

Une sensibilité écologique croissante

En 2025, la préoccupation environnementale s'affirme avec force : 39 % des enquêtés connaissent la politique environnementale du Festival. Les actions les plus identifiées sont l'amélioration de l'offre de transports doux (77 %), la signalétique de tri des déchets (51 %), le recours aux QR codes pour limiter les impressions (39 %), l'installation de toilettes sèches (25 %) et la consultation du guide du festivalier éco-responsable (23 %) (graphique 3).

Pour 56 % des festivaliers, l'engagement en responsabilité sociale et environnementale (RSE) influence directement leur venue. Des termes comme « durable », « éco-responsable », « climat » ou « train » reviennent fréquemment. Concrètement, 52 % des spectateurs privilégient le train, dont 20 % les lignes nocturnes de la Région Sud. Cette citoyenneté écologique traduit une pratique culturelle soucieuse de l'avenir collectif.

Une citoyenneté inclusive : l'accueil des personnes en situation de handicap

L'inclusion constitue un autre pilier de cette citoyenneté responsable. Parmi les enquêtés, 8 % se déclarent en situation de handicap (moteur 4 %, visuel 2 %, auditif 1 %, psychique 1 %). 65 % connaissent les dispositifs mis en place : surtitrage, audiodescription, places adaptées et utilisation du Facile à Lire et à Comprendre (FALC) dans certains supports. Ces actions favorisent la rencontre avec l'art pour tous, sans barrière.

Une EAC vivante et reconnue tout au long de l'année

Les actions d'éducation artistique et culturelle ne sont plus perçues comme des entités abstraites : 83 % des festivaliers en connaissent au moins un dispositif (visites scolaires et ateliers à La FabricA, partenariats Ceméa, jeunes reporters - Web-TV, etc.). La FabricA elle-même est identifiée par 84 % des répondants, et 25 % la fréquentent ré-

gulièrement pour des spectacles ou ateliers.

Cette reconnaissance s'ancre dans un parcours de vie : 57 % des enquêtés ont pratiqué une activité artistique pendant leur scolarité (théâtre 20 %, musique 18 %), et 95 % ont conservé une pratique à l'âge adulte. 82 % connaissent des actions EAC concrètes, telles que rencontres artistes-élèves ou spectacles scolaires. L'éducation populaire et l'EAC apparaissent ainsi comme des leviers puissants d'élévation et de construction des publics.

A la fois lieu de transmission intergénérationnelle et internationale, de patrimoine, de mémoire et d'exposition le Festival incarne une citoyenneté culturelle responsable où préoccupation écologique, inclusion, sensibilisation des jeunes et éducation artistique et culturelle se renforcent mutuellement. Les piliers de l'EAC – rencontre, pratique, connaissance – irriguent ces démarches et contribuent à faire du Festival un espace vivant, durable et ouvert à tous. Un lieu où l'on aime bien exister et se sentir exister ensemble.

Méthodologie

L'enquête a été réalisée à partir d'un travail d'observations et de 1343 réponses aux questionnaires diffusés par e-mail aux festivaliers ayant réservé au moins une place lors de la 79^e édition du Festival d'Avignon ainsi que sur les réseaux sociaux. Les questionnaires ont été envoyés à partir des bases de données du logiciel de billetterie, puis traités avec le logiciel Sphinx. L'échantillon obtenu a fait l'objet d'un redressement statistique et d'une vérification sur les variables suivantes : genre, catégorie socio-professionnelle, provenance géographique. Ces redressements et contrôles permettent de confirmer que l'échantillon présente des caractéristiques socio-morphologiques conformes à celles habituellement observées parmi les publics du Festival d'Avignon. Il est représentatif des festivaliers de cette édition. Le nombre de questionnaires après vérification permet de traiter les données de la manière la plus brute et honnête.

