Les Publics du festival de La Pelouse

Table des matières

Préambule 4

1. Méthodologie 6

1.1 Contexte 6
1.1.1 Les festivals en France 6
1.1.2 Le cadre de l'étude : un territoire, un festival 6
1.1.2.1 Les Aspres : un territoire rural singulier 6
1.1.2.2 Le festival de La Pelouse : 10 ans déjà ! 7

1.2 Questionnements 8

1.3 Les outils 8
1.3.1 Le questionnaire 8
1.3.2 Le carnet de bord et observations 8

1.4 Méthodologie 9
1.4.1 Administration 9
1.4.2 Passation 9
1.4.3 Recueil des questionnaires 9

1.5 Echantillonnage - Traitements 9
1.5.1 L'échantillon 9
1.5.2 Traitements et analyses 10

1.6 Limites 10

2. Les caractéristiques sociodémographiques 11

2.1 Une majorité de femmes 11

2.2 Une moyenne d'âge de 35 ans 12

2.3 Des publics de proximité… et des vacanciers 12

2.4 Vers un rééquilibrage de la représentation en fonction des diplômes 13

2.5 Plus de deux tiers d'actifs 14

2.6 Les professions 15

2.7 Les revenus mensuels des festivaliers 17

2.8 La composition du foyer 18

2.9 En résumé… 19

3. Motivations, renouvellement et prescriptions 20

3.1 Les motivations des publics du festival de La Pelouse 20

3.2 « Habitués » vs « Nouveaux publics» 21

3.3 Les sources d'informations 23

3.4 Sociabilité 25

3.5 En résumé… 26

4. Les pratiques culturelles des publics 27

4.1 Pratiques de festivals 27
4.1.1 Des festivaliers de proximité 27
4.1.2 Renouvellement et pratique de festivals 28

4.2 Les autres sorties culturelles 29
4.2.1 Les pratiques culturelles 29
4.2.2 Pratiques culturelles et pratique de festival 30
4.2.3 Pratiques culturelles et renouvellement 30

4.3 Accompagnement 30
4.3.1 Un accompagnement différencié en fonction de la sortie culturelle 30
4.3.2 Accompagnement et pratique de festival 31
4.3.3 Accompagnement et renouvellement 31

4.4 Habitudes (distance – cadre - consommation) 32
4.4.1 Distance moyenne parcourue pour assister à un spectacle 32
4.4.2 Distance parcourue et pratique de festival 32
4.4.3 Le cadre pour aller voir un spectacle 32
4.4.4 Variation en fonction de la pratique de festival 33
4.4.5 Les dépenses afférentes aux sorties culturelles 33

4.5 En résumé… 35

5. Profils de pratiques et de goûts 36

5.1 Des profils de pratiques 36
5.1.1 Le profil moyen 36
5.1.2 Les profils par esthétiques 37
5.1.3 Profils et renouvellement 39
5.1.4 Profils et pratique de festival 40

5.2 Les goûts musicaux 41
5.2.1 Les goûts 41
5.2.2 Les profils de goûts 42

5.3 En résumé 44

6. L'économie du festival 45

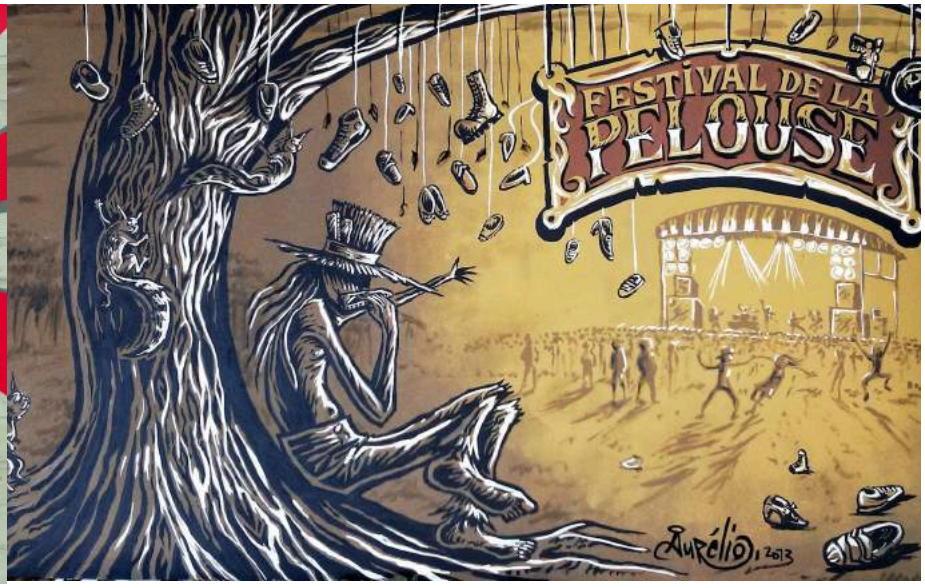
6.1 Le budget global 45
6.1.1 Les charges 45
6.1.2 Les produits 46
6.1.3 Comparaison avec les autres festivals en LR 46

6.2 Les dépenses des festivaliers 50

6.3 Les moyens humains 51
6.3.1 L'équipe de projet 51
6.3.2 Les bénévoles 51

6.4 En résumé… 52

7. Conclusion générale 53



Depuis 9 ans déjà, je prends cette route matin et soir en saison estivale. Elle me mène de Perpignan jusqu'au cœur du territoire des Aspres en passant par Toulouges et Thuir. A cette époque de l'année, lorsque l'on quitte la capitale catalane par la route c'est pour emprunter celles des plages ou de la montagne. Là, elle me conduit au plus proche du terroir, en milieu rural, ni trop isolé, ni trop proche de la population de vacanciers. Le long de cette route tranquille, on voit fleurir les arbres, mûrir les pêches puis c'est la saison du raisin. Pourtant, un événement vient bouleverser le rythme nonchalant des saisons. Chaque année, le premier samedi du mois d'août, un groupe de jeunes investit le stade de football de Thuir aux abords de la route pour faire son festival de rock.

La première fois, j'ai été surpris. Depuis deux jours déjà, il y avait quelques camions de « travellers » installés sur le bord de la route. Je ne comprenais pas ce qu'ils venaient faire ici, ils préparaient une rave party sans doute. J'ai enfin compris le samedi suivant. Je voyais beaucoup de monde s'activer pour monter une scène mais je n'arrivais pas à distinguer clairement ce qui allait se passer. Plus tard, un copain m'expliquera : *Pfff, tu ne sais pas ? C'est la fête de la pelouse, bien sûr !*

Depuis ce moment là, tous les ans j'observe le même phénomène mais je me contente de regarder ça de loin, en passant. Je rencontre de plus en plus de personnes du secteur qui connaissent l'événement pour y être déjà allé : c'est cool, viens ! Je voyais bien que ce projet prenait de l'ampleur mais j'en ai pris la mesure lorsque je m'y suis rendu pour la première fois en tant que public pour voir Pigalle. Là, surprise, combien y avait-il de personnes ? 3000, 4000, je ne pourrais pas le dire mais une chose est sûre, le stade était plein : des familles, des enfants. J'y ai retrouvé des personnes que je connaissais depuis longtemps, derrière le bar, à la billetterie, des bénévoles investis dans le projet.

A ce moment là, je me suis demandé comment il était possible de réunir autant de monde pour un festival de rock dans une ville aussi petite ? Qu'est ce qui peut bien motiver les gens à venir ? Est-ce que ce sont les artistes programmés, la date choisie, le prix ? Qui est ce public ? D'où vient-il ? Ce n'est pas un public purement local, la ville n'atteint pas les 8000 habitants ? Il vient donc aussi de plus loin mais d'où ?

Si les festivaliers viennent d'ailleurs, ce sont des vacanciers qui profitent de leur passage ici pour venir s'amuser ? Mais alors, comment ont-ils eu l'information ? Est-ce que ce sont des habitués des festivals ?

La mise en place d'un événement de cette ampleur nécessite de gros moyens humains. Combien sont-ils à s'investir dans ce projet ? Quelle est la part des professionnels et des bénévoles ? Mais qui sont ces bénévoles ? D'où viennent-ils ? Que viennent-ils chercher dans un projet comme celui-ci ?

