

Version téléchargeable au format pdf sur www.festival-avignon.com N°11

La 78^e édition du Festival d'Avignon s'est déroulée à des dates exceptionnellement décalées, du 29 juin au 21 juillet, en raison des Jeux olympiques de Paris. La langue espagnole, à travers la programmation, et Boris Charmatz, en tant qu'artiste complice, ont été mis à l'honneur. Avec 218 représentations et plus de 300 rendez-vous (lectures, débats, projections...), l'événement a atteint un taux de fréquentation de plus de 91%.

Derrière cette effervescence artistique, près de 1500 personnes ont contribué à faire vivre cette édition, mais au cœur de cette dynamique, se trouvent, avant tout, les publics. Qui sont celles et ceux qui fréquentent le Festival d'Avignon ? Quels sont leurs profils, leurs pratiques culturelles, leurs choix de programmation ? Quelles valeurs portent-ils et quelle relation entretiennent-ils avec l'institution ?

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 de l'institution pour mener des enquêtes sur les spectateurs. À cela s'ajoute une thèse, soutenue par Laure-Hélène Swinnen en décembre 2024, sur l'Éducation Artistique et Culturelle au Festival d'Avignon. Le public est, pour le Festival d'Avignon, une préoccupation historique, autant qu'une ambition artistique et politique. Les festivals sont des laboratoires à ciel ouvert, des lieux 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 78^e édition du Festival. Elle vise à offrir un état des lieux annuel et à approfondir la connaissance des publics de l'événement à travers plusieurs thématiques clés.

Sociomorphologie des publics de la 78^e édition

Le public du Festival d'Avignon 2024 se compose de 63% de femmes et de 34% d'hommes, une répartition stable depuis près de trente ans. Les festivaliers appartiennent à différentes tranches d'âge : 5,5% ont moins de 26 ans, 9% ont entre 26 et 35 ans, 9,5% entre 36 et 45 ans, 15% entre 46 et 55 ans, 25% entre 56 et 65 ans et 33,5% ont 66 ans et plus. Cette diversité générationnelle constitue l'une

des caractéristiques du public du Festival.

Sur le plan professionnel, les cadres toutes branches confondues représentent 28% des festivaliers, suivis par les retraités (17%), les professionnels des arts, du spectacle ou de l'information (16,5%), les professions libérales (10%), les professeurs des écoles ou assimilés (9%), les étudiants (4%), les artisans/commerçants (2,5%) ainsi que les employés/ouvriers (3%). Par ailleurs, 16% des répondants

déclarent venir au Festival uniquement pour des raisons professionnelles. Parmi eux, nous retrouvons des directeurs artistiques (25%), des artistes interprètes (18,5%), des programmeurs (18%), des directeurs de lieux (14,5%), des professionnels de la production (13,5%), de l'administration (13%), de la technique (10,5%) ou encore des relations avec les publics (9%).

Concernant leur provenance géographique, 20% résident dans

la région PACA (10% dans le Vaucluse, 6% dans les Bouches-du-Rhône, 2% dans les Alpes-Maritimes, 1% dans les Alpes-de-Hautes-Provence...). Les départements voisins sont aussi représentés : Gard (5%), Drôme (1,5%), Hérault (1,5%) et Ardèche (1%). Ainsi, si l'on considère l'ensemble de la grande région Sud et des départements limitrophes, cela représente environ 29% des festivaliers. Par ailleurs, 16,5% viennent de Paris.

Le rayonnement international

La présence de spectateurs venant d'autres pays que la France témoigne de la réputation internationale de l'événement : Suisse (4%), Belgique (2%), Espagne (1%), Allemagne (0,5%), Canada (0,5%), États-Unis (0,5%)¹.

Cette dimension internationale se reflète également dans la diversité linguistique des festivaliers. Parmi les langues parlées par les répondants, l'anglais arrive en tête (66%), suivi de l'espagnol (24%), de l'allemand (15 %), de l'italien (14,5%), du portugais (3,5%) et de l'arabe (1,5%).

