Pablo Casals » de Prades soulignaient que l'abbaye Saint-Michel de Cuxa, qui accueille la majeure partie des concerts du festival, a été restaurée par et pour le festival, grâce au lancement d'une souscription nationale dans les années soixante. Plus récemment, les églises de Mosset et de Finestret ont également été restaurées. De même, la saison musicale de Saint-Guilhem le Désert a été créée par l'association des amis de Saint-Guilhem le Désert en 1972, certes pour servir la musique, et pour mettre en valeur ce lieu de grande beauté, mais également pour soutenir le dossier de demande de subvention pour la restauration de son orgue et la mise en voix du « positif », resté muet à la Révolution, le facteur n'ayant pu achever son oeuvre. Le grand orgue de la cathédrale Saint-Etienne de Bourges a également été réhabilité en 1987 à la demande de l'association des « amis du grand orgue », organisatrice du festival : Les « Très riches heures de l'orgue en Berry. » Le festival Sinfonia en Périgord contribue aussi à la mise en valeur de certains des lieux de concert qu'il utilise : l'église Saint-Jean de Cole a ainsi été restaurée grâce à un partenariat d'entreprise initié par les organisateurs du festival. Le festival « Les Arts jaillissants » de Montsapey a concouru à attirer l'attention sur l'église classée dans laquelle se déroulaient les concerts et, notamment de ce fait, ses décors néo-baroques dégradés par le temps devraient faire prochainement l'objet d'une restauration par l'architecte des monuments historiques.

Dans d'autres cas, l'organisation d'un événement culturel entraîne en quelque sorte la redécouverte d'un lieu. Mme Josiane Cueff, auteur de l'étude Festivals et patrimoine, écrivait ainsi en 1987 : « La cour Jacques Coeur, qui inspira plusieurs créations chorégraphiques, fut redécouverte par le festival de danse de Montpellier. Jamais ce lieu n'a été l'objet d'une si belle visite guidée, les espaces inexploités sont découverts grâce à la recherche artistique. Personne ne s'intéressait à ce site inaccessible. Son ouverture et sa restauration le rappelèrent à la mémoire du public. Depuis, cette cour est utilisée comme lieu de spectacles. En 1986, sur vingt-neuf représentations du festival de danse, onze se sont déroulées dans la cour Jacques Coeur ».

Le Palais des Rois de Majorque, chef-d'oeuvre de l'art majorquin, était totalement oublié. Le festival de Perpignan, avec la représentation du Carrosse du Saint Sacrement de Prosper Mérimée lui donna un tel « coup de projecteur » qu'il apparut soudain dans toute sa beauté. Le festival Méditerranéen a hérité cette redécouverte et a contribué à la mise en valeur du Palais : le premier concert qui y a été organisé a réuni près de 2 000 spectateurs qui l'ont, en quelque sorte, fait revivre.

Ainsi, même s'ils ne participent pas directement à leur restauration, la plupart des événements culturels qui utilisent comme cadre un élément

patrimonial contribuent à lui redonner vie, à y attirer des spectateurs, et à le valoriser. Par exemple : les fêtes de Provins constituent en quelque sorte une « mise en scène » de la vieille ville médiévale, et elles ont puissamment contribué à y attirer une clientèle nouvelle, notamment francilienne. Le festival de Rennes, qui se déroule en plein air, valorise également le cœur ancien de la capitale bretonne, la place du Palais et la place médiévale.

Cette mise en valeur d'un monument par un événement culturel est souvent délibérée, le festival étant organisé en conséquence. Ainsi, chacun des douze concerts de « Septembre musical de l'Orne » est organisé dans un lieu différent du département : église Notre-Dame à Alençon, le Château d'O, la cathédrale de Sées, le manège du Haras du Pin, la collégiale du Chapitre de Carrouges, entre autres.

Le festival de Carillon et d'Art campanaire de Rhône Alpes vise également à favoriser la visite des clochers et des beffrois après les concerts. Le festival de musique ancienne du Vieux Lyon est de même conçu pour mettre en valeur le patrimoine architectural de la ville. Différents lieux sont sélectionnés chaque année parmi les monuments historiques pour accueillir les dix spectacles qui le constituent : basilique de Fourvière et d'Anay, cathédrale Saint-Jean, églises Saint-Vincent et Saint-Just, Temple du change, salons de l'hôtel de ville, musée des tissus, Palais de la Bourse. Sinfonia en Périgord se tient également dans une demi-douzaine de lieux différents : abbaye de Chancelade, église romane d'Agonac, prieuré de Saint-Jean de Côle, château de Bourdeilkles et de Puyguilhem. Le caractère itinérant du festival vise à faire redécouvrir le patrimoine du nord du département.

Ces efforts sont couronnés par une certaine efficacité. Une étude effectuée sur deux monuments par le ministère de la culture pour évaluer l'impact de ces actions culturelles montrait qu'après les spectacles, le château de Castelnaud-Bretenoux dans le Lot et celui de Bouges dans l'Indre avaient connu une augmentation de la fréquentation du public d'environ 14 %.

Toutefois, ces résultats n'étaient pas dénués d'ambiguïté : dans le même temps, une réduction du nombre des visites des autres monuments des départements concernés avait alors été constatée ! Par parenthèse, ce phénomène illustre l'une des difficultés soulevées par les études d'impact. Il n'est jamais sûr, lorsqu'une ville bénéficie, du fait de l'organisation d'un événement culturel, d'effets positifs qui sont enregistrés par une étude, que ceux-ci ne s'accompagnent pas, par une sorte d'effet de substitution, de conséquences négatives dans une autre ville qui, elles ne seraient pas mesurées.

A l'inverse, l'étude du conseil économique et social de Basse-Normandie sur les festivals montrait que l'organisation d'un événement culturel exerçait un effet positif non seulement sur les lieux où il se déroulait, mais sur son environnement. A titre d'exemple, lors du festival de la bande dessinée de Flamanville, a été constatée une augmentation des visites de la centrale nucléaire de Flamanville, qui n'a pas un lien direct avec le festival. Il ne peut pourtant être exclu que cet effet de substitution a joué dans une certaine mesure.

Tout, dans ce domaine, n'est toujours pas simple : l'utilisation d'éléments patrimoniaux pour des événements culturels peut dans certains cas comporter des difficultés. Par exemple parce que les places offertes y sont en nombre limité et non extensible ou parce que la configuration du site est imparfaitement adaptée, mais non modifiable du fait de son caractère classé. M. Pierre Moulinier écrivait ainsi en 1992 dans un article du journal « *Le Monde* » à propos du festival de la Chaise-Dieu : « L'église propose 700 bonnes places dans le chœur, 700 mauvaises et très mauvaises places, aux dires mêmes du directeur du festival, M. Guy Ramona. Situées derrière le jubé qui sépare le chœur du reste de l'église, elles sont reliées par un système de télévision qui permet à ceux qui occupent les places aveugles de « voir » tant bien que mal le concert auquel ils assistent. Il y a quelques années, deux architectes avaient avancé une solution avantageuse. Construire une sorte de balcon qui, depuis le jubé, rejoindrait l'orgue dans les hauteurs de l'église. Le projet s'est heurté au double veto des monuments historiques et de l'Eglise ».

Mais ces quelques inconvénients, même réels, ne doivent pas faire oublier l'essentiel. Les sites patrimoniaux offrent aux événements culturels un cadre incomparable, qui contribue à leur beauté singulière. Mme Monique Bernat, directrice du festival de Saint-Guilhem le Désert, le disait, en 1993, dans son intervention dans le cadre des « *Cahiers Espaces* » : « un public de fidèles se retrouve, année après année, pour entendre des oeuvres et des interprètes qui ne courent pas forcément le tout venant des festivals, et c'est dans ce haut lieu de l'art roman, où incontestablement, l'esprit souffle ».

Les événements culturels, en contrepartie, redonnent à ces sites, à ces monuments, une vie nouvelle, le cas échéant en les restaurant dans la finalité pour laquelle ils avaient été créés. Par exemple, le théâtre d'Orange n'avait pas été construit pour être visité, mais pour qu'on y donne des spectacles. Les festivals permettent, de même, parce qu'ils sont par définition événementiels, c'est-à-dire éphémères et renouvelables, d'attirer un visiteur en un même lieu, plusieurs années de suite. Face au risque de répétition des visites classiques, où un même commentaire est souvent récité, année après année, par un guide, l'événement culturel, vivant, offre une relecture toujours nouvelle du monument, qui lui confère une puissance d'émotion renouvelée. Ainsi assister devant le magnifique mur romain d'Orange sous la statue de l'Empereur lui-même à « Cinna ou la clémence d'Auguste » représente un réel plaisir intellectuel.

Cette rencontre entre un événement culturel et un élément du patrimoine crée souvent, par une alchimie mystérieuse, une synergie dont l'oeuvre qui y est donnée comme le lieu qui lui sert de cadre sortent grandis. Les touristes qui vont admirer la cour du Palais des Papes viennent certes visiter la forteresse médiévale, mais certains, sans doute, viennent aussi parce que les représentations théâtrales qui y ont été jouées depuis 1947 font désormais partie intégrante de son histoire. Jean Vilar ne disait-il pas, parlant de la cour d'honneur, qu'il avait pressenti en la voyant pour la première fois que « certaines choses privilégiées pouvaient se passer là (...). Les représentations de Schéhérazade en Avignon m'ont laissé une impression de pureté que j'ai rarement connue dans des théâtres clos. Je bénéficiais aussi, en Avignon, de la complicité du lierre, du feuillage

dans les jardins d'Urbain, de la sourde présence des pierres architecturales qui avaient résisté à la pesée et au vertige des siècles. ».

## CHAPITRE VI

### L'EMPLOI

Parce qu'il représente pour notre époque le mal essentiel, celui dont souffre la société à un point tel qu'elle pourrait s'autodétruire, le problème de l'emploi revêt dans notre réflexion une dimension singulière.

Il est normal que nous examinions ce point précis et son implication dans notre dossier avec l'attention que requiert une question de cette gravité. Il est aussi indispensable que nous le fassions sans céder à la facilité.

Or, la première difficulté que nous rencontrons est celle de la fiabilité de nos données. S'il est un point qui ne saurait souffrir l'approximation c'est bien celui-là.

Néanmoins quelles sont les grandes lignes que nous pouvons tirer des études dont nous disposons avant d'y entrer dans le détail ?

Les festivals génèrent de l'emploi : c'est un fait indiscutable. Il y a tout d'abord les emplois structurels liés à la composante artistique d'une part, et à son administration, d'autre part. Il y a également les emplois générés par le festival : ils peuvent l'être dans des secteurs liés directement à l'activité du festival mais aussi dans des secteurs connexes, dont l'activité est sensible au déroulement du festival.

Ces emplois sont divers par nature mais aussi par structure. Emplois administratifs ou emplois artistiques, emplois de service, emplois touristiques ou de commerce. Cependant, il faut remarquer que nombre de ces emplois ont un caractère saisonnier. D'autres sont créés à temps partiel. D'autres relèvent très clairement de l'intermittence des emplois du spectacle. Il y a enfin des emplois aidés, essentiellement des contrats emploi-solidarité.

La question qu'il convient de se poser est la suivante : la nature de ces emplois est-elle en adéquation avec l'activité qui les génèrent ? En effet, si l'on peut légitimement souhaiter pour tous des formes d'emploi durable, il nous faut cependant admettre que certaines activités ne peuvent les procurer. Il semble que l'activité festivalière et son sillage économique relèvent par leur caractère saisonnier d'une approche plus nuancée. Il faut toutefois s'interroger sur l'articulation entre emplois liés au déroulement des festivals et ceux qui relèvent des activités permanentes du spectacle.

L'autre question que l'on peut se poser et qui vaut notamment pour des bassins d'emplois sinistrés est celle de l'adéquation de l'offre d'emplois festivalière et de la main d'oeuvre locale. En effet, il est important socialement mais aussi culturellement qu'un festival soit porté par le terroir dans lequel il s'implante mais aussi par les femmes et les hommes qui l'habitent.

C'est pourquoi au-delà de ces interrogations légitimes, pour lesquelles nous esquisserons des réponses, il nous faudra nous contenter d'une approche pragmatique : les données que nous avons contribuent-elles à étayer l'affirmation

que l'activité festivalière est un vecteur de création d'emplois, lesquels emplois nourrissant l'économie locale par les dépenses que leur rémunération autorise ?

### **I - LES MÉTHODES ET LES MOYENS UTILISÉS POUR APPROCHER LES RETOMBÉES EN MATIÈRE D'EMPLOI**

La dispersion des statistiques quand elles existent, la rareté des informations, leur contenu aléatoire, la réticence des acteurs locaux à fournir leurs chiffres, rendent toute approche du problème et toute analyse incertaines. Cependant pour atteindre à une évaluation des emplois créés par l'activité festivalière, deux approches ont été employées.

La première se fonde sur la mesure de l'ampleur du flux économique induit par un festival.

La seconde s'appuie sur l'observation des employeurs potentiels.

#### **A - L'AMPLEUR DES ACTIVITÉS INDUITES**

Le Groupe de recherche socio-économique (GRESE), pour le festival de Marciac en 1988, a distribué un questionnaire auprès d'un certain nombre de festivaliers : quelles ont été vos dépenses ? où dormez-vous ? comment êtes-vous venus ? A partir de là, le GRESE a calculé un budget moyen qu'il a multiplié par le nombre de visiteurs. Mais le principal inconvénient de cette méthode tient au fait qu'elle sous-estime l'économie induite. Elle ne tient compte que des spectateurs payants, même si le calcul d'un ratio permet d'intégrer les invitations. Elle ne peut pas être utilisée pour les festivals gratuits.

Prenons un exemple significatif : en 1995, les activités induites par le festival « in » d'Avignon estimées par son association de gestion, sans le festival « off », se montaient à plus de 48 millions de francs. Le total des retombées induites du festival « off » d'après une étude complémentaire conduite la même année atteindrait plus de 56,7 millions de francs, dont 35,2 en Avignon.

En 1985, selon le BIPE, les festivals « in » et « off » ont généré, après une évaluation du nombre de personnes présentes et en tenant compte des dépenses de ces festivaliers, des acteurs et des personnels, plus de 20 millions de francs. Après utilisation d'un indicateur de spécificité du festival permettant de mesurer ce qui est imputable à lui seul et non au tourisme en général, ce chiffre est ramené à 11 millions de francs.

D'autres études ont déjà été menées avec le même objectif. Nous les avons déjà citées mais il est intéressant de les rappeler pour montrer la limite des conclusions qu'on peut en tirer.

