



Extraits d'articles publiés par News Tank Culture.

SOMMAIRE :

Article 1 : « Il est naturel et logique de voir certains festivals disparaître » (Kai Amberla, Finland Festivals)

Article 2 : Les festivals sont devenus des outils de politique culturelle » (P. Toussaint, France Festivals)

Article 3 : Marketing des festivals européens : « la programmation reste le meilleur argument » (Serge Platel)

Article 4 : Management des festivals européens : « accentuer la mutualisation comme les clusters » (M.Kuivalainen)

Article 5 : « Les festivals préfèrent construire des relations durables avec de jeunes artistes » (Jorid Vaagland)

Article 6 : « Les festivals doivent pouvoir se réappropriier les résultats de FeStudy » (Emmanuel Négrier, CNRS)

Article 7 : « La bataille pour les têtes d'affiche n'est pas tendre » (Jean-Paul Roland, Eurockéennes)

« Il est naturel et logique de voir certains festivals disparaître » (Kai Amberla, Finland Festivals)

MUS, SPEC - Paris - lundi 25 novembre 2013 - Essentiel n° 11990

« L'Espagne et l'Irlande se démarquent dans l'étude FeStudy car ce sont les pays qui souffrent le plus de la crise. En Espagne, on n'assiste pas spécialement à une hécatombe de festivals, mais le contexte économique tendu fait que certains réduisent le nombre de journées ou stoppent certaines activités parallèles. Il s'agit davantage de réductions stratégiques qui leur permettent de survivre », indique Lluís Bonet, chercheur à l'Université de Barcelone, pendant la conférence « Les défis financiers des festivals face à la crise », organisé dans le cadre du colloque « Festivals de musique(s), un monde en mutation », à Lille le 20/11/2013.

« Au risque de choquer, je pense qu'il est logique de voir certains festivals disparaître. C'est une situation saine et naturelle : certains s'arrêtent et d'autres naissent, c'est un cycle normal. Or, certaines manifestations persistent et sont maintenues en vie souvent pour des questions de nostalgie... Peut-on continuer à faire vivre tant de festivals avec les contraintes économiques que nous connaissons ? », poursuit Kai Amberla, directeur de la fédération Finland Festivals.

Le colloque « Festivals de musique(s), un monde en mutation » était organisé dans le cadre de la restitution des résultats FeStudy, étude réalisée auprès de 390 festivals européens et québécois sur la période 2008-2011, dont NTC avait révélé les premières tendances le 05/11/2013. Cette étude montre que l'âge moyen d'existence d'un festival est de 21 ans, que sa durée moyenne est de 10 jours, que 51 % d'entre eux se déroulent en juillet et août, et que son budget moyen est

de 870 000 euros (avec une médiane à 270 000 euros). En moyenne, 28 455 personnes se rendent à ces festivals. La médiane est de 7 888 spectateurs. [Lire la suite](#)

« Les festivals sont devenus des outils de politique culturelle » (P. Toussaint, France Festivals)

MUS - Paris - lundi 25 novembre 2013 - Interview n° 11974

« L'étude "Festudy" montre à quel point les festivals, considérés jusqu'ici comme des éléments de distraction, sont devenus de véritables outils de politique culturelle. Outils pour lesquels les moyens publics engagés restent tout à fait modestes, alors que l'argent public investi dans un festival a un effet de levier incomparable sur l'économie locale. Les festivals sont des entreprises privées qui peuvent être extrêmement vulnérables. On est dans un contexte très différent des scènes permanentes ou des orchestres, qui eux n'ont pas ce genre de combat existentiel à mener au quotidien », déclare à NTC Philippe Toussaint, président de France Festivals (Fédération française des festivals de musique et du spectacle vivant), à l'issue du colloque « Festivals de musiques, un monde en mutation », événement coordonné par la fédération, qui s'est tenu à Lille les 20 et 21/11/2013.

« Chez France Festivals, notre premier challenge est d'élargir la base de nos adhérents, en allant davantage vers de petits festivals. Je proposerai des mesures très concrètes lors d'un prochain conseil d'administration pour parvenir à cet objectif. La fragilité des petits festivals a été rappelée pendant le colloque ; ces derniers sont souvent situés dans des endroits où l'offre culturelle est relativement pauvre. Si les collectivités et l'État les laissent tomber, ils disparaissent. La situation est très préoccupante en ce moment, et les exemples de fermeture se multiplient, notamment en Bretagne. Les coopérations sont donc nécessaires pour se défendre mais aussi pour donner des atouts de professionnalisation aux équipes des petits festivals », poursuit-il.

