

# UN RÊVE D'AVIGNON

DU 3 AU 25 JUILLET

Version téléchargeable au format pdf sur [www.festival-avignon.com](http://www.festival-avignon.com) N°6

La pièce *Architecture*, écrite et mise en scène par Pascal Rambert, jouée dans la Cour d'honneur en juillet 2019, finissait par cette phrase : « Nous entrons dans des temps auxquels nous n'avions pas pensé ». Était-ce un bon augure ou un mauvais présage ? Ce jour-là, nous ne savions pas... Le 16 mars 2020, le gouvernement a annoncé un confinement général et obligatoire de la population à l'échelle nationale pour une durée fixe, mais renouvelable. Nous commençons, sans le savoir et dans la crainte, 55 jours de mesures sanitaires contraignantes (contacts humains, déplacements...) en réponse à la pandémie de Covid-19 qui frappait notre pays. Tous les lieux publics jugés à risques ferment leurs portes (établissements scolaires, restaurants, cafés, cinémas, théâtres...) et tous les événements culturels et/ou sportifs furent reportés, voire annulés. Pour supporter les contraintes de l'enfermement, les Français se tournèrent vers la culture. Une culture différente, dématérialisée et inventive.

Les initiatives artistiques, divertissantes, réconfortantes ou engagées, collectives ou individuelles, initiées par des particuliers ou par des institutions se sont multipliées à travers le monde. Ce fut le cas du Festival d'Avignon qui, dès l'annonce du confinement, fidèle à ses valeurs d'accessibilité et de transmission et souhaitant poursuivre sa mission de service public, partagea, inventa et créa.

Depuis 1995, les responsables scientifiques des programmes de recherche sur le public du Festival d'Avignon, Emmanuel Ethis, Jean-Louis Fabiani, Damien Malinas et Raphaël Roth, mènent des enquêtes auprès des festivaliers de la cité des papes. Dans le contexte exceptionnel d'annulation de la 74<sup>e</sup> édition, mais aussi par la mise en place de trois événements majeurs « *Un Rêve d'Avignon* », « *Un Rêve de Cour* » et la *Semaine d'art*, la restitution des données va se dérouler en deux étapes. La première synthèse a pour vocation de rendre accessibles les principales informations sur l'avenir culturel post-confinement ainsi que sur la réception des publics aux différents événements à partir d'une sélection de plusieurs thématiques. La seconde se construira en octobre lors de la *Semaine d'art* et permettra à la fois d'observer les publics d'un événement différé hors saison et de tirer les leçons les plus édifiantes de l'expérience 2020.

## L'ANNULATION TARDIVE, MAIS POSITIVE : DÉBAT PUBLIC ET MÉDIATIQUE

Dès le mois de mars, tous les regards se sont tournés vers la cité des papes : le Festival d'Avignon sera-t-il ou non maintenu ? Le 8 avril 2020, la programmation est annoncée dans un format adapté à la situation (vidéos préalablement enregistrées d'Olivier Py et de certains artistes programmés). Cette communication a véritablement divisé les festivaliers. Il y eu les impatientes : « Très alléchante, de quoi rêver à de grands moments de théâtre et d'émotions » et les résignés : « Je ne l'ai pas écoutée, pensant bien que le Festival n'aurait pas lieu, et que s'il avait lieu, je n'irais pas<sup>1</sup> ». Le 13 avril 2020, le Festival d'Avignon est finalement annulé, mais cette fois<sup>2</sup> pour cause de « guerre face à un ennemi invisible et insaisissable<sup>3</sup> ». La presse locale et internationale s'empara de l'événement et évoqua l'annulation en ces termes : « coup de massue », « catastrophe », « déchirement », « crève-cœur ». En réaction, sur les