Bibliographie

- De Baecque, Antoine, Loyer, Emmanuelle, Histoire du Festival d'Avignon. Paris : Gallimard, 2007.
- Ethis, Emmanuel (dir.). Avignon, le public réinventé : Le Festival sous le regard des sciences sociales. Grenoble : La Documentation française, 2002.
- Fabiani, Jean-Louis. L'Éducation populaire et le théâtre : Le public d'Avignon en action. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2008.
- Guillou, Lauriane (avec Jean-Louis Fabiani et Damien Malinas). « Du centre pénitentiaire au Festival d'Avignon. Un atelier théâtral pour remettre les détenus dans un temps social ». Champ pénal/ Penal field, vol. 24, 2021.
- Malinas, Damien. Portrait des festivaliers d'Avignon : Transmettre une fois ? Pour toujours ? Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2008.
- Swinnen, Laure-Hélène. L'Éducation Artistique et Culturelle au Festival d'Avignon : naissance, existence et résonance auprès du jeune public. Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université d'Avignon, 2024.

Pour mieux comprendre et découvrir le Festival d'Avignon, l'exposition permanente de la Maison Jean Vilar, intitulée Les Clés du Festival, offre un parcours immersif sur l'histoire et l'avenue du Festival depuis 1947. Située à Avignon, elle est ouverte au public et propose des archives, documents et témoignages sur Jean Vilar et l'héritage théâtral. L'Établi de l'éducation artistique et culturelle est un site de ressources en EAC : <https://etabli-eac.cnam-inseac.fr/belle-isle-en-avignon/>

Les auteurs et autrices des enquêtes adressent une pensée émue à Jacques Téphany, dont les dialogues ont profondément nourri la vision de ces publics si chers à son cœur, ainsi qu'à Frédéric Nauczyciel, photographe attentif de ces mêmes publics.



inseac
Institut National Supérieur de
l'Éducation Artistique et Culturelle

Institut national supérieur de l'éducation artistique et culturelle - Septembre 2025



PUBLICS DE LA CULTURE & COMMUNICATION

Les synthèses - Juillet 2025

LES PUBLICS DU FESTIVAL D'AVIGNON EN 2025

Version téléchargeable au format sur festival-avignon.com - N° 12

Sociomorphologie des publics de la 79^e édition

Les femmes représentent les deux-tiers du public du Festival d'Avignon en 2025, une proportion stable depuis près de trente ans. Les répondants ont entre 12 et 97 ans : 6 % ont moins de 26 ans, 7,5 % entre 26 et 35 ans, 10 % entre 36 et 45 ans, 17,5 % entre 46 et 55 ans, 24,6 % entre 56 et 65 ans et 34,5 % ont 66 ans et plus. Cette diversité générationnelle qui constitue l'une des caractéristiques du public du Festival.

Sur le plan professionnel, les cadres représentent près d'un tiers des festivaliers, suivis par les retraités (18 %), les professionnels des arts, du spectacle ou de l'information (13 %), les professeurs des écoles ou assimilés (9,6 %), les professions libérales (8,8 %), les employés/ouvriers (5,4%), les étudiants (3,5 %), les artisans/commerçants (2,9 %). 13,8 % des répondants déclarent venir au Festival principalement pour des raisons professionnelles. Parmi eux, nous retrouvons des programmateurs (19,3 %), des artistes interprètes (14,3 %), des directeurs et directrices artistiques (12,4 %), des directeurs et directrices de lieux (13,7 %), des professionnels de la production (14,3 %), de l'administration (13 %), de la technique (7,4 %) ou encore des relations avec les publics (13 %).

Concernant leur provenance géographique, un quart résident dans la région PACA (15 % dans le Vaucluse,

La 79^e édition du Festival d'Avignon s'est tenue du 5 au 26 juillet 2025. Elle été marquée par une programmation articulée autour de la langue arabe comme invitée d'honneur et de Marlene Monteiro Freitas en tant qu'artiste complice. Avec 302 représentations, plus de 200 rendez-vous (débat, lectures, projections), et un taux de fréquentation dépassant les 98 %, l'événement a confirmé son rôle de vitrine internationale de la création contemporaine. Au cœur de cette effervescence, les publics restent le pilier essentiel. Qui sont-ils ? Quels sont leurs profils, leurs motivations, leurs pratiques ? Quelle relation entretiennent-ils avec l'institution ? Quelles sont leurs pratiques culturelles ? Quels sont les enjeux sociétaux et écologiques saisis par le Festival d'Avignon dans lesquels ils se reconnaissent et qui les préoccupent ?

