

Version téléchargeable au format pdf sur www.festival-avignon.com

N°9

« Il était une fois » la 76^e édition du Festival d'Avignon, ses 47 spectacles, ses 3 expositions, ses créations et ses publics...

En 2022, l'événement tente de laisser derrière lui les années difficiles de la crise sanitaire pour affronter de nouvelles perturbations : les conditions climatiques, le contexte économique... Une des particularités du Festival est sa « mise sous tension¹ ». En effet, à chaque édition pèse une menace sur l'événement, ses conditions d'accomplissement ou son avenir. Cependant, une de ses conditions d'existence ne faiblit pas, les publics.

Depuis 1995, les responsables scientifiques des programmes de recherche sur les publics du Festival d'Avignon – Emmanuel Ethis, Jean-Louis Fabiani, Damien Malinas et Raphaël Roth – s'associent aux équipes du Festival d'Avignon pour mener des enquêtes sur les spectateurs. En effet, les festivals sont des laboratoires à ciel ouvert pour étudier les publics de la culture. Ils sont des espaces de construction de soi et de son autonomie culturelle, des espaces de transmission et d'échanges. Ils permettent, en outre, de vivre des expériences au confluent de la pratique spectatorielle, de la connaissance et de la rencontre.

Cette synthèse est le résultat d'une sélection de données issues de l'étude menée sur le terrain lors de la 76^e édition du Festival d'Avignon. Elle a pour mission de présenter un état des lieux annuels et pour ambition d'étoffer les connaissances sur les publics du Festival à travers une articulation de plusieurs thématiques.

Sociomorphologie des publics de la 76^e édition

Parmi les enquêtés de la 76^e édition se côtoient des femmes (65%) et des hommes (33%) de plusieurs tranches d'âges : 15,5% de moins de 36 ans ; 10% de 36 à 45 ans ; 17% de 46 à 55 ans ; 27% de 56 à 65 ans et 28% de 66 ans et plus.

Ils sont majoritairement diplômés de l'enseignement supérieur (13% de Bac à Bac+3 ; 38% de Bac +3 à Bac +5 et 38% supérieur à Bac+5) et viennent de catégories

socioprofessionnelles différentes.

Ils sont, cadres toutes branches confondues (29%), retraités (18%), issus des professions des professions des arts, du spectacle ou de l'information (15%), en profession libérale (8,5%), étudiants (6%) ou employés/ouvriers (3%).

En 2022, 42% des enquêtés sont venus en famille (conjoint(e), enfants), 40,5% avec des collègues de travail, 21% seul(e), 16% en famille (parents, fratrie), 8% avec des collègues de travail et enfin 2% avec un groupe

organisé. Plusieurs types de groupes sont présents :

- les Céméa²/CDJSFA³,
- des centres sociaux,
- des CE⁴,
- Les Amis du Festival,
- le Groupe Miroir,
- le « European Theatre Convention », etc.

Un public international ?

La provenance géographique des enquêtés montre que 11% viennent du Vaucluse, 5% des Bouches du Rhône et 4% du Gard (départements voisins).

Les festivaliers venant de Paris sont présents à 18%.

Cependant, la présence de spectateurs venant d'autres pays montre la réputation internationale de l'événement : Belgique (3%), Suisse (3%), Allemagne (1%), États-Unis (0,6%), Espagne (0,4%), Royaume-Uni (0,4%), Italie (0,4%), Canada (0,3%), Pays-Bas (0,2%)⁵...

L'aspect international se traduit aussi par les langues parlées par les interrogés : l'anglais, l'espagnol, le néerlandais, l'allemand, l'italien, le portugais, etc. (cf. Graphique n°1).

L'importance de l'aspect international se manifeste aussi par les réponses à la question « Indiquez trois mots qui décrivent selon vous le Festival d'Avignon » : diversité, ouverture, international, monde, multiculturel...

Renouvellement du public

Parmi les répondants, 15,5% sont des primo-festivaliers c'est-à-dire participant au Festival d'Avignon pour la première fois en 2022. L'âge de ces spectateurs montre qu'une histoire avec le Festival d'Avignon peut commencer à tous les âges : 33% ont moins de 36 ans, 25,5% ont entre 46 et 55 ans, 7% ont 66 ans et plus.

Ces festivaliers côtoient, chaque année, des fidèles de l'événement

(22% sont déjà venus plus de 20 fois). Cela montre une double volonté du Festival d'Avignon : une fidélisation et un renouvellement de ses publics.

Cette découverte du Festival d'Avignon se vit en famille (51%), entre amis (36%) ou seul (20%).

Le Festival d'Avignon est aussi l'occasion de vivre d'autres nouveautés :

-Parmi les répondants ayant assisté à un atelier de la pensée en juillet 2022, 30% déclarent que c'était la première fois. Quelques exemples de rencontres citées par les interrogés : le dialogue avec Kirill Serebrennikov autour du *Moine Noir*, le 12 juillet ; le grand entretien avec Alain Damasio, le 20 juillet, « La dramaturgie du théâtre contemporain chinois », le 21 juillet, etc.