Pour le festival interceltique de Lorient, un questionnaire auprès d'un échantillon de 220 spectateurs permet de conclure que les dépenses du public atteignaient en 1983 plus de 500 F par personne. L'étude estimait que le festival avait induit un courant de dépenses de 50 millions de francs. Autre étude, en 1992, le festivalier moyen des francofolies de la Rochelle dépensait 254 F par jour dont 116 F, pour son hébergement. Compte tenu de la durée du séjour, la dépense moyenne par spectateur était de 1 783 F. En extrapolant sur la totalité des spectateurs et en écartant les dépenses des habitants de la Charente-Maritime,

Guy Peudupin estimait à 82 millions de francs les retombées des Francofolies pour le commerce local.

En 1995, pour le Printemps de Bourges, le public restait en moyenne 2,5 jours dépensait 500 F par jour, dont 250 pour l'achat de places, ce qui conduisait à une économie induite de 625 F par spectateur en moyenne. Le CEFRAC qui devait se fonder sur cette évaluation pour tenter de cerner le nombre d'emplois induits se borne à indiquer que « les retombées sont importantes ».

Quelles sont les conséquences en matière d'emplois ?

L'étude du BIPE de 1986 apporte des précisions en indiquant que le festival d'Avignon induisait la création d'une centaine d'emplois permanents dans les entreprises prestataires de services.

Sous l'hypothèse que le coût moyen pour une entreprise d'un emploi annuel à plein temps était de 200 000 F charges sociales et amortissement des frais fixes compris, le BIPE évaluait à soixante-huit le nombre d'emplois induits par le fonctionnement du festival. Il apparaît, sous toutes réserves que, sur ces soixante-huit emplois, cinquante-deux seraient créés en région Provence-Alpes-Côte d'Azur, dont une quarantaine à Avignon et seize au niveau national.

Par le seul fait de ses achats, le festival « In » contribuait au maintien d'un certain nombre d'emplois dans les entreprises locales.

En ce qui concerne le festival « off », les emplois induits avaient trait principalement à l'imprimerie : vingt-cinq emplois équivalent plein temps, et cinq emplois aux entreprises de matériel d'équipement, électrique, son.

A ces emplois, le Bureau d'information et de prévisions économiques estimait qu'il conviendrait d'ajouter les personnels supplémentaires embauchés dans le secteur des services pendant la période du festival pour répondre aux demandes des touristes : hôtellerie, restaurants, petits commerces. En outre, se greffaient une multitude de petits emplois temporaires, allant de la vente ambulante de sandwiches, de pizzas, de glaces, à celle d'objets d'artisanat, sans toutefois donner un ordre de grandeur de ces emplois induits.

#### B - L'OBSERVATION DES EMPLOYEURS

La seconde méthode pour le recensement de l'emploi induit s'appuie sur une observation des employeurs potentiels des salariés dont l'emploi dépend du surcroît d'activité occasionné par le déroulement d'un festival. Plus précise, cette méthode se heurte néanmoins à la qualité des informations. Basée sur les déclarations préalables à l'embauche, leur interprétation ne peut évidemment pas tenir compte de l'économie parallèle sur laquelle aucune donnée n'existe. En outre, les entreprises sollicitées s'organisent souvent pour faire face à la demande accrue durant la période festivalière en ayant recours à des heures supplémentaires de leurs salariés, ce qui n'est pas aisément quantifiable. Enfin, elle ne doit pas ignorer la durée, les activités supplémentaires ayant lieu durant le festival mais également au moment de l'installation des infrastructures et des répétitions.

C'est encore le festival d'Avignon qui va nous permettre la meilleure approche. En effet, l'étude qui déploie la méthodologie la plus exhaustive pour connaître le nombre des emplois induits, mais aussi les secteurs concernés par l'économie induite d'un festival est celle conduite en juin 1996 par l'Association de gestion du festival d'Avignon. Elle est fondée sur l'analyse des déclarations d'embauches avant, pendant et après le festival.

Elle permet de conclure que pendant son déroulement le festival induirait la création en Avignon de plus de 1 000 emplois ainsi répartis :

- 100 dans l'hôtellerie-restauration ;
- 400 dans le secteur des services rendus aux entreprises ;
- 195 dans les activités récréatives et culturelles non associatives ;
- 116 dans le secteur associatif ;
- 5 dans le secteur de l'édition et de l'imprimerie ;
- 21 dans les PTT ;
- 51 dans le secteur de la santé.

Autre exemple, la chambre de commerce et d'industrie du Morbihan, au cours d'une enquête menée en 1983 auprès de trente-six commerçants lorientais, a pu conclure que 50 % des commerçants avaient enregistré une hausse de leur chiffre d'affaires. Deux commerçants sur trois ont estimé que le festival interceltique avait des retombées positives. 84 % des dix-neuf hôteliers interrogés confirment ce diagnostic. La chambre de commerce et d'industrie, elle, jugeait que le festival interceltique de Lorient accroissait la fréquentation touristique et commerciale de la région sans pouvoir toutefois donner une évaluation précise.

## II - L'EMPLOI PERMANENT ET L'EMPLOI TEMPORAIRE

La plupart des festivals bénéficient d'une structure permanente relativement modeste. Ils emploient aussi un nombre de saisonniers appréciable et qui, pour les plus importants d'entre eux, a fortement augmenté depuis dix ans.

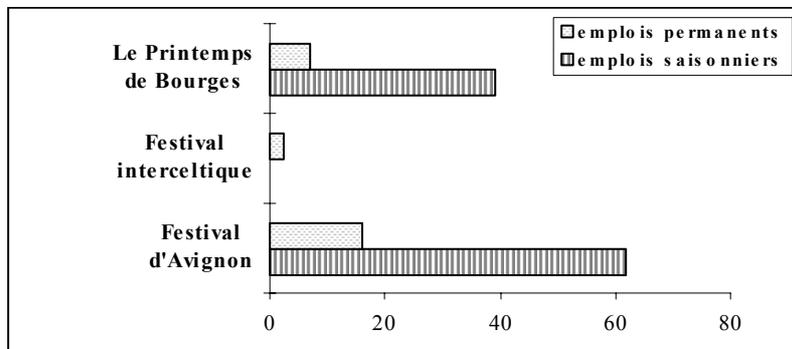
Par exemple à faible échelle, les festivals recensés en Bretagne n'ont pratiquement pas de permanents. Même Lorient, de renommée internationale, ne recourt aujourd'hui qu'à deux permanents et demi pour son administration : directeur artistique, comptable, dactylo.

En revanche en 1995, il s'appuyait, pour les tâches techniques, sur 55 intermittents. Les vingt et un festivals des grandes villes analysés par l'Association des maires des grandes villes de France (AMGVF) employaient, en 1991, quatre-vingts personnes à temps plein toute l'année. Mais, pendant la durée de la manifestation, plus de 600 personnes à temps plein et plus de 250 personnes à temps partiel étaient utilisées. Gros festival, le festival d'Avignon avait, en 1995, une équipe permanente de seize personnes pour 463 employés saisonniers ou emplois à durée déterminée.

Le CEFRAAC estime qu'une part importante de l'augmentation du nombre des emplois directs administratifs en période de festival est constituée de

saisonniers dont le nombre est parfois multiplié par deux ou trois tandis que les permanents augmentent peu.

Fig. 18 : AUGMENTATION DU NOMBRE D'EMPLOIS DIRECTS ADMINISTRATIFS EN PÉRIODE DE FESTIVAL (1995)



Source : CEFRAC

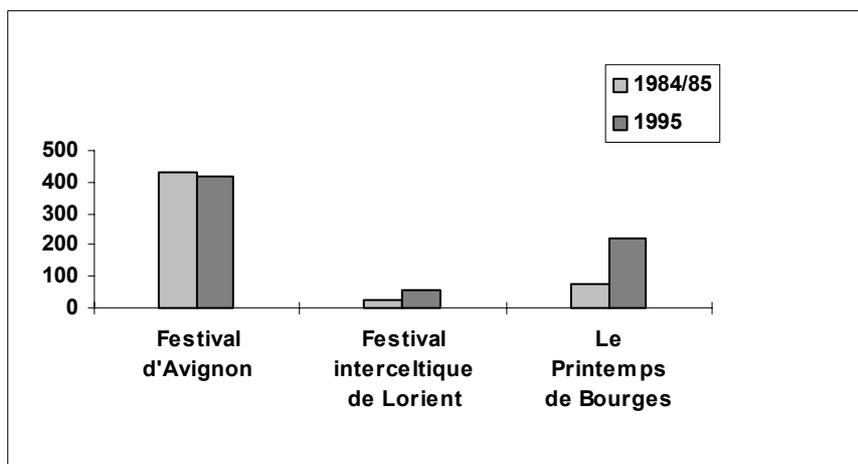
Pour les trois festivals, Avignon, Lorient et Bourges analysés par le CEFRAC, le nombre d'emplois directs non-artistiques employés en période de festival n'a pourtant pas varié de façon identique entre 1985 et 1995, pour des raisons tenant essentiellement à la nature de chaque événement :

- à Bourges, le volume de ces emplois directs non artistiques a été multiplié par 2,5, essentiellement en personnel intermittent et saisonnier, alors que la masse salariale en francs courants n'était multipliée que par 2 ;
- en Avignon, en revanche, l'équipe permanente et les saisonniers sont restés relativement stables bien que la masse salariale ait doublé ;
- Lorient constitue un cas à part car il fait essentiellement appel à des bénévoles.

En fait cette croissance de l'emploi non-artistique est due, selon le CEFRAC, à une augmentation des subventions publiques et des recettes ainsi qu'au développement du mécénat.

L'augmentation des moyens financiers bénéficie également à l'emploi artistique.

Fig. 19 : ÉVOLUTION DU NOMBRE TOTAL D'EMPLOIS DIRECTS NON-ARTISTIQUES EN PÉRIODE DE FESTIVAL (1984/85-1995)



Source : CEFRAAC

D'une manière générale, il est possible de s'appuyer sur les réflexions tirées de diverses études. L'enquête menée auprès de soixante-quinze festivals par deux chercheurs de la Sorbonne, Éric Valençon et Éric Sneed estimait, qu'en moyenne, un festival mobilise pour les tâches d'administration, de production, de montage des spectacles, cinquante trois personnes dont 20 % environ sont des salariés relevant du régime général.

De son côté, l'étude « festivals et patrimoine » soulignait que pour les événements les charges de personnel qui leur sont consacrées peuvent varier de zéro (Provins, Nîmes et Rennes où le bénévolat est important) à 31 % du total des dépenses à Montpellier, en passant par 14 % à Carcassonne et 20 % pour les deux festivals d'Arles et « d'Art sacré » à Paris.

Les dépenses relatives aux emplois artistiques, elles, s'échelonnaient de 92,6 % du budget total (Tombées de la nuit à Rennes), 63 % (Carcassonne), 62 % (Nîmes), 43 % (festival « d'Art sacré »), 40 % (festival du Marais), à 35 % (Montpellier).

Le CEFRAAC concluait également que l'emploi administratif et technique pouvait varier de 11 à 31 % dans les budgets généraux des festivals et l'emploi artistique de 12 à 47 %. Les salaires, cachets et défraiements représentent donc des sommes non négligeables pour les organisateurs des festivals, ce qui est bien normal.

Il faut également noter que si les emplois administratifs exigent, en général, des compétences élevées qu'il s'agisse de la direction artistique, de la direction administrative, de la direction financière, responsable du mécénat ou des relations publiques, en revanche, dans le secteur technique, les emplois sont très variés et peuvent être tenus par des manutentionnaires par exemple. En outre,

les emplois d'accueil, de contrôle, de vente de programme sont en général tenus par des bénévoles locaux ou des étudiants faiblement rémunérés.

Il faut signaler que la grande majorité des emplois sont saisonniers. Ils correspondent à des contrats de courte durée, un à trois mois, et les artistes généralement payés au cachet, ont une durée d'engagement, qui, au total, répétitions comprises, excède rarement deux mois.

Le BIPE indiquait qu'en 1985, le festival d'Avignon avait créé 419 emplois saisonniers et qu'en terme de qualification, les emplois techniques avaient été les plus nombreux. Il s'est agi essentiellement d'emplois locaux recrutés en Avignon et dans les départements limitrophes.

Le festival des « Francophonies en Limousin », qui, pendant sa durée, a embauché directement la valeur de soixante et un mois équivalent temps plein, a recruté son personnel technique pour l'essentiel sur place à l'exception de quelques personnes possédant des qualifications non disponibles sur le marché de l'emploi local. Les organisateurs estiment que la priorité régionale figure parmi leurs impératifs.

Par ailleurs, cette croissance importante de l'emploi saisonnier se produit à une saison « creuse » en matière d'activité culturelle ; en effet, la saison traditionnelle de théâtre se tient d'octobre à juin.

Les festivals d'été, qui sont les plus nombreux, génèrent donc une activité complémentaire et d'appoint pour certaines catégories de personnel et leur apportent ainsi une continuité de travail. Les techniciens, selon le Bureau d'information et de prévision économique, et, en particulier les régisseurs trouvent dans les festivals estivaux une part non négligeable de leur activité régulière. Pour les techniciens, les emplois saisonniers, compte tenu de la lourdeur des horaires et du travail de nuit, peuvent représenter trois mois d'équivalent temps plein. Au festival du théâtre européen à Grenoble, qui a donné des précisions sur ce point, les trente techniciens embauchés pendant la durée de l'événement travaillent pendant quinze jours par roulement de sept heures à deux heures du matin.

Les festivals, par les emplois qu'ils créent, contribuent directement à l'économie locale en même temps qu'ils permettent le maintien d'une activité régulière à des intermittents qui en seraient privés.

Certes, il ne s'agit pas dans bien des cas de retombées locales ni même régionales, bon nombre des personnels artistiques et techniques employés par les festivals ne venant ni de la commune, ni de la région dans laquelle ceux-ci se déroulent. Toutefois, certains organisateurs de festivals tels ceux des « Tombées de la Nuit », à Rennes, ou des « Francophonies en Limousin » se montrent soucieux de promouvoir des artistes locaux, et l'impact sur le développement local est alors plus grand.

Certains festivals jouent également un rôle important pour découvrir et promouvoir de nouveaux talents, tant du fait des options culturelles de leurs directeurs artistiques que dans un souci d'économie, les artistes renommés réclamant souvent des cachets trop élevés pour le budget qu'ils ont à leur disposition. M. Alain Gueulette, dans son livre sur le festival d'Aix-en-Provence,

montre ainsi le rôle joué dans les années cinquante et soixante par cet événement, sous l'impulsion de Gabriel Dussurget, pour dénicher et promouvoir des artistes français alors pas ou peu connus, mais qui allaient faire par la suite de grandes carrières internationales.

Plus largement, il est clair que la multiplication des événements culturels et leur extension à une grande partie de l'année permettent à des professionnels du spectacle vivant, voire à certains spectacles, de trouver de l'emploi ou une rentabilité en se déplaçant d'un festival à l'autre. A titre d'exemple, le festival de Bonaguil reprenait au début du mois d'août 1997 une grande partie des pièces de théâtre données au festival d'Anjou et à celui de Sarlat les semaines précédentes, avec en général les mêmes acteurs. La concentration plus particulière des festivals pendant l'été fournit par ailleurs aux professionnels concernés un complément d'activité à une période de l'année où les institutions culturelles permanentes tendent souvent à ralentir ou à stopper leurs activités. Les rémunérations qui leur sont ainsi assurées les aident à continuer à exercer leur activité le reste de l'année.