Chaque fois que l'on s'intéresse à un élément particulier de cet *écosystème*, de nouvelles questions surgissent, interrogeant aussi bien le mode de gouvernance, de production, de communication que les profils de publics. Et il est bien difficile d'apporter une réponse à ces questions sans qu'elle ne relève de la *présomption*, de l'*à peu près…*

Depuis une vingtaine d'années, les festivals de musiques actuelles, toutes tendances confondues, observent une montée en puissance tant sur le plan du nombre que de la visibilité. En effet, les collectivités ont très vite compris l'intérêt d'appuyer ou d'impulser un événement artistique majeur sur leur territoire. Par ailleurs, le nom de la ville ou de la collectivité est très souvent associée au festival : les Eurockéennes de Belfort, Les vieilles Charrues de Carhaix, Les Francofolies de la Rochelle, le Printemps de Bourges. Chaque ville veut son festival qui lui permettra de rayonner et de travailler l'attractivité du territoire.

Le festival de La Pelouse fait figure de petit Poucet à côté de ces grands événements hypermédiatisés. S'il ne peut prétendre répondre aux exigences de rayonnement du territoire, il doit trouver sa légitimité au travers d'autres objectifs. Comme pour beaucoup d'autres petits festivals en France, les faibles ressources financières obligent à laisser de côté les grandes têtes d'affiches pour se pencher sur une autre forme de programmation, à penser accueil du public.

Au travers de cette étude, nous avons cherché à comprendre comment le festival de La Pelouse avait pu trouver sa place dans le paysage culturel local. Quelle pouvait être la composition sociologique de ses publics ? Observe-t-on des distinctions par rapport aux autres festivals ?

1. Méthodologie

1.1 Contexte

1.1.1 Les festivals en France

Étymologiquement, le mot « festival » renvoie à l'idée de fête. Par extension, on retiendra l'idée d'une *série de manifestations artistiques données généralement de façon périodique dans un lieu donné, et à un certain moment de l'année*[1]. Philippe Poirrier décrit le festival comme un « lieu de rencontres, pouvant susciter débats et forum, espace festif et de convivialité recherchée ou suscitée [2]». Pour Luc Benito, la notion de festival se définit par un ensemble de critères objectifs (unité de lieu, de temps et d'action) et de critères subjectifs (célébration publique et célébration d'un art)[3].

Depuis les années 80, les festivals ne cessent de se développer en France comme en Europe. Si la musique classique a été pendant très longtemps l'apanage des festivals de musiques, l'arrivée fracassante des musiques actuelles/amplifiées dans ce secteur depuis quelques décennies, a bouleversé le panorama des festivals.

Par ailleurs, la politique de décentralisation a permis aux collectivités territoriales de s'engager sur le chemin de l'attractivité du territoire en utilisant la dimension évènementielle comme un atout majeur de développement d'image. Aujourd'hui, chaque commune, chaque département, chaque région veut son festival, qu'il soit de renommée locale, régionale ou internationale. En soutenant l'émergence festivalière, les collectivités ont favorisé le maillage du territoire.

1.1.2 Le cadre de l'étude : un territoire, un festival

1.1.2.1 Les Aspres : un territoire rural singulier

Thuir est le chef lieu du territoire des Aspres, qui vient du mot « aride » en catalan. Entre mer et montagne, ce territoire marque les premiers contreforts du Canigou. De fait, l'intercommunalité des Aspres essaye de trouver sa place entre les territoires de montagne et la plaine où règne la communauté d'agglomération de Perpignan. Un patrimoine riche, un mode de vie décontracté, un terroir de qualité sont des atouts essentiels pour que ce territoire administratif puisse s'imposer durablement en Catalogne nord. Avec une population globale d'environ 20 000 habitants[4], le territoire est essentiellement composé de petits villages.

1. Vignal Marc, *Dictionnaire de la musique*, Larousse, Collection In extenso, 2005
2. Poirrier Philippe, *Politiques et pratiques de la culture*, La documentation française, 2010
3. Benito Luc, *Les festivals en France, marchés, enjeux et alchimie*,
4. Estimation d'après les données INSEE 2009 pour le canton (non complètement superposable à l'intercommunalité des Aspres).

La ville de Thuir[5] a une population d'un peu plus de 7300 habitants dont 31,5% de personnes âgées de 60 ans et plus. Les cadres représentent 10,6% de la population active alors que les ouvriers et employés composent plus de 51% de cette population (respectivement 24 et 27%). Le taux de chômage se situe à 17,4%.

La répartition en fonction du diplôme s'effectue de la façon suivante :

- 63, 5% des personnes ont un niveau d'étude inférieur au baccalauréat (sans diplôme, certificat d'étude, BEPC, CAP, BEP),
- 15,7% d'entre eux ont un niveau baccalauréat
- 11,4% ont un niveau Bac+2
- 9,5% ont niveau Bac+3 et au delà

Par ailleurs, sur le plan touristique si l'INSEE souligne la faiblesse des capacités d'accueil en hôtel et camping en fonction du nombre d'étoile, les différentes études montrent la part non négligeable des résidences secondaires sur le territoire. Celles-ci concernent principalement des logements de 4 pièces et plus.
L'ensemble de ces données statistiques nous permettra dans l'analyse qui suit de contextualiser nos résultats au regard de la photographie du territoire.

1.1.2.2 Le festival de La Pelouse : 10 ans déjà !

Comme bien d'autres évènements culturels, le festival de La Pelouse est né par hasard. Au début des années 2000, la municipalité de Thuir, par l'intermédiaire de son service jeunesse avait souhaité répondre aux attentes de la jeunesse en proposant un « concert jeunes ». Cet événement devait être l'occasion de permettre à de jeunes groupes de se produire sur scène dans des conditions professionnelles. Malheureusement, il aura du mal à se développer.
En 2004, la municipalité confie l'organisation de la fête de la musique à l'association « La Pieuvre Production ». Elle sera un franc succès puisqu'elle réunira un millier de personnes sur la place du 8 mai. Il est donc convenu de transférer l'organisation du traditionnel «concert jeunes » à la Pieuvre productions. Le festival de La Pelouse est né !
Lors des quatre premières éditions, l'entrée au festival était gratuite. Mais bien vite, s'est posé le problème de la sécurité des publics et surtout de la difficulté de financer un tel projet. Le festival de La Pelouse deviendra payant pour sa 5ème édition avec un prix d'entrée unique fixé à 5€. On comptabilisera 3000 spectateurs.
D'année en année, le festival a vu le nombre de ses publics augmenter pour arriver en 2013, lors de la 10ème édition, à un total de 6000 spectateurs.
Dès le début, l'équipe d'organisation a souhaité prendre en compte l'accueil des publics en lui apportant des services de qualité. Cela a commencé par la mise en place d'une deuxième scène lors de la 3ème édition. Puis s'en est suivi :

- Une réorganisation du site pour faciliter les déplacements des publics ;
- Le développement des services restauration et boisson ;
- L'ouverture vers des partenariats extérieurs (Hôpital de Thuir) ;
- La mise en place d'activités pour les enfants en fin d'après midi.

Tous ces aménagements successifs ont été pensés pour répondre aux attentes des familles, des habitants du territoire, des personnes n'ayant pas pour habitude de fréquenter les festivals de musiques rock mais aussi des habitués qui retrouvent dans ces services les valeurs véhiculées lors des premiers festivals rock en France ou ailleurs.

5. Toutes les données statistiques suivantes ont été produites par l'INSEE lors de la dernière mise à jour en juin 2012.

1.2 Questionnements

Les différentes études sur les festivals s'accordent sur l'existence persistante d'une certaine *fièvre festivalière* qui s'exprime d'un point de vue quantitatif et qualitatif. Dans le premier cas, cette fièvre se caractérise par un nombre croissant de festivals sur l'ensemble du territoire. Dans le second cas, il s'agit d'une course à la tête d'affiche engagée par les industries culturelles pour faire face aux mutations des modes de consommations de la musique.

Si les plus grands festivals de musique ont une image associée à un certain profil d'artistes en vogue, comment le festival de La Pelouse peut-il construire et véhiculer sa propre image ? A partir de quels critères ?

Si dans le premier cas, on va rencontrer un public de fans, comment le festival de La Pelouse peut-il favoriser le transfert de cet intérêt pour l'artiste vers l'événement ?

Plus généralement, comment le festival de La Pelouse peut-il s'inscrire de manière durable sur le territoire des Aspres ?

Pour répondre à ces questions, nous avons choisi de prendre l'angle d'une étude des publics afin de déterminer leur rapport au festival au travers de l'analyse de leurs motivations, leurs goûts et leurs pratiques. Ce travail s'inscrit dans une démarche compréhensive où nous opérerons des allers/retours entre données quantitatives et qualitatives (observations, entretiens).

