



# Le Festival d'Avignon et son public en 2018

Équipe Culture & Communication - Université d'Avignon - Juillet 2018  
Version téléchargeable au format pdf sur [www.festival-avignon.com](http://www.festival-avignon.com)

N°4

## SOCIODÉMOGRAPHIE DU PUBLIC DE LA 72<sup>E</sup> ÉDITION DU FESTIVAL D'AVIGNON

Les cycles d'enquêtes menés sur le terrain du Festival d'Avignon conduisent à l'identification de variables permettant de décrire la structure du public et ses évolutions dans le temps.

La répartition entre hommes (36%) et femmes (64%) au sein de la population festivalière est l'un des constats stabilisés depuis une vingtaine d'années. Cette forte représentativité des femmes dans le public n'est cependant pas exclusive au Festival d'Avignon car elle concerne plus généralement la sortie au spectacle vivant. En croisant les données sur le public du Festival, des dynamiques complémentaires apparaissent et nous informent de cette pratique plus féminine, entendue ici dans sa représentation sociodémographique. Ce sont d'abord les festivalières qui développent une pratique autonome du Festival, voire en dehors du cercle familial, en privilégiant la venue entre amis, alors que les hommes pratiquent plutôt le Festival avec leur conjoint(e) et leur(s) enfant(s). Les étudiantes sont aussi plus représentées au sein du public que les hommes en cours d'études.

L'enquête 2018 confirme qu'il existe une représentation équilibrée entre les 15-30 ans (18%) et les 56-65 ans (22%). L'étude des classes d'âges rend compte de deux tendances principales qui contribuent à décrire le public d'Avignon sur la période contemporaine : celle de la fidélité d'une part importante du public, et celle de la poursuite de la dynamique

*Les festivals culturels sont des espaces de compréhension du monde social grâce aux rassemblements qu'ils génèrent dans un espace-temps condensé, mais surtout en raison des expériences artistiques exceptionnelles que leur cadre permet. Ces événements concentrent des dynamiques communicationnelles fortes et sont aussi des espaces de construction de soi et d'échanges. Parce qu'ils permettent une expérience au confluent de la pratique spectatorielle et de la rencontre, ils s'inscrivent aussi dans une dynamique d'Éducation artistique et culturelle. Ils sont des espaces de découverte, d'exercice collectif de l'esprit critique et de construction de son autonomie culturelle. Au regard du projet original du théâtre populaire et de son attention portée envers son public, le Festival d'Avignon est un terrain de recherche privilégié pour questionner l'état de l'idéal de démocratisation culturelle, mais aussi des pratiques sociales en lien avec la culture.*

*L'Équipe Culture et Communication de l'Université d'Avignon a construit son expertise scientifique à partir de ses recherches sur les publics des grands festivals. À Avignon, elle a conduit différents programmes scientifiques s'échelonnant sur plusieurs éditions afin de mesurer structures et pratiques du public dans le temps. La première série d'enquêtes a permis la construction d'une méthode empirique et l'établissement d'une connaissance scientifique de la sociomorphologie de ce public. La seconde série d'enquêtes s'est saisie de ces résultats afin de les mettre en perspective avec des pratiques relevant de la transmission et les a aussi explorés depuis la notion de public participant. De ces séries d'enquêtes est né en 2014 le projet Galerie de Festivals (GaFes), un programme scientifique financé par l'Agence nationale de la recherche (ANR), associant sociologues et informaticiens. Depuis un corpus de cinq festivals (Festival d'Avignon, Festival de Cannes, Rencontres Trans Musicales de Rennes, Vieilles Charrues et Festival Lumière), les chercheurs se donnent pour objectif l'étude des pratiques festivalières et culturelles depuis le numérique (écrans, Internet, réseaux sociaux, contenus).*

*Le Festival d'Avignon est le seul festival à être suivi par un laboratoire de recherche universitaire sur une longue durée et à avoir une connaissance sociologique de son public dans le temps. Il est aussi l'un des premiers espaces de production de connaissances sur les pratiques numériques au sein d'un contexte culturel. Cette synthèse est le résultat d'une sélection de données issues de l'étude menée sur le terrain de la 72<sup>e</sup> édition du Festival d'Avignon. Elle est aussi une première étape de mise en perspective de quatre années successives d'enquête menées par une équipe de chercheurs dans le cadre d'une collaboration de recherche avec l'institution culturelle. Cette synthèse a donc vocation à partager et rendre accessibles des connaissances sur le public du Festival depuis une articulation entre plusieurs thématiques. Elle rend aussi compte d'un souci de dialogue continu entre les spectateurs et l'institution, mais aussi entre le public et les chercheurs de l'équipe de sociologues.*

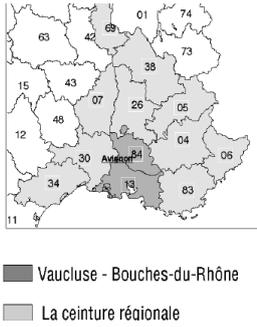
d'engagement des plus jeunes devenant autonomes dans la pratique festivalière.