réseaux sociaux, deux sentiments se partagèrent : solidarité (envers le Festival et plus largement le secteur culturel) et inquiétude (notamment pour l'économie locale et la renommée de l'événement). Nous pouvions lire : « Pensées pour l'équipe du Festival et pour toutes les équipes artistiques qui embarquaient dans l'aventure 2020. Coup très dur aussi pour Avignon et alentour (...) Il faudra savoir se rattraper à vos côtés<sup>4</sup> » ou encore « Pouvez-vous m'indiquer l'huissier compétent pour venir chercher les clés de ma boutique située centre-ville Avignon ? Merci<sup>5</sup> ». L'annulation de la manifestation a posé un réel problème d'autant plus qu'Avignon est une ville où une grande part des ressources économiques est issue de la culture (estimation approximative : 100 millions de retombées économiques<sup>6</sup>). Parmi nos enquêtés, 80,6 % souhaitaient se rendre à la 74<sup>e</sup> édition du Festival (23,9 % avaient déjà pris leurs congés aux dates concernées et 36 % avaient déjà réservé leur logement) et c'est pourquoi ils furent si nombreux

à suivre les annonces sur différents supports (cf. Graphique n°1). En règle générale, les discours d'une institution et de ses organisateurs de même que le ton employé et les différentes façons de prendre la parole, sont particulièrement scrutés par les festivaliers. Ces événements sont porteurs de valeurs éthiques et morales qu'il est nécessaire de connaître et de comprendre. Nous entendons dans ces mots, la manière dont ils se positionnent et font vivre les valeurs de solidarité, de compréhension et d'humanité.

## « FAIS D'UN RÊVE (D'AVIGNON), ET D'UN RÊVE UNE RÉALITÉ »

« Le festival comme d'habitude n'aura pas lieu, il faut que chacun en fasse le deuil », déclarait Paul Rondin, Directeur délégué du Festival d'Avignon, dans *Le Dauphiné Libéré*, le mardi 7 avril. Le Festival comme nous le connaissons (multiples déambulations, rassemblements festifs...) fut impossible à envisager, mais cela n'a pas empêché

les festivaliers de profiter d'un temps de fête à distance, de se réunir virtuellement et de se synchroniser autour de nouvelles pratiques. Le 18 juin, dans un climat plus apaisé, le Festival annonça «Un Rêve d'Avignon», une façon de vivre l'évènement autrement (trois semaines de programmation numérique grâce à 14 partenaires notamment de l'audiovisuel public). 30,4 % des enquêtés ont profité de l'offre proposée. Parmi eux, sur tous les choix proposés et sur les 23 jours, 74,7 % placent en tête les captations sur ARTE, 65,3 % celles sur France Télévisions, 32,1 % les fictions sur France Culture et 26,3 % les documentaires inédits. En effet, juillet a été source de remémorations, mais aussi de créations. Par exemple, *Le Jeu des Ombres* de Valère Novarina, mis en scène par Jean Bellorini a été filmé au Théâtre National Populaire (TNP) de Villeurbanne puis diffusé le 25 juillet sur France 5 et le même jour dans la Cour d'honneur du Palais des papes (17,3 % des répondants y ont assisté). Les créations sont une des singularités du Festival. À la question «Indiquez trois mots qui décrivent selon vous le Festival d'Avignon», 19,3 % des enquêtés ont répondu «création» et 85,1 % estimé qu'elles sont un critère de choix primordial dans leur pratique de festivaliers.

Les raisons évoquées par les enquêtés qui n'ont pas souhaité participer à la programmation numérique sont principalement de trois ordres : l'inclination pour le présentiel (le numérique ne peut restituer l'ambiance du direct), la dose excessive d'écrans (notamment en raison du télétravail) et le manque d'accessibilité (faible débit, un seul support par foyer). Nous lisons : «(...) ma conception du spectacle vivant exclut le numérique qui empêche l'émotion (...) Par ailleurs, je maîtrise mal les techniques et ne fais pas de gros efforts pour qu'il en soit autrement<sup>7</sup>». Le manque de temps et d'informations est quelquefois relevé.