1.3 Les outils

Afin de répondre le mieux possible aux interrogations qui étaient les nôtres, nous avons conçu deux outils de recueil de données : un questionnaire et la tenue d'un carnet de bord pour les observations.

1.3.1 Le questionnaire

Le questionnaire proposé aux personnes interrogées se composait d'une vingtaine de questions fermées et pouvait être correctement rempli en moins de huit minutes. Il se décomposait en trois grandes parties :

- le rapport au festival (renouvellement, motivation, modalités d'information, accompagnement) ;
- les pratiques culturelles, les goûts ;
- les données personnelles (âge, sexe, lieu de résidence, niveau scolaire, situation sociale, revenus, nombre de personnes au foyer).

Dans un souci de comparabilité des résultats avec d'autres études (les pratiques culturelles des français – Donnat 2008, les publics des festivals – Négrier, Djakouane), nous avons choisi de ne proposer ce questionnaire qu'aux personnes âgées d'au moins 15 ans.

Nous avons testé la bonne compréhension du questionnaire auprès d'une dizaine de personnes au profil varié (âge, sexe, PCS, niveau d'étude) en amont du festival afin de garantir l'efficacité du dispositif.

1.3.2 Le carnet de bord et observations

Nous avons souhaité aller au-delà d'une simple analyse quantitative en nous plaçant dans une démarche compréhensive des résultats. En effet, les réponses des personnes interviewées ne peuvent pas se réduire à une somme de données ; elles doivent être replacées dans leur contexte de production.

Durant toute la durée de passation, nous avons réalisé des observations et tenu un carnet de bord pour noter toutes les informations complémentaires d'ordre contextuel. Nous y avons consigné les hésitations des personnes, les « commentaires en off » (remarques à haute voix, discussion avec les amis, questions aux enquêteurs, etc.) le comportement face au questionnaire (engouement, sérieux, lassitude, etc.).

Par ailleurs, nous avons aussi participé à des conversations informelles avec des personnes sur l'intérêt de la démarche, leurs motivations, leurs pratiques).

La capitalisation de ces informations supplémentaires, nous a permis de livrer des interprétations plus fines lors de l'analyse des résultats.

1.4 Méthodologie

1.4.1 Administration

Le questionnaire a été proposé aux publics sous une forme autoadministrée assistée par les enquêteurs. Chaque personne s'est vu remettre un questionnaire papier et le nécessaire pour y répondre (stylo, tablette pour écrire). Les enquêteurs se tenaient à proximité d'un petit groupe de personnes remplissant le questionnaire afin d'être en mesure de répondre à leurs interrogations si elles éprouvaient des difficultés à répondre aux questions.

1.4.2 Passation

La passation du questionnaire s'est déroulée principalement dans la file d'attente avant d'entrer sur le site du festival. Lorsque la file d'attente s'est réduite, nous avons tenté de réaliser la passation sur le site mais nous avons été confronté à deux difficultés majeures :

- la densité de personnes présentes ne permettait pas de pouvoir s'isoler pour répondre tranquillement au questionnaire
- la tombée du jour et le manque d'éclairage ne permettaient pas de remplir le questionnaire facilement.

Nous avons choisi de procéder suivant une méthode d'échantillonnage aléatoire en interrogeant quelques personnes successivement puis en proposant le questionnaire à un autre groupe de personnes se situant un peu plus loin dans la file d'attente.

Une équipe de sept enquêteurs bénévoles dont deux ayant déjà une expérience dans ce domaine, s'est chargé de distribuer le questionnaire et de répondre aux interrogations des personnes interrogées. Une note synthétique et argumentée leur a été donné en amont afin de se préparer au mieux à cet exercice.

1.4.3 Recueil des questionnaires

Les personnes interrogées étaient invitées à déposer le questionnaire rempli dans une urne prévu à cet effet située au niveau de la billetterie. Afin d'éviter des pertes trop importantes, nous avons opté pour un dispositif de collectage par les enquêteurs. En effet, en proposant le questionnaire aux personnes situées assez loin dans la file d'attente, ils avaient le temps de le remplir avant d'arriver à la billetterie. L'équipe d'enquêteurs pouvait ainsi récupérer les questionnaires et éviter que les personnes ne les jettent si elles ne voyaient pas l'urne.

Par ailleurs, distribuer le questionnaire suffisamment en amont dans la file d'attente permettait d'éviter d'avoir trop de questionnaires partiellement remplis puisque les personnes n'avaient rien d'autre à faire que de patienter.

1.5 Echantillonnage - Traitements

1.5.1 L'échantillon

Nous avons recueilli 377 questionnaires exploitables. Nous avons dû en rejeter une quarantaine qui n'étaient que partiellement remplis. Compte tenu que la passation du questionnaire s'est déroulée entre 18h (une heure avant l'ouverture des portes) et 21h30 et qu'à 21h nous pouvions comptabiliser un peu plus de 3000 personnes sur le site du festival, nous avons réussi à interroger environ 12% des publics. Ce score nous garantit une bonne représentativité des résultats.

Toutefois, nous devons prendre en compte que le nombre de personnes ayant assisté au festival de La Pelouse à un moment ou un autre de la soirée s'est élevé à 6000. Lors du traitement et de l'analyse des résultats, nous devrons garder en tête cette donnée afin de pouvoir généraliser les résultats.

Nous pouvons alors nous demander si les résultats auraient été les mêmes si nous avions pu réaliser cette enquête tout au long de la soirée.

- L'heure de passage de chaque artiste n'a été dévoilée qu'à 18h. Jusqu'à ce moment, les festivaliers connaissaient l'ensemble de la programmation mais pas l'ordre dans lequel elle serait effectuée. Ainsi, si la motivation première était l'artiste, on ne devrait pas avoir de modification notable sur les tendances observées.
- L'observation et la tenue du carnet de bord nous ont aussi permis de pouvoir pondérer cet effet. Nous avons pu noter qu'une certaine partie du public arrivée plus tardivement était composée de jeunes adultes, sortant entre copains et habitués de ce type d'événement culturel. Ce sont plutôt des personnes habitant dans un rayon proche.
- En effet, les personnes venant spécialement pour le festival sont arrivées beaucoup plus tôt pour s'installer sur le camping à proximité ou chez les amis et profiter pleinement de l'ensemble de la soirée.

Nous pouvons donc dire que si les résultats auraient pu être légèrement modifiés avec une moyenne d'âge un peu plus basse et des pratiques culturelles un peu plus soutenues, globalement nous aurions observé les mêmes tendances.

1.5.2 Traitements et analyses

L'ensemble des réponses aux questionnaires ont été recodées et saisies sur un document Excel. Après avoir renommé les différentes modalités des variables, le fichier a été exporté vers un logiciel de traitement statistique.

Nous avons dans un premier temps essayé de révéler les différentes liaisons pouvant exister entre les variables à partir d'une analyse factorielle des correspondances. Ensuite et en fonction des résultats de l'AFC, nous avons déterminé des sous populations afin de réaliser une analyse plus fine.

Dans un premier temps, nous avons cherché à établir les différents profils sociodémographiques des publics du festival de La Pelouse. Nous les avons comparé à ceux obtenus lors de différentes études de publics.

Puis nous avons décrypté les motivations de ces publics en fonction de différentes variables explicatives (sexe, situation sociale, renouvellement, etc.)

Dans un troisième chapitre, nous nous sommes intéressés aux pratiques culturelles déclarées par les personnes interrogées. Nous avons mis les résultats observés en regard des goûts des personnes.

Dans une dernière partie, nous nous sommes intéressés à l'économie du festival au travers des modes de consommation des publics, du budget, du poids des bénévoles dans la mise en œuvre du festival.

1.6 Limites

Avant d'aborder la présentation des résultats, nous devons dresser ici les limites d'une telle étude. Sur le plan méthodologique, nous avons été confronté à des difficultés de passation. Le festival ouvre ses portes à 19h mais tout le monde n'arrive pas en même temps. A 21h, nous avions comptabilisé un peu plus de 50% des personnes qui sont passées sur le festival. Or à partir de cette heure, il n'était plus possible de réaliser la passation dans de bonnes conditions :

- manque de lumière pour lire le questionnaire aisément ;
- manque d'espace calme (trop grande affluence) ;
- les festivaliers étaient là pour s'amuser et non pour répondre à un questionnaire.

Par ailleurs, la passation a été réalisée à l'entrée du festival, compliquant ainsi la réponse à certaines questions en particulier pour les primo visiteurs.