Du reste, en 2018, les étudiants représentent 10% des festivaliers enquêtés. Les données sur les parcours d'études sont quant à elles superposables à celles des dernières éditions. Le public du Festival est majoritairement diplômé de l'enseignement supérieur et les enquêtés non titulaires d'un diplôme post-bac ont majoritairement plus de

56 ans. La répartition des festivaliers en fonction du critère professionnel montre néanmoins que les catégories socioprofessionnelles les moins diplômées sont aussi représentées. Ce sont le plus souvent des publics locaux.

L'intérêt pour l'origine géographique du public tient au fait qu'elle pose la question de l'adresse du Festival d'Avignon et de sa portée. À travers le projet du théâtre populaire, le Festival concentre plusieurs

### Sphère locale et ceinture régionale :



ambitions : l'ancrage sur son territoire, un projet national décentralisé, mais aussi une portée internationale avec sa programmation.

Cette diversité d'échelles se confirme par le taux de participation. Près de 10% du public vient ainsi d'autres pays (les pays européens francophones et frontaliers, notamment l'Allemagne, sont principalement représentés). Quant à l'échelle nationale, les festivaliers venant du Vaucluse et des Bouches-du-Rhône (14,2%) et de la ceinture régionale (14,3%) composent l'assise principale du public. En outre, en 2018, 11% des enquêtés déclarent habiter le Grand Avignon (agglomération). La présence des festivaliers parisiens (20,3%), plus nombreux que les franciliens (11,1%), reste stable. La part du public provenant des autres départements est quant à elle croissante, passant de 25% (2015) à 31,6% (2018).

Une analyse territorialisée confirme l'existence d'un socle régional stable et caractéristique témoignant d'un dialogue entre un territoire et son festival. Le public local est en effet le plus

assidu : 20% de ceux ayant participé à plus de 25 éditions viennent du Vaucluse et des Bouches-du-Rhône. Elle confirme aussi une participation nationale prenant de l'ampleur, et qui ne se limite pas au public parisien et francilien.

### LA DÉCOUVERTE : L'IMPULSION AUX ORIGINES DE LA PARTICIPATION

Les motivations à l'origine de la venue donnent à voir des trajectoires festivalières et des modes d'engagements pluriels, variant notamment en fonction de l'expérience du Festival. En effet, lorsque le public est interrogé sur ce qui l'incite à y participer, plusieurs éléments se recoupent. Deux tendances principales sont saillantes : celle de la centralité de l'expérience artistique et celle d'un attachement à l'événement.

58,4% des festivaliers expriment une attente de découverte de créations au Festival d'Avignon. Cette attention envers les créations se confirme lorsque 58,3% du public indique que la dimension « d'avant-première », soit avant la saison théâtrale, compte dans son parcours de spectateur. La découverte est une attente récurrente. Elle est associée à la construction de sa carrière de spectateur mais aussi au rôle de transmission.

Plus de 13% des enquêtés disent venir au Festival dans l'optique de le faire découvrir à un proche (graphique n°1). La dynamique de transmission est double : il s'agit d'une transmission pour soi et pour ses proches. Elle concerne de surcroît tant la découverte d'œuvres

(46,2%) que la découverte de l'institution culturelle (18,2% et 13,1%). La question de la création croise également celle de la dimension politique du théâtre : le fait qu'une proposition artistique traite d'une question sociétale compte pour plus de 42% des festivaliers.

Les éléments qui incitent à la venue révèlent aussi des modes de relation à l'événement. Si près de 38% des festivaliers y (re)viennent pour l'ambiance, 46,7% déclarent aussi que le Festival d'Avignon est un rendez-vous qui compte pour eux.

De la même manière, 38% des enquêtés ont indiqué que le lieu de représentation fait partie des éléments déterminants dans le choix de leurs spectacles. Les entretiens montrent un attachement à des lieux en plein air comme la Cour d'honneur du Palais des papes, le cloître des Célestins et le cloître des Carmes.