Depuis 1995, les responsables scientifiques des programmes de recherche – Emmanuel Ethis, Jean-Louis Fabiani et Damien Malinas et les chercheuses et chercheurs sur les publics d'Avignon – Lauriane Guillou, Laure-Hélène Swinnen, Alexandre Delorme, Raphaël Roth, s'associent aux équipes du Festival pour mener des enquêtes sur le public. Les festivals sont des laboratoires à ciel ouvert, des espaces de transmission, d'échanges et d'expériences au croisement de la pratique spectatorielle, de la connaissance et de la rencontre.

Cette synthèse présente une sélection de données issues de l'étude menée lors de la 79^e édition. Elle vise à offrir un état des lieux annuel et à approfondir les connaissances sur les publics à travers plusieurs thématiques clés.

7 % dans les Bouches-du-Rhône, 1 % dans les Alpes-Maritimes, 1 % dans le Var, 1 % dans les Alpes-de-Haute-Provence...). Les départements voisins sont aussi représentés : Gard (4%), Drôme (1 %), Hérault (2 %) et Ardèche (1 %). Ainsi, un tiers des festivaliers habitent dans la grande région Sud et dans les départements limitrophes. Par ailleurs, 16 % viennent de Paris.

Un rayonnement international et une diversité linguistique

La présence de spectateurs venant d'autres pays témoigne de la réputation

internationale de l'événement : Suisse (2,8 %), Belgique (2,6 %), Allemagne (0,6 %), Espagne (0,5%), Canada (0,5 %), États-Unis (0,4 %).

Cette dimension internationale se reflète également dans la diversité linguistique des festivaliers. Parmi les langues parlées par les répondants, l'anglais arrive en tête (65,8 %), suivi de l'espagnol (21,8 %), de l'allemand (16,8 %), de l'italien (13,1 %), du portugais (2,6 %) et de l'arabe (2,3 %).

Cette édition a mis à l'honneur la langue arabe, affirmant la volonté de l'équipe de Tiago Rodrigues de faire

du Festival un espace d'ouverture au monde, de découverte et d'exploration culturelle. Cette thématique a influencé les choix des festivaliers : 31 % des répondants déclarent avoir été incités par cette édition à voir des spectacles de la langue invitée. En 2026, une nouvelle langue sera invitée, et près de la moitié des festivaliers (49 %) indiquent souhaiter voir l'italien mis à l'honneur, 24 % le japonais, 19 % l'allemand, 17 % l'ukrainien, 16 % le portugais ou encore 15 % l'hindi (graphique 1).

Venir au Festival : motivations et parcours

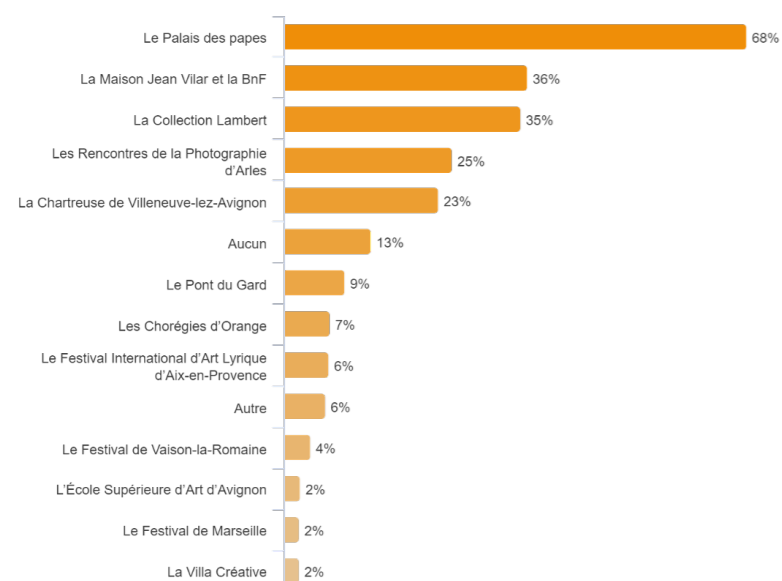
L'expérience du Festival se vit majoritairement en groupe : 55 % des festivaliers viennent en famille, 39 % entre amis, 7,3 % avec des collègues et 5,5 % dans le cadre d'un groupe organisé (Ceméa/CDJSFA, CE, Anrat...). Toutefois, 13,2 % choisissent une approche plus solitaire. Le partage demeure une motivation essentielle, comme en témoigne le fait que 13,8 % des spectateurs déclarent venir pour faire découvrir le Festival à un proche. Parmi les autres motivations principales, nous retrouvons la découverte des créations (55 %), la curiosité pour de nouvelles propositions artistiques (48 %), l'ambiance du Festival (41 %) et le suivi du travail d'un artiste (13,6 %).