Dernier point d'ordre méthodologique, la réponse au questionnaire est basé sur les déclarations des personnes. On peut donc s'attendre à une certaine déformation des réponses entre les pratiques déclarées et les pratiques réelles des personnes.

Nous avons essayé de prendre en compte ces limites lors de l'analyse des données en réalisant de multiples croisements de variables et en pondérant les résultats grâce aux observations.

Enfin, cette étude ne peut pas être généralisée. Si nous souhaitons comparer les résultats avec d'autres études, nous devons toujours tenir compte qu'elle a été réalisée sur un territoire particulier et à un moment précis.

2. Les caractéristiques sociodémographiques

2.1 Une majorité de femmes

Les études sur les pratiques culturelles des français entre 1973 et 2008 montrent une progression de la participation des femmes à la vie culturelle. Si les publics des festivals montrent une surreprésentation des femmes, on constate une grande disparité en fonction du style de programmation. Une programmation de danse accentue ce phénomène alors que les hommes redeviennent majoritaires lors des spectacles de musiques actuelles.

Tableau n°1 : Répartition en fonction du genre en pourcentage

Genre	Festival de La Pelouse	Publics des festivals	Publics des Musiques actuelles en LR
Femmes	*55,6*	*59,7*	*48*
Hommes	*44,4*	*40,3*	*52*
Total	*100*	*100*	*100*

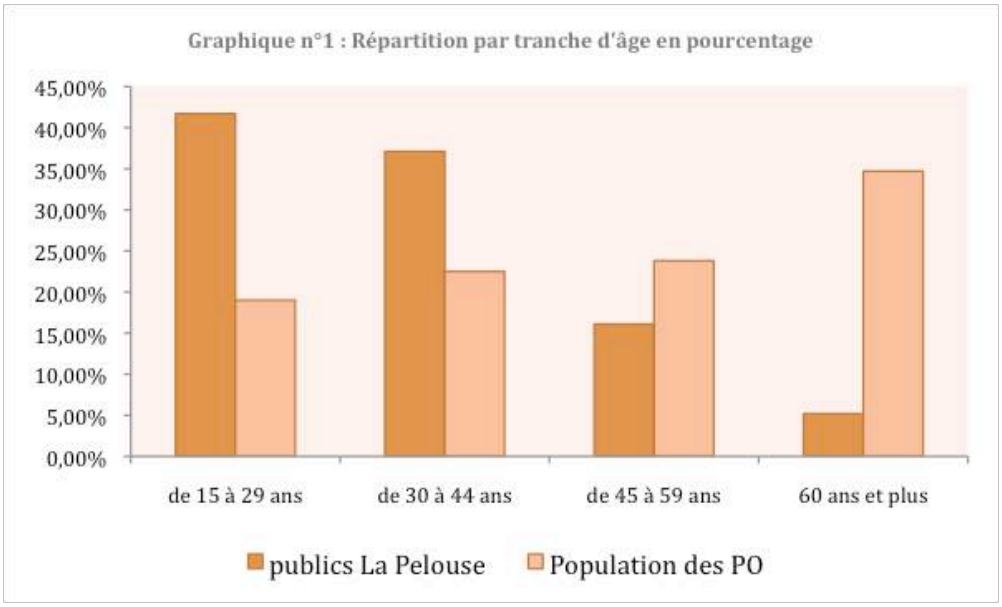
Le festival de La Pelouse semble se démarquer de cette tendance nationale et de celle observée lors des festivals de musiques actuelles en Languedoc Roussillon si on retranche les esthétiques musiques du monde et jazz.

2.2 Une moyenne d'âge de 35 ans

Avec une moyenne d'âge de 35 ans, les publics du festival de La Pelouse sont beaucoup plus jeunes que la moyenne constatée pour les publics des festivals en France. Toutefois, si on rapproche cette moyenne de celles obtenues pour les Trans Cévenoles et Chapiteuf[6], on se trouve un peu au-dessus avec respectivement 26 et 31 ans de moyenne d'âge.

La médiane de notre échantillon est située à 32 ans montrant ainsi que la moyenne est tirée vers le haut par un contingent de personnes plus âgés vers lesquels nous reviendrons plus tard. D'un autre côté, nous avons interrogé les personnes âgées de 15 ans et plus écartant ainsi les plus jeunes de notre échantillon.
Par ailleurs, nous devons garder à l'esprit que l'enquête auprès des publics s'est déroulée jusqu'à 21h30. Or nous avons pu constater que la distribution des personnes arrivées après cette heure en fonction de l'âge, était beaucoup plus resserrée sur l'échelle des âges, avec une prédominance de jeunes adultes. Nous pouvons donc supposer que la moyenne d'âge sur l'ensemble du public doit être un peu plus basse que celle observée, se rapprochant ainsi de celle des Trans Cévenoles.

Si on s'intéresse à la distribution des publics par tranche d'âge (graphique n°1), on constate une représentation graphique inverse à celle de la pyramide des âges dans le département des Pyrénées Orientales (INSEE 2012). Nous avons une surreprésentation des plus jeunes et une sousreprésentation des plus âgés, des retraités. Ce festival, au même titre que les autres festivals de musiques actuelles, bouscule les constats sur les pratiques culturelles des français en s'ouvrant prioritairement aux plus jeunes.

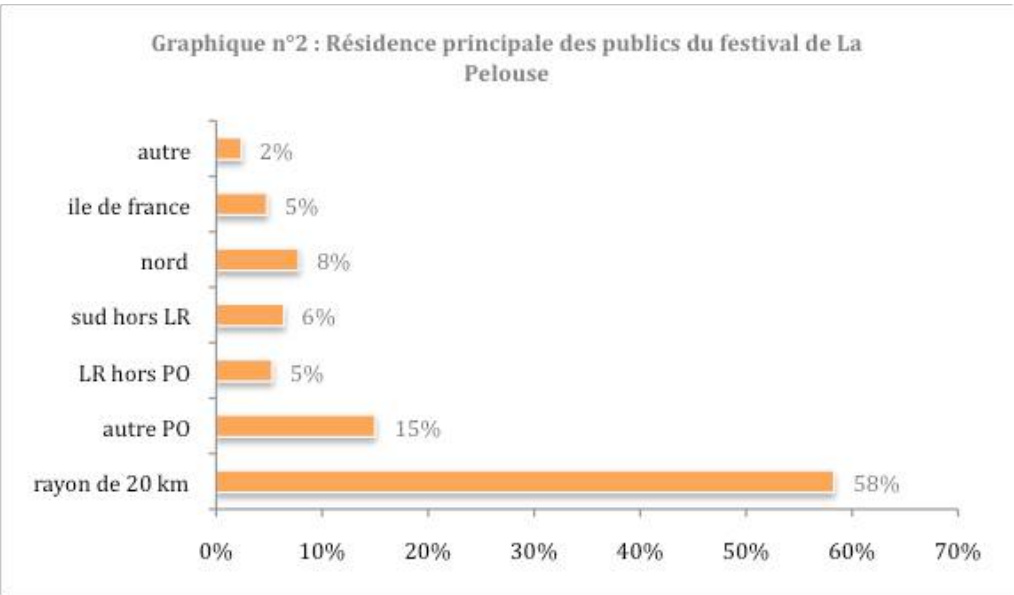


Note : Dans un souci de comparaison des résultats, nous avons volontairement exclus les moins de 15 ans du graphique puisque ces derniers n'étaient pas interrogés lors de l'enquête sur les publics du festival de La Pelouse.

2.3 Des publics de proximité… et des vacanciers

Avec près des trois quarts des publics habitant les Pyrénées Orientales, le festival a su éveiller l'intérêt en Catalogne nord. Cependant, le territoire comporte des disparités importantes entre la plaine et la montagne. Le facteur déplacement n'a pas le même sens si on habite à proximité de la ville centre ou à Font Romeu. Pour prendre en compte ces différences, nous avons recodé les réponses à la variable « habitation principale » en sept modalités représentées dans le graphique ci-dessous.

6. Le festival s'est arrêté en 2011 mais il faisait partie du panel de festivals étudiés lors de « Les publics des festivals »



Avec 58% des publics habitant dans un rayon de 20 kilomètres autour de Thuir, on peut dire que le festival a su conquérir un public de proximité et répondre à un besoin important, sur ce territoire rural. En somme, le festival de La Pelouse tend à remplir une fonction de *maillage du territoire*, toujours mise en avant par les différentes politiques culturelles pour répondre aux exigences de démocratisation culturelle en allant à la rencontre des publics éloignés. Nous vérifierons plus loin quelle est la composition sociale des publics et quelles sont leurs pratiques culturelles. Nous tenterons ainsi d'apporter un éclairage sur la question de l'ouverture aux « publics éloignés » ou « empêchés ».