Cette édition a d'ailleurs mis à l'honneur la langue espagnole, affirmant ainsi 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. 35% des répondants déclarent avoir assisté à des spectacles dans la langue invitée.

En 2025, ce sera au tour de l'arabe d'être mis à l'honneur, un choix attendu par plus de 24% des festivaliers (Graphique n°1).

Venir au Festival : motivations et parcours

Les enquêtes annuelles témoignent d'un équilibre entre fidélité et renouvellement des publics. Parmi les festivaliers interrogés, 11,5% participaient pour la première fois. L'âge ne constitue pas un facteur déterminant pour cette première expérience : 34% des primo-festivaliers ont moins de 26 ans, 20% ont entre 26 et 35 ans, 14,5% entre 36 et 45 ans, 14% entre 46 et 55 ans, 10,5% entre 56 et 65 ans et 5% ont 66 ans et plus. Ces nouveaux spectateurs côtoient des habitués du Festival, dont 22,5% y ont assisté plus de vingt fois.

L'expérience du Festival se vit majoritairement en groupe : 56% des festivaliers viennent en famille, 41% entre amis, 9% avec des collègues et 2% dans le cadre d'un groupe organisé (Céméa/CDJSFA, CE, Anrat²...). Toutefois, 20% choisissent une approche plus solitaire. Le partage demeure une motivation essentielle, comme en témoigne le fait que 11% des spectateurs déclarent venir pour faire découvrir le Festival à un proche. Parmi les autres motivations principales, nous retrouvons la découverte des créations (62%), la curiosité pour de nouvelles propositions artistiques (55,5%), l'ambiance du Festival (41%) et le suivi du travail d'un artiste

(18%).

Le mandat de Tiago Rodrigues a introduit l'artiste complice³, 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, 27,5% citent le metteur en scène ou le chorégraphe, 22,5% l'auteur ou le compositeur, et 21,5% la compagnie artistique.

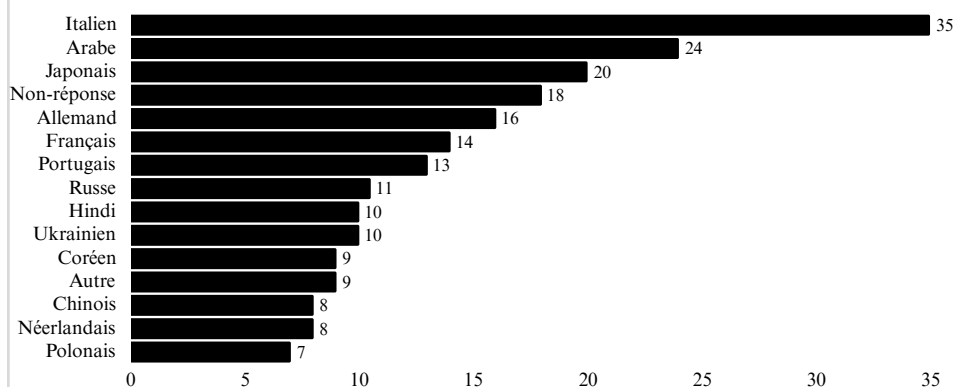
En moyenne, les festivaliers restent 7 jours et privilégient la deuxième semaine du Festival (48%). Plusieurs modes de réservation sont utilisés : le site internet du Festival (69%), le téléphone (23,5%), l'application mobile (20%), les enseignes partenaires (15,5%) ou encore le guichet du Cloître Saint-Louis (10,5%).

Si 43% des festivaliers logent intra-muros, une part importante séjourne hors du centre-ville, voire en dehors d'Avignon. Pour accéder au Festival, 51,5% prennent le train, 42% utilisent leur voiture, 6% prennent le bus et 4% privilégient le vélo. Une fois sur place, la marche reste le mode de déplacement principal (86%), soulignant l'accessibilité piétonne du Festival et l'importance de l'expérience urbaine dans l'immersion festivalière.