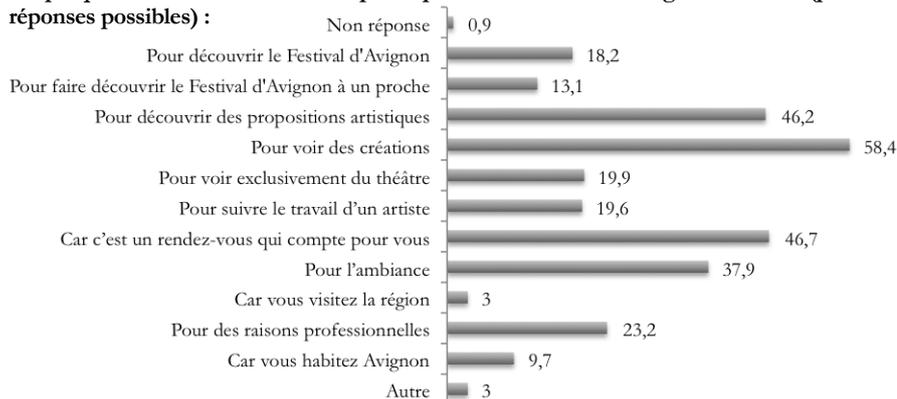
Il est aussi important de souligner qu'une grande partie des festivaliers a bénéficié d'une expérience d'Éducation artistique et culturelle pendant sa scolarité. 54,4% ont reçu des enseignements sur la culture, 48,4% ont pratiqué une activité artistique et 36,8% ont rencontré des artistes.

En 2018, 5 000 jeunes ont été touchés par une action d'Éducation artistique et culturelle menée par le Festival d'Avignon. Les élèves ont participé à des dispositifs au cours de l'année scolaire ou au mois de juillet qui sont le plus souvent accompagnés par les Ceméa.

### L'ENGAGEMENT DU PUBLIC DANS LA CONSTRUCTION DU SÉJOUR

L'engagement du public s'appréhende aussi du point de vue pratique. Les festivaliers anticipent en effet leurs réservations dès l'ouverture de la billetterie au mois de juin et certains commencent à composer leur programme fin mars lors de la diffusion de l'avant-programme. Plus encore, 32% des enquêtés ont pris des congés pour se rendre au Festival d'Avignon et 19% ont dépensé entre 100 et 150 euros pour leurs billets.

Graphique n°1 – Motivations à la participation au Festival d'Avignon en 2018 (plusieurs réponses possibles) :



Pourcentages calculés sur la base des interrogés. Il faut lire : En 2018, 19,6% des festivaliers enquêtés indiquent participer au Festival d'Avignon afin de suivre le travail d'un artiste.

La venue jusqu'au Festival se fait pour 46,4% en train et 43,4% en voiture. Pendant le séjour à Avignon, 86,7% des enquêtés se déplacent à pied, 19,3% en transports en commun et 11,7% en voiture. En 2018, 26,4% du public sait par ailleurs que le Festival est engagé dans une démarche de développement durable.

### LES RYTHMES À L'ŒUVRE DANS LA FRÉQUENTATION DU FESTIVAL

Si, à l'image des années précédentes, l'édition 2018 compte plus de 16% de primo-festivaliers (c'est-à-dire de spectateurs venant au Festival pour la première fois), la fidélité comme la découverte touchent toutes les générations de spectateurs.

En 2015, 39% des enquêtés déclaraient être venus moins de 5 fois au Festival d'Avignon. Ils sont 44,8% en 2018. Dans un même temps, seuls 9% des festivaliers de 2015 avaient fréquenté 10 à 14 éditions du Festival contre 11,5% en 2018.

Un ensemble d'indicateurs se rapportant à la fréquentation mènent ainsi au constat qu'il existe d'une dynamique de fidélité, c'est-à-dire une relation au Festival et une mobilisation, voire un engagement dans le temps, qui se conjugue à un renouvellement progressif du public.

Pour l'édition 2018, la durée moyenne du séjour festivalier est de 7,5 jours et le nombre moyen de spectacles vus de 4,5 au Festival d'Avignon\* et de 8 dans le OFF, et il faudrait aussi compatibiliser les autres manifestations culturelles sur le territoire : les festivals, les expositions, les lieux patrimoniaux. L'engagement pour le spectacle vivant et pour la culture est ainsi conséquent dans un espace-temps concentré.

\*Communément appelé «IN», la dénomination juste est Festival d'Avignon.