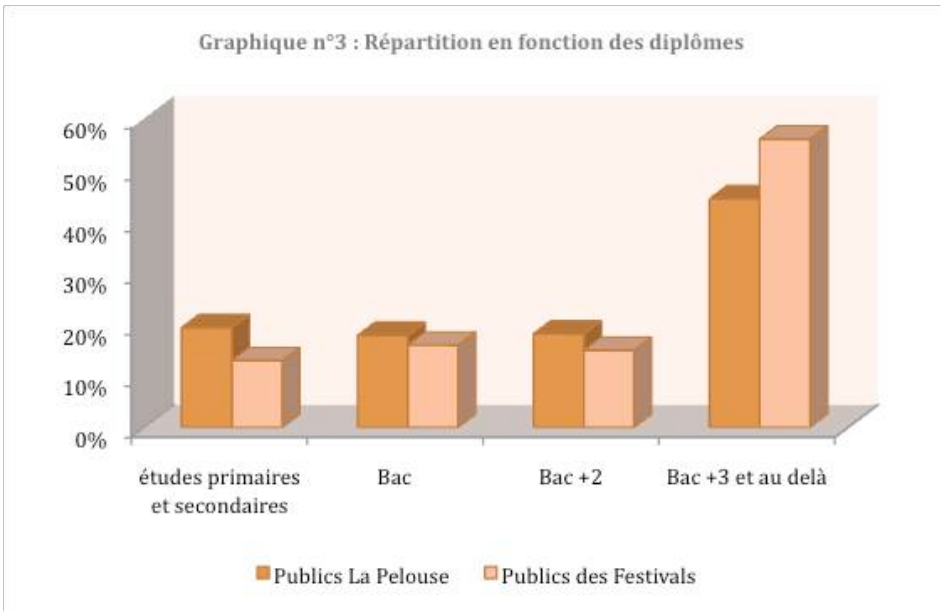
Par ailleurs, s'il est clair que le festival a un ancrage local fort, il attire environ 25% de personnes habitant en dehors du département. Parmi ceux-ci, nous avons cherché à savoir combien étaient en vacances et combien venaient spécialement pour le festival.

85% d'entre eux sont effectivement en vacances à proximité de Thuir. Parmi eux, 70% sont hébergés chez un membre de la famille ou chez des amis. Les autres sont en villégiature à l'hôtel, en camping ou bien dans leur résidence secondaire.

Si on s'intéresse aux 15% de personnes qui ne sont pas en vacances ; à 90%, elles déclarent être venues spécialement pour le festival. A l'inverse, chez les vacanciers, ils ne sont plus que 20% à être venus spécialement pour le festival. Les autres ont profité de l'occasion pour sortir entre amis, en famille.

2.4 Vers un rééquilibrage de la représentation en fonction des diplômes

Un des traits distinctifs des publics de la culture est la surreprésentation des diplômés de l'enseignement supérieur. Si dans notre cas, ils pèsent encore 44% des publics du festival de La Pelouse ; on observe une tendance vers un rééquilibrage en faveur des personnes les moins diplômées même si le chemin à parcourir est encore long afin de répondre aux exigences de démocratisation culturelle. Si on additionne les personnes titulaires de diplômes inférieurs ou égaux au baccalauréat, ce groupe fait presque jeu égal avec les diplômés de l'enseignement supérieur.

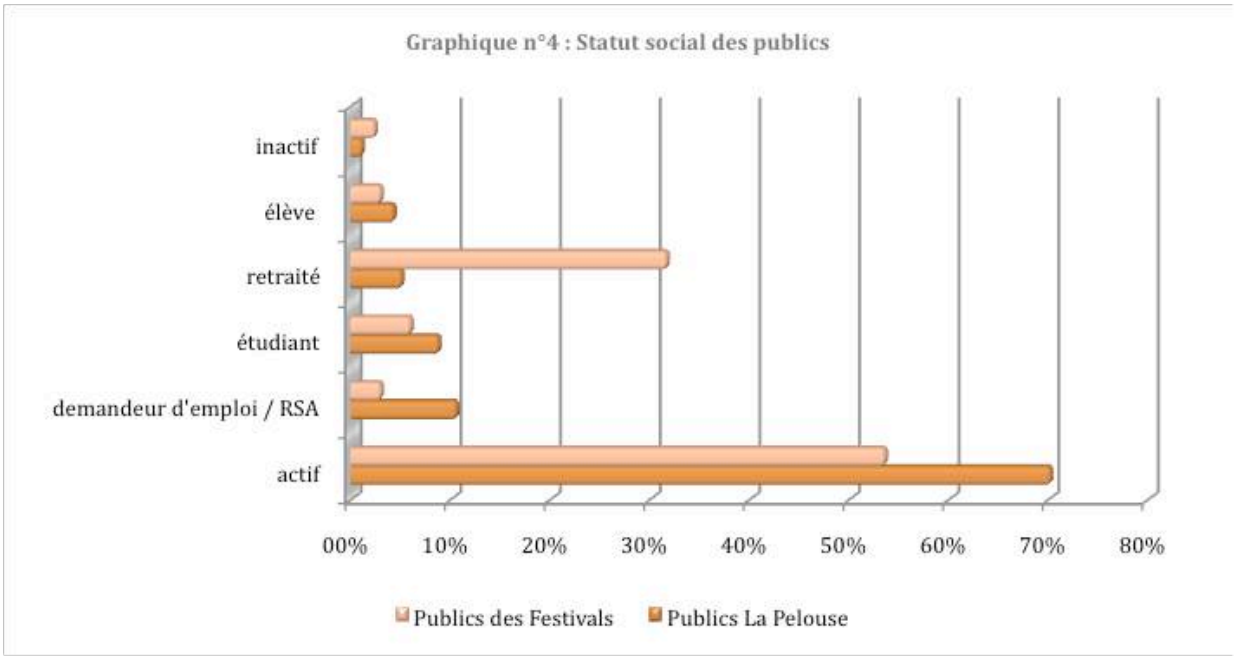


2.5 Plus de deux tiers d'actifs

Contrairement à la représentation classique des publics de la culture, les retraités sont fortement sous représentés dans notre échantillon avec seulement 5%. Ce résultat vient conforter celui sur la moyenne d'âge des publics de La Pelouse.

Si nous comparons nos résultats avec ceux obtenus lors de l'étude sur les publics des festivals, nous notons une surreprésentation des actifs au profit de La Pelouse et parallèlement une faible proportion des retraités.

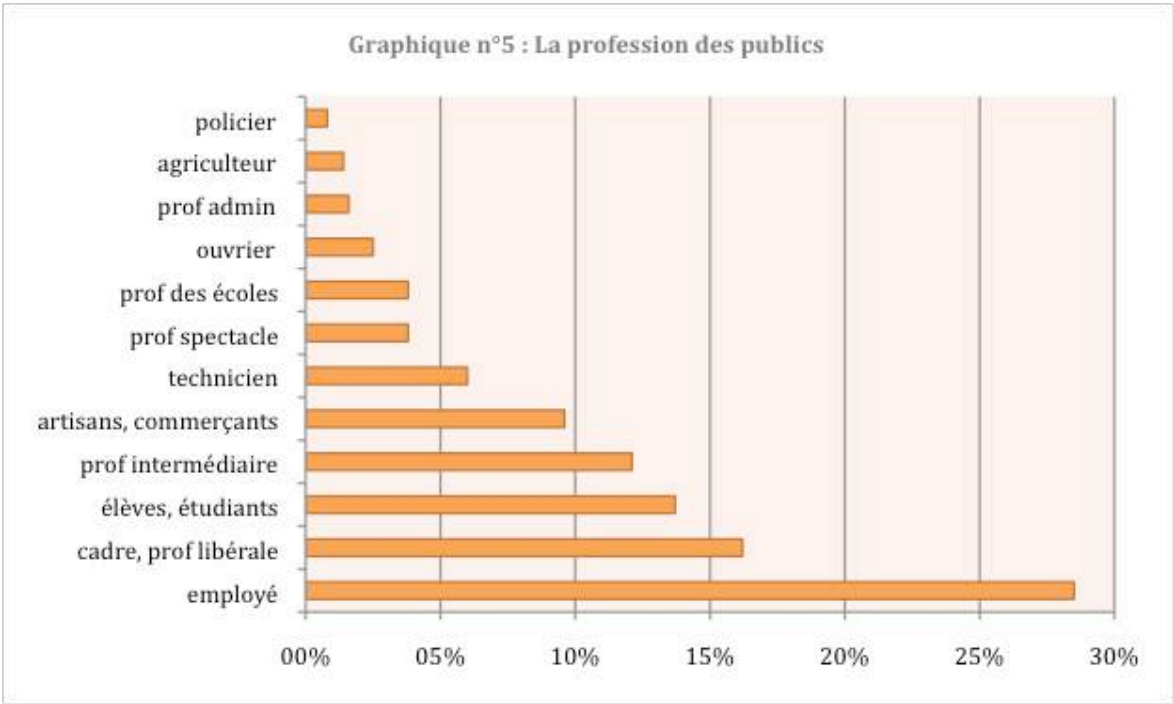
Par ailleurs, il est intéressant de noter la part plus importante des demandeurs d'emplois, des étudiants et des élèves dans la composition des publics de La Pelouse. Nous avons pu vérifier que ce festival s'ouvrait à des publics plus jeunes, faiblement diplômés mais aussi vers des publics en situation précaire au regard de l'emploi.