Depuis 2024, Tiago Rodrigues et son équipe invitent un ou une artiste complice, une nouveauté qui s'inscrit dans les critères de sélection des spectacles pour de nombreux festivaliers. Parmi

les éléments déterminants dans le choix d'une représentation, 57,5 % citent le metteur en scène ou le chorégraphe, 33,5 % l'auteur ou le compositeur, et 22 % la compagnie artistique.

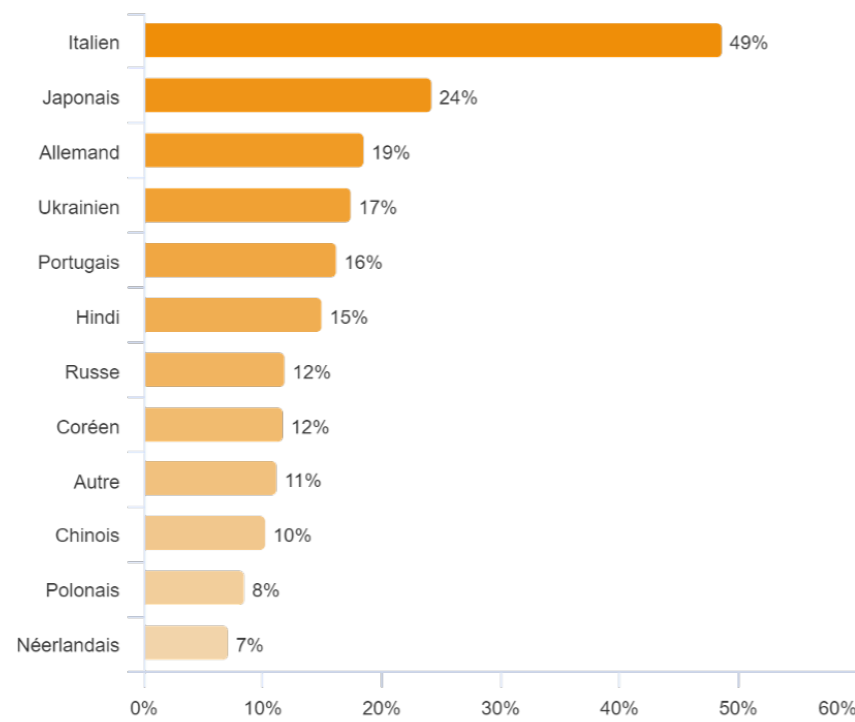
En moyenne, les festivaliers restent 7 jours. Plusieurs modes de réservation sont utilisés : le site internet du Festival (71 %), le téléphone (13 %), l'application mobile (17,6 %), les enseignes partenaires (11 %) ou encore le guichet du Cloître Saint-Louis (12 %).

Parmi ces lieux et événements, indiquez ceux que vous avez fréquentés pendant votre ou vos séjour(s) au Festival d'Avignon (plusieurs réponses possibles) ?



Graphique 2 - Les lieux visités par les festivaliers pendant leur séjour

Qu'aimeriez-vous voir comme langue invitée lors des prochaines éditions ?



Graphique 1 - Les souhaits des festivaliers en matière de langue invitée pour l'édition 2026.

