

Le Festival d'Avignon et son public en 2015

Focus sur les pratiques numériques

Équipe Culture & Communication du Centre Norbert Elias - Université d'Avignon et le Festival d'Avignon - Juillet 2015 -

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

N°2

Une fidélité reconduite pour toutes les générations de spectateurs

Le Festival d'Avignon est animé par une fidélité reconduite qui se conjugue avec un renouvellement des publics : chaque année, le Festival accueille 20% de primo-festivaliers.

L'assiduité est très forte chez les moins de 35 ans qui ont une faible estivation (période qui sépare deux campagnes d'un même festival) et le public suit le Festival sur le long cours : en 2015, 35% de la population festivalière enquêtée a participé à plus de 10 éditions (les spectateurs locaux sont les plus assidus).

Se dessine une structuration stable du public car la courbe des âges est intimement liée à l'assiduité dont font preuve les festivaliers : les moins de 25 ans d'hier sont aujourd'hui dans la classe d'âge supérieure, et il en va de même pour toutes les générations.

La composition sociodémographique du public évolue peu, avec les « extrêmes » toujours en réponse l'un avec l'autre. Ainsi, en 2015, les moins de 30 ans représentent 18% de la population festivalière enquêtée.

Des publics locaux plus présents

En 2015, le public du Festival

C'est avec une volonté commune de toujours mieux connaître les festivaliers et de dialoguer avec eux que le Festival d'Avignon et l'Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse s'associent pour poursuivre les enquêtes menées depuis 1995. Le souci du public est en effet une question historique au Festival d'Avignon. Depuis sa création en 1947, le Festival d'Avignon est un espace de rencontres artistiques, de débats et de réflexion sur le monde. Laboratoire à ciel ouvert, le Festival d'Avignon est un espace d'expérimentation inédit et à ce titre, un terrain privilégié pour étudier les publics de la culture. Parce qu'ils sont des concentrés de temps et d'espace, les festivals représentent des lieux riches pour observer le monde social et les pratiques culturelles. Le Festival d'Avignon est lui-même un événement structurant pour la forme festival, en partie par la place qu'il accorde aux débats et aux innovations.

La première série d'enquêtes allant de 1996 à 2004 a permis de connaître le public du Festival d'Avignon grâce à des portraits qui ont souligné son caractère pluriel, allant à l'encontre des présupposés sur les spectateurs. Les études suivantes ont constitué des espaces de comparaison importants, soulignant les évolutions de la composition et des pratiques du public au fil du temps. Après l'étude 2014, la mouvance de l'enquête 2015 est la suivante : s'inscrire dans cette continuité tout en interrogeant une dimension à ce jour inédite, celle du numérique. Il s'agit aujourd'hui de comprendre comment se construit la relation au Festival et comment se prolonge l'expérience festivalière à la lumière des technologies numériques qui invitent le spectateur à partager de la connaissance, à être lui-même créateur de contenus. C'est par ce prisme, qui accompagne le développement numérique du Festival d'Avignon et l'un des deux axes identitaires de l'Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse que cette étude est pensée. Des travaux récents en sciences humaines et sociales font en effet le constat d'une forte activité sur Internet autour des festivals, une activité générée non seulement par l'institution organisatrice, mais émanant aussi, et en grande partie, des festivaliers. Initiateur et acteur de la French Tech Culture, le Festival d'Avignon affirme son engagement envers le numérique et intègre un ensemble de projets numériques dans sa programmation estivale et dans ses relations avec le public hors temps festivalier, orchestrant « spectacle » et « numérique » dans l'optique d'en faire un outil exigeant pour rassembler.

d'Avignon est originaire à 19% du Vaucluse et des Bouches-du-Rhône et à 17% de la ceinture régionale : s'observe ainsi une hausse de la représentation du public local par rapport à 2011.

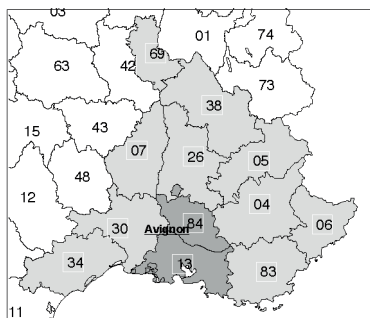
La part des spectateurs du Festival provenant d'Île-de-France a elle-aussi augmenté sur la même

période. Celle du public étranger reste stable, avec une présence plus marquée de spectateurs européens.