-15,5% des interrogés citent le mot « découverte » pour définir le Festival d'Avignon. En effet, participer à l'événement offre aussi l'opportunité d'être les premiers à découvrir des créations qui vont ensuite, pour la plupart, poursuivre une tournée internationale. 81% des spectateurs reconnaissent que la présence de créations au Festival d'Avignon est un critère important dans leur pratique de festivaliers.

De multiples premières fois sont aussi vécues par les jeunes publics. Ils ne font pas partie des spectateurs interrogés par

questionnaire⁶, mais sont au centre d'un programme de recherche débuté en 2019⁷.

Les projets jeunes publics

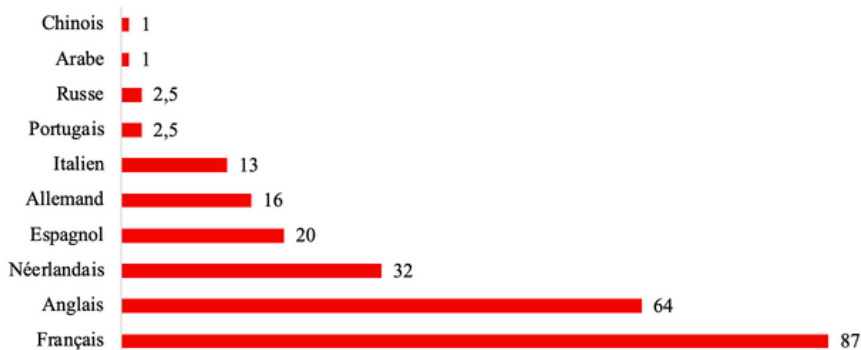
À la question, « Avez-vous connaissance des actions mises en place par le Festival d'Avignon pour le jeune public ? », 20% des enquêtés répondent « Oui ». Quelques exemples d'actions citées : la programmation dédiée dans la Chapelle des Pénitents Blancs, les tarifs préférentiels, les visites familles, le guide du jeune spectateur ou encore les partenariats pensés avec d'autres institutions telles que les Céméa, Scènes d'enfance - Assitej France⁸ et l'ESAA⁹.

35% des enquêtés connaissent le guide du jeune spectateur. Parmi ceux qui annoncent l'avoir utilisé cette année, 66% ont des enfants.

L'enquête a mis en avant un deuxième projet : les jeunes reporters culture – Web Tv. 10% des interrogés connaissent le dispositif. Parmi eux : 2% le connaissent parce qu'ils y ont déjà participé, 19% parce qu'ils connaissent quelqu'un qui y a participé et enfin 67% l'ont connu grâce aux réseaux sociaux et/ou au site internet.

Le Festival d'Avignon met aussi en place des actions tout au long de l'année afin de permettre aux plus jeunes de connaître l'événement, d'être sensibilisés aux mondes de l'art et de la

Graphique n°1 - Langues parlées par les enquêtés



Il faut lire : 64% des enquêtés parlent l'anglais.

Graphique n°2 - Pour quelles raisons suivez-vous les réseaux sociaux du Festival d'Avignon ?



Il faut lire : 63,5% des interrogés suivent les réseaux sociaux pour connaître la programmation.

culture et de poursuivre l'ambition d'être un lieu d'Éducation Artistique et Culturelle.

Les parcours des festivaliers

Construire sa programmation en tentant d'y intégrer l'ensemble de ses souhaits, des incontournables (représentations qui n'ont lieu qu'une seule fois) et des besoins essentiels (repas, etc.) est un challenge du Festival d'Avignon.

L'activité la plus répandue des publics est bien évidemment : les spectacles. Les festivaliers sont 68,5% à voir entre 1 et 5 spectacles par édition et 12% à en voir plus de 10.

Ils profitent aussi :

-des dialogues artistes-spectateurs animés par les Céméa (10%) ;

-des ateliers de la pensée (8%) ;

-du festival OFF (37% y ont vu entre 1 et 5 spectacles) ;

-des monuments et des musées avignonnais : Palais des papes (64%), Collection Lambert (46%), Maison Jean Vilar et BNF (39%) ;

-des festivals et événements de la région : les Rencontres de la Photographie d'Arles (28,5%), le Festival International d'Art Lyrique d'Aix-en-Provence (10%), les Chorégies d'Orange (8%), etc.

Ces chiffres illustrent d'abord l'appétence culturelle des publics du Festival d'Avignon, qui est une de leur singularité.

Ils montrent, en outre, comment

Avignon devient une ville-festival, transformée par de multiples pratiques et habitée par des spectateurs en attente de culture.

Les pratiques culturelles, artistiques et numériques des festivaliers

L'intensité et l'appétence en matière de pratiques culturelles diversifiées fondent « l'unité du public avignonnais¹⁰ ».