Les festivals contribuent à ce titre à remplacer les multiples fêtes locales et bals populaires qui, dans la première moitié du XXème siècle, notamment, constituaient une activité et une source de revenus non négligeables pour de nombreux artistes.

Toutefois, leur rôle en la matière souffre de ce que, pour limiter leurs coûts, les organisateurs de très nombreux festivals font appel largement - et parfois principalement - à des artistes venus notamment des pays d'Europe centrale et orientale, dont les exigences en matière de rémunération, d'hébergement et de restauration sont beaucoup moins élevées. Ces pratiques, lorsqu'elles atteignent, comme hélas trop souvent, des proportions excessives, réduisent l'impact de ces événements pour l'emploi des intermittents du spectacle français et des pays de l'Europe communautaire.

Cette demande, cette offre d'emplois doivent néanmoins, de manière plus générale, être relativisées.

D'une part, on l'a vu précédemment, le recours au bénévolat est très important, quels que soient le type de festival ou sa période. Si celui-ci contribue au renforcement de la cohésion sociale, aucune embauche n'est effectuée, par exemple, pour le festival de Saint-Malo qui est organisé par la direction du développement culturel de la ville et la maison des associations. L'ensemble des tâches est rempli par des agents territoriaux assistés d'une cinquantaine de bénévoles.

D'autre part, nombre de villes apportent leur concours aux festivals qui s'y déroulent en leur prêtant du personnel municipal. Par exemple, en 1985, le festival d'Avignon qui avait créé 419 emplois saisonniers bénéficiait dans le même temps d'une cinquantaine d'agents mis à disposition par la municipalité.

Pour le festival de jazz en Seine-Saint-Denis, les municipalités d'accueil prêtent leur personnel. De même le festival « Momix » n'aurait pas vu le jour sans la participation des services municipaux de la ville de Kingersheim.

Mais certaines villes peuvent être à la fois prestataires de main-d'oeuvre et créatrices d'emplois. Ainsi Lorient embauche le directeur du festival mais fournit en plus, sur ses propres ressources, un certain nombre de postes.

Le « Printemps de Bourges » est un cas particulier et intéressant. A la fois SARL et association, il a généré un nombre important de structures associatives et d'entreprises commerciales qui ont recruté le personnel dont il a besoin. Là l'embauche est réelle. Le « Printemps de Bourges » bénéficie en outre du soutien de l'équipe permanente de la maison de la culture et de personnel mis à disposition par certaines sociétés sous-traitantes.

Enfin, il ne faut pas oublier qu'en partie des travaux réalisés pendant la durée du festivals le sont par un personnel bénéficiant de contrats emploi-solidarité. Nous développerons ce point précis.

### III - DES EFFETS INDUITS SUR L'EMPLOI

#### A - LES SECTEURS BÉNÉFICIAIRES

De nombreux secteurs bénéficient du fait des festivals d'un supplément d'activité qui génère donc des emplois permanents et temporaires induits.

Le CEFRA, sans prétendre à l'exhaustivité, a relevé ces principaux secteurs :

- l'hôtellerie, qu'il s'agisse d'hôtels à proprement parler ou de campings, de chambres d'hôtes ou d'appartements loués ;
- la restauration, avec les restaurants, les brasseries, les bars, les buvettes. Eric Sneed souligne que la manne financière que constitue l'augmentation du chiffre d'affaires des commerçants locaux qui emploient du personnel pour faire face au surplus d'activité engendré par une manifestation, bénéficie d'abord à ces deux types d'activités et en particulier aux entreprises locales du secteur du tourisme. En 1991, les « Tombées de la nuit », qui ont attiré 100 000 spectateurs, ont fait passer le taux moyen de remplissage des hôtels de la ville de Rennes, pendant une période relativement creuse, de 50 à 70 % : d'où une nécessité d'embauche d'un personnel supplémentaire.

D'autres secteurs bénéficient aussi d'un surcroît d'activité et donc d'un même besoin, bien que, selon Eric Sneed, les retombées soient relativement faibles :

- les transports : lignes aériennes, chemin de fer, taxis, transports en commun et les services liés (emplois dans les aéroports, les gares, les stations services, les agences de voyage) ;
- les entreprises de nettoyage ou de sécurité ;
- l'alimentation et le commerce en général : achats de souvenirs, de vêtements, de livres ou de brochures, blanchisserie, coiffure ;
- le secteur de la santé et de l'action sociale ;
- la Poste et France Télécom avec un surcroît d'envoi de cartes postales et de communications téléphoniques ;

- les associations socioculturelles qui s'investissent dans l'entourage du festival.

Mais il est difficile d'appréhender la valeur réelle de ces emplois induits. Le Centre d'études de formation et de ressources pour l'art et la culture le souligne. D'une part, les dépenses interviennent dans un cadre géographique plus large que la ville, cadre dont les limites sont difficiles à cerner avec précision. D'autre part, les secteurs dans lesquels les festivaliers effectuent leurs dépenses sont très divers. Identifier l'emploi induit requiert alors une observation systématique du marché de l'emploi et une exhaustivité dans le recensement des secteurs en cause, investigation qui n'a pas été menée. Même si, en définitive, ce sont bien ceux de l'hôtellerie et de la restauration qui sont les plus grands bénéficiaires des retombées d'un festival.

L'apport des festivals parallèles n'est pas non plus à négliger. Eux aussi attirent des spectateurs et occasionnent des dépenses qui peuvent accroître l'impact du festival principal sur l'emploi induit. C'est le cas du festival « off » d'Avignon.

Par ailleurs, le CEFRAAC insiste sur le fait que les festivals concourent, pour l'économie de la ville ou de la région où ils se déroulent, à un regain d'activité durant une période limitée. Dans ces conditions, ils peuvent susciter la création d'emplois permanents ou saisonniers. Ils favorisent surtout le maintien des emplois dans les secteurs évoqués le recours aux heures supplémentaires ou l'utilisation des contrats emploi-solidarité.

#### B - EFFETS SECONDAIRES

De nombreux « petits boulots » se développent également, soit que les entreprises fassent appel à eux dans un cadre légal, soit qu'il s'agisse de personnes offrant des prestations spécifiques aux festivaliers : vendeurs de glaces, de nourriture, gareurs de voitures. Ce qui rend possible à toute une économie parallèle plus ou moins souterraine de se créer pendant la durée des festivals. L'évaluation du travail au noir, notamment dans l'hôtellerie-restauration, n'est évidemment jamais réalisée. Et, de ce fait, les retombées induites risquent d'être sous-estimées.

#### C - L'UTILISATION DES CONTRATS EMPLOI-SOLIDARITÉ

Selon une étude conduite sur quatre villes, en 1996, par le ministère de la culture sur « les usages du contrat emploi-solidarité dans le domaine culturel », l'organisation d'événements culturels, de festivals notamment, peut parfois représenter un gisement d'activités, notamment pour les chômeurs de longue durée qui n'arrivent pas à réintégrer un emploi stable.

Dans un bassin d'emploi marqué par l'importance du chômage, l'usage municipal du contrat emploi-solidarité dans l'organisation des festivals, illustre l'idée devenue courante qu'une des solutions possibles pour réduire le chômage passe par le développement d'un tiers secteur d'emplois de proximité où les activités culturelles s'inscrivent naturellement.

Par exemple, à Boulogne-sur-Mer, les festivals organisés par la ville - Musique et Remparts, « festival de la Côte d'opale » - procèdent de la volonté de la municipalité de renforcer son image culturelle en associant culture vivante, patrimoine, tourisme et emploi. Dans une ville où le tourisme est une « valeur refuge », le dispositif contrat emploi-solidarité constitue une première réponse, au fort taux de chômage même si elle n'est en fait qu'une réponse fugace et ponctuelle.

Les associations culturelles, qui se sont multipliées et ont montré leur utilité dans la gestion des services publics culturels, illustrent la correspondance entre organisation de festivals et contrat emploi-solidarité même si pour elles, il ne s'agit pas de la formule la plus appropriée. Ainsi les associations qui organisent les festivals des Journées cinématographiques et du Temps du jazz à Amiens, subventionnées par la municipalité, sont utilisatrices de contrat emploi-solidarité. Dans les quatre villes étudiées : Boulogne-sur-Mer, Amiens, Poitiers et Rouen soixante et onze associations utilisent 327 contrats emploi-solidarité, alors que vingt organismes n'y font appel qu'à hauteur de 152.

Le contrat emploi-solidarité est une mesure utile à de petites associations dépourvues de salariés permanents et qui s'occupent de l'organisation de festivals : il leur permet d'assurer une permanence téléphonique ou physique, de développer l'accueil du public venant se renseigner. C'est le cas, par exemple, des « Rencontres musicales de Poitiers. ».

Cependant si les organismes culturels utilisateurs de contrats emploi-solidarité sont de beaucoup les plus nombreux dans l'animation culturelle, les activités confiées aux personnes en contrat emploi-solidarité peuvent être considérées comme relevant, en fait, davantage du paraculturel que du culturel véritablement : travaux administratifs et d'intendance, tâches socioculturelles.

Mais si les personnes en contrat emploi-solidarité restent cantonnées au paraculturel, les événements culturels peuvent être l'occasion pour elles d'une implication psychologique et donc d'une certaine satisfaction, d'une intégration sociale enfin. En effet, ces acteurs si modestes soient-ils sont amenés à adhérer à un projet, à partager un esprit consensuel. « Il s'agit pour eux », disait le responsable d'un festival de musique, « d'être les ambassadeurs du festival partout où ils passeront, de faire preuve de fidélité pendant six mois. ».

Le cas du festival organisé par l'association « Débarquement Jeunes » à Rouen est à cet égard significatif. Durant deux journées, sont organisés une animation de rues, de nombreux concerts, des ateliers d'expression théâtrale et scénique, des expositions, des manifestations sportives. Des jeunes sont placés en contrat emploi-solidarité. D'autres actifs travaillent bénévolement pour l'association, étant donné que cette situation constitue pour eux le moyen le plus simple de réaliser un projet collectif. Ils contribuent tous, chacun dans sa spécialité, à l'organisation du festival, toutes les fonctions étant assurées par eux, et chaque secteur ayant son responsable choisi parmi eux : accueil, administration, comptabilité, gestion du personnel, messageries de quartier, communication-relation avec les médias, sécurité et hygiène, restauration du public et des artistes. L'action collective est aussi l'occasion pour chacun de mettre en valeur les compétences professionnelles qu'il possède, « créer son

propre emploi » restant un but essentiel de tous les bénéficiaires de contrats emploi-solidarité.

Dans cette hypothèse, le passage par un contrat emploi-solidarité peut être, pour ceux qui sont employés sous ce statut, un passage transitoire vers l'accession à un emploi stable. Néanmoins cette probabilité reste faible dans le cas des festivals, événements par nature saisonniers qui de ce fait ne peuvent permettre d'assurer la pérennité de ces nouveaux emplois. Enfin, il ne faut pas oublier que trop souvent le contrat emploi-solidarité se substitue à des emplois statutaires et qu'aucune passerelle permettant sa pérennisation n'existe.

#### **IV - DES EFFETS INDUITS SUR LA FORMATION**

Les études réalisées et les réponses aux questionnaires envoyés aux festivaliers et aux communes par le Conseil économique et social montrent que certains ont déjà mis en place des structures de formation et cherchent à établir des passerelles avec de nombreux professionnels pour favoriser l'insertion.

A une large échelle, le festival d'Avignon participe à l'organisation de sessions de formation professionnelle et universitaire. En 1983, a été mis en place « le Centre de formation national d'Avignon » dont le but est de former des stagiaires à la direction de projets culturels et de politiques de développement culturel. Cette formation universitaire, qui a toutefois aujourd'hui quitté Avignon pour se poursuivre à Grenoble, est sanctionnée par un DESS. En 1987, l'Institut supérieur des techniques du spectacle s'est implanté en Avignon. Il couvre diverses formations de courte ou longue durée. Une partie des jeunes sortis de la formation de longue durée sont engagés en juin et juillet, chaque année, non comme stagiaires mais comme professionnels salariés saisonniers. Le CEFRAC précise que depuis la création de l'Institut, plus de 50 % des jeunes professionnels ainsi formés ont trouvé un emploi au festival d'Avignon.

A une petite échelle, la direction des « Rencontres vidéo-arts plastiques » d'Hérouville-Saint-Clair travaille en partenariat avec l'Ecole des beaux-arts de Basse-Normandie. « Danse émoi » à Limoges organise des « rencontres danses à l'école » au sein des divers établissements scolaires de la ville. Cette action comporte des travaux conduits au sein de deux lycées et de l'Ecole nationale des arts décoratifs de Limoges, ainsi que des stages. Le festival de Bonaguil organise également, durant son déroulement, un stage destiné aux jeunes comédiens de la région et animé par une personnalité du monde théâtral. A Limoges de même, le festival des « Francophonies » accueille un certain nombre de stagiaires de l'université de Limoges. Un DESS de cette université est axé, en effet, sur la francophonie. Ce travail scolaire ou universitaire facilite le cas échéant aux élèves leur accession ultérieure à un emploi.

Alain Meilland, directeur du tourisme, de la culture et du patrimoine à la mairie de Bourges, soulignait que les créations d'emplois de techniciens dans un rayon d'une centaine de kilomètres autour de la ville, emplois sinon permanents, du moins intermittents, ont été largement favorisés et le sont encore par des actions de formation. Les stages de techniciens du spectacle organisés à Bourges donnent des résultats révélateurs. vingt-cinq stagiaires sur quarante en ont fait leur profession. Le Centre permanent de formation de managers devrait, dans les

prochaines années, ouvrir un département axé sur les nouvelles technologies du spectacle. Enfin, la formation peut déboucher sur une véritable politique d'insertion. Les jeunes qui fréquentent ces stages sont issus de milieux populaires. Alain Meilland précise « Pour ces jeunes, au départ, la pratique de la musique rock répondait à un désir fort d'usage culturel mais n'ouvrait aucune perspective en matière d'emploi. Ainsi le métier de technicien leur permet de vivre leur passion en les insérant dans le milieu du spectacle. ».

Au festival interceltique, la formation et l'insertion des bénévoles sont aussi au coeur de la préoccupation des organisateurs et des élus.

Ces exemples conduisent à conclure, comme le CEFAC, que « les festivals, pôles artistiques d'excellence », bénéficiant d'une grande visibilité à travers le soutien des médias, sont « tout désignés pour être le pivot... d'un développement des formations dans le secteur culturel en liaison avec les collectivités locales, les universités et les autres domaines de l'emploi culturel ».