Un lieu de débat avec des publics professionnels et un espace de transmission

Les professions en lien avec l'art, la culture et l'enseignement sont très représentées et les festivaliers se

CARTE N°1 - Sphère locale et ceinture régionale



- Vaucluse - Bouches-du-Rhône
- La ceinture régionale

déclarant « professionnels » représentent 16% de la population festivalière.

Notons par ailleurs que le territoire d'Avignon est celui qui témoigne de la plus grande mixité sociale.

Le Festival d'Avignon représente un espace original de formation des publics où se forment des expertises : les festivaliers reviennent, participent et transmettent leur expérience de l'événement à des proches tout comme à d'autres participants. L'expérience des éditions précédentes est indiquée comme étant un critère de choix de spectacles pour 9,5% des répondants et la parole d'autres spectateurs prévaut sur celle de la presse.

La participation : l'invariant du Festival d'Avignon

Le public ne cesse de témoigner de son attachement au théâtre et à la culture par sa fréquentation soutenue des salles de spectacle de septembre à juin : 15% des festivaliers ont ainsi assisté à plus de 25 spectacles de théâtre au cours de l'année. De plus, 46,5% des festivaliers sont abonnés à des structures culturelles.

Actif hors du temps festivalier, le public l'est tout particulièrement lors de son séjour à Avignon. Il continue à être très présent aux débats ainsi qu'à tous les événements ouverts (les lectures au Musée Calvet, La République de Platon lors de l'été 2015, etc.).

Avignon : capitale culturelle diffuse

Les spectateurs du Festival d'Avignon enrichissent également leur parcours à travers d'autres pratiques festivalières (le Festival International d'Art Lyrique d'Aix-en-Provence, les Chorégies d'Orange etc.) ou patrimoniales (visite du Palais des papes, de la Collection Lambert etc.).

Cette participation déploie une présence du public d'Avignon sur tout le territoire ; une présence élargie qui donne forme à une capitale diffuse de la culture.

Un public très connecté de septembre à juin

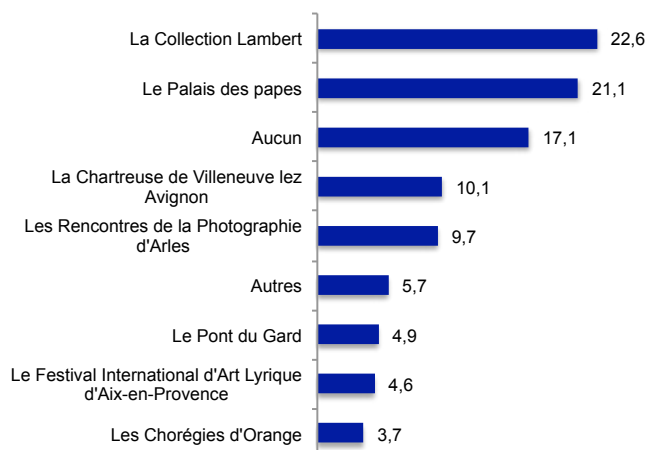
Alors que le taux d'équipement en smartphone concerne en

2015 plus de 75% de la population festivalière et que la connexion quotidienne à Internet concerne plus de 90% des enquêtés, 60% sont inscrits sur des réseaux sociaux. 98% des moins de 25 ans sont inscrits sur des médias sociaux et ont les pratiques numériques les plus diversifiées. De manière générale, les pratiques numériques des festivaliers ont des fins informatives et documentaires.

En juillet, le public manifeste un retrait des écrans : alors que moins de 1% des festivaliers ne se connectent pas à Internet pendant l'année, 14% d'entre eux déclarent ne pas utiliser Internet le temps de leur séjour au Festival d'Avignon. Une courte durée d'un séjour jour laisse selon les festivaliers peu de place à l'improvisation et à la consultation au jour le jour.

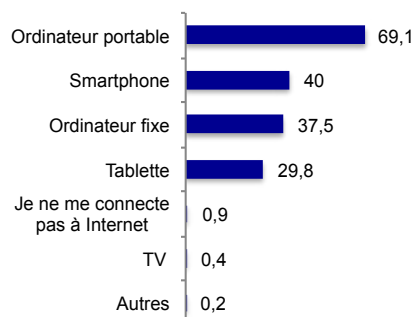
Cependant, plus un festivalier reste au Festival, plus il se connecte à Internet sur cette période, de même que plus un festivalier prolonge son séjour, plus ses appareils de connexion oscillent entre ordinateur portable et smartphone.