Le numérique est davantage envisagé comme une forme d'accompagnement, un outil de médiation culturelle et d'autonomie, une promesse d'accessibilité à la connaissance. En

revanche, des inégalités persistent dans la manière de pratiquer les différentes disciplines de la culture (on ne regarde pas un film de la même manière qu'une pièce de théâtre). Il a tout de même permis aux institutions et aux artistes de continuer d'exister, de présenter leur travail, de garder un lien. Les publics s'en sont emparés comme d'une véritable ouverture sur le monde extérieur, comme d'une bouée de sauvetage en plein naufrage. Ces initiatives ont montré que la culture *via* le numérique est tout à fait possible même si elles ne remplacent pas notre besoin humain d'incarnation et de réunion. Celui-ci d'ailleurs a été partiellement assouvi par plusieurs initiatives comme par exemple Les Scènes d'Avignon<sup>8</sup> qui ont proposé une semaine de lectures au Palais des papes intitulée «Un Souffle d'Avignon». Il était en effet absolument nécessaire que les théâtres du OFF soient également représentés pendant cette période sachant que 92 % des répondants déclarent profiter des spectacles du OFF lors de leur(s) séjour(s) à Avignon. Il y a eu aussi «Un Rêve de Cour» organisé par le Festival d'Avignon et Avignon Tourisme.

#### **UN RÊVE DE COUR : UNE RÉPONSE AUX BESOINS D'AUTENTICITÉ, D'HUMANITÉ ET DE FESTIVITÉ**

20,4 % des enquêtés déclarent avoir vu une ou plusieurs projections dans la Cour d'honneur du Palais des papes en juillet 2020. Pendant 15 jours, il fut en effet possible de revivre sur écran géant, installé dans une chaise longue, une rétrospective des plus grands moments du Festival des 20 dernières années (cf. Graphique n°2). Pour 64,6 % des enquêtés, ce fut un temps de découverte et de rattrapage. Pour 35,4 % qui avaient assisté à ces représentations en présentiel lors des précédentes éditions, ce fut un temps de remémoration. Les raisons de ces fréquentations sont multiples : profiter d'une expérience différente du direct, d'une meilleure visibilité ou audibilité, raviver des souvenirs, combler l'ennui, l'oisiveté ou l'absence, retrouver l'ambiance de la Cour d'honneur avec le même prestige et les mêmes

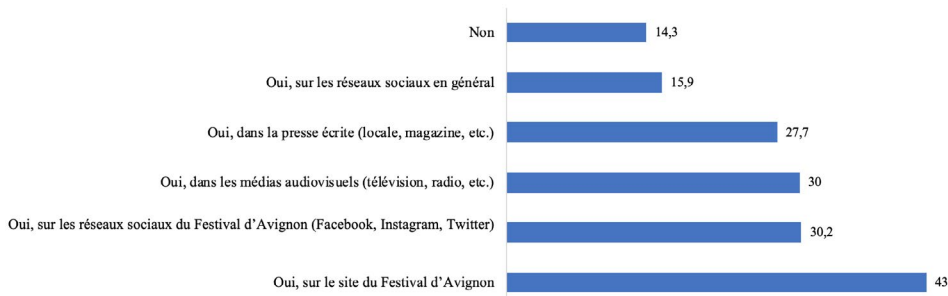
aléas climatiques ou encore pour faire découvrir les spectacles à des proches. En effet, la pratique de la Cour s'est faite en famille (conjoint(e), enfants) pour 36,2 % des enquêtés ou entre amis pour 28,3 %, ces chiffres étant en complète adéquation avec la pratique festivalière habituelle. En 2019, 42,6 % des festivaliers sont venus en famille, 39,3 % avec leurs amis. À Avignon, les festivaliers viennent chercher un espace d'échanges et de sociabilité. Parmi les diverses motivations, la découverte du Festival pour soi (10,9 %) et l'optique de le faire découvrir à un proche (14,7 %) sont deux critères importants de transmission et de diffusion. N'oublions pas que les festivals sont avant tout des lieux de rencontres, de pratiques et de connaissances. En ce sens, ils sont devenus de véritables outils d'Éducation artistique et culturelle (EAC), qui offrent aux spectateurs la possibilité et la liberté de penser et de partager.