## CHAPITRE VII

### L'ÉCONOMIE

L'impact d'un festival sur l'économie d'une ville ou d'une région devrait s'analyser globalement. Cet impact, on le sait, peut être important ou très important. Il n'est jamais négligeable même dans le cas où tel festival lui-même n'est pas une excellente affaire financière.

Pour l'appréciation de cet impact les chiffres manquent cruellement. Aucune enquête d'ensemble menée avec des moyens scientifiques n'a été ordonnée et conduite.

Cependant il est possible de faire des approches parcellaires. Deux postes s'inscrivent à l'évidence : premièrement les dépenses inhérentes à l'organisation du festival lui-même : charpente, menuiserie, sonorisation, éclairage, impression, services, logistique. En gros ces dépenses sont faites sur place et bénéficient à la localité d'accueil. Secondement, les dépenses opérées par les festivaliers eux-mêmes qu'ils soient acteurs ou spectateurs dans l'hôtellerie, la restauration, la limonaderie, les achats divers.

Ces retombées financières ont un intérêt très important pour les villes où se déroulent les événements culturels. Elles ne doivent néanmoins pas occulter les autres objectifs que poursuivent les festivals et inverser la logique fondatrice qui sous tend leur rôle, la diffusion de la culture et la création artistique.

#### I - LES DÉPENSES PORTÉES PAR LES FESTIVALS

Le premier poste des dépenses qui peuvent donner lieu à injection directe d'argent dans l'économie locale concerne les achats effectués par les organisateurs pour mettre en oeuvre et en situation leurs spectacles et représentations.

Lorsqu'ils n'assurent pas eux-mêmes les prestations liées à leurs spectacles, les responsables des festivals recourent à des entreprises variées et les dépenses effectuées auprès d'elles constituent des retombées directes.

Ces charges de fonctionnement varient, selon l'étude « festivals et patrimoine », de 1,5 % à Rennes à 44 % pour le « festival du Marais » en passant par 18 % (Carcassonne), 25 % (Nîmes) et 34 et 35 % respectivement pour le festival de Montpellier et celui « d'Art sacré. » Il s'agit là d'un poste important qui concerne :

- le secteur imprimerie : le « festival du Marais » fait appel à trois imprimeries pour la réalisation des affiches, des brochures, des dépliants, au matériel d'information et de publicité, de la billetterie. « Swingin'Deauville » confie les travaux d'imprimerie effectués pour la communication du festival aux imprimeries de la région, soit 70 000 dépliants avant-programme, 15 000 brochures académie, 3 000 affiches, 2 000 plaquettes programmes. Pour le festival des

« Francophonies en Limousin », 30 000 avant-programmes, 70 000 programmes et calendriers, 8 500 affiches sont achetés sur place ;

- le secteur des relations publiques soit assuré directement soit sous forme de sous-traitance et de ventes d'espaces publicitaires. Ainsi le festival d'Arles a vendu pour 131 000 F d'espaces publicitaires ;
- les dépenses liées à la vente des billets, directe ou lorsqu'elle est confiée à une agence ou à des magasins de disques. Généralement, selon l'étude « festivals et patrimoine », la vente des billets rapporte à ces sous-traitants 5 F pour chaque billet ;
- les services techniques, éclairage, sonorisation, qui sont achetés ou loués à diverses entreprises en sous-traitance. Ainsi le festival de jazz de Nîmes confie ce secteur à une entreprise de Marseille à raison d'un contrat de 142 000 F TTC. Le matériel technique nécessaire au « Choré-graphique de Tours » est fourni par les entreprises locales. Il peut s'agir également de dépenses effectuées auprès de sociétés de régie qui prennent en charge la part technique : location, entretien du matériel, transport de ce dernier. Pour le « festival du Marais », cette dépense atteignait 273 000 F en 1991 ;
- le marché des locations, parcs de matériel, location de lieux de spectacles ou tout simplement d'instruments de musique, constitue également un secteur des dépenses importantes. Le festival « d'Art sacré » paie 45 000 F pour la location d'églises à l'archevêché de Paris et certains sites nationaux sont mis à disposition pour des spectacles, moyennant une patente revenant à la caisse des monuments historiques. Les tribunes utilisées pour les représentations sont souvent louées, comme pour le festival d'Anjou où les spectacles sont joués dans des monuments historiques ;
- les dépenses de communication, d'une manière générale, agence de presse, frais d'affichage, conférences de presse ont des retombées importantes sur l'économie locale et représentent un poste important des dépenses des festivals. Pour celui du Trégor, ces dépenses s'élevaient à 153 700 F pour un budget de 800 000 F.

Ces différents postes étant répertoriés, si on veut globaliser, les dépenses de fonctionnement s'élèvent, pour Arles, à 865 000 F et se traduisent par des achats aux entreprises le plus souvent locales représentant 16 % des dépenses totales des rencontres. Pour le « festival du Marais », le chiffre des dépenses est de 1 042 000 F et celui de Montpellier de 1 547 000 F.

En 1985, les achats effectués par l'Association festival d'Avignon, dont le budget se monte à 42 millions de francs, pour l'éclairage, la sonorisation, la maintenance des locaux ont été évalués à 4 millions de francs. Ce chiffre a été obtenu en comparant le budget prévisionnel 1985 de l'association au dépouillement des factures de l'année 1985. Le marché de la location des salles pour le festival « off » est estimé au total à 3,5 millions de francs.

Le cas du festival de Bourges est intéressant dans la mesure où il a donné naissance à un certain nombre de filiales qui lui fournissent les matériels et prestations nécessaires : gestion à l'année de la salle des spectacles, production audiovisuelle, services de presse, prestations techniques, recherche de mécénat sponsoring, société de communication etc.

Enfin, les agents, les producteurs, les attachés de presse des compagnies programmées, la location de lieux de spectacles pour les représentations, les journalistes couvrant l'actualité du festival ainsi que les nombreux prestataires assurant la maintenance informatique, la sécurité et le gardiennage contribuent également aux retombées directes imputables au festival.

Ce n'est pas rien.

A titre d'exemple, nombre d'organisateur affirment que, de même qu'ils recrutent les emplois nécessaires au fonctionnement du festival en priorité sur le plan local, de même ils s'efforcent de recourir de façon prioritaire aux entreprises locales. C'est ce qu'ont indiqué notamment les organisateurs des festivals de Basse-Normandie étudiés par le conseil économique et social de la région. « Jazz sous les pommiers » recourrait, dans la mesure du possible, à des partenaires locaux pour le transport et l'imprimerie. Le « festival de la Côte d'opale » s'efforce aussi de privilégier les entreprises des villes du littoral ou, le cas échéant, de la région, le matériel technique étant ainsi loué à une société lilloise. Le matériel des « Francophonies en Limousin » est acheté localement. Le plateau, la menuiserie, et les décors sont assurés par les entreprises de la ville de Fumel pour le festival de Bonaguil.

Pour Avignon, les 4 millions de francs d'achats effectués par le festival « in » se répartissent pour 64 % au bénéfice d'Avignon et de sa zone d'influence soit, en 1986, 2,560 millions de francs, pour 75 % au profit de la région, et 25 % pour le reste de la France. La règle veut que le festival s'adresse aux entreprises d'Avignon et de ses environs sauf pour le matériel qui ne se trouve pas sur le marché local. Pour le festival « off », les achats des troupes ont bénéficié pour plus de la moitié en Avignon (3,7 millions de francs) et le marché de la location des salles s'est élevé à 3,5 millions de francs.

## **II - LES DÉPENSES DES FESTIVALIERS, ACTEURS OU SPECTATEURS**

Aux retombées liées aux dépenses effectuées pour le déroulement même des événements culturels s'ajoutent celles résultant des dépenses effectuées par les personnels employés et les spectateurs (hors achats de place).

En plus des achats directement mobilisables pour l'organisation des événements culturels, les spectateurs réalisent sur place des dépenses dont l'impact sur l'économie locale peut être important. Une partie des salaires et des rémunérations versées aux personnels employés par les festivals est également dépensée dans la ville où se déroule le festival et dans sa zone d'influence.

Ainsi, pour le festival d'Avignon, les salaires directs se montaient en 1985 à 4,7 millions de francs. Il s'agit des salaires versés par l'Association « festival d'Avignon », d'une estimation des salaires versés par « Avignon public off » et

pour la valorisation du travail bénévole. Sur les sommes 2,6 millions de francs étaient épargnés ou consommés dans l'agglomération avignonnaise et 1,4 millions de francs dans le département du Vaucluse et les autres départements de la région. Soit 85 %.

A cet égard, le lieu de résidence des employés est essentiel pour mesurer l'impact réel. Or, il n'est pas toujours connu.

Les dépenses d'hébergement et de restauration en sont une autre composante majeure. Mais des achats peuvent également être effectués dans d'autres types de commerces locaux. L'étude menée par la chambre de commerce et d'industrie du Morbihan sur l'impact économique du festival Interceltique de Lorient montrait par exemple qu'une partie des spectateurs procédait à l'acquisition de cadeaux et de souvenirs de leur passage dans la région. De même, artistes et touristes qui viennent à Limoges dans le cadre des festivals achètent évidemment de la porcelaine de la ville.

De nombreux travaux fournissent des éléments sur l'ampleur de ce type de retombées indirectes.

Selon l'étude de l'Association de gestion du festival d'Avignon, près de 800 professionnels se sont logés et nourris sur le grand Avignon en 1995 pour une somme de 5 845 000 F. Les festivaliers ont passé en moyenne trois jours en Avignon et ont dépensé 42 441 000 F pour leur hébergement, leur restauration et leurs frais divers. L'étude complémentaire menée sur le festival « off », après interrogation d'un échantillon de cinquante compagnies, estimait que les 380 compagnies présentes avaient en outre dépensé 5 millions de francs environ pour leur hébergement et leur restauration.

L'étude conduite en 1995 sur le « Printemps de Bourges » par l'institut universitaire de technologie de cette ville concluait, à partir d'un échantillon de 1 000 spectateurs, que le public de cette manifestation restait en moyenne deux jours et demi sur place et dépensait environ 250 F par jour en plus de l'achat de places. Le CEFAC en déduisait, par simple calcul, que chaque spectateur participe à hauteur de 625 F à l'économie induite du festival. L'édition 1995 de ce festival a enregistré 85 000 entrées. Il serait tentant de conclure qu'environ 53 millions de francs ont été dépensés dans ce cadre, soit 85 000 entrées multipliées par 625 F. Cette déduction est toutefois hasardeuse. En effet, il est vraisemblable que nombre des spectateurs qui choisissaient de rester deux jours et demi sur place ont assisté à plus d'une des soixante-trois représentations qui leur étaient proposées. Il est donc difficile d'extrapoler ces résultats sans disposer d'une information fine sur le comportement du public. Une fois encore nous sommes confrontés à une déficience d'analyse statistique.

Cependant, dans un livre consacré au festival d'Aix-en-Provence, M. Alain Gueulette estimait que lors de l'édition 1989 qui avait attiré 40 000 spectateurs, chacun d'entre eux avait vu en moyenne trois spectacles, et que le nombre moyen de nuitées par spectateur était égal à trois, représentant un total de 6.000 nuitées par jour.

A Provins, selon l'étude « festivals et patrimoine » de 1987, le chiffre d'affaires des commerçants serait pendant les deux jours de la fête médiévale multiplié par huit.

Selon cette même étude, le chiffre d'affaires des restaurants et des hôteliers de Rennes est multiplié par trois pendant les quinze jours qui entourent les « Tombées de la nuit ». Le coefficient de remplissage des hôtels installés en centre ville, qui varie ordinairement de 30 à 40 % en été, passe, pour la même période, à 100 %. S'agissant de l'édition 1991 des « Tombées de la nuit », Éric Sneed et Éric Valençon, auteurs dans le cadre de l'Institut de recherches et d'études supérieures de tourisme de la Sorbonne (IREST) d'un mémoire de fin d'études intitulé « *la France des festivals* », citent les chiffres de 20 000 entrées payantes et 100 000 spectateurs faisant passer le taux d'occupation des hôtels de Rennes de 50 à 70 %.

M. Guy Peudupin, consultant pour les « Francofolies de la Rochelle », interrogé dans le cadre d'un numéro des « *Cahiers Espaces* » consacré aux festivals, faisait état en 1993 des résultats de l'étude des déclarations de dépenses des festivaliers qu'il réalise annuellement par sondage. Hors frais de transport et achat des billets de concert, il estimait que le festivalier moyen dépensait 116 F par jour pour son hébergement, auxquels s'ajoutaient 138 F d'autres dépenses, repas, boissons, cigarettes, souvenirs. La dépense moyenne par spectateur, compte tenu de la durée moyenne de séjour, s'élevait à 1 783 F. Par extrapolation sur la totalité des spectateurs, en excluant les habitants de Charente-Maritime dont les dépenses ne constituaient pas un apport supplémentaire, il concluait que l'on pouvait estimer les retombées économiques des « Francofolies » pour le commerce local à 82 millions de francs pour 1992.

M. Jean-Pierre Gonzalez, directeur du festival « Jazz à Juan », faisait état en 1993 dans la même revue de «... 300 000 F de dépenses effectuées quotidiennement par les touristes auprès des bars, hôtels et restaurant, pendant les quinze jours que durent les manifestations. Soit une somme qui avoisinerait 5 millions de francs de retombées indirectes... ».

A Prades, les 7 000 à 9 000 auditeurs présents sur trois semaines dans une ville de 6 000 habitants, pour une durée moyenne d'une semaine environ par spectateur, représenteraient selon les organisateurs des retombées estimées à 1,5 million de francs dans les hôtels, les restaurants et les bars de la ville.

Au contraire, par exemple, dans le cas de « Banlieues bleues », dont le positionnement est d'un autre ordre ses organisateurs estiment que les retombées économiques indirectes sont faibles pour les communes concernées. Chacune, en effet, n'accueille que de un à trois concerts donnés le soir, à partir de 20 heures 30, dans des salles de banlieue ; alentour il y a peu de cafés, de restaurants. Le public jeune, surtout local, n'a pas de grandes possibilités de dépenses. Pour les « Francophonies en Limousin », de même, les retombées économiques indirectes demeurent limitées. Les dépenses d'hébergement et de restauration des artistes sont en effet prises en charge par l'organisation du festival. Elles figurent donc parmi les retombées directes. Le festival, dont le public et surtout local et régional, draine par ailleurs un nombre assez modeste de touristes.

Le maire de Nîmes avait augmenté son budget culturel de 143 %. il déclarait : « c'est le seul moyen de retenir les jeunes, cela coûte beaucoup moins cher que cela ne rapporte. Pensez à ce que 450 choristes et musiciens ont dépensé en quinze jours. Les entrepreneurs nîmois reprennent confiance en leur ville. Les investissements reviennent. On parle déjà d'un centre commercial et d'un hôtel de cent vingt chambres au coeur de la ville ».

