

Les festivals et la crise COVID, diversités culturelles au cœur des territoires et dynamiques d'évolution

PAR HÉLÈNE PÉBARTHE-DÉSIRÉ - MAÎTRE DE CONFÉRENCES - UNIVERSITÉ D'ANGERS

AVANT

Les festivals, des identités multiples

- Combien et quoi ? Environ **4 000 festivals** en France, dont **2 600 festivals de musique**¹

Difficile de dénombrer les festivals en France qui sont, de surcroît, très diversifiés : de 10 000 euros de budget à 30 millions et plus (à titre d'exemple : 8,5 millions de budget pour les Eurockéennes, festival aux retombées considérables et annulé en 2020 et 2021).

- Des enjeux territoriaux considérables : **les festivals entre avril et septembre génèrent entre 2,3 et 2,6 milliards d'euros**² (hôtellerie, restauration, prestataires techniques, commerce...). Beaucoup de festivals offrent une visibilité très forte et internationale à des territoires très divers (urbains, ruraux, dans toutes les régions) : Cannes, Avignon ou même Marciac. La crise sanitaire a eu la vertu de montrer l'importance des festivals dans la vie culturelle et sociale française.

- Plusieurs types de modèles économiques des festivals :

- Les festivals qui fonctionnent essentiellement avec des ressources propres (notamment des gros comme les Vieilles Charrues), et la billetterie comme première ressource : mis en grande difficulté par la crise.

- Les festivals (de toutes tailles) dont le budget s'appuie essentiellement sur des subventions publiques.

¹Source : Emmanuel Négrier, propos tenus lors des Etats généraux des festivals organisés par le Ministère de la Culture les 2 et 3 octobre 2020

²Source : Alexandra Bobes, directrice de France Festival citée dans Alternatives économiques, juin 2021. Voir aussi l'étude publiée par France Festivals en juillet 2020 : « SoFest ! Empreinte sociale et territoriale des festivals ».

PENDANT

Ampleur et gestion de la crise

Plus d'un an d'arrêt des spectacles : de mars 2020 à mai 2021. Une faible reprise à l'été et à l'automne 2020 et un effort pour maintenir le contact entre les festivals et leurs publics par le numérique et la diffusion de produits audio-visuels ont toutefois été observés.

- **Diagnostic de crise**

2020 : l'activité dans le spectacle vivant s'élève à 59 % seulement de l'activité de 2019³

- **Remèdes et mesures**

Outre les mesures généralistes de l'État (chômage partiel, fonds de solidarité pour les entreprises augmentés), il y a eu des aides plus sectorielles comme par exemple les mesures d'aides à l'intermittence et des aides à la billetterie ainsi que des subventions publiques à tous les niveaux territoriaux. La question de l'augmentation des ressources propres reste centrale bien sûr.

- **Quelle(s) reprise(s) en 2021 ?**

- Mi-mai 2021 : relance du secteur culturel avec des jauges à 35 %
- 30 juin 2021 : fin des limites de jauges.

Possibilité des concerts avec public debout accordée fin juin 2021, soit après les décisions d'annulations par plusieurs gros festivals.

³Source : Alternatives économiques, juin 2021

APRÈS

Quel après crise ? Nouveaux modèles ?

Les mobilisations de l'État et des collectivités locales restent au cœur des solutions : la 1^{ère} édition des États généraux des Festivals a eu lieu en octobre 2020, la 2^{ème} fin juin 2021.

Quelles pistes d'innovations pour l'avenir ?

- **Logiques d'acteurs** : Les festivals renforcent la coopération entre eux : sur le soutien à des groupes, la concertation sur des programmations, sur la modération des cachets.

- **La valorisation du distanciel** : De nouveaux modèles économiques : ce sont aussi de nouveaux instruments, comme la valorisation du distanciel. À titre d'exemple : en 2020, le festival d'Avignon a produit des contenus audiovisuels pour l'exportation. Dans le plan de relance gouvernemental : 400 millions d'euros sont destinés au développement des politiques de développement culturel à distance.