Un festival ancré sur son territoire

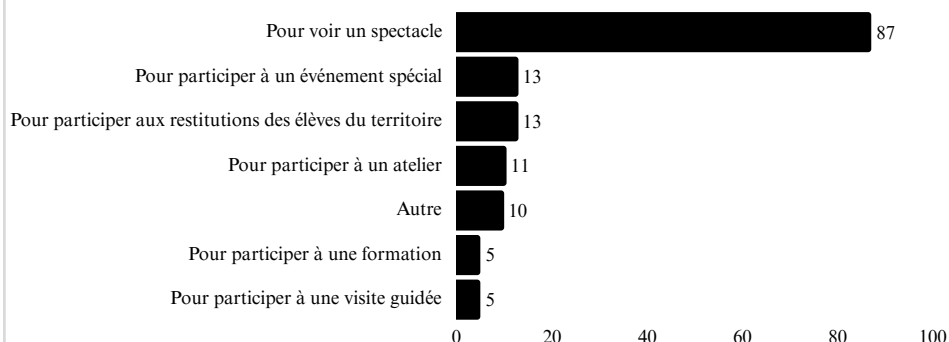
Le Festival d'Avignon est un espace de rencontres et d'expériences culturelles où

Graphique n°1 - Langue invitée pour les prochaines éditions



Il faut lire : 24% des enquêtés aimeraient que la langue arabe soit invitée lors des prochaines éditions

Graphique n°2 - Motifs de fréquentation de la FabricA durant l'année



Il faut lire : 5% des enquêtés sont allés à la FabricA durant l'année pour suivre une formation

cohabitent différentes manières de vivre l'événement. Les choix des spectateurs révèlent un rapport à la culture à la fois curieux, passionné et généreux.

L'appétence culturelle des festivaliers s'inscrit dans des pratiques artistiques amateur tout au long de l'année : théâtre (16%), photographie (15%), musique (13%), chant et danse (11%). Elle se manifeste également à travers un séjour éclectique, mêlant spectacles et découvertes patrimoniales. En plus du festival OFF, fréquenté par les enquêtés (35,5% assistent entre 1 et 5 spectacles), d'autres événements du territoire attirent leur intérêt : les Rencontres de la Photographie d'Arles (22%) ou encore le Festival International d'Art Lyrique d'Aix-en-Provence (7%). Leur parcours avignonnais

comprend aussi des lieux emblématiques : le Palais des Papes (58,5%), la Collection Lambert (35%), la Maison Jean Vilar et la BnF (36%) ou encore la Chartreuse de Villeneuve-lez-Avignon (25,5%).

Le lien au territoire se prolonge au-delà du mois de juillet, notamment grâce à la FabricA, lieu permanent du Festival. Les raisons de la fréquentation sont multiples : spectacle, événement spécial (rencontres Emplois et Handicap, conférence de presse, etc.), restitutions des élèves du territoire, formation (Graphique n°2).

La FabricA joue ainsi un rôle clé dans la dynamique d'éducation artistique et culturelle portée par le Festival. 12% des festivaliers déclarent connaître les dispositifs

mis en place dans ce cadre, citant notamment les projets avec les Céméa, les dispositifs « Premières fois », la Web TV ou encore Making Waves.

Cette volonté d'associer connaissance, rencontre et pratique s'est illustrée en 2024 par le projet *Cercles* initié par Boris Charmatz dont l'expérience a marqué les participants : « J'ai participé au projet *Cercles* avec Boris Charmatz, c'était merveilleux, j'en garde un souvenir éblouissant, il y avait une énergie et une force qui nous a portés, c'était extraordinaire, merci!!!! »⁴.

S'informer et prolonger l'expérience en ligne

Si les réseaux sociaux du Festival d'Avignon sont peu investis par les enquêtés (seuls 28,5% les utilisent), le site internet et l'application mobile jouent un rôle central dans leur expérience. Respectivement consultés par 89% et 54,5% des enquêtés, ces outils ne se limitent pas à un usage purement pratique (programme, billetterie, horaires, informations logistiques). Ils sont aussi des espaces de ressources culturelles. Sur le site internet, 19% des festivaliers visionnent des images ou vidéos de spectacles qu'ils ont vus, et 8% explorent les archives de l'institution.