## **CHAPITRE VIII**

### **ÉVÉNEMENTS ET ÉQUIPEMENTS**

#### **QUELS CHOIX ?**

Une politique visant à promouvoir des événements culturels d'un type particulier, fondés sur des équipements permanents serait-elle moins coûteuse et plus efficace en matière de développement local ?

Une collectivité locale a le choix entre différents vecteurs pour mener sa politique culturelle et atteindre les résultats qu'elle en attend : elle peut notamment décider d'investir chaque année une même somme, soit dans un équipement culturel permanent, dont elle contribuera à financer la construction, l'aménagement, puis le fonctionnement, soit dans un événement culturel, et notamment un festival, dont elle subventionnera chaque année l'édition.

Il est alors paru intéressant, à titre d'exemple, d'analyser les effets sur le développement local et régional, de trois « monuments culturels » qui ont marqué par leur dimension, leur originalité et leur succès, le « Futuroscope » de Poitiers, le « Mémorial de la Paix » de Caen, la « Médiathèque » d'Issy-les-Moulineaux.

#### **I - LE FUTUROSCOPE DE POITIERS**

Parc de loisirs dont les différentes attractions font appel aux technologies de l'image les plus modernes, le « Futuroscope » a été conçu par M. Monory, président du conseil général de la Vienne, pour être à la fois un centre prospectif de recherche et d'animation sur la communication de demain et un instrument de développement économique au service du département.

Le recours à la solution juridique de la Société d'économie mixte (SEM) comme structure de gestion a permis, en 1987, de lancer le projet dans de bonnes conditions : dans la phase de démarrage, l'opérateur public a en effet assumé une prise de risque qu'une société privée se serait sans doute refusée à prendre en la matière sans exiger de retour sur investissement dans les premières années. Le conseil général a ainsi investi 6 millions de francs dès la première année et réinvesti systématiquement les bénéfices dégagés année après année, jusqu'à atteindre 1,7 milliards de francs d'investissements publics cumulés sur dix ans. Les investissements privés, intervenus une fois le succès de l'opération avéré et concentrés essentiellement dans l'hôtellerie, se montent à 2 milliards au total.

Le Futuroscope a réalisé dès sa première année d'exercice 7 millions de chiffre d'affaires apportés par ses 225 890 visiteurs. Ces chiffres atteignent en 1995, 700 millions de francs pour 3 millions de visiteurs. Le nombre de salariés est passé dans le même temps de cinquante employés à 1 200, dont les deux tiers sous contrat à durée indéterminée.

La clientèle vient essentiellement de la région Ile-de-France ainsi que de l'ouest de l'hexagone.

La principale originalité du Futuroscope est d'avoir fait d'un parc de loisir un instrument majeur de développement économique local. 87 % des salariés du parc viennent du département. La majorité de l'approvisionnement des restaurants du « Futuroscope », sous le contrôle de la société d'économie mixte, est produite par des agriculteurs et des éleveurs de la Vienne, ce qu'un contrôle du capital purement privé aurait sans doute moins permis. Le parc constitue également un formidable outil de promotion touristique pour l'ensemble du département, dont les atouts sont présentés par la maison de la Vienne implantée sur le site. Il joue à cet égard le rôle d'un produit d'appel : une partie des trois millions de visiteurs qu'il attire prolonge leur séjour dans le département, où de multiples activités de culture et de loisirs sont proposées. Si le « Futuroscope » n'avait pas existé, ces visiteurs ne se seraient selon toute vraisemblance pas déplacés en aussi grand nombre pour ces seules attractions secondaires.

Enfin, le « Futuroscope » a donné au département de la Vienne une image technologique et moderne qu'il n'avait pas auparavant. Cette image a contribué - ne serait-ce qu'en fournissant la raison propre à justifier la décision politique- à attirer des organismes publics délocalisés, d'abord le Centre national d'enseignement à distance, puis l'Ecole supérieure des cadres de l'éducation nationale, l'Espemen. Les équipements de pointe dans les technologies de l'information dont le développement du Futuroscope a favorisé la mise en place ont par ailleurs incité à l'implantation d'entreprises privées sur le site.

En partie de ce fait, le département a connu un solde net de plus de 2 000 emplois créés en dix ans. Les 13 000 emplois perdus, notamment dans l'agriculture et l'industrie, ont en effet été plus que compensés par plus de 15 000 créations dans le secteur des services, dont une bonne part est liée au « Futuroscope. ».

## II - LE MÉMORIAL DE LA PAIX À CAEN

Le « Mémorial de la Paix », à Caen, est consacré à l'histoire du XXème siècle dans ce qu'elle peut comporter d'horreurs et de violences collectives - montée des extrémismes, guerres, génocides - mais aussi d'efforts pour maintenir ou construire la paix. A ce titre, une galerie du mémorial est dévolue aux différents titulaires du prix Nobel de la paix. Un petit département de recherche et un fonds documentaire accompagnent le musée.

Le coût de la construction et de l'aménagement du Mémorial s'est élevé à 102 millions de francs hors taxe. La municipalité de Caen a apporté à ce titre 56,5 millions, la région Basse-Normandie 24 millions, l'Etat 16,5 millions et le département du Calvados 5 millions.

Créé par la municipalité en juin 1988, le « Mémorial » est géré depuis cette date dans le cadre d'une société d'économie mixte. Il atteint un chiffre d'affaires annuel de 30 millions de francs. Le taux d'autofinancement est de 91 % si on ne comptabilise pas le projet scientifique et culturel qui en est partie prenante, et de 75 % si on l'intègre. La ville accorde chaque année au mémorial 6,5 millions de francs de subventions pour permettre à celui-ci de développer des liens avec l'université de Caen et d'accueillir des stages de formation. 10 000 instituteurs

sont ainsi déjà venus de toute la France. Elle lui octroie en outre chaque année 1 million de francs de subvention d'exploitation.

Le « Mémorial » emploie quatre-vingts personnes dont dix-huit au titre de son département scientifique et culturel. Selon une enquête menée par l'école supérieure de commerce de Caen, il aurait des effets induits quatre à sept fois supérieurs au montant de son chiffre d'affaire, un emploi directement créé en son sein générant quatre emplois induits.

A sa première année complète de fonctionnement, en 1989, le « Mémorial » a attiré 307 000 visiteurs. Il en a accueilli 330 000 en 1996. Les Caennais ne représentaient que 3 % de ce total, et les habitants des deux régions normandes 40 %. 60 % des visiteurs étaient donc de passage, qu'il s'agisse de personnes en provenance du reste de la France (25 %) ou d'étrangers (35 %), notamment anglais.

### III - LA MÉDIATHÈQUE D'ISSY-LES-MOULINEAUX

La « Médiathèque », ouverte en 1994, est un service municipal fonctionnant en régie. Sa construction et son aménagement ont coûté 65 millions de francs à la ville. Son coût de fonctionnement annuel, qui est pris en charge par le budget de la municipalité, s'élève à 13 millions de francs en 1996. Elle emploie quarante et une personnes à temps plein, auxquelles s'ajoutent vingt-huit vacataires représentant cinq emplois équivalent temps plein. Elle est équipée de treize micro-ordinateurs connectés en réseau, de la première connexion libre-service Internet, de lecteurs Cd-Rom, de matériel vidéo et d'un laboratoire de langues.

La « Médiathèque » est ouverte quarante-quatre heures par semaine pour satisfaire au mieux le public. Des « nocturnes » sont organisées jusqu'à vingt-deux heures, un ou deux jours par semaine, pour les personnes qui rentrent tard du travail. La Médiathèque est ouverte le dimanche, jour de plus grande fréquentation et de plus grand emprunt, les personnes qui viennent ce jour-là ne pouvant parfois pas venir un autre jour de la semaine. La « Médiathèque » compte 11 000 inscrits et reçoit environ 10 000 personnes par semaine. Ces chiffres sont sensiblement supérieurs à ceux d'une bibliothèque classique.

La politique culturelle municipale, dont la « Médiathèque » est l'un des éléments, participe de l'image de la ville. Elle est selon le maire, M. André Santini, l'un des critères pris en compte par les entreprises dans le choix de leur lieu d'implantation. En 1995, 150 entreprises sont venues s'installer à Issy-les-Moulineaux, une cinquantaine quittant parallèlement la ville. 2 450 emplois ont été créés pour 1 300 perdus, soit un solde positif de 1 150 emplois. La direction de la « Médiathèque » s'est efforcée d'adapter son fonds documentaire aux besoins des entreprises. Il est en outre prévu de faire de la « Médiathèque » d'Issy-les-Moulineaux un centre de ressources départemental pour l'économie, la gestion et l'emploi, au même titre que d'autres médiathèques du département sont, par exemple, des centres de recherche historique.

La « Médiathèque » constitue par ailleurs une attraction culturelle pour les habitants d'Issy-les-Moulineaux. Elle est également utilisée comme un instrument pour la formation et l'insertion de certaines populations en difficulté, notamment

les jeunes. Elle comprend ainsi des salles de travail, accessibles aux enfants qui ne peuvent faire leurs devoirs chez eux. Ceux-ci viennent même le samedi et le dimanche travailler dans de grandes salles équipées de tous les encyclopédies, dictionnaires ou CD-ROM nécessaires. Un plan d'apprentissage de la lecture à destination des tout petits et des enfants en difficulté ou en soutien scolaire a été mis en place. Un projet, destiné aux populations très défavorisées ne sachant pas lire, vise à les faire directement passer au stade de l'informatique par delà l'apprentissage de la lecture. La moitié des emprunteurs ont moins de vingt ans. 60 % des usagers sont en formation ou en situation de recherche d'emploi. Le personnel de la Médiathèque a été invité à suivre, à l'initiative du conseil communal de prévention de la délinquance, une formation spéciale pour l'accueil des jeunes en difficulté. Les quatre ordinateurs donnés par la société Compaq à la « Médiathèque » dans le cadre d'un partenariat ont permis à celle-ci de passer une convention avec l'Agence nationale pour l'emploi pour que les habitants de la ville qui nécessitent une formation ou une reconversion à l'informatique puissent suivre gratuitement des stages sur un matériel récent. Un certificat leur est délivré qui atteste qu'ils ont été brevetés sur de nouveaux matériels informatiques, ce qui constitue un avantage sur le marché de l'emploi.

#### IV - MOBILES ET STABLES

Comparer l'impact sur le développement économique et social local et régional de ces trois équipements et d'événements festivaliers constitue une opération délicate et aléatoire à plus d'un titre : le « Futuroscope », le « Mémorial de la Paix » et la « Médiathèque » fonctionnent en permanence, tout au long de l'année, tandis qu'un festival ne se déroule que quelques jours ou quelques semaines par an. Ils se signalent par leur importance économique, par leur célébrité, par leur utilité et la singularité de leurs retombées, considérables et diversifiées. Le « Futuroscope » a attiré à lui des établissements universitaires et scientifiques de pointe. Les retombées de la « Médiathèque » sont intellectuelles et concourent à l'enrichissement de la population dans le domaine de la connaissance. Le « Mémorial de la Paix », par sa place exceptionnelle dans le « devoir de mémoire » est un événement humaniste considérable. Ce sont là des retombées qui doivent combler leur créateurs et leur promoteurs.

Le « Futuroscope » de Poitiers, le « Mémorial de la Paix » à Caen, la « Médiathèque » d'Issy-les-Moulineaux sont donc des événements culturels d'un type bien particulier ; c'est pourquoi leur descriptif et l'étude de leur impact sur l'économie avaient leur intérêt ici. Les festivals, eux, apparaissent comme des événements culturels d'une autre catégorie. Ils sont de complexion plus libre. Dans leurs intentions artistiques et intellectuelles comme dans leur impact et leurs retombées, ils sont semblables sous bien des aspects, mais non pas identiques. Si on a dans les yeux l'oeuvre de Calder, les festivals sont des « mobiles », le « Futuroscope », la « Médiathèque » et le « Mémorial » des « stables ».

Un élément doit par ailleurs être pris en compte : l'échantillon constitué pour l'étude des festivals regroupait délibérément des événements considérables et de petits festivals, des manifestations constituant des succès éclatants en terme

de développement local et d'autres dont les résultats en la matière étaient plus incertains. A l'inverse, le « Futuroscope », le « Mémorial de la Paix » et la « Médiathèque » d'Issy-les-Moulineaux constituent trois succès très extérieurs par leur dimension à la réalité de l'ensemble des équipements culturels et de loisirs à cet égard.

Néanmoins, ces deux possibilités d'investissement étant offertes aux collectivités locales, la comparaison de leurs retombées respectives sur le développement local reste intéressante, sous réserve qu'elle soit effectuée avec les précautions qui s'imposent, et que soient intégrés dans la comparaison d'autres types d'équipements culturels permanents, tels que musées, théâtres, maisons de la culture. Elle n'en connaîtra pas moins certaines limites.

#### A - LE CRITÈRE DES COÛTS

Un premier élément à prendre en compte est constitué par les coûts respectifs pour la collectivité des stables et des mobiles : les dépenses qu'ils entraînent ne sont en effet pas exactement de même nature.

La mise en place d'un équipement permanent suppose des dépenses de construction et d'aménagement le cas échéant élevées : le conseil général de la Vienne a investi 10 millions de francs la première année pour la construction du « Futuroscope ». Les dépenses ultérieures, considérables, ont été autofinancées par le Parc au fur et à mesure de son développement, mais cela n'a été rendu possible que par le succès exceptionnel de cet équipement. Le coût de construction de la « Médiathèque » d'Issy-les-Moulineaux et de son équipement s'est élevé à 65 millions de francs à la charge de la municipalité. Enfin, celui du « Mémorial de la Paix » a atteint 102 millions de francs, dont 16,5 millions de francs à la charge de l'Etat, 24 supportés par le conseil régional de Basse-Normandie, 5 par le conseil régional du Calvados, 56,5 millions de francs étant apportés à ce titre par la municipalité de Caen.

Dans la mesure où ces dépenses sont effectuées pour une longue période, elles doivent être comptabilisées de manière distincte par rapport à des dépenses annuelles de fonctionnement. Néanmoins, il n'est pas possible de ne pas en tenir compte. On peut considérer, à des fins de comparaison, que ces dépenses doivent être amorties sur dix à vingt ans, et les prendre donc en compte dans la proportion d'un dixième ou d'un vingtième.

A l'inverse, ces dépenses d'équipement ne sont, en général, pas nécessaires pour l'organisation des festivals, ceux-ci utilisant le plus souvent des lieux patrimoniaux existants. Si un palais des fêtes est parfois construit pour accueillir un événement culturel, il s'agit presque toujours d'un équipement polyvalent, dont les frais d'investissement ne peuvent être imputés que pour une part infime au festival qui s'y déroule quelques jours ou quelques semaines par an. Les dépenses supportées à ce titre par les collectivités publiques sont donc presque toujours beaucoup plus faibles que dans le cas d'un équipement permanent.

En matière de dépenses d'exploitation, la comparaison est en revanche plus facile, les subventions de fonctionnement versées chaque année par les

collectivités publiques n'étant guère différentes selon qu'elles bénéficient à un équipement permanent ou à un événement temporaire qui se répète chaque année.