2.6 Les professions

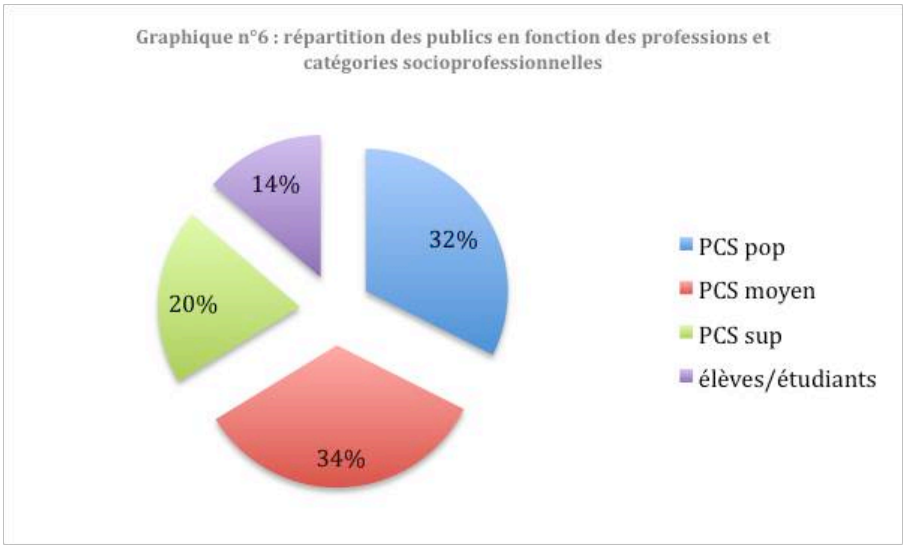
Nous avons interrogé les personnes sur leur métier actuel ou celui qu'elles exerçaient avant d'être à la retraite ou en situation de recherche d'emploi. Ainsi nous avons pu obtenir un panorama complet de la répartition des publics en fonction du cadre d'emploi.

Les différentes études sur les pratiques culturelles des français (Donnat 1973 à 2008) avaient mis en évidence une surreprésentation des cadres et professions intellectuelles supérieures dans les publics de la culture. L'étude sur les publics des festivals avait confirmé ce résultat mais en montrant une grande variété de résultats en fonction de l'esthétique des festivals. Si on s'intéresse aux festivals se rapprochant le plus de notre cas *Chapiteuf* et les *Trans Cévenoles*, nous pouvons noter une variation de la distribution des publics en fonction de la profession au bénéfice des moins diplômés.
Le graphique ci-dessous illustre parfaitement cette tendance, avec des employés qui constituent le premier groupe en présence dans les publics de La Pelouse avec 28,5%, repoussant très loin les cadres et professions libérales à « seulement » 16,2%. Les élèves et étudiants constituent le troisième groupe social dans notre échantillon avec une représentativité de 13,7%.

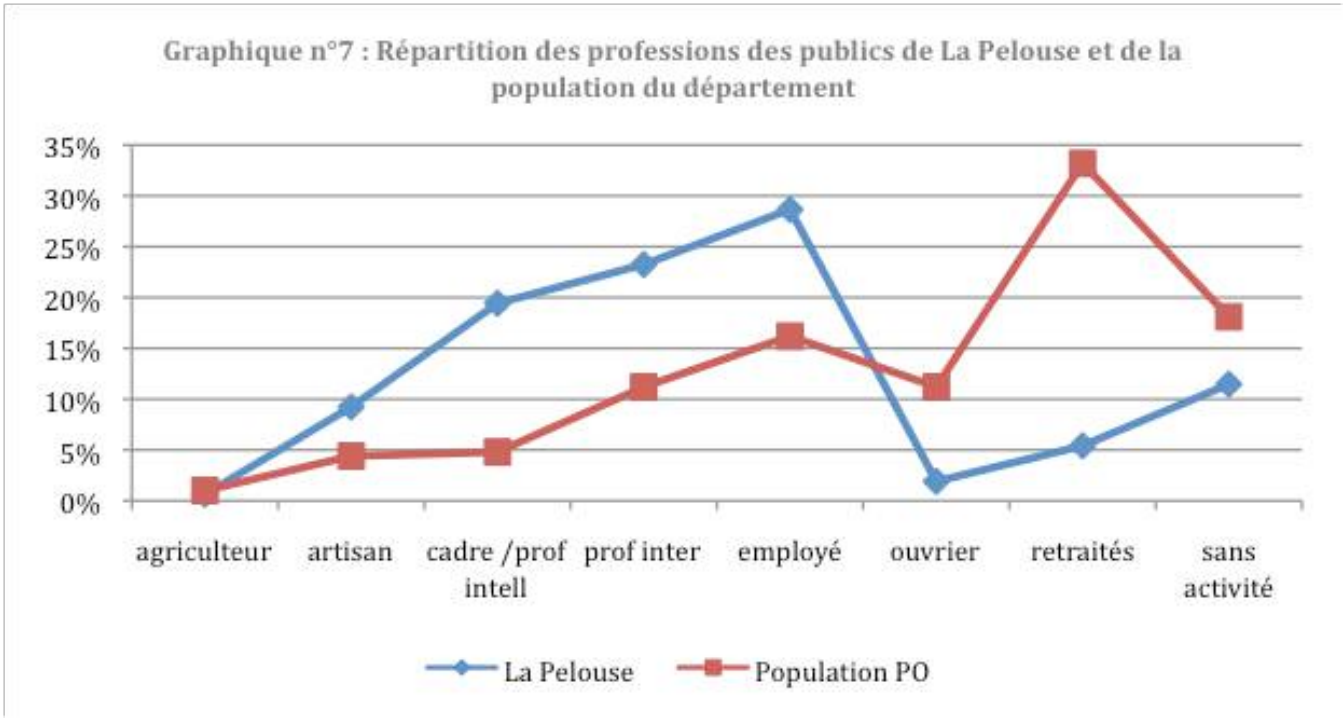


Si on rapporte les résultats sur les professions à celui sur le niveau d'étude, comment expliquer les écarts entre le niveau de formation et la « faible » représentation des cadres et professions intellectuelles ? Sans doute, devons nous voir dans le contexte économique local, une réponse à notre questionnement. En effet, l'obtention d'un diplôme ne garantit pas d'obtenir un emploi très qualifié surtout dans une région où le tourisme et les services à faible valeur ajoutée sont les premiers secteurs pourvoyeurs d'emploi.

Nous avons souhaité aller plus loin dans l'analyse en regroupant les différentes professions en trois grandes catégories socioprofessionnelles supérieure, moyenne et populaire afin de vérifier si le festival de La Pelouse, de part sa programmation conduit à un élargissement des publics. Nous avons conservé une catégorie spécifique pour les élèves et étudiants puisqu'il n'était pas possible de les classer dans l'un des trois grands groupes. Si nous les avions exclus de l'analyse, nous aurions eu une perte d'information au regard du poids qu'ils représentent dans les publics du festival de La Pelouse.
Le graphique ci-dessous présente les résultats de ce recodage. Si a première vue, les résultats montrent un rééquilibrage important en faveur des catégories socioprofessionnelles populaires, il n'en demeure pas moins que les catégories socioprofessionnelles supérieures sont encore surreprésentées au regard de leur poids n'excédant pas 5% dans la population du département des Pyrénées Orientales.