- **Mobilisations nouvelles de lieux** : Interactions entre festivals et institutions culturelles : représentations dans les musées (exemple, Festival Musica, Strasbourg).

- **Développement des tiers-lieux** (ex : La Halle Tropisme à Montpellier dans un ancien site militaire)

Tout bien considéré, les festivals représentent un monde dynamique avec une capacité d'adaptation très forte. Avec l'accompagnement des pouvoirs publics, il devrait pouvoir passer la crise, même s'il a été durement ébranlé en 2020 et 2021.

Musées, expositions et crise COVID : entre fragilisation, permanences et renouveaux

PAR HÉLÈNE PÉBARTHE-DÉSIRÉ - MAÎTRE DE CONFÉRENCES - UNIVERSITÉ D'ANGERS

Le temps de la fermeture

- Fermetures et pertes
- Des musées fermés : 6 mois pour le Louvre en 2020 avec une chute de **72 % du nombre de visiteurs par rapport à 2019**. (Alternatives économiques, juin 2021)
- Diminution de facto de la fréquentation et des recettes.

La crise comme une opportunité

- Innovations pour maintenir le lien avec le public
- Rôle croissant du numérique, lieux et expositions à visiter en ligne
- Communication via les réseaux sociaux

Rouvrir mais aussi relancer

- 3 000 musées en France et seulement quelques centaines qui sont privés.
- Des pertes qui ont été compensées par l'État pour les musées nationaux et/ou les collectivités locales (subventions exceptionnelles).
- Des musées parisiens plus affectés par la crise car plus dépendants des visiteurs touristes que les musées se trouvant dans le reste de la France.

Ne pas manquer la relance

- Fin juin 2021, réouverture complète (sans jauge) des sites muséaux. Un retour au niveau de fréquentation antérieur est nécessaire : la digitalisation des expositions n'a en effet pas permis de compenser la perte. **10 à 20 euros un ticket d'entrée en présentiel contre 3 ou 4 euros en ligne.**
- Des pertes de revenus dans les boutiques de musées également, et sur les points de restauration.
- Une grande attente des équipes des sites autour de la réouverture complète : être performants, relancer la machine avant tout grâce aux visites et événements en présentiel.

Relancer, est-ce changer ?

Permanence du modèle...

Un modèle événementiel muséal qui restera sans doute très proche de ce qu'il était :

- Report des expositions prévues (avec des surcoûts liés au transport inutile des œuvres, de nouvelles programmations à élaborer)
- Poursuite de la mobilisation des pouvoirs publics (État et collectivités locales) et des mécènes
- Renforcement des ressources propres (passer du 1/4 au 1/3 des ressources totales pour les grands musées nationaux) : idée déjà présente avant la crise COVID et renforcée par cette dernière.

Mais aussi évolutions :

Vers plus de proximité ?

Des vertus environnementales indirectes avec cette crise ? Vers un équilibre repensé entre les expositions temporaires, souvent très consommatrices en œuvres à faire venir, et la valorisation des collections permanentes¹.

Ce d'autant plus que le modèle culturel globalisé montre ses limites depuis quelques années² : les grandes expositions qui tournent dans le monde coûtent très cher en frais de transport et d'assurance des œuvres.

Le numérique, omniprésent pendant la crise, comme une chance pour la suite :

- D'aller chercher de nouveaux publics : lointains (à l'étranger par exemple), à mobilité réduite (situation de handicap), plus jeunes et/ou éloignés de la pratique des lieux muséaux
- De créer un lien plus continu avec les publics scolaires
- D'enrichir le lien avec le public et l'offre : compléter ou revivre une visite, souscrire à des abonnements incluant de la visite virtuelle, voire avec des entrées uniquement virtuelles à des expositions, offrir des produits en ligne particuliers à des partenaires et mécènes (conférences et/ou visites réservées)

¹ Source : Juliette Raoul-Duval, présidente de l'Icom France (Icom : Conseil international des musées)

² Source : Jean-Michel Tobelem, « Le nouvel âge des musées : les institutions culturelles au défi de la gestion », Armand Colin, 2010.