GRAPHE N°1 - Lieux et événements fréquentés par les festivaliers pendant le Festival d'Avignon 2015 :



Clé de lecture : en 2015, 3,7% des spectateurs du Festival d'Avignon ont aussi été spectateurs des Chorégies d'Orange.

GRAPHE N°2 – Appareils de connexion à Internet (plusieurs réponses possibles) :



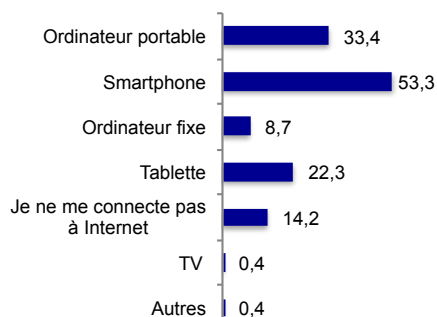
Interrogés : 2 084
Répondants : 2 063 / Réponses : 3 676
Pourcentages calculés sur la base des répondants

Clé de lecture : en 2015, 69,1% des enquêtés déclarent utiliser leur ordinateur portable pour se connecter à Internet pendant l'année.

Pour les festivaliers-connectés s'opère un glissement pour aller vers des appareils nomades et facilement manipulables (smartphones, tablettes) qui deviennent des outils de navigation privilégiés.

Les festivaliers énoncent par ailleurs des attentes quant au numérique, et notamment une application.

GRAPHE N°3 – Appareils de connexion à Internet pendant le Festival (plusieurs réponses possibles) :



Interrogés : 2 084
Répondants : 2 055 / Réponses : 2 732
Pourcentages calculés sur la base des répondants

Clé de lecture : en 2015, 33,4% des enquêtés déclarent utiliser leur ordinateur portable pour se connecter à Internet pendant le Festival d'Avignon.

Des pratiques informationnelles pour anticiper sa venue à Avignon

Selon les festivaliers, pour être vécue au mieux, la pratique festivalière doit s'inscrire dans un équilibre entre ce qui relève de l'expérience et du « laisser aller » avec cependant la maîtrise de quelques paramètres.

Ainsi, les informations les plus recherchées sont les dates de la prochaine édition, les disponibilités de logement et le contenu de la programmation.

En amont du Festival d'Avignon, les spectateurs enquêtés déclarent utiliser à la fois les supports de communication papier (l'avant-programme, le programme) et des outils numériques (le site Internet). La préparation de la venue est dès lors ceinte d'une complémentarité reconnue entre le papier et le numérique, pour des informations à la fois factuelles et ludiques (photos, vidéos, critiques).

Prolonger une expérience spectatorielle

Malgré un retrait des écrans pour les courts séjours en juillet, les festivaliers déclarent y revenir pour prolonger une expérience avec des critiques, des photos ou des vidéos de débats auxquels ils n'ont pas pu assister.

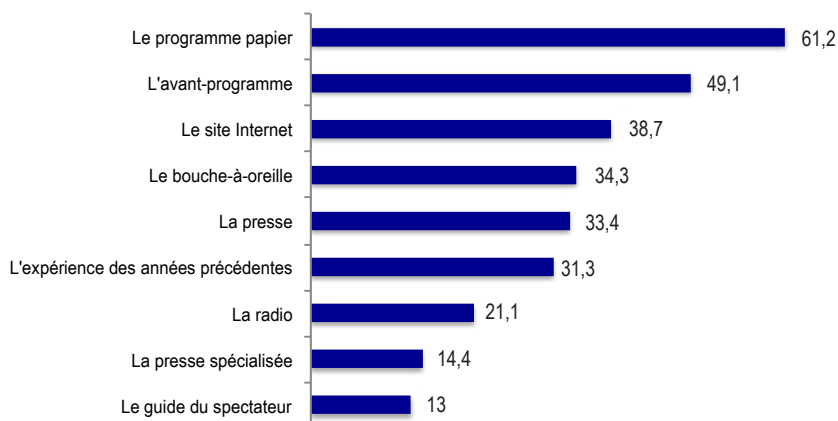
De manière générale, visionner des captations de spectacles relève de pratiques courantes qu'exercent une partie des festivaliers d'Avignon.

Encore minoritaire dans le cas du cinéma (1,6%), cette pratique prend néanmoins de l'ampleur à partir de productions en ligne comme Culturebox ou Arte Concert (22%) tout comme télévisuelles (32%).