En juillet 2020, la fréquentation de la Cour d'honneur s'est faite d'une manière plus solitaire que généralement. 31,5 % des enquêtés déclarent être venus seuls, alors qu'ils étaient seulement 19,5 % en 2019. Est-ce dû à l'appréhension des rassemblements, à une jauge imposée ou encore à l'habitude prise pendant le confinement ?

#### **LE CONFINEMENT : UN TEMPS PROPICE AUX DÉCOUVERTES**

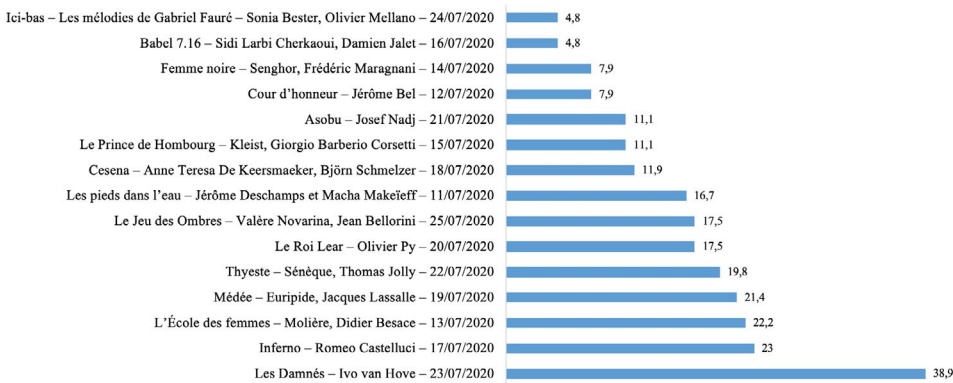
24,8 % des enquêtés ont été confinés seuls et leurs mots pour définir cette période sont : silence (6,6 %), isolement (6,2 %) et solitude (5,6 %). Nous pouvons supposer que ce huis clos imposé ait quelquefois favorisé le développement de l'autonomie : apprentissage d'une pratique, affirmation des choix et des goûts personnels. Plus de 30 % des enquêtés attestent que le confinement leur a permis de (re)découvrir des artistes, des œuvres ou des pratiques artistiques et culturelles. Les trois domaines les plus plébiscités sont, dans un ordre croissant : le théâtre, la littérature et le cinéma. 39,4 % des enquêtés estiment avoir fait, seuls, ces découvertes tout en reconnaissant l'influence déterminante

Graphique n°1 - Avez-vous suivi les différentes annonces faites par le Festival d'Avignon ?



*Il faut lire : 43% des enquêtés ont suivi les annonces du Festival sur leur site.*

Graphique n°2 - Présence des enquêtés à Un Rêve de Cour



*Il faut lire : le 23 juillet 2020, 38,9% des enquêtés ont vu Les Damnés d'Ivo van Hove.*

de leurs proches. En effet, 29,6 % estiment que leurs familles, amis et/ou collègues de travail sont à l'origine de ces trouvailles. D'autres formes de transmissions ont gagné en importance, pendant le confinement : 32,7 % des répondants estiment avoir fait des découvertes grâce aux captations et/ou extraits vidéo, 28,3 % grâce aux réseaux sociaux et enfin 25,7 % grâce à des institutions culturelles. Les moins de 25 ans ont davantage fait ces découvertes grâce à l'école et/ou à leurs études (25 % d'entre eux) tandis que les plus de 65 ans les ont trouvées dans la presse écrite et/ou audiovisuelle (49,1 % d'entre eux).