Par ailleurs, 20,5% poursuivent leur expérience de spectateur en regardant des captations de spectacles présentés durant l'été, témoignant ainsi d'une volonté

de prolonger leur lien avec le Festival au-delà de leur présence sur place. Les plateformes audiovisuelles dédiées au spectacle vivant et privilégiées par les enquêtés sont : Arte Concert (65,5%), Culturebox (54,5%), Théâtre contemporain (28,5%) ou encore Numéridanse (7%).

Responsabilité sociale et environnementale : les nouvelles attentes des festivaliers

Si la dimension sociale et politique de la programmation a toujours été un point d'intérêt majeur pour les festivaliers, notre enquête 2024 révèle une discrète attention portée à la politique environnementale et écologique du Festival d'Avignon. Parmi les répondants, seulement 26,5%

déclarent connaître les initiatives mises en place par l'institution, parmi lesquelles : l'optimisation du transport du matériel, la dématérialisation des billets, la mise en place de navettes, l'installation de fontaines à eau ou encore l'usage de papier recyclé. Ces actions témoignent d'un véritable savoir-faire et d'une volonté de l'institution d'inscrire le Festival dans une démarche plus durable. Pourtant, cet engagement reste encore trop peu connu du public. Mieux le faire savoir pourrait renforcer l'adhésion des festivaliers, dont 61% considèrent que la responsabilité sociale et environnementale du Festival est un critère important dans leur expérience et leur participation à l'événement.

Festival d'Avignon 2025 : nouvelles dates, nouveaux horizons

La 79^e édition mettra à l'honneur l'artiste complice, Marlene Monteiro Freitas, qui signera également le spectacle d'ouverture de la Cour d'honneur. Le Festival 2025 s'annonce à l'image des mots choisis par les festivaliers pour décrire l'événement : découverte (16%), culture (8,5%), diversité (7,5%), ouverture (5,5%), et partage (4%).

La prochaine édition, du 5 au 26 juillet, marquera également une particularité : pour la première fois depuis près de 25 ans, les dates du Festival d'Avignon et du festival OFF seront parfaitement alignées.

1 Le questionnaire était disponible uniquement en français.

2 Centres d'Entraînement aux Méthodes d'Éducation Active, Centres de Jeunes et de Séjours du Festival d'Avignon, Comité d'Entreprise, Association Nationale de Recherche et d'Action Théâtrale.

3 Pendant leur mandat, Hortense Archambault et Vincent Baudriller avaient proposé l'idée d'artiste associé.

4 Réponse à la question « Souhaitez-vous ajouter un commentaire relatif à votre expérience festivalière de la 78^e édition ? ».

Direction scientifique : Emmanuel Ethis, Professeur des Universités, Damien Malinas, Maître de conférences et Raphaël Roth, Maître de conférences (CNAM – INSEAC – Guingamp - Laboratoire Dicen-idf EA 7339) – Direction institutionnelle : Tiago Rodrigues, directeur du Festival d'Avignon, et Pierre Gendronneau, directeur délégué du Festival d'Avignon – Enquête et rédaction : Laure-Hélène Swinnen, docteure en Sciences de l'Information et de la Communication.

>> **Méthodologie** : L'enquête a été réalisée à partir d'un travail d'observations et de 1985 réponses aux questionnaires diffusés par e-mail aux festivaliers ayant réservé au moins une place lors de la 78^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

Swinnen Laure-Hélène, *L'Éducation Artistique et Culturelle au Festival d'Avignon : naissance, existence et résonance auprès du jeune public*.

Thèse menée sous la direction scientifique d'Emmanuel Ethis, Damien Malinas et Raphaël Roth et soutenue le 20 décembre 2024