Le « Futuroscope » fait à cet égard exception : en effet, non seulement cet équipement ne bénéficie pas de subvention d'exploitation du conseil général, mais son résultat d'exploitation permet à la société d'économie mixte qui en assure la gestion de verser un dividende annuel au conseil général au titre de sa participation majoritaire au capital. Dans le cas du « Mémorial » de Caen, au contraire, la municipalité verse une subvention annuelle de 7,5 millions de francs, dont 6 millions au titre des activités culturelles et de recherche du « Mémorial », et 1,5 million pour couvrir le déficit d'exploitation. La « Médiathèque » d'Issy-les-Moulineaux bénéficie également de concours municipaux équivalant à une subvention d'exploitation annuelle de 13 millions de francs environ ; en effet, les rentrées financières assurées par les abonnements et les différents utilisateurs ne couvrent qu'une part très minime de ses dépenses de fonctionnement. Ces deux derniers cas correspondent à la réalité moyenne de la plupart des équipements culturels permanents, qui ont besoin d'une subvention annuelle pour continuer à fonctionner, leurs recettes propres étant loin de couvrir leurs dépenses.

A titre de comparaison, selon l'étude de 1992 de la direction de la musique et de la danse, le budget moyen d'un festival serait de deux millions de francs seulement. En moyenne, les financements publics représentaient en 1991 45 % de ce budget, dont 19 % supportés par les villes, 10 % par l'Etat, 9 % par les départements et 7 % par les régions. Seuls 6 % des festivals avaient un budget supérieur à dix millions de francs.

Si l'on veut se limiter, pour la comparaison, à des événements au budget important et attirant un nombre élevé de spectateurs, on peut par exemple retenir les résultats suivants : le festival d'Avignon, qui a attiré 350 000 spectateurs en 1995, disposait cette année là d'un budget de 42 millions de francs, dont 53 % de subventions publiques : l'Etat apportait 26 % du total, la municipalité 16,5 % et la région 8 %. Le festival Interceltique de Lorient avait un budget de 16,5 millions de francs en 1995, dont 24 % apportés par des subventions publiques, soit 4 millions de francs environ. Il a enregistré cette année là 300 000 entrées. Le budget des « Chorégies d'Orange » était en 1996 de 19,6 millions de francs, dont 17,5 % de subventions publiques, soit 3,4 millions. Ce festival attirait cette année là 40 000 spectateurs payants.

Il est évidemment difficile, sur la base de ces quelques exemples, de se livrer à une comparaison qui vaille pour l'ensemble des équipements et des événements culturels. On se bornera à constater que la part du coût de fonctionnement d'un festival à la charge d'une municipalité est en général moins élevée que la somme de la subvention d'exploitation et de l'amortissement des dépenses d'équipements qu'elle devrait consentir pour un équipement permanent.

#### B - EMPLOIS DIRECTS

En matière d'emploi direct, les retombées des équipements permanents semblent, sur les trois exemples étudiés, supérieures à celles des festivals : ils emploient davantage de salariés permanents que les festivals, qui recourent massivement à des bénévoles et des saisonniers. Avignon ne comptait ainsi pour

son administration que seize permanents en 1985, et le « Printemps de Bourges » sept seulement, alors que leurs budgets sont considérables au regard de la moyenne des festivals. Nombre de festivals, cela a été vu en infra, n'emploient que des bénévoles. En comparaison, la « Médiathèque » d'Issy-les-Moulineaux emploie quarante-six personnes à temps plein, le « Mémorial » quatre-vingts permanents, et le « Futuroscope » 1 200, dont deux tiers sous-contrat à durée indéterminée.

L'importance des emplois saisonniers créés par les festivals ne compense pas selon toute vraisemblance ce différentiel en matière d'emploi direct. Certes, selon l'enquête des étudiants de l'IREST déjà citée, cinquante-trois personnes en moyenne étaient mobilisées par chaque festival en 1992, dont dix sont des salariés du régime général. Certains festivals recourent de plus à des effectifs beaucoup plus importants : 463 employés dans le cas du festival d'Avignon en 1995, dont 253 emplois administratifs, 169 emplois techniques et cinquante-sept emplois artistique ; trente-deux emplois administratifs et 182 emplois techniques et d'accueil dans le cas du « Printemps de Bourges » selon le CEFAC en 1995. Mais il s'agit exclusivement de personnels saisonniers, employés au plus quelques semaines dans l'année, et le nombre d'emplois correspondant en équivalent temps plein sur une année est évidemment sans commune mesure.

#### C - POUVOIR D'ATTRACTION TOURISTIQUE

Ces résultats doivent être nuancés du fait des retombées indirectes représentées par les dépenses des spectateurs et des visiteurs attirés. Faut-il considérer que les festivals attirent plus que les équipements permanents des spectateurs extérieurs à la commune ou à la région de référence, augmentant ainsi le volume des dépenses connexes qu'ils suscitent, et donc les retombées sur l'économie locale ?

Il est évidemment difficile de l'affirmer, les retombées du « Futuroscope » en la matière étant par exemple considérables : les trois quarts de ses visiteurs viennent de plus de 350 kilomètres et sont obligés de dormir sur place, engendrant 1,8 millions de nuitées en 1995. Ces nuitées ont permis un taux de remplissage annuel de plus de 60 % pour les hôtels du départements, dont 2 500 lits, soit environ la moitié de la capacité, sont installés sur le site.

Néanmoins, du fait de l'effet de rareté produit par le caractère de manifestations exceptionnelles des festivals, tenus seulement à une période de l'année, il n'est pas interdit de le penser : une étude réalisée en 1985 par MM. Bouvet et Colbert pour la ville de Montréal et le ministère des affaires culturelles du Québec concluait en tout cas en ce sens. Elle s'intéressait à l'impact économique comparé des trois grands organismes culturels de Montréal, représentés par l'orchestre symphonique, le Musée des beaux-arts et le « festival international de jazz ». Les retombées brutes de ces deux équipements et de cet événement - impacts directs et indirects - étaient comparables, de l'ordre de 10 millions de dollars. Mais les effets induits du festival étaient plus de cinq fois supérieurs à ceux du musée et de l'orchestre, le multiplicateur étant de 10,15 pour le premier, contre 1,98 pour le second et 1,81 pour le troisième. A Avignon, de même, l'association de gestion du festival estime que celui-ci induit

plus de 1 000 emplois en juillet, soit plus du double des effectifs qu'il emploie directement.

La distinction entre festivals à finalité surtout touristique et festivals dont l'objectif est surtout de créer une animation locale vaut a fortiori pour les équipements culturels et de loisirs, et la comparaison doit en tenir compte : ainsi, le « Futuroscope » et le « Mémorial de la paix » ont été conçus aussi pour attirer le plus possible de touristes. La « Médiathèque » d'Issy-les-Moulineaux, dont ce n'est pas l'objectif, vise à l'inverse pour l'essentiel à offrir un service culturel et une animation à la population locale, au même titre qu'une bibliothèque, par exemple.

En matière de tourisme, les équipements du type du « Futuroscope » ou du « Mémorial » présentent un grand avantage : même si les mois d'été représentent en général une part considérable de leur chiffre d'affaire, ils sont ouverts toute l'année. Le flux de visiteurs qu'ils attirent, plus continu, est alors nécessairement mieux réparti dans le temps que celui des festivals. Il peut donc contribuer à remplir de manière régulière les capacités hôtelières de la collectivité qui accueille l'équipement considéré.

Toutefois, les effets de trop plein auxquels succède un vide, inconvénient traditionnellement reproché aux festivals, sont souvent atténués aujourd'hui par le choix des collectivités qui suscitent ou subventionnent les festivals. Ils encouragent l'organisation de ces événements à une période de l'année où leurs capacités hôtelières ne sont pas saturées. De plus, l'impact touristique des équipements culturels permanents est parfois minoré par le fait que, leur visite se faisant souvent en une journée, les dépenses d'hôtels sont plus faibles que dans le cas des festivals, qui offrent des spectacles différents plusieurs jours de suite. Néanmoins, l'avantage permanent des équipements lié au meilleur étalement dans le temps des visiteurs qu'ils attirent reste réel.

En revanche, les festivals présentent l'avantage de voir leur contenu se renouveler d'année en année. De ce fait, ils peuvent attirer plusieurs années de suite les mêmes spectateurs. Ceux-ci ayant le temps de s'attacher aux lieux dans lesquels le festival se déroule, ils peuvent ainsi être incités à prolonger leur séjour ou à revenir à d'autres périodes de l'année, et constituer une clientèle fidèle pour les capacités hôtelières de la commune d'accueil. Du fait de la lourdeur de l'investissement initial, en général le contenu des équipements permanents se renouvelle moins. De ce fait, le touriste qui est venu une fois sur place pour les visiter risque de ne pas revenir avant des années, voire de ne plus revenir du tout, ce qui ne favorise pas, pour la collectivité concernée, la constitution d'une clientèle touristique fidèle. Il est en outre à craindre qu'après une période relativement longue, le vivier du public potentiellement intéressé par l'équipement tende à s'épuiser, et que celui-ci connaisse alors une baisse de sa fréquentation, même si leur direction s'attache dans la mesure du possible à renouveler leur contenu en lançant chaque année de nouvelles activités.

Les festivals présentent également l'avantage de présenter la culture sous une forme événementielle et festive qui semble mieux répondre aux attentes actuelles du public. L'association de promotion du mécénat ADMICAL constatait ainsi que des festivals pouvaient attirer autant de public qu'un Opéra

pour un budget bien moindre. La comparaison est néanmoins fragile et doit être prise avec précaution, car l'Opéra est une forme relativement coûteuse de culture au regard du public qu'il attire, bien davantage par exemple que ne l'est la musique de chambre. Néanmoins le phénomène relevé par ADMICAL est bien réel. En témoigne par exemple la progression régulière du public des festivals de cinéma, alors que le nombre des entrées en salles du cinéma sous sa forme classique baisse plutôt en longue période. Témoignent également de ce fait le succès remarquable des expositions temporaires par rapport à celui des musées traditionnels ainsi que la réaction d'un nombre croissant d'institutions culturelles permanentes, qui s'efforcent de s'adapter en proposant une partie de leur programmation sous une forme événementielle qui s'apparente à celle des festivals.

Enfin, les événements culturels présentent par rapport aux équipements permanents l'avantage majeur de la souplesse : ne nécessitant pas d'investissements lourds, ils peuvent adapter chaque année leur contenu à l'évolution des attentes du public. En cas d'échec patent et répété, ou lorsqu'un festival est victime, au fil des années, d'une certaine usure, il est possible de cesser de l'organiser. La collectivité locale peut, sans aucun coût, le remplacer par un événement tout différent, qui se déroulera le cas échéant à une autre période de l'année. Des dizaines de festivals disparaissent ainsi chaque année, tandis que d'autres naissent. A l'inverse, dans le cas d'un équipement lourd, le poids de l'investissement initial rend plus difficile une réorientation de l'activité et beaucoup plus coûteux son arrêt pur et simple. Néanmoins, ces équipements permanents et la permanence du travail artistique et culturel qu'ils génèrent ont aussi pour mission la découverte de nouveaux répertoires, de nouveaux artistes, de nouvelles esthétiques participant à l'évolution des goûts. Ils peuvent permettre de gagner de nouveaux publics.

#### D - RETOMBÉES SOCIALES

Sur le plan des retombées sociales locales et régionales, le bilan de l'apport respectif des équipements culturels permanents et des festivals est nuancé. Certes, l'impact de structures permanentes telles que les musées est faible à cet égard : les habitants de la ville où ceux-ci sont implantés ne représentent en général qu'une faible part de leurs visiteurs annuels, et il est vraisemblable que, une fois leur visite effectuée, ceux-ci n'y reviendront plus avant des années. Mais c'est également le cas de certains festivals très spécialisés dont le public vient surtout de l'ensemble de la France et de l'étranger, et peu de la commune dans laquelle l'événement se déroule.

En revanche, d'autres types d'équipements culturels permanents présentent un intérêt social certain : tel est par exemple le cas des écoles de musique, des bibliothèques publiques ou de structures telles que la « Médiathèque » d'Issy-les-Moulineaux, qui offre à la population de la ville, et notamment à ses membres les plus défavorisés, des possibilités réelles d'accéder à la culture.

M. Tiphaigne, directeur de l'office départemental de l'action culturelle du Calvados, soulignait alors le risque que les élus locaux privilégient à l'excès les festivals comme vecteurs de diffusion culturelle, du fait de l'effet d'image que

ceux-ci apportent à leur collectivité. Les spectateurs du cru se rendant parfois relativement peu aux festivals organisés dans leur ville, il estimait préférable pour les populations résidentes que soit effectué sur le terrain à leur bénéfice par des institutions culturelles permanentes (théâtres, bibliothèques, conservatoires) un travail obscur, mais plus profond et continu : les festivals ont en effet le défaut, s'ils sont le seul vecteur d'une politique culturelle, de concentrer l'activité en la matière sur une période brève, alors que le besoin de culture est permanent.

Divers arguments paraissent toutefois devoir réduire la portée de cette critique. Tout d'abord, comme cela a déjà été évoqué précédemment, nombre de festivals ont développé à partir des années quatre-vingt des animations culturelles temporaires ou permanentes qui se déroulent en parallèle avec les spectacles qu'ils offrent. Joue également en ce sens la capacité des festivals, du fait de leur caractère festif et exceptionnel, à attirer à la culture des populations qui vont peu ou pas du tout dans les institutions culturelles permanentes. Le recours très important des festivals au bénévolat et la capacité déjà évoquée de certains d'entre eux à mobiliser une partie importante de la population locale, leur donnent de plus un rôle particulier dans le développement social local. Les institutions culturelles permanentes, parce qu'elles sont en général exclusivement une affaire de professionnels, n'offrent pas les mêmes opportunités à cet égard, sauf lorsque leur fonctionnement est associé à des politiques culturelles et sociales particulières.

#### E - IMPACT MÉDIATIQUE

En matière de retombées médiatiques, enfin, sans qu'il soit nécessaire d'y insister, car cela a déjà été longuement évoqué, la capacité particulière des festivals à attirer l'attention des médias en fait des instruments de notoriété et d'image avec lesquels, sauf exception, les équipements permanents de culture et de loisirs ne peuvent guère rivaliser à budget égal. Un exemple suffira à le démontrer : selon toute vraisemblance, jamais les communes où se trouvent la Grange de Meslay ou la Roque d'Anthéron n'auraient pu supporter les dépenses nécessitées par un équipement culturel permanent susceptible de leur apporter la notoriété que leur a assurée l'organisation de leur festival. Et il ne s'agit pas là de cas exceptionnels : « Jazz in Marciac », « les Cinéscénies » du Puy-du-Fou pourraient également, parmi beaucoup d'autres, en témoigner.