Si la pratique spectatorielle constitue la principale activité du public, il n'en reste pas moins que le public organise un séjour culturel plus global qui est tourné vers l'enrichissement de l'expérience spectatorielle (rencontres et débats publics, expositions, fréquentation des librairies) : 23% des festivaliers participent ainsi à la programmation des Ateliers de la pensée.

Le public de ces débats est à l'image de celui du Festival en termes de provenance géographique. Seul le public international y est moins représenté pour des raisons linguistiques.

### EXPÉRIENCES FESTIVALIÈRES ET EXPÉRIENCES SPECTATORIELLES

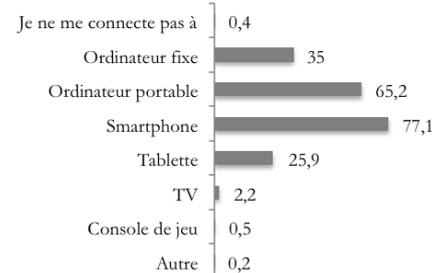
À l'instar des éditions précédentes, 35% des spectateurs assistent à plus de 5 représentations au Festival d'Avignon. Néanmoins, ce sont essentiellement les festivaliers locaux et régionaux qui assistent à plus de 15 spectacles. En 2018, 20% du public a également assisté une ou plusieurs fois au feuilleton théâtral du jardin Ceccano.

Le Festival d'Avignon se caractérise également par l'accueil de pièces « fleuves ». Y participer est vécu comme un rite de passage pour une partie du public. En 2018, 28,6% des festivaliers ont indiqué avoir déjà assisté à un spectacle ayant duré au moins 4 heures, 12,5% au moins 7 heures et 24% au moins 10 heures au Festival d'Avignon.

En revanche, il existe une corrélation entre une expérience du Festival et le fait d'assister à ce type de représentation. Parmi les festivaliers ayant participé à deux éditions du Festival, 65,2% n'ont jamais vu un spectacle de plus de 4 heures à Avignon.

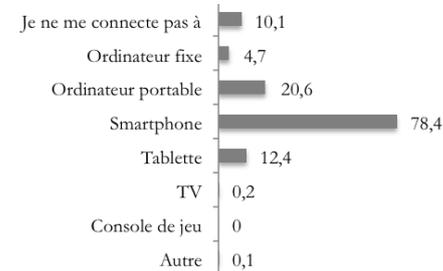
À l'inverse, 36,2% de ceux ayant fréquenté plus de cinq éditions ont déjà assisté à un spectacle de plus de 10 heures à Avignon. Néanmoins, 36% de ceux n'ayant pas assisté à un spectacle de plus de 4 heures au Festival d'Avignon en ont déjà vu un au cours d'une saison théâtrale.

#### Graphique n°2 – Appareils de connexion à Internet pendant l'année (plusieurs réponses possibles) :



Pourcentages calculés sur la base des répondants. Il faut lire : En 2018, 65,2% des festivaliers se connectent à Internet depuis leur ordinateur portable pendant l'année.

#### Graphique n°3 – Appareils de connexion à Internet pendant l'année (plusieurs réponses possibles) :



Pourcentages calculés sur la base des répondants. Il faut lire : En 2018, 78,4% des festivaliers se connectent à Internet depuis leur ordinateur portable pendant le Festival d'Avignon.

### L'ÉVOLUTION DES PRATIQUES NUMÉRIQUES DU PUBLIC DU FESTIVAL

Le programme de recherche GaFes présenté en introduction a permis de produire les premières connaissances sur les pratiques numériques des festivaliers d'Avignon pendant quatre éditions (2015-2018). Au cours de cette période, des pratiques ont évolué et d'autres se sont établies comme caractéristiques de la participation du public en ligne. D'une part, et dans un premier temps, c'est d'abord la relation au numérique qui a changé. En 2015, 39,5% des festivaliers n'étaient inscrits sur aucun réseau social. Ils étaient ensuite 37,1% en 2016 puis 32,3% en 2017 et 25,4% en 2018. D'autre part, les festivaliers se connectent davantage à Internet durant leur séjour (80% en 2015 ; 90% en 2018). Le graphique n°3 illustre l'imposition du *smartphone* comme écran principal de connexion pour le public du Festival (53,3% en 2015 ; 78,4% en 2018).

Si la pratique spectatorielle se conjugue avec un partage d'expérience en ligne, et plus particulièrement de photographies, elle touche en premier lieu à la recherche d'informations sur la programmation (critiques et ressentis, photos et vidéos, informations sur les tournées, etc.).