15% des enquêtés pratiquent le théâtre en amateur, 14% la photographie, 13% la musique, 12% la danse, 10% le chant... Ces chiffres sont bien au-dessus de la moyenne nationale issue de l'enquête sur les pratiques culturelles des Français de 2018¹¹ : 1% des Français ont pratiqué en amateur le théâtre au cours des douze derniers mois, 11% la musique et/ou le chant, 7% la danse, etc.

62% déclarent avoir d'ailleurs conservé une activité artistique après l'avoir pratiqué à l'école.

Concernant leurs pratiques numériques :

28% suivent les réseaux sociaux du Festival d'Avignon. Parmi eux, 77% suivent le compte Facebook, 52% Instagram, 12% Twitter et 8% Linked In.

Les usages de ces réseaux sont variés : suivre l'actualité de l'institution tout au long de l'année, connaître la programmation (cf. Graphique n° 2).

Une des particularités de la communication d'un festival est sa temporalité. En effet, afin de fidéliser leurs publics, d'en toucher de nouveaux et d'animer leurs communautés au-delà des dates de l'événement, les équipes doivent proposer du contenu tout au long de l'année. La rythmique festivalière se pense, dès lors, en trois temps :

- la préparation (le « avant »),
- l'expérience (le « pendant »),
- le prolongement (le « après »).

Prolonger l'expérience

Le lien avec le Festival d'Avignon ne s'interrompt pas à la fin du mois de juillet. En effet, l'expérience se prolonge notamment grâce au numérique. Il s'agit d'un « outil au service de cette immersion¹² ».

14% des festivaliers regardent des

captations de spectacles grâce au site et/ou aux réseaux sociaux de l'institution.

16% consultent le site pour connaître les tournées des spectacles ; 8% pour trouver des archives sur l'histoire du Festival, etc.

L'expérience se prolonge aussi dans les lieux physiques comme à la FabricA où ont lieu notamment la présentation de la programmation, les rencontres mensuelles avec les artistes de la prochaine édition, etc.

Les actions comme prolonger l'expérience tout au long de l'année, réitérer sa participation à l'événement, prendre la parole ou encore endosser un rôle de médiateur font des spectateurs du Festival d'Avignon, un public participant au sens de Jean Vilar.

« Il était une dernière fois... »

« La ferveur du public est considérable, elle est héroïque souvent. Leur joie, leur enthousiasme, leurs applaudissements, leur écoute (...), leur questionnement, tout cela est absolument unique au monde. » a déclaré Olivier Py dans sa dernière conférence de presse, le 24 juillet 2022.

Après neuf années passées à la tête du Festival d'Avignon, c'est à cette occasion qu'Olivier Py a passé le relais à Tiago Rodrigues qui en a pris officiellement la direction le 1^{er} septembre.

La 77^e édition aura ainsi lieu du 5 au 25 juillet 2023 et mettra à l'honneur la langue de Shakespeare.

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

2 Centres d'entraînement aux méthodes d'éducation active

3 Centres De Jeunes et de Séjours du Festival d'Avignon

4 Comité d'Entreprise

5 À noter : le questionnaire est disponible en français seulement.

6 Les questionnaires sont envoyés, par newsletter, aux personnes ayant acheté au moins un billet l'année en cours. En 2022, les plus jeunes enquêtés ont 16 ans.

7 La thèse de Laure-Hélène Swinnen, sous la direction d'Emmanuel Ethis, Damien Malinas et Raphaël Roth – « L'Éducation Artistique et Culturelle au Festival d'Avignon : lieux et temps hétéronomes de la transmission ».

8 Association internationale du théâtre pour l'enfance et la jeunesse

9 École Supérieure d'Art d'Avignon

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

11 Lombardo Philippe et Wolff Loup, *Cinquante ans de pratiques culturelles en France*, Culture Études, Ministère de la Culture, 2020.

12 Guillou Lauriane, *Le public du Festival d'Avignon : des expériences vécues au temps remémoré : une approche communicationnelle de la mémoire individuelle et collective*, Sciences de l'Information et de la Communication, Université d'Avignon, 2020.

Direction scientifique : Emmanuel Ethis, Professeur des Universités, Damien Malinas, Maître de conférences et Raphaël Roth, Maître de conférences (CNAM – INSEAC – Guingamp) – Direction institutionnelle : Virginie de Crozè, directrice de la communication et des relations avec le public du Festival d'Avignon – Enquête et rédaction : Laure-Hélène Swinnen, doctorante et ATER (Laboratoire Culture et Communication – Avignon Université)

>> **Méthodologie** : L'enquête a été réalisée à partir d'un travail d'observations et de 1416 réponses aux questionnaires diffusés via les réseaux du Festival d'Avignon (Facebook, site Internet) et par e-mail aux festivaliers ayant réservé au moins une place lors de la 76^e édition, à partir des logiciels de billetterie, puis traités avec le logiciel Sphinx-Campus.

>> **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