Philippe Toussaint répond aux questions de NTC. [Lire l'interview](#)

Marketing des festivals européens : « la programmation reste le meilleur argument » (Serge Platel)

MUS, SPEC - Paris - lundi 25 novembre 2013 - Actualité n° 11969

« Le festival en lui-même reste le meilleur support de communication. Mieux vaut investir 100 euros supplémentaires dans l'accueil des artistes que 100 euros dans une affiche en plus. L'effet de bouche-à-oreille sera bien plus important dans le premier cas », estime Serge Platel, directeur de la Fédération des Festivals de Musique de Flandre Gent (Belgique), à l'occasion du colloque « Festivals de musiques, un monde en mutation », coordonné par France Festivals (Fédération française des festivals de musique et du spectacle vivant), à Lille (Nord), Tournai (Belgique) et Courtrai (Belgique) du 19 au 21/11/2013.

Interrogé par une représentante du festival Marsatac (Marseille et Nîmes) sur l'opportunité de tenir une conférence de presse de présentation de la programmation, Philippe Toussaint, président de France Festivals, estime que « les festivals ont désormais à leur disponibilité une combinaison de moyens ». « La presse traditionnelle est en déclin. Nous en avons déjà tiré les conséquences en y réduisant nos achats d'espaces publicitaires. Nous devons nous saisir de l'abondance des autres moyens de communication qui s'offrent à nous. Ceci dit, la presse régionale reste cruciale dans la dernière ligne droite pour stimuler une recrudescence, observées depuis quelques années, des achats de dernière minute sur les derniers jours. »

56 journalistes en moyenne sont accrédités dans les 390 festivals européens participants à l'étude présentée lors du colloque, tout genre, tout budget et toute fréquentation confondus. La médiane est de 13 journalistes. 91 % de ces festivals utilisent les réseaux sociaux, 67 %

offrent un lien vers une billetterie numérique sur leur site web, 55 % ont du matériel audio et vidéo, 51 % pratiquent le merchandising (produits dérivés) et 21 % ont une application pour smartphones. Telles sont quelques-unes des données révélées dans l'étude dont NTC avait indiqué les premiers résultats le 05/11/2013.

Celle-ci montre que l'âge moyen d'existence d'un festival est de 21 ans, que sa durée moyenne est de 10 jours, que 51 % d'entre eux se déroulent en juillet et août, et que son budget moyen est de 870 000 euros (avec une médiane à 270 000 euros). En moyenne, 28 455 personnes se rendent à ces festivals. La médiane est de 7 888 spectateurs.

Participaient à cette table ronde sur le « Marketing et la communication » : Alexandre Stevens, directeur artistique et de la communication du Festival de Dour (Belgique), Annabelle Van Nieuwenhuyse, journaliste culturelle (Belgique), Marie-José Justamond, directrice du festival Les Suds à Arles (France), Noomi Hedlung, directrice du Dalhalla Opera Festival (Suède), Serge Platel, Tino Carreno, manager culturel, professeur et chercheur dans le management des festivals (Espagne) et Xavier Carbonell Cir auqui, directeur du Faraday Festival et du Vida Festival (Espagne).

Les initiatives dans le domaine de la communication, le transfert de l'analogique vers le numérique, le rôle des photos et des vidéos et l'utilisation des bases de données de clients, NTC rend compte de leurs échanges le 25/11/2013. [Lire la suite](#)

Management des festivals européens : « accentuer la mutualisation comme les clusters » (M. Kuivalainen)

MUS, SPEC - Lille - vendredi 22 novembre 2013 - Actualité n° 11955

« Nous ne pouvons pas nous satisfaire du bénévolat : une manière d'accroître le salariat permanent dans nos structures est de jouer sur les économies d'échelle. À Tampere, nous organisons, avec la même équipe, la Biennale de Tampere, le "Tampere Vocal Music Festival" et le "Tampere Jazz Happening". C'est une manière d'amortir nos charges de ressources humaines et de multiplier les recettes. En moyenne, un festival embauche deux employés permanents. Entre nous, organisateurs, nous devons accentuer la mutualisation et les échanges de ressources compétentes, à la manière de clusters », appelle Minnakaisa Kuivalainen, à l'occasion du colloque « Festivals de musiques, un monde en mutation », coordonné par France Festivals (Fédération française des festivals de musique et du spectacle vivant), à Lille (Nord), Tournai (Belgique) et Courtrai (Belgique) du 19 au 21/11/2013.