Les contenus audiovisuels, seuls formats culturels accessibles pendant le confinement, ont été largement suivis et appréciés : 46,3 % des interrogés ont privilégié Arte Concert, 42,9 % France Culture, 36,1 % France Télévisions. En l'occurrence, 48,4 % des enquêtés déclarent regarder des captations de spectacles ayant déjà été présentés au Festival d'Avignon. Notons qu'à la question « Indiquez trois mots qui décrivent votre confinement », 4,2 % des enquêtés donnent le mot « culture » et citent différentes pratiques : lecture

(9,6 %), cuisine (2 %), écriture (1 %), théâtre (0,6 %), télévision (0,4 %), musique (0,2 %). La variété des pratiques culturelles et artistiques de nos répondants pendant le confinement est en parfaite connexité avec les profils des festivaliers d'Avignon étudiés lors de nos précédentes enquêtes.

#### SOCIOMORPHOLOGIE DES PUBLICS :

- *un public connaisseur, participant et fidèle*

Le public du Festival d'Avignon est généralement identifiable grâce à son appétence culturelle<sup>9</sup>. Chaque été, il ne se contente pas d'assister à la manifestation, il profite également de l'offre culturelle du territoire. En revanche, cet été 2020, les lieux patrimoniaux et les institutions culturelles habituellement prisés par les festivaliers ont été en raison de la crise sanitaire nettement moins visités par nos enquêtés : 19,2 % ont visité le Palais des papes (75,7 % en 2019), 12,8 % la Collection Lambert (51,5 % en 2019), 8,8 % La Chartreuse (32 % en 2019). Les publics conservent malgré tout un fort attrait pour la culture et ceci pendant toute l'année. 14,6 % font de la

musique en amateur, 13,8 % du théâtre, 9,6 % de la danse. 61,5 % reconnaissent avoir conservé une activité artistique après l'avoir pratiquée dans le cadre de leur scolarité. Cela illustre l'importance de la transmission et de l'EAC dès le plus jeune âge. 16,5 % des enquêtés ont connu le Festival d'Avignon grâce à l'école ou à leurs études.

Nos enquêtés sont globalement fidèles au Festival d'Avignon : 17,9 % d'entre eux sont déjà venus entre 1 et 4 fois, 3,4 % plus de 45 fois. Pour 5,8 % des répondants, leur première fois était en 2019 et 14,6 % d'entre eux considèrent avoir réellement participé au Festival 2020. Ceci remet en question l'expérience singulière qui est de « Faire le Festival ». Pouvons-nous être publics même si nous ne sommes pas présents physiquement à un événement ? Un public peut-il être composé d'individus dispersés, isolés ou éloignés ? Quelle place et quelle empreinte va laisser l'édition 2020 dans les carrières de spectateur de chacun ? 46,3 % des interrogés ont à la fois participé à Un Rêve d'Avignon et à Un Rêve de Cour. Notons que plus les enquêtés sont fidèles au Festival d'Avignon, plus ils ont été assidus aux événements proposés : 57,7 % des personnes qui ont profité de la programmation numérique et 34,6 % des personnes qui ont assisté à une projection dans la Cour d'honneur sont venues entre 40 et 44 fois au Festival.

La représentation des femmes (63,1 %) et des hommes (33,8 %) au sein de notre panel d'enquêtés correspond à la population festivalière étudiée chaque année. Il en est de même pour le brassage des générations : 13,9 % de moins de 36 ans, 14,9 % de 46-55 ans et 34 % de 66 ans et plus. L'âge des publics est certes un indice de non-renouvellement, mais avant tout un critère de fidélité significatif du Festival d'Avignon. Les publics locaux (19 % habitant à Avignon ou dans le Grand Avignon), nationaux (89,7 % habitent en France), européens (Belgique 0,8 % ; Espagne 0,6 % ; Allemagne 0,3 % ; Italie 0,2 % ; Luxembourg 0,2 %) et au-delà (Canada, Israël, etc.) se sont impliqués

et cette mobilisation atteste de l'impact international du Festival malgré son annulation. Les cadres, toutes branches professionnelles confondues, les professions des arts, du spectacle ou de l'information, les professions libérales et les retraités sont les plus nombreux à avoir profité des deux manifestations du mois de juillet. 3,9 % environ des répondants à l'enquête sont néanmoins employés, ouvriers et/ou issus de professions intermédiaires.