Les médias, au moins dans leur mode de fonctionnement actuel, s'intéressent pour l'essentiel à ce qui arrive, à ce que change, à ce qui est nouveau. A cette tendance, les événements culturels festivaliers sont formidablement adaptés.

Cette tentative de comparaison entre mobile et stable ne plaide pas pour que l'un ou l'autre de ces deux modes de diffusion de la culture soit privilégié par rapport à l'autre. Certes, l'équilibre entre stables et mobiles n'est pas toujours facile à trouver, et leur coexistence peut même parfois être conflictuelle : à Rouen, les difficultés que connaît le théâtre de la ville s'expliquent peut-être pour partie par le succès du festival « Octobre en Normandie », qui se déroule pendant plus d'un mois.

Mais notre comparaison montre bien qu'équipements et événements constituent deux vecteurs culturels complémentaires, qui ont chacun leur place dans une politique culturelle comme dans une stratégie de développement local, car ils ne touchent pas tout à fait le même public, ne leur apportent pas exactement la même offre culturelle et se traduisent par des effets qui peuvent être différents, mais qui, combinés, concourent à l'aménagement du territoire et au développement local.

Loin de toute concurrence, les exemples du « Choré-graphique de Tours », festival organisé par le centre chorégraphique national de Tours, ou des « Francophonies en Limousin », qui ont contribué à la création de bon nombre des équipements culturels permanents de Limoges, montrent qu'une bonne synergie entre les centres d'accueil permanents de la culture et l'aspect plus spontané des festivals est au contraire possible et fructueuse.

## CONCLUSIONS ET SUGGESTIONS

On l'a vu tout au long de ce rapport, c'est l'initiative qui compte. Sans la volonté d'un artiste, d'un élu, d'un promoteur, d'une collectivité : pas d'événement culturel. Mais, si sur le plan économique et social, les retombées apparaissent comme la sanction de la réussite, le détonateur ainsi que le moyen et l'outil d'un parcours maîtrisé restent le financement de l'entreprise. Quant à la vie culturelle, il ne faut pas l'oublier, elle demeure la finalité des efforts consentis.

Au terme de notre étude, il apparaît que cette réalité et cette dynamique de la multiplicité des festivals sont marquées par une extraordinaire diversité et par une constante évolutivité. Chaque année, des dizaines d'événements culturels naissent. Beaucoup s'installent dans une solide pérennité. D'autres s'étiolent ou disparaissent.

De ce phénomène d'ensemble, il paraît utile de rappeler les lignes de force qui se dégagent. Et aussi de suggérer les actions à mener pour perfectionner ou rendre plus efficace ce moyen nouveau de développement et d'aménagement du territoire.

La France accueille un grand nombre de festivals, en fort accroissement depuis le début des années quatre-vingt : 2 000 environ s'y dérouleraient chaque année. Ces événements culturels mobilisent des budgets conséquents : 567 millions de francs au total pour les seuls 247 festivals subventionnés étudiés par le ministère de la culture en 1992. Ils drainent un public considérable : très certainement plus de 5 millions de spectateurs au total, si l'on considère que ces seuls 247 événements étudiés attirent, à eux seuls, près de 2,7 millions de personnes.

Cette multitude d'événements exerce sur le développement local et régional un impact culturel. C'est évident. Mais aussi économique et social, ce qu'il convenait de souligner.

D'une part, les festivals contribuent au développement culturel des communautés humaines dans lesquelles ils se déroulent. La France accueille en effet chaque année, grâce à eux, des dizaines de créations musicales, théâtrales ou artistiques de tous ordres et dont certaines, sans eux, n'auraient très vraisemblablement pas vu le jour. Par ailleurs, les festivals permettent à des centaines de milliers de personnes d'accéder à des spectacles vivants. Certes, une partie de ce public, formée de connaisseurs, y aurait accédé quoi qu'il en soit. Mais le nombre, la dispersion, le caractère festif des festivals permettent sans aucun doute d'attirer nombre de spectateurs qui ne seraient, peut-être, jamais venus assister à ce type de représentations. De même, leur caractère exceptionnel permet d'organiser dans des endroits relativement peu peuplés des spectacles à l'audience d'ordinaire confidentielle, par exemple la musique contemporaine, et par là d'offrir à un public nouveau des représentations traditionnellement accessibles dans les seules grandes villes.

D'autre part, les festivals participent au développement économique et social des collectivités qui les accueillent. Dans bon nombre de cas, ils suscitent ou soutiennent ce développement.

Ainsi le caractère événementiel des festivals, qui répond particulièrement bien aux attentes des médias modernes, par nature tournés vers l'actualité, assure aux communes d'accueil des retombées de notoriété souvent très importantes au regard des efforts financiers consentis. En partie pour cette même raison, les festivals jouent un rôle non négligeable dans la redécouverte, la réhabilitation et l'animation des lieux patrimoniaux et historiques qui servent d'écrin à une forte proportion d'entre eux. Et, même si l'audience de beaucoup de festivals est pour une bonne part locale et régionale, leurs retombées touristiques sont également souvent importantes et dépassent le cadre de la région, d'autant que le tourisme culturel, longtemps très élitiste, répond à un engouement croissant du public, en France et à l'étranger.

Par les dépenses d'organisation effectuées par leur direction, par celles que consentent les artistes employés et les festivaliers qu'ils attirent, les festivals ont également des retombées commerciales, d'autant plus importantes qu'est élevé le pourcentage du public extérieur à la ville où ils se déroulent.

Enfin, même s'il est limité par l'ampleur du bénévolat et de la mise à disposition de personnels des collectivités locales, leur impact en matière d'emplois n'est pas non plus négligeable, tant pour les intermittents du spectacle, auxquels ils offrent souvent du travail l'été, à une période où nombre d'institutions culturelles permanentes font relâche, que pour les emplois induits, notamment, dans l'hôtellerie et la restauration. Ne faisons cependant pas d'angélisme. Du fait même du caractère d'événements temporaires des festivals, il s'agit souvent de travail précaire, le recours à ce type d'emploi étant parfois poussé par certains organisateurs à la limite de la légalité. Ce secteur mériterait à lui seul une évaluation et un contrôle vigilant.

Dans l'ensemble les festivals ont donc des retombées avec des bénéficiaires publics et privés. Ce sont des collectivités qui voient leur notoriété affirmée, les commerçants leur chiffre d'affaires amélioré. L'emploi est conforté, la vie associative valorisée, le tourisme développé. Tout cela atteste de la santé d'une économie nouvelle née et se nourrissant de la vie culturelle.

Des mesures complémentaires s'avèrent pour autant nécessaires pour soutenir ces événements et accroître leur impact sur le développement local.

Tout d'abord, même si cette réalité est plus difficile à appréhender que d'autres dans la mesure où il s'agit d'événements ponctuels et parfois éphémères, il paraît indispensable de mesurer l'importance des festivals organisés chaque année en France. Il n'a pas été possible au Conseil économique et social d'obtenir des pouvoirs publics ne serait-ce qu'un recensement exhaustif au plan national. Cette carence ne paraît pas acceptable, s'agissant d'événements qui mobilisent souvent des fonds publics et constituent un vecteur d'une importance croissante de la politique culturelle.

L'événement culturel et ses retombées exigent donc une évaluation. Dans ce but, la cellule d'évaluation du ministère de la culture doit être renforcée. Elle

doit se voir confier une mission plus exigeante. Son travail sera alimenté par celui de ses directions régionales. Les travaux menés dans le même sens par les conseils économiques et sociaux régionaux permettront de l'enrichir.

Mais nous tenons à préciser, et avec exigence, que l'évaluation requise n'est ni commerciale ni économique exclusivement. Le Conseil économique et social entend en effet souligner dans cette conclusion l'importance des retombées sociales de nombreux festivals et, parmi eux, de beaucoup qui ne sont pas nécessairement les plus médiatisés.

La mobilisation de la population locale constitue, pour de très nombreux festivals, et notamment les plus petits d'entre eux, une ressource essentielle sans laquelle, bien souvent, rien ne se ferait. En réduisant les coûts à qualité égale de prestations offertes, elle joue souvent un rôle majeur dans la phase de démarrage des événements culturels, et permet d'organiser des événements qui atteignent souvent un haut degré d'ambition culturelle dans des zones peu peuplées ou aux moyens budgétaires limités, qui n'y auraient pas accès sans cela.

Par l'implication collective dans un projet d'une partie parfois importante de la population d'un territoire, elle peut favoriser une prise de conscience de son identité, contribuer à changer son image, et par là, à retenir des habitants ou en attirer de nouveaux, constituant ainsi un puissant levier de développement local.

Même s'ils n'y suffisent naturellement pas à eux seuls, les festivals peuvent également concourir, notamment dans des zones défavorisées, à l'insertion de populations fragilisées, auxquelles les activités artistiques et culturelles offrent une voie pour reconstruire une image plus positive d'eux-mêmes et une relation d'échange avec autrui dans une pratique valorisante. Ils contribuent, de plus, dans certains cas, à l'expression et à l'affirmation d'un milieu social attaché à la recherche de son identité.

Ces apports des événements culturels au développement local, dans l'ensemble très positifs, ne peuvent que conduire le Conseil économique et social à souhaiter la pérennité du mouvement et la poursuite concertée de l'essor des festivals. Les efforts consentis par les pouvoirs publics en la matière ne doivent donc pas se relâcher, et cet impératif apparaît d'autant plus urgent - et d'autant plus difficile à tenir - dans un contexte de rigueur budgétaire accrue.

L'évaluation de la répartition des équipements culturels existants, qui devra précéder l'élaboration du schéma des équipements culturels prévu par l'article 16 section 2 de la loi du 4 février 1995 ou celle du schéma de services qui pourrait le remplacer, permettrait de mesurer si les déséquilibres géographiques éventuels dans le domaine des festivals ne sont pas renforcés ou entretenus par d'autres déséquilibres existant en matière d'équipements ; les deux ne sont en effet pas sans liens dans la mesure où les équipements servent, le cas échéant, de points d'appui aux festivals, ne serait-ce qu'en préparant le public local à leur faire bon accueil. Ce constat pourrait ou devrait le cas échéant inciter à un rééquilibrage approprié des aides publiques et servir, au delà du seul schéma, de point d'appui à la préparation d'une loi d'orientation culturelle propre à combler les lacunes, en la matière, de la loi de décentralisation de 1982.

A cette fin, le Conseil économique et social pense qu'il serait utile de créer une commission interministérielle, comprenant des représentants notamment de la culture, de l'aménagement du territoire, de l'environnement ainsi que du tourisme. En plus de sa contribution à l'élaboration du schéma des équipements culturels, son rôle serait aussi d'établir des guides méthodologiques de conseil pour l'élaboration à destination des régions, des départements et des municipalités « de plans culturels ».

Car une meilleure coordination des événements culturels paraît nécessaire. Elle est du reste souhaitée par bon nombre des organisateurs de festivals interrogés par le Conseil économique et social, et notamment des plus petits d'entre eux en terme de budget.

Elle doit intervenir à plusieurs niveaux : une plus grande coopération des organisateurs d'événements intervenant dans un même domaine (par exemple le jazz, la musique baroque) leur permettrait d'échanger leurs expériences -et par là contribuerait à leur formation- mais également de réduire les coûts de production, en autorisant le cas échéant des coproductions. Un soutien de l'Etat aux associations de festivals qui oeuvrent en ce domaine serait à cet égard positif.

De même, une plus grande coordination des festivals sur un plan géographique, au niveau régional ou départemental, serait souhaitable, ne serait-ce que parce qu'elle permettrait une meilleure complémentarité dans les choix des dates des événements. Ne convient-il pas également de réfléchir sur l'intérêt qu'il y aurait, vu le nombre croissant de festivals, à suggérer à leurs organisateurs de les mettre en oeuvre à l'échelon intercommunal ou au niveau de pays ? En effet, même si un festival se déroule, le cas échéant, dans une seule commune, ses retombées tant économiques que sociales et culturelles, excèdent en général le cadre communal. Cette coopération pourrait notamment permettre, du moins dans certains cas, d'améliorer la cohérence et la qualité des événements présentés. Les directions régionales des affaires culturelles, dont les missions et les moyens viennent d'être récemment confortés par des mesures de déconcentration, devraient jouer un rôle croissant en la matière, en liaison organique avec les conseils économiques et sociaux régionaux et les assemblées consulaires.

Enfin, le développement de liens plus étroits entre événements festivaliers et utilisation des équipements culturels permanents est à l'évidence nécessaire. Sous contrainte budgétaire, il y a un risque d'opposer les uns aux autres, ce qui serait dommageable. Il s'agit en effet de deux vecteurs culturels plus complémentaires que concurrents, car ils touchent des publics qui souvent ne sont pas les mêmes, ne leur apportent pas exactement la même offre culturelle et se traduisent par des effets qui peuvent être différents mais néanmoins se compléter. Enfin, l'offre festivalière ne peut effacer le besoin d'une politique culturelle nationale ou locale avec ses structures et ses moyens. Une plus grande synergie entre ces deux vecteurs favoriserait leur impact réciproque sur le développement des zones concernées, dans tous les aspects qu'il peut comporter.

La mise en place au sein des directions régionales des affaires culturelles d'un service d'appui et de conseil paraît alors indispensable. Bon nombre des organisateurs de « petits » et souvent de « moyens » festivals interrogés par le Conseil économique et social, passionnés et remarquables quant à leur

connaissance des artistes et du domaine culturel dans lequel ils interviennent, ne disposent pas d'une partie des compétences juridiques, fiscales, sociales, commerciales, voire techniques nécessaires à l'organisation des événements culturels, et appellent de leurs vœux un plus grand soutien en la matière. Ces animateurs culturels, plus souvent artistes que gestionnaires, ont besoin d'une aide spécialisée dans la gestion culturelle, dans la publicité, dans la commande de travaux d'infrastructure. D'où la nécessité de cette structure de conseil, et pourquoi pas d'ateliers de formation à la gestion. Dans ce domaine, les assemblées consulaires ont un rôle important à jouer.

Un plus grand appui serait également nécessaire, à un échelon départemental ou régional, pour la valorisation des événements culturels. Des progrès certains ont déjà été accomplis ici et là en ce domaine, notamment dans le cadre des comités départementaux du tourisme, mais ils doivent être poursuivis et encouragés.

Ce qui incite le Conseil économique et social à demander au ministère de la culture de se doter des moyens nécessaires pour mieux informer les décideurs locaux de l'action culturelle tout comme les responsables artistiques eux-mêmes.

Un instrument d'information réciproque et de coordination pourrait être constitué, sur un plan institutionnel, par la création d'une « conférence régionale de la culture ». Cette conférence réunirait chaque année l'Etat et les collectivités locales pour un examen de l'ensemble des projets culturels situés sur le territoire de la région parmi lesquels les festivals. Ce rendez-vous annuel pourrait aboutir à un relevé de décisions sur les projets communs. Cet instrument serait particulièrement approprié pour coordonner les soutiens financiers apportés aux événements culturels, ceux-ci bénéficiant très souvent de subventions croisées des différents niveaux de collectivités.