Dans un second temps, les pratiques numériques des festivaliers participent à l'agrandissement des frontières temporelles de l'événement en termes de pratiques communicationnelles.

Le public déclare lire des textes de présentation des créations (87,6%) sur le programme, mais aussi consulter des photos (26,8%) et des vidéos et bandes annonces de spectacles (32,6%) pendant l'année. Une partie du public prolonge aussi son expérience en consultant des archives sur le site Internet du Festival. En 2018, 20% des enquêtés lisent des informations et regardent des photos et des vidéos de spectacles qu'ils ont vus et 16,8% le font pour des spectacles qu'ils

n'ont pas vus. Enfin, 8% des festivaliers lisent des archives sur l'histoire du Festival d'Avignon sur son site Internet. La distance envers le numérique observée lors de l'enquête 2015 s'est estompée au profit de pratiques tournées vers des contenus culturels comme les captations de spectacles et les archives en ligne.

Les pratiques numériques ne touchent pas seulement les plus jeunes mais bien toutes les générations qui s'investissent différemment sur Internet. Si la pratique des écrans se conjugue à des pratiques informationnelles existantes, elle est aussi mobilisée pour enrichir son expérience et développer son expertise autour des œuvres et des artistes.

#### UN TEMPS FESTIVALIER À PART

L'expérience du Festival d'Avignon s'inscrit au sein de plusieurs temporalités où se déploient différentes pratiques : recherche d'informations, réservation, expériences des spectacles,

transmission. Ensemble, elles génèrent un rythme propre au Festival.

Parce qu'elle est non seulement délimitée dans le temps et l'espace, et au regard de l'intensification des activités spéciales, voire exceptionnelles, qui la composent (pratiques culturelles soutenues et rapprochées, rencontres publiques, etc.), la forme événementielle du Festival produit un cadre temporel qui lui est propre. Il s'agit moins d'un « temps hors du temps », puisque les œuvres et les rencontres évoquent l'actualité, mais d'un temps entièrement tourné vers l'expérience et la réflexion collective.

L'engagement des festivaliers est plus fort et contraignant que pour une pratique de sortie au théâtre à l'année. Les enquêtes montrent que la participation au Festival implique une disponibilité de la part du public qui se met lui-même à l'épreuve pour vivre une expérience artistique qu'il souhaite intense.



Équipe Culture & Communication

Étude menée en partenariat entre l'Équipe Culture et Communication (Université d'Avignon) et le Festival d'Avignon.

Directeur de publication : Emmanuel Ethis – Direction scientifique : Emmanuel Ethis, Damien Malinas et Raphaël Roth – Rédacteur en chef : Raphaël Roth – Enquête et rédaction : Lauriane Guillou.

Étude menée en partenariat avec le Festival d'Avignon sous la direction institutionnelle de Paul Rondin, directeur délégué et Virginie de Crozé, directrice de la communication et des relations avec le public.

>>> **Méthodologie** : L'enquête a été réalisée à partir d'un travail d'observation, d'entretiens et de 1 722 questionnaires en ligne. Ces derniers ont été diffusés par e-mail aux festivaliers ayant réservé au moins une place au Festival d'Avignon à l'occasion de la 72<sup>e</sup> édition, à partir du logiciel de billetterie, puis traités avec le logiciel Sphinx-Campus.

Cette enquête s'inscrit dans le programme de recherche Galerie de Festivals (GaFes), financé par l'Agence nationale de la recherche, associant sociologues et informaticiens. Il a pour objectif l'étude des pratiques numériques des festivaliers et de l'activité médiatique en ligne autour des festivals grâce à un corpus de cinq festivals (le Festival d'Avignon, les Rencontres Trans Musicales de Rennes, le Marché du Film à Cannes, le Festival Lumière et les Vieilles Charrues). La pluralité des disciplines, des saisonnalités, des zones urbaines et époques de création en font un corpus représentatif.

#### >>> Ouvrages de l'Équipe Culture et Communication 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), *La petite fabrique du spectateur. Être et devenir festivalier à Cannes et à Avignon*. Éditions universitaires d'Avignon, 2011.

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

Fabiani (Jean-Louis). *L'Éducation populaire et le théâtre. Le public d'Avignon en action*. Grenoble : PUG, 2008.

Malinas (Damien) (dir.), « Démocratisation culturelle et numérique ». *Culture et Musées*, 24, Arles, Actes Sud, 2014.

Malinas (Damien), *Portrait des festivaliers d'Avignon. Transmettre une fois ? Pour toujours ?* Grenoble, PUG, 2008.