Nos enquêtés étaient déjà friands de sorties culturelles jusqu'à ce que la crise sanitaire les en prive (dans un ordre croissant, la fréquentation des cinémas, les spectacles de théâtre, les visites des musées). Quels sont en conséquence leurs sentiments face à cette soudaine et radicale privation ?

• *un public solidaire, dévoué et bienveillant*

Les enquêtés se disent inquiets (72,1 %) pour le secteur culturel, mais ils sont pleins d'espoir (51,4 %) et impatientes (42,6 %) de reprendre le chemin des festivals. L'annulation de toutes les manifestations culturelles a laissé un profond sentiment de vide. 57,1 % avaient acheté des places pour des événements qui ont été annulés (des pièces de théâtre partout en France comme à la Comédie-Française, des concerts dans les Arènes de Nîmes par exemple, et/ou des manifestations comme le Printemps des comédiens à Montpellier ou le Festival International d'Art Lyrique d'Aix-en-Provence).

Une majorité des répondants (50,7 %) n'ont pas demandé le remboursement de leur billet d'une part par solidarité envers les lieux, les organisations et les artistes et d'autre part grâce à la généreuse et inventive prorogation de la validité de leur ticket.

67,6 % des enquêtés souhaitent retourner en festival dès que cela sera à nouveau possible tout en étant 56,1 % à préciser qu'ils tiendront compte de l'évolution de la situation sanitaire du moment. Ils formulent le vœu que cette crise permette aux festivals de repenser leurs engagements environnementaux (27,9 %), leurs dispositifs sanitaires (25,5 %), leur modèle économique (23,2 %) ou encore leur jauge des publics (18,3 %). Au mois de juillet, 35,1 % ne savaient pas encore s'ils se rendraient à la Semaine d'art organisée par le Festival d'Avignon au mois d'octobre (situation sanitaire incertaine, indisponibilité à ces dates...) et 42 % se disaient malgré tout prêts. En revanche, pour l'édition 2021 du Festival, 89,8 % des enquêtés aimeraient y assister.

#### LA SEMAINE D'ART : UN FESTIVAL SANS HÂLE NI CIGALE

En 1947, La Semaine d'art en Avignon (nom donné par Georges Pons et Jean Vilar à l'évènement qui allait devenir le Festival d'Avignon) voyait le jour, au mois de septembre, après un drame mondial. En 2020, l'histoire se répète, elle renaît après un autre drame mondial.

Du 23 au 31 octobre 2020, 7 spectacles seront présentés dans une dizaine de lieux d'Avignon (FabricA, Théâtre Benoît-XII, Chapelle des Pénitents blancs...) et des alentours (Villeneuve lez Avignon, Saze, Sorgues...). Cette manifestation réduite en ampleur et en durée a pour but de présenter une partie du programme de la 74<sup>e</sup> édition, articulé autour du désir et de la mort, d'Éros et de Thanatos. 55 % des enquêtés se disaient enthousiastes à l'idée de retrouver les œuvres et les artistes programmés en juillet 2020 et 75,2 % se prétendaient prêts à profiter de ces spectacles dans d'autres structures culturelles pendant l'année. Dans une logique de solidarité collective, les Scènes d'Avignon feront aussi partie de l'évènement tout comme d'autres institutions culturelles avignonaises (Collection Lambert, Ardenome, Le Totem...). Le dispositif est inédit. Nul ne sait à ce jour à quoi ressemblera véritablement ce rendez-vous ni qui sera présent, mais l'espoir est pourtant double : réfléchir et inventer de nouvelles façons de vivre avec le virus, ici et maintenant d'une part et d'autre part de retrouver tout un pan de la pensée de Jean Vilar à savoir, inventer un nouveau théâtre, découvrir une nouvelle citoyenneté et repenser les relations avec les publics.