Une volonté de se réappropriar la critique

Là où la présence médiatique est forte au Festival d'Avignon en ce que ce dernier suscite une attention particulière, et malgré le suivi de l'actualité par le public, la relation des festivaliers à la critique dans le cadre de l'événement ne va pas forcément de soi.

GRAPHE N°4 – Supports de communication privilégiés dans le choix de spectacles (plusieurs réponses possibles) :



Clé de lecture : en 2015, près de 61,2% des enquêtés déclarent utiliser le programme papier du Festival d'Avignon pour choisir un ou des spectacles.

Bien que le public du Festival d'Avignon soit attentif à l'actualité, qu'il soit à l'écoute des médias et ses contenus artistiques et culturels, il n'en reste pas moins éloigné de la critique durant le Festival. Les festivaliers s'attachent à être dans une logique de prescription horizontale par les réseaux sociaux, les blogs et les échanges entre spectateurs dans l'espace public.

Le public du Festival d'Avignon et le numérique

L'enquête menée en juillet 2015 interrogeait enfin le public sur son rapport au numérique pendant le Festival d'Avignon. Trois grandes appréhensions du numérique ont alors été énoncées :

- Internet devient largement accepté comme outil mais il convoquerait des modalités d'interaction qui ne seraient pas conformes à une certaine pratique et idée du Festival. Le public souligne en effet de manière constante l'importance de la rencontre et de l'échange direct.

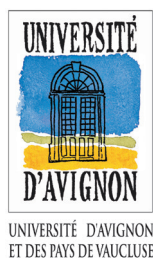
- Internet et les réseaux sociaux sont complémentaires d'une pratique festivalière à Avignon : les festivaliers conjuguent les informations pratiques en amont avec les contenus qu'ils partagent pendant et après l'événement ; contenus qui témoignent de leur expérience du Festival d'Avignon.

- Internet est utile pour s'informer sur le Festival d'Avignon,

cependant les réseaux sociaux n'y apporteraient aucune plus value.

Le numérique est parfois perçu comme un moyen d'être prescripteur et de faire communauté autrement : il permet aux usagers de créer un nouvel espace de critique démocratique, plus élargi.

Toutefois, les festivaliers expriment davantage une prédilection pour la rencontre et l'immersion dans l'événement. Il faut peut-être y voir la spécificité de la forme culturelle qui s'inscrit dans un temps long.



Étude menée en partenariat entre l'Équipe Culture & Communication du Centre Norbert Elias (UMR 8562) - Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse 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.

Enquête menée pour le Festival d'Avignon sous la direction de Paul Rondin et Virginie de Crozé.

MÉTHODOLOGIE

L'enquête a été réalisée à partir d'un travail d'observation et d'une vingtaine d'entretiens ainsi que 2 023 questionnaires en ligne et 50 au format papier, soit un total final de 2 073 questionnaires. Ces derniers ont été diffusés par email aux festivaliers ayant réservé au moins une place au Festival d'Avignon («IN») grâce au logiciel de billetterie SIRIUS puis traités par le logiciel Modalisa.

LISTE DES PUBLICATIONS DE L'ÉQUIPE CULTURE & COMMUNICATION SUR LE FESTIVAL D'AVIGNON

> Ouvrages

Emmanuel ETHIS [dir.], *Avignon, le public réinventé. Le festival sous le regard des sciences sociales*, Paris, La Documentation française, 2002.

Emmanuel ETHIS, Jean-Louis FABIANI et Damien MALINAS, *Avignon ou le Public participant : Une sociologie du spectateur réinventé*, L'Entretemps, 2008.

Damien MALINAS [dir.], «Démocratisation culturelle et numérique». *Culture et Musées*, 24, Arles, Actes Sud, 2014.

Damien MALINAS, *Portrait des festivaliers d'Avignon : Transmettre une fois ? Pour toujours ?*, Saint Martin d'Hères, PUG, 2008.

Emmanuel ETHIS [dir.], *La Petite fabrique du spectateur : être et devenir festivalier à Cannes et Avignon*, Avignon, Éditions Universitaires d'Avignon, 2011.

> Rapports d'études et de recherche

Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse. « Les publics du Festival d'Avignon », Avignon, Publics de la culture & communication les synthèses, 2011.

Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse et Festival d'Avignon. « Le Festival par lui-même », 2014.

Crédits photographiques : Cour d'honneur du Palais des papes, «La Tragédie du roi Richard II» de Jean-Baptiste Sastre © Christophe Raynaud de Lage.