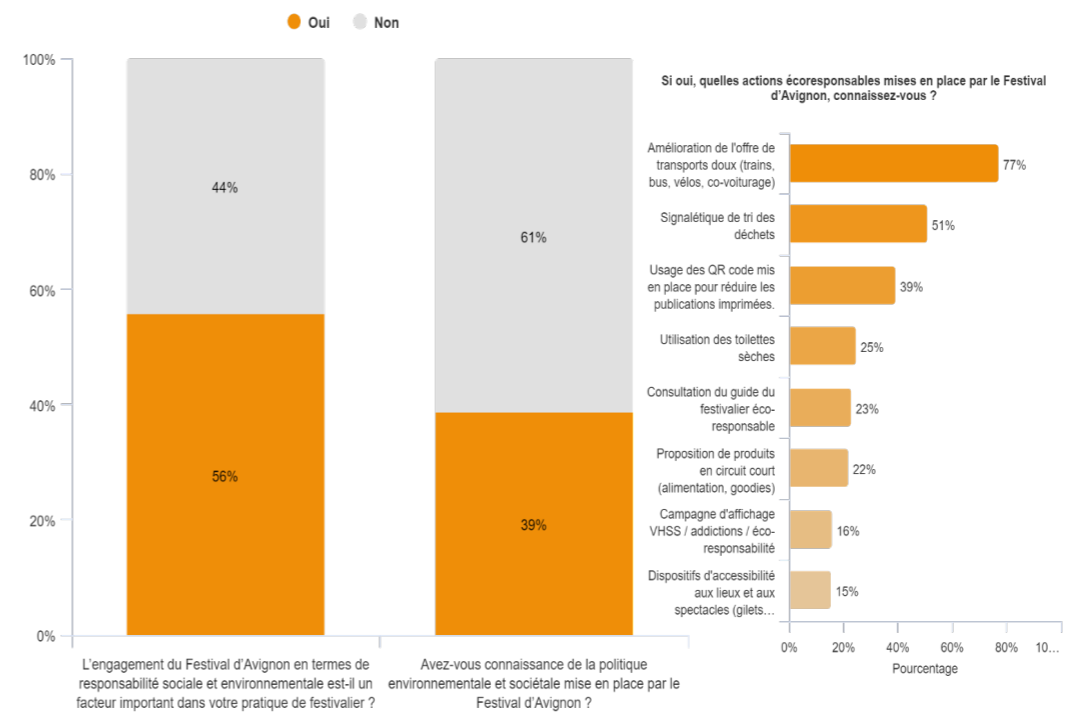
Si 41 % des festivaliers logent intramuros, une part importante séjourne hors du centre-ville, voire en dehors d'Avignon. Pour accéder au Festival, 67 % prennent le train, 44,9 % utilisent leur voiture (dont 4,2% une voiture électrique), 1,1 % prennent l'autocar pour des trajets longue distance et 6 % privilégient le vélo. Une fois sur place, la marche reste le mode de déplacement principal (74,6 %), soulignant l'accessibilité piétonne du Festival et l'importance de l'expérience urbaine dans l'immersion festivalière.

Un festival ancré sur son territoire

Le Festival d'Avignon est un espace de rencontres et d'expériences culturelles où habitent différents publics. Hormis le off, où 34 % des spectateurs ont vu entre 1 et 5 spectacles, d'autres événements sont prisés : les Rencontres de la photographie d'Arles (24,6 %), le Festival d'Aix-en-Provence (6,5 %), les Chorégies d'Orange (7 %), le Festival International de piano de La Roque d'Anthéron, Jazz à Vienne, etc.

Les festivaliers visitent également des lieux patrimoniaux : le palais des Papes (68 %), la Collection Lambert (35%), la Maison Jean Vilar et la BnF (36 %), la Chartreuse de Villeneuve-lez-Avignon

L'importance et la connaissance de l'engagement du Festival en matière de responsabilité société et environnementale



Graphique 3 - Les préoccupations des publics sur l'engagement du Festival d'Avignon en matière de responsabilité sociétale et environnementale

(23 %) (graphique 2).