« Le secteur des festivals n'échappe pas à de grands défis de gestion des ressources humaines : alors qu'étudiants, stagiaires, bénévoles ou consultants n'y sont présents que quelques semaines par an, comment assurer la pérennité des collaborations structurellement intermittentes ? Pourquoi autant de bénévoles y contribuent ? Lluís Bonet (professeur d'économie à l'Université de Barcelone) nous donnait quelques pistes de réponse le 20/11/2013 : les personnes qui œuvrent au sein d'un festival, quel que soit leur statut, sont attirées par l'originalité de l'expérience, par la confiance et l'empathie du gestionnaire », indique Diane Saint-Pierre, professeur à l'Institut National de la Recherche Scientifique (Canada) et

participante à la recherche sur les « Festivals de musique(s), un monde en mutation », présentée à l'occasion de ce colloque.

Cette étude, établie sur trois ans sur la base des réponses de 390 festivals européens et dont NTC avait révélé les premiers résultats le 05/11/2013, montre que l'âge moyen d'existence d'un festival est de 21 ans, que sa durée moyenne est de 10 jours, que 51 % d'entre eux se déroulent en juillet et août, et que son budget moyen est de 870 000 euros (avec une médiane à 270 000 euros). En moyenne, 28 455 personnes se rendent aux à ces festivals. La médiane est de 7 888 spectateurs.

Participaient à cette table ronde Claudine Audet, chercheuse au ministère de la Culture et des Communications du Québec, Colm Croffy, directeur de l'AOIFE, association des festivals irlandais, Diane Saint-Pierre, Jean-Pierre Bissot, directeur du Gaume Jazz Festival en Belgique, Minnakaisa Kuivalainen et Sophie Detremmerie, directrice du Festival de Flandre Bruxelles en Belgique.

Place et rôle des bénévoles, compétences nécessaires à l'organisation des festivals, indépendance des programmations en période de disette des finances publiques, NTC rend compte de leurs échanges, lors de la table ronde « Quel management pour les festivals ? », à Lille le 21/11/2013. [Lire la suite](#)

« Les festivals préfèrent construire des relations durables avec de jeunes artistes » (Jorid Vaagland)

MUS - Paris - jeudi 21 novembre 2013 - Essentiel n° 11925

« Il existe aujourd'hui une forte concurrence des festivals en Belgique, et une pression très forte sur les cachets et les exclusivités. Nous avons toujours refusé d'entrer dans ce jeu, ce qui nous oblige à adopter une démarche artistique différente. Mais nous attirons autant de monde que certains festivals dont les budgets sont deux à trois fois plus importants que le nôtre. Le constat est que 75 à 80 % du public vient chez nous avant tout pour l'ambiance. Toutefois, avec à peine 20 % de subvention publique, notre économie dépend fortement du public : de la billetterie mais aussi de la consommation sur place », déclare Jean-Yves Laffineur, directeur du festival Esperanzah, lors de la table ronde consacrée aux « choix artistiques et défis culturels », organisée dans le cadre du colloque « Festivals de musiques, un monde en mutation », à Lille le 20/11/2013.

« La dépendance des festivals norvégiens aux subventions crée-t-elle des obligations envers la puissance publique ? Tout cela est assez subtil. Il n'y a pas d'obligations, mais pour les festivals, les subventions sont accompagnées chaque année d'une lettre qui indique quelles sont les thèmes culturels retenus au niveau national. On nous donne donc des directives de manière insidieuse : on n'impose rien, mais si on ne suit pas les orientations des subventionneurs, on sait que ce sera peu apprécié », déclare Anders Rykkja, directeur de la fédération Norway Festivals.

« Les programmateurs essaient de construire des relations durables avec

de jeunes artistes, moins onéreux, en pariant sur le fait qu'ils continueront à les programmer lorsque leur popularité se sera développée. », ajoute Jorid Vaagland, chercheuse à l'Université de Lillehammer, participante à l'étude FeStudy.

NTC a assisté au débat. [Lire la suite](#)

« Les festivals doivent pouvoir se réappropriier les résultats de FeStudy » (Emmanuel Négrier, CNRS)

MUS - Lille - jeudi 21 novembre 2013 - Essentiel n° 11905

Passant de 22 314 en 2008 à 28 455 en 2011, le nombre moyen de spectateurs des 390 festivals de musiques français et internationaux observés dans « FeStudy » progresse de 16 %, indiquent les directeurs de cette étude Lluís Bonet (chercheur à l'Université de Barcelone), Michel Guérin (directeur de l'Observatoire des politiques culturelles de la Fédération Wallonie-Bruxelles) et Emmanuel Négrier (chercheur au CNRS), lors de la communication de ses résultats à l'occasion du colloque « Festivals de musique(s), un monde en mutation », à Lille le 20/11/2013.

Cette étude montre que l'âge moyen d'existence d'un festival est de 21 ans, que sa durée moyenne est de 10 jours, que 51 % d'entre eux se déroulent en juillet et août, et que son budget moyen est de 870 000 euros (avec une médiane à 270 000 euros). NTC avait publié les premiers résultats le 05/11/2013.