Les décisions de cette conférence devraient être éclairées par les avis d'une instance rassemblant des représentants, des acteurs économiques et sociaux et des professionnels du spectacle intervenant notamment à titre d'experts. Elle pourrait se concrétiser sous la forme de la section « développement et culture » qui existe déjà dans certains conseils économiques et sociaux régionaux et qui pourrait le cas échéant être créée au sein de ceux qui en sont encore dépourvu. Les compagnies consulaires y auraient évidemment un rôle à jouer, rôle qui serait d'autant plus efficace si elles se dotaient en leur sein d'une commission « économie et culture ». Ainsi, les liens entre les acteurs économiques et sociaux et la sphère culturelle festivalière seraient affirmés en vue d'une réelle efficacité.

Bien entendu, il ne s'agit pas là de souhaiter que s'installent des structures contraignantes. Ce serait absurde, mais il est souhaitable que s'ouvrent des « rencontres » de réflexion, de conseil et d'aide.

Tout ce qui vient d'être dit confirme bien la nécessité exprimée ci-dessus d'une évaluation active.

Enfin, même si une part de précarité est sans doute inévitable, compte tenu de la nature événementielle des festivals, il convient de rappeler que la législation sociale en la matière doit être respectée. Les services de l'Etat devraient à cet égard se montrer vigilants.

Cette rigueur nécessaire doit toutefois trouver une contrepartie dans l'aide apportée aux structures organisatrices de festivals, notamment sur un plan financier : peut être faut-il à cet égard envisager de repenser la question de l'assujettissement de ces structures à la taxe sur la valeur ajoutée et à la taxe professionnelle, comme il en avait été question dans le cadre de discussions entre le ministère de la culture et le conseil national de la vie associative ? A tout le moins, la ligne « projets porteurs » existant au budget des conseils régionaux, qui bénéficie aux projets économiques lourds, et depuis peu aux équipements touristiques, devrait-elle pouvoir être utilisée pour financer des projets d'investissement dans des équipements culturels qui permettront d'accueillir dans de meilleures conditions ou à un moindre coût les événements culturels. De même paraît-il indispensable d'arriver à une contractualisation pluriannuelle des concours financiers consentis par les collectivités publiques aux festivals. Celle-ci pourrait intervenir dans le cadre d'un contrat d'objectif fixant des engagements réciproques pour les deux contractants, une partie au moins étant garantie, à l'image de ce qui avait été mis en place par M. Jacques Duhamel pour les centres dramatiques nationaux grâce à l'arbitrage favorable du Premier ministre d'alors.

Enfin, une meilleure promotion des événements culturels au niveau départemental, régional, national mais aussi international doit être assurée : trop souvent en effet, ceux-ci restent des événements purement communaux, sans visibilité suffisante, alors que leur qualité culturelle mériterait une plus grande audience. De sérieux progrès ont été accomplis en ce sens, notamment avec la création par le ministère de la culture d'un service Minitel et de deux catalogues annuels recensant plusieurs centaines d'événements culturels et présentant leur programmation, mais aussi avec les opérations de promotion organisées à l'étranger dans le cadre de la Maison de la France. Les efforts en ce sens doivent être poursuivis.

Ainsi, il s'agira bien d'une action voulue et concertée de développement à l'échelle locale et régionale dont les acteurs pourront être l'Etat, les collectivités publiques, le mécénat, des sociétés privées, des associations.

Comme le soulignait M. Jacques Rigaud, lors de son intervention devant le Conseil économique et social, les événements culturels constituent un élément de réponse, certes très partiel, mais non négligeable, à trois des défis qui se posent à notre pays en cette fin de siècle.

- La fracture sociale, avec le risque que des pans entiers de la population soient de fait exclus de tout accès à la culture.
- La mondialisation, porteuse d'enrichissement mutuel, mais qui comporte le risque, dans le contexte actuel dans lequel elle intervient, d'une uniformisation des modes, des références et des styles culturels sous l'égide des Etats-Unis.
- L'essor des technologies du futur, et notamment du multimédia, qui constitue à beaucoup d'égards une formidable incitation à la curiosité et à l'ouverture des esprits, mais présente également le danger

que certains de ses utilisateurs croient que l'ordinateur constitue un vecteur suffisant pour accéder à la culture.

A ce triple défi, les événements culturels, et notamment les festivals, constituent une réponse insuffisante, mais sans doute particulièrement adaptée.

Le fait que les festivals, par nature très divers dans leur forme et leur contenu, soient portés le plus souvent directement par des artistes et des créateurs, les rend en effet particulièrement rétifs à toute forme de standardisation, et ils peuvent en cela contribuer à entretenir et à développer une « exception culturelle » européenne et française.

Leur caractère très souple, événementiel, festif, la place qu'accordent bon nombre d'entre eux à des formes relativement nouvelles ou populaires de la culture (jazz, rock, bandes dessinées, mais aussi danse, contes...) font des festivals, s'ils s'accompagnent des efforts pédagogiques nécessaires, un vecteur culturel complémentaire des institutions culturelles permanentes particulièrement adapté pour toucher des populations fragilisées.

Enfin, éléments du spectacle vivant, vibrant, ils constituent, en rendant un moment culturel unique et sensuellement présent à son public assemblé, un élément de réponse à ceux qui croient qu'il suffit pour accéder à la culture de consommer individuellement par l'intermédiaire des images d'un écran un produit culturel qui aura été mis aux normes de ce média.

Pour toutes ces raisons, et encore parce que la culture n'est pas une marchandise comme les autres, même si la loi du marché s'est imposée, du reste souvent comme un stimulant utile, dans nombre de domaines de l'activité culturelle, les événements culturels doivent faire l'objet d'un soutien des pouvoirs publics.

C'est à ce prix que les festivals pourront, parmi d'autres vecteurs de création et de diffusion, contribuer à cette double mission qu'André Malraux assignait à la politique culturelle : enrichir le patrimoine de l'humanité et favoriser l'accès du plus grand nombre à la culture.



## LISTE DES ILLUSTRATIONS

Fig. 1 :	NOMBRE DE FESTIVALS COMPORTANT DES PRESTATIONS DE MUSIQUE OU DE DANSE SUBVENTIONNÉS PAR LA DMD - RÉPARTITION PAR RÉGION .....	38
Fig. 2 :	CALENDRIER DES FESTIVALS PAR MOIS .....	40
Fig. 3 :	FRÉQUENTATION TOTALE DES FESTIVALS - NOMBRE DE SPECTATEURS PAR RÉPERTOIRE POUR LA MUSIQUE, ET PAR DISCIPLINE POUR LA DANSE, L'ART LYRIQUE ET LES FESTIVALS PLURIDISCIPLINAIRES .....	43
Fig. 4 :	BUDGET TOTAL DES FESTIVALS 1991 .....	46
Fig. 5 :	FESTIVALS 1991 - RECETTES EN FRANCS - RÉPARTITION PAR PARTENAIRE ET PAR RÉGION .....	48
Fig. 6 :	FREQUENTATION DES FESTIVALS EN POURCENTAGE ..	49
Fig. 7 :	TYPOLOGIE DES FESTIVALS DANS LES GRANDES VILLES.....	50
Fig. 8 :	DÉCOMPOSITION DES MANIFESTATIONS CULTURELLES À CARACTÈRE RÉPÉTITIF EN BASSE-NORMANDIE PAR THÈMES DOMINANTS - saison 1995-1996 - .....	65
Fig. 9 :	FLUX DIRECTS AU FESTIVAL D'AVIGNON .....	76
Fig. 10 :	EMPLOI NON ARTISTIQUE AU FESTIVAL D'AVIGNON....	78
Fig. 11 :	EMPLOI ARTISTIQUE AU FESTIVAL D'AVIGNON .....	79
Fig. 12 :	EMPLOI NON ARTISTIQUE AU FESTIVAL INTERCELTIQUE DE LORIENT .....	83
Fig. 13 :	EMPLOI ARTISTIQUE AU FESTIVAL INTERCELTIQUE DE LORIENT .....	84
Fig. 14 :	REGIONS D'ORIGINE DES SPECTATEURS .....	85
Fig. 15 :	EMPLOI NON ARTISTIQUE AU PRINTEMPS DE BOURGES.....	88
Fig. 16 :	EMPLOI ARTISTIQUE AU PRINTEMPS DE BOURGES.....	89
Fig. 17 :	VENTILATION DU PUBLIC PAR ORIGINE GEOGRAPHIQUE .....	151
Fig. 18 :	AUGMENTATION DU NOMBRE D'EMPLOIS DIRECTS ADMINISTRATIFS EN PÉRIODE DE FESTIVAL (1995) .....	177
Fig. 19 :	ÉVOLUTION DU NOMBRE TOTAL D'EMPLOIS DIRECTS NON-ARTISTIQUES EN PÉRIODE DE FESTIVAL (1984/85-1995).....	178

## TABLES DES SIGLES

ADAMI.....	Administration des droits des artistes et musiciens interprètes
ADMICAL.....	Association pour le développement du mécénat industriel et commercial
AFIT.....	Agence française pour l'ingénierie touristique
AMGVF.....	Association des maires des grandes villes de France
AMI.....	Aide aux musiques innovatrices
BIPE.....	Bureau d'information et de prévisions économiques
BNP.....	Banque nationale de Paris
CAF.....	Caisse d'allocations familiales
CEFRAC.....	Centre d'étude de formation et de ressources pour l'art et la culture
CEMEA.....	Centre d'entraînement aux méthodes d'éducation active
CNR.....	Conservatoires nationaux de région
CNSM.....	Conservatoire national supérieur de musique
DEP.....	Département des études et de la prospective
DESS.....	Diplôme d'études supérieures spécialisées
DMD.....	Direction de la musique et de la danse
DRAC.....	Direction régionale des affaires culturelles
ESG.....	Ecole supérieure de gestion
FEDER.....	Fonds européen de développement régional
FOL.....	Fédération des oeuvres laïques
FRAC.....	Fonds régional d'art contemporain
GRESE.....	Groupe de recherche socio-économique
INSEE.....	Institut national de la statistique et des études économiques
IUT.....	Institut universitaire technologique
PME.....	Petites et moyennes entreprises
SACEM.....	Société des auteurs compositeurs éditeurs de musique
SARL.....	Société à responsabilité limitée
SLA.....	Services loisirs accueil
SEM.....	Société d'économie mixte
SPEDIDAM.....	Société de perception et de distribution des droits des interprètes demusique et de danse
UDA.....	Union des annonceurs
UNSS.....	Union nationale du sport scolaire
URSSAF.....	Union pour le recouvrement des cotisations de la sécurité sociale et d'allocations familiales
ZUP.....	Zone urbaine prioritaire

## BIBLIOGRAPHIE

**Livres**

- Janine CARDONA et Chantal LACROIX  
Documentation française - 1996  
*Chiffres clés 1995 : statistiques de la culture*
- Ministère de la culture  
*France 1996 - Festivals et expositions et de la communication*
- Ministère de la culture  
Documentation française - 1988  
*Economie et culture : culture en devenir et volonté publique : 4ème conférence internationale sur l'économie de la culture : Avignon 12-14 mai 1986*
- Jacques RIGAUD  
Gallimard - 1980  
*La culture pour vivre*
- Acte du colloque du 39ème congrès des économies régionales - octobre 1992  
*La culture, luxe ou nécessité pour développement local le*
- Alain GUEULLETTE  
édition Sand  
*Le festival d'Aix-en-Provence*
- Festival international des Francophonies en Limousin  
*La maison des auteurs - 50 écrivains en résidence 1988/1995*

**Mémoires**

- Marie-France BOVE  
Ecole supérieure de gestion - 1995  
*Evénements phares du développement culturel en France : les festivals français vont-ils vers un compromis entre les financements publics et le mécénat ?*
- Patrick DUGOIS  
Mémoire de DESS de consultant culturel  
mai 1994  
*Le festival, phénomène culturel utilisé comme vecteur d'intégration sociale et constituant de l'identité d'un quartier - analyse des conteries de Blois*
- Mémoire de DESS « politiques culturelles et action artistique, option internationale »  
Université de Bourgogne - 1994  
*Banlieues bleues : un festival de jazz en Seine-Saint-Denis*

- Béatrice DE PARSEVAL et Patrice MARIE  
Université Reims Champagne-Ardenne - 1994 *Le festival est-il en Languedoc- Roussillon, un instrument d'aménagement culturel du territoire ?*
- Cédric HERANVAL-MALLET  
Institut d'études politiques - 1993-1994 *Le festival Ram-Dam : les enjeux d'une action culturelle territorialisée à visée sociale*
- Hélène MARIN-CUDRAZ  
Ecole nationale d'application des cadres communaux d'Angers - 1987 *Les impacts d'une action culturelle : proposition de méthodologie de mesure*

### **Rapports\_**

- Etude du ministère de la culture *Etude sur l'évaluation des festivals subventionnés en 1991 par la direction de la musique et de la danse*
- Josiane CUEFF - 1987  
Ministère de la culture *Festivals et patrimoine*
- Sylvie PFLIEGER -  
21 juillet 1986  
Ministère de la culture - BIPE *L'impact économique du festival d'Avignon*
- Commission d'étude de la politique culturelle de l'Etat présidée par Jacques Rigaud  
Documentation française - 1996 *Pour une refondation de la politique culturelle*
- Etude réalisée par le CEFRAAC pour le compte de la commission européenne - avril/octobre 1996 *L'impact économique, en terme d'emploi de dix festivals en Europe*
- Rapport du conseil économique et social régional de Rhône-Alpes - 18 juin 1997 *Pour une politique régionale en faveur des festivals*
- Etude du conseil économique et social régional de Basse-Normandie -1996 *Les festivals et manifestations culturelles à caractère répétitif en Basse-Normandie*
- Rapport du conseil économique et social de Bretagne - janvier 1995 *Les festivals en Bretagne*

- Etude de l'Association des maires de grandes villes de France - janvier 1993 *Les festivals dans les grandes villes*
- Rapport de l'Agence Rhône-Alpes de services aux entreprises culturelles (ARSEC) avril 1990 *Les festivals de la région Rhône-Alpes*
- Etude d'impact - université de Toulouse-le-Mirail - Adocc - 1988 *Jazz in Marciac, un festival dans le Gers : étude socio-économique*
- Etude de la chambre de commerce et d'industrie du Morbihan *Les retombées économiques du festival interceltique à Lorient, en 1983*
- Anne-Marie VANNIER 1995 *Etude sur le public du septembre musical de l'orne*

### **Reuves**

- Cahiers de l'administration territoriale n° 12 -1994 *Culture et collectivités publiques patrimoine-théâtre-spectacles*
- Cahiers espace n° 31 - mars 1993 *Festivals : création, tourisme, image*
- Revue HEXAMERON - novembre 1993