Chaque territoire étant différent, il est intéressant que nous puissions comparer nos résultats aux données produites par l'INSEE en 2009 sur la composition sociale et la profession des habitants du département des Pyrénées Orientales.
Nous avons dû opérer différents recodage afin d'avoir des données comparables à l'INSEE. La première opération a été d'extraire les publics élèves et étudiants de notre échantillon. Dans un deuxième temps, nous avons placé les retraités à part et nous avons regroupé dans la catégorie « sans activité », les demandeurs d'emplois, les bénéficiaires des minima sociaux et les inactifs.



Nous allons nous intéresser aux variations entre les deux courbes afin d'essayer d'expliquer les écarts.

- Les professions surreprésentées

Conformément à l'ensemble des études sur les pratiques culturelles, les cadres et professions intellectuelles supérieures sont surreprésentées par rapport à leur poids dans la population. Toutefois, dans notre cas, l'écart est beaucoup moins accentué. Dans certaines situations, cet écart peut être de 20 points supérieurs à celui que nous obtenons dans le cas du festival de La Pelouse. S'ils sont toujours très nombreux, leur poids dans les publics de notre étude est moins important que nous aurions pu l'imaginer. A l'inverse, la surreprésentation des employés est plutôt rare lorsque l'on étudie les pratiques culturelles des français. Il en est de même pour les professions intermédiaires et les artisans. L'ensemble de ces résultats montre un rééquilibrage important de la représentation des publics ayant une pratique culturelle moins importante.

- Les professions et situations sociales sousreprésentées

Le résultat concernant les retraités sont assez troublant puisque non seulement ils sont minoritaires mais aussi très mal représentés par rapport à leur poids dans la population départementale. Ce constat vient démentir les idées reçues sur la composition des publics de la culture où les retraités sont surreprésentés. Une des explications possibles tient à la programmation musiques actuelles du festival. Cet effet a déjà été noté lors du festival Chapiteuf et Les Trans Cévénoles. Toutefois, les musiques actuelles recouvrent un champ esthétique large où se côtoient des expressions musicales des années 60 et des dernières années. Dès lors, on peut imaginer que certains de ces publics ont pris de l'âge en même temps que leurs idoles.

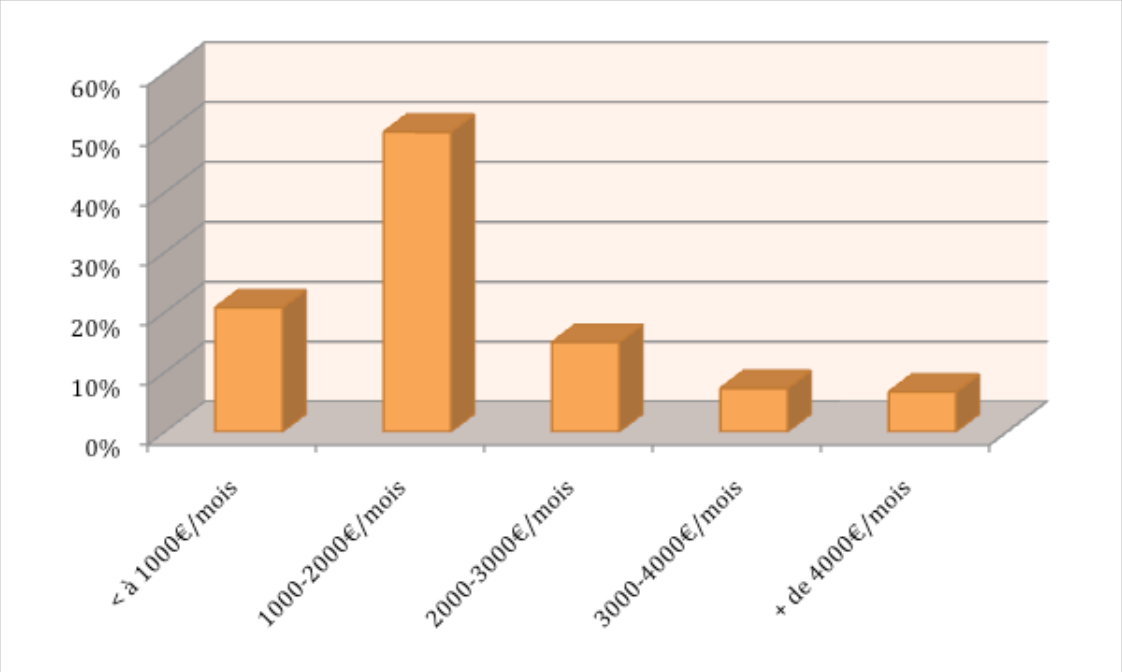
Les ouvriers sont toujours en retrait dans notre étude comme dans la très grande majorité des études sur le sujet. Il paraît toujours aussi compliqué d'ouvrir les pratiques culturelles à ce public, en tout cas sous cette forme.

Si les personnes sans activité sont sous représentées, l'écart demeure modeste si on le compare au résultat obtenu lors de l'étude sur les publics des festivals (3% des publics). Nous verrons un peu plus loin en étudiant les motivations des personnes comment nous pouvons caractériser ces résultats.

2.7 Les revenus mensuels des festivaliers

Nous avons demandé aux personnes interrogées de mentionner le montant du revenu net mensuel du foyer. Toutefois nous devons rester prudent sur les réponses au cas où les personnes n'auraient mentionné que leur seul revenu. Il nous faudra croiser ces résultats avec les résultats précédents pour les vérifier.

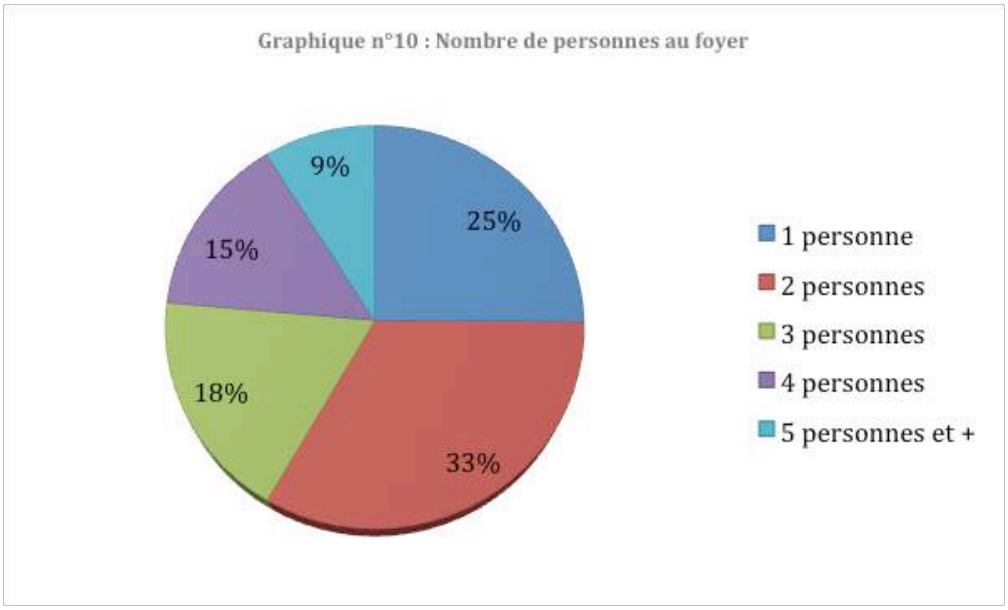
Il s'agit sans doute de la question la plus sensible du questionnaire. Même s'il est anonyme, les personnes interrogées ont souvent du mal à déclarer leurs revenus. 9,5% des personnes n'ont pas répondu à cette question. Après avoir retiré les non réponses de l'échantillon, nous obtenons les résultats ci-dessous.



Avec 71% des personnes interrogées ayant un revenus inférieur à 2000 euros par mois, on retrouve des résultats proches de ceux obtenus pour Chapiteuf, les Trans Cévenoles ou Ida Y Vuelta lors de l'étude sur les festivals.
Avec une forte représentation des employés, des étudiants et des demandeurs d'emploi, il est donc normal de trouver des taux aussi important chez les plus bas revenus.

2.8 La composition du foyer

Les foyers sont de taille modeste (une ou deux personnes) pour 58% des personnes interrogées. Ces résultats sont d'autant plus étonnants que nous avons à faire à un public relativement jeune, en âge de composer une famille avec enfants.