«Le théâtre est ce qui continue quand on ne peut plus continuer»  
Olivier Py dans *Les Mille et une définitions du théâtre* (2013)

1 Réponses des enquêtés à la question « Qu'avez-vous pensé de la programmation annoncée le 8 avril par Olivier Py ? ».

2 La première annulation de son histoire était en 2003 en raison de la grève des intermittents du spectacle.

3 Extrait de l'allocation télévisée d'Emmanuel Macron le 16 mars 2020.

4 Commentaire sous la publication Facebook du Festival d'Avignon annonçant son annulation, le 13 avril 2020.

5 Commentaire sous la publication Facebook d'InfoAvignon publiant le communiqué de presse du Festival d'Avignon, le 13 avril 2020.

6 Chiffres à consulter sur le site du Festival d'Avignon : <https://festival-avignon.com/fr/festival-d-Avignon-609>

7 Réponses des enquêtés à la question « Avez-vous profité de la programmation numérique proposée par le Festival d'Avignon en juillet 2020 ? Si non, pourquoi ? »

8 Ce sont cinq théâtres permanents et conventionnés d'Avignon : Théâtre du Balcon, des Carmes, du Chêne Noir, du Chien qui Fume et des Halles.

9 L'enquête sur les pratiques culturelles des français, publiée en 2020 et réalisée par Philippe Lombardo et Loup Wolff, montre une part croissante de la culture dans le quotidien des français depuis ces dix dernières années.

Direction scientifique : Emmanuel Ethis, Professeur des Universités, Damien Malinas, Maître de conférences et Raphaël Roth, Maître de conférences (CNAM – INSEAC) – Direction institutionnelle : Paul Rondin et Virginie de Crozé – Enquête et rédaction : Laure-Hélène Swinnen, doctorante (Laboratoire Culture et Communication – Avignon Université)

>> **Méthodologie** : L'enquête a été réalisée à partir d'un travail d'observations, d'entretiens et de 634 réponses aux questionnaires (choix uniques - choix multiples - questions ouvertes - durée globale) diffusés via les réseaux du Festival d'Avignon (Facebook, site Internet), par e-mail aux festivaliers ayant réservé au moins une place au Festival d'Avignon à l'occasion des précédentes éditions ainsi qu'à ceux ayant réservé au moins une place pour Un Rêve de Cour, à partir des logiciels de billetterie, puis traités avec le logiciel Sphinx-Campus. L'enquête s'est aussi appuyée sur une revue de presse (*Dauphiné Libéré*, du 25 mars au 31 juillet) et sur une veille des réseaux sociaux (Facebook et Instagram, du 16 mars au 28 juillet).

>> **Ouvrages sur le Festival d'Avignon** :

Ethis Emmanuel (dir.), *Avignon, le public réinventé. Le Festival sous le regard des sciences sociales*, Paris, La Documentation française, 2002

Ethis Emmanuel, Fabiani Jean-Louis et Malinas Damien, *Avignon ou le public participant : une sociologie du spectateur réinventé*, Montpellier L'Entretemps, 2008

Ethis Emmanuel (dir.), *La petite fabrique du spectateur. Être et devenir festivalier à Cannes et Avignon*, Éditions Universitaires d'Avignon, 2011

Fabiani Jean-Louis, *L'Éducation populaire et le théâtre. Le public d'Avignon en action*, Presses Universitaires de Grenoble, 2008

Guillou Lauriane, *Le public du Festival d'Avignon : des expériences vécues au temps remémoré. Une approche communicationnelle de la mémoire individuelle et collective*. Thèse menée sous la direction scientifique d'Emmanuel Ethis et Damien Malinas et soutenue le 9 juillet 2020

Malinas Damien, *Portrait des festivaliers d'Avignon : Transmettre une fois ? Pour toujours ?*, Presses Universitaires de Grenoble, 2008