« La croissance de la fréquentation montre qu'un grand nombre de festivals ont adapté leur stratégie de renouvellement des publics. On notera, toutefois qu'il existe une idée reçue sur la provenance des spectateurs, qui sont aux deux tiers composés d'un public local, et non pas national voire international, comme il est souvent avancé. Cette proportion est d'ailleurs similaire à celle de la provenance des artistes programmés dans les festivals, majoritairement locaux », déclare Emmanuel Négrier.

« La question des publics sera l'un des défis pour les festivals à l'avenir. On voit déjà certains opter pour des stratégies de développement qualitatives, et non plus quantitatives, qui se traduisent par une diminution de l'audience, afin que leurs événements ne dégénèrent en autre chose qu'un projet artistique. » Parmi les dangers potentiels identifiés par Emmanuel Négrier, celui du phénomène global de « festivalisation », qui pourrait nuire à leur « aura » et leur caractère événementiel, et « d'instrumentalisation des partenaires, publics ou privés », dans un contexte économique difficile.

« En Espagne, par exemple, on voit des festivals disparaître ou réduire la voilure, tandis que de nouvelles manifestations apparaissent dans le paysage. Ce sont les plus petits festivals qui subissent le plus la crise des financements publics. Dans cette lutte pour la survie, il n'est pas certain que ce sont les meilleurs qui se distingueront. D'où l'importance des notions de coopérations et de développements transfrontaliers », conclut-il.

L'étude sera mise en vente prochainement (Éditions Michel de Maule, 26 euros). [Lire la suite](#)

« La bataille pour les têtes d'affiche n'est pas tendre » (Jean-Paul Roland, Eurockéennes)

Paris - Publié le lundi 25 novembre 2013 à 17 h 06 - Actualité n° 12000 - Imprimé par abonné n° 7716

« Le week-end où se tient le festival des Eurockéennes (prochaine édition en juillet 2014), ce ne sont pas moins de 50 autres grands festivals européens qui sont sur les rangs : la bataille pour les têtes d'affiche n'est pas tendre et, dans ce contexte, les réseaux prennent tout leur sens », déclare Jean-Paul Roland, co-président de la Fédération internationale de festivals De Concert ! et directeur général des Eurockéennes de Belfort au colloque « Festivals de musique(s), un monde en mutation », consacré à l'étude du même nom, à Lille (Nord), Tournai (Belgique) et Courtrai (Belgique) du 19 au 21/11/2013.

Au sujet des collaborations entre festivals européens, il ressort de cette étude, établie sous la coordination de France Festivals (Fédération française des festivals de musique et du spectacle vivant), que les festivals coopèrent dans les domaines du partage des ressources techniques, des ressources humaines, des coûts de diffusion et de l'information stratégique, dans la définition d'une stratégie commune et dans la coproduction.

626 coopérations entre festivals de musique européens sont ainsi dénombrées dans l'étude, essentiellement entre festivals dont le budget dépasse un million d'euros. « Ceux qui disposent d'importants moyens sont en même temps ceux qui ont la possibilité d'organiser des coopérations avec d'autres événements, ne serait-ce que parce qu'ils peuvent disposer de personnels spécialisés sur ces types d'activités », est-il noté au sujet des coopérations dans l'étude. Sur 412 affiliations à des associations de festivals, les 92 festivals français comptabilisés sont les plus fréquemment inscrits, jusqu'à trois réseaux différents par festivals.

L'étude, établie sur trois ans sur la base des réponses de 390 festivals européens et dont NTC avait révélé les premiers résultats le 05/11/2013, montre que l'âge moyen d'existence d'un festival est de 21 ans, que sa durée moyenne est de 10 jours, que 51 % d'entre eux se déroulent en juillet et août, et que son budget moyen est de

870 000 euros (avec une médiane à 270 000 euros). En moyenne, 28 455 personnes se rendent à ces festivals. La médiane est de 7 888 spectateurs.

Participaient à cette table ronde Anne Quentin, journaliste au magazine La Scène, Benoit Thiebergien, directeur du festival Les Détours de Babel, Didier Thibaut, directeur de la scène nationale La Rose et co-organisateur du Next Festival, Gilles Garand, directeur artistique du festival de la Grande rencontre au Québec, Jean-Paul Roland, Kathrin Deventer, secrétaire générale de l'EFA (Association européenne des festivals), Luisella Carnelli, chercheuse italienne à la Fondazione Fitzcarraldo et Sara Tannå, sociologue suédoise de l'Université d'Umeå.

NTC rend compte de leurs échanges.