48,4 % des enquêtés ont reçu une initiation culturelle par leur entourage enfant et 53,1 % ont pratiqué une activité artistique à l'école. En amateur, 19 % font du théâtre, 14,1 % de la musique, 13,5 % de la photographie, 14,1 % du chant et 13,7% de la danse.

Un public assidu et fidèle

Les enquêtes annuelles témoignent d'un équilibre entre assiduité et fidélité des publics. Parmi les festivaliers interrogés, 15,4 % participaient pour la première fois. Ces nouveaux spectateurs côtoient des habitués du Festival, dont 22,3 % y ont assisté plus de vingt fois. Cela illustre la double volonté du Festival : fidélisation et renouvellement.

Le Festival offre de multiples premières fois : 31 % des répondants ayant assisté à un Café des idées déclarent que c'était leur première. 15 % citent « découverte » pour définir le Festival. 80 % reconnaissent que les créations sont un critère important.

Préoccupations citoyennes et responsables : où les piliers de l'Éducation Artistique et Culturelle prennent toute leur place

Le Festival d'Avignon se distingue par sa capacité à incarner une citoyenneté culturelle active, responsable et inclusive. Les enquêtes auprès des festivaliers révèlent une vitalité des publics profondément engagés, où l'Éducation Artistique et Culturelle (EAC) – à travers ses trois piliers fondamentaux que sont la rencontre avec les œuvres et les artistes, la pratique artistique personnelle et l'acquisition de connaissances – irrigue l'ensemble des actions du Festival. Cette dimension citoyenne s'exprime à travers plusieurs axes majeurs : l'accueil de primo-spectateurs, la préoccupation écologique, l'inclusion des personnes en situation de handicap et la reconnaissance des dispositifs EAC tout au long de l'année.

Pour mieux comprendre la place de l'EAC au Festival d'Avignon, la thèse de Laure-Hélène Swinnen, soutenue en décembre 2024 et intitulée *L'Éducation Artistique et Culturelle au Festival d'Avignon : naissance, existence et résonance auprès du jeune public*, offre un éclairage approfondi. Remontant aux prémices

posées par Jean Vilar dès 1947 en faveur de la jeunesse et de la démocratisation culturelle, cette recherche montre que l'EAC s'est constamment transformée au fil des décennies, des crises et des changements de direction. À travers une enquête de terrain immersive, elle met en évidence une stratégie globale : mobilisation d'une chaîne de coopération, diversité d'initiatives en juillet et tout au long de l'année (y compris numériques), partenariats, outils de médiation, aménagement d'espaces, et une dynamique temporelle en trois phases (avant, pendant, après). Cette approche, maintenue même pendant la crise sanitaire de 2020, favorise l'appropriation par les jeunes publics, principaux bénéficiaires, via leurs discours et comportements, et encourage la rencontre entre différents mondes de l'EAC.

Accueillir l'avenir : les actions en direction du jeune public

Sensibiliser les plus jeunes aux arts vivants constitue en effet un enjeu citoyen essentiel de transmission intergénérationnelle. Près d'un quart des enquêtés déclarent connaître les actions spécifiquement destinées au jeune public. Plusieurs initiatives sont régulièrement citées : tarifs préférentiels, partenariats avec les Ceméa, Scènes d'enfance – Assitej France. Ces derniers connaissent les dispositifs EAC : à La FabricA (visites scolaires, ateliers), Ceméa, jeunes reporters - Web-TV.

Ces actions, préparées tout au long de l'année, trouvent leur point d'orgue en mai lors des restitutions publiques au moment du Festival de La FabricA. Elles favorisent la rencontre précoce avec le spectacle vivant et inscrivent la pratique culturelle dès l'enfance comme un droit citoyen. Le Festival maintient ainsi une offre tout public susceptible d'intéresser les jeunes (le carnet « Premières fois » est utilisé par 5% des répondants), comme le spectacle *Fusée* de Jeanne Candel l'an passé.

Cette citoyenneté trouve son expression et son exposition publique au mois de juillet "sa restitution" mais se prépare tout au long de l'année, le Festival met en place des actions pour sensibiliser toutes les générations de publics aux arts vivants.