En résumé …

Si nous devions définir le profil sociodémographique moyen des publics du festival de La Pelouse, nous pourrions dire que nous avons à faire à une femme de 32 ans, active, habitant dans un rayon de 20 kilomètres autour de Thuir. Elle est employée et est titulaire d'un diplôme de l'enseignement supérieur. Elle vit en couple. Les revenus du foyer sont compris entre 1000 et 2000 euros net par mois.

Toutefois, cette représentation ne prend pas en compte le poids relatif des différentes modalités des variables et propose une photographie restrictive des publics du festival de La Pelouse.

Nous devons préciser que :

- La Pelouse se distingue des autres festivals de musiques actuelles avec une majorité de femmes dans ses publics.

- Les jeunes adultes ont un poids deux fois plus important dans les publics de La Pelouse que dans la population des Pyrénées Orientales.

- Comme pour les autres festivals de MA, la majorité du public est un public de proximité auquel s'additionne un public de vacanciers en villégiature dans la famille proche.

- Si on observe un rééquilibrage des publics en fonction des diplômes au bénéfice des moins diplômés, les diplômés de l'enseignement supérieur demeurent surreprésentés par rapport à leur poids dans la population des PO.

- Avec 2/3 d'actifs dans les publics, on retrouve une répartition comparable dans les autres festivals de MA. La distinction se situe au niveau des demandeurs d'emploi qui sont beaucoup mieux représentés dans notre cas.

- Les employés constituent le premier groupe social des publics de La Pelouse. Les PCS populaires constituent 1/3 des publics. Si ce résultat est plutôt encourageant par rapport aux résultats d'autres études de publics, nous devons noter un écart toujours important par rapport à la composition sociale du département.

- Près des ¾ des publics ont un revenu net mensuel inférieur à 2000 euros par mois. Ce résultat s'explique en partie par la représentation des PCS populaires et des étudiants. D'autre part, nous avons pu noter que si un grand nombre de personnes était diplômé de l'enseignement supérieur, leur niveau de revenu n'était pas en directement corrélé avec le niveau d'étude.

Nous pouvons donc conclure que le festival de La Pelouse a un ancrage territorial fort et attire des publics jeunes, issus des classes populaires tendant ainsi à répondre à une certaine idée de démocratisation culturelle. Il semble répondre à un besoin que nous allons appréhender dans la partie suivante en étudiant les motivations des publics.

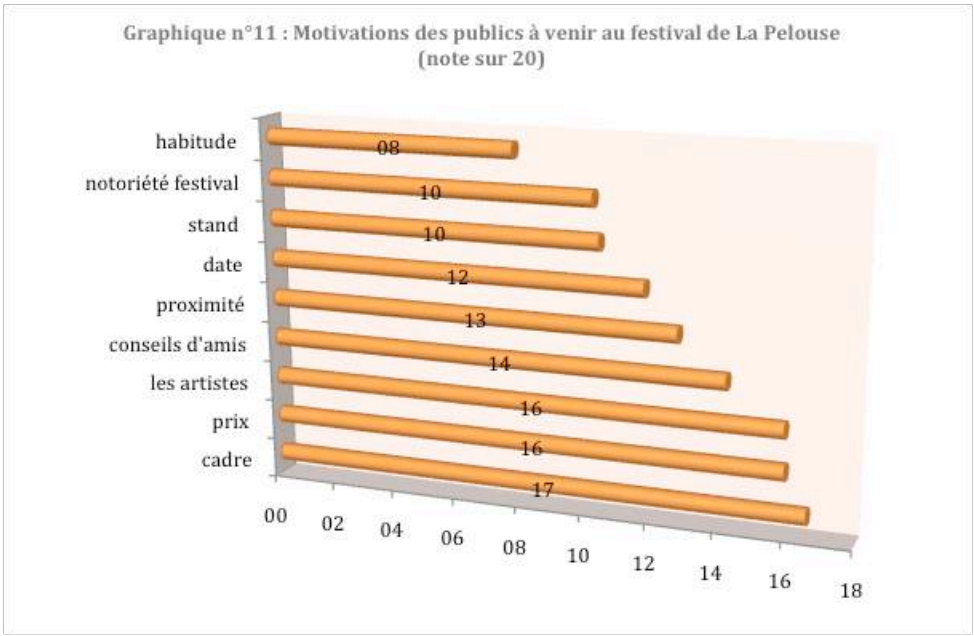
3. Motivations, renouvellement et prescriptions

Au cours des dix années de son existence, le festival de La Pelouse a su s'imposer comme un événement incontournable de la saison estivale à Thuir. Si sa création a fait suite au « concert jeune » ; dès la première édition, il a su mobiliser de nouveaux publics avec près d'un millier de spectateurs. Depuis, le succès ne s'est pas démenti et les publics viennent de plus en plus nombreux jusqu'à atteindre les 6000 lors de l'édition 2013.

Si on se penche sur la programmation pour essayer de comprendre ce phénomène, un doute s'installe. Les « têtes d'affiches » sont certes connues mais elles ne sont pas sur une pente ascendante comme en témoigne Pigalle en 2011, Sergent Garcia en 2012 ou bien Les Ogres de Barback en 2013. S'ils ont « leur public », ces groupes ne drainent plus autant de monde ailleurs. Il faut donc aller chercher plus loin les raisons d'un tel succès. Quelles peuvent être les motivations des publics ? Ont-ils une pratique de festival ? Est ce que « les habitués » du festival constituent le plus gros des publics ? Comment est-on informé de cet événement ? Quelles sont les différentes sources de prescriptions ?

3.1 Les motivations des publics du festival de La Pelouse

Pour essayer de comprendre les motivations des publics, nous leur avons soumis un ensemble de propositions à réponse graduée du type « Pour venir au festival de La Pelouse, vous avez été motivé par... ? ». Nous avons recodé les réponses (pas important du tout, peu important, assez important, très important) par une note sur une échelle de 0 à 20.



Lors des différentes études sur les publics dans un lieu fixe ou éphémère, les artistes sont très souvent cités en premier dans les motivations qui ont conduit les personnes à assister à un spectacle. Si dans notre échantillon, ils obtiennent une note confortable de 16/20, ils n'arrivent qu'en troisième position juste derrière « le cadre » et « le prix d'entrée » du festival (6 euros en plein tarif, gratuit pour les moins de 14 ans et les plus de 60 ans).

Nous pouvons facilement rapprocher l'importance liée au prix à différents facteurs sociodémographiques. En effet, nous avons vu que les employés et les étudiants constituent plus de 40% des publics. Par ailleurs, 71% des foyers ont un revenu cumulé inférieur à 2000 euros par mois. Si une part très importante des publics a des moyens financiers modestes, il est donc normal qu'ils attachent une importance particulière au prix d'entrée. Nous pouvons donc dire que le festival de La Pelouse répond à une attente spécifique de publics qui accordent de l'importance à la proposition artistique tout en faisant attention à ne pas dépasser un certain volume de dépenses.

Nous pouvons tenter d'expliquer la première position du « cadre du festival » par les arguments suivants. Le festival a été pensé comme un événement familial, où on peut se retrouver entre amis, sortir avec les enfants, s'asseoir sur l'herbe en buvant un verre et/ou en écoutant la musique. La mise en espace a favorisé ce sentiment de bien-être avec des jeux pour enfants, la possibilité de les laisser libre de circuler où ils veulent sans risque. Le festival est convivial et à taille humaine. Ce sont les principales qualités qui ressortaient des discussions que nous avons pu avoir avec les personnes interrogées.

Le conseil des amis semble être un élément important dans le choix de venir à La Pelouse. Ce critère sera d'autant plus important chez les personnes qui n'ont pas pour habitude de fréquenter les festivals ou d'aller voir des concerts.
La proximité et la date en août sont des éléments non négligeables dans le choix de venir au festival. En effet, cet événement est profondément inscrit auprès des publics locaux, avec une représentation de près des trois quarts ayant leur résidence principale dans le département des Pyrénées Orientales.
Avec juste la moyenne, on retrouve la présence de stands artisanaux sur le site et la notoriété du festival. Ce résultat est d'autant plus surprenant que la présence de ces stands fait partie des services qui font le « cadre du festival ». Par ailleurs, si la notoriété ne semble pas être un élément décisif dans la décision de venir au festival, la prescription par les amis est bien un gage de notoriété au moins dans les réseaux interpersonnels. Devons nous penser que les personnes souhaitent rester maîtres de leur décision en dehors de tout effet de popularité de l'événement ?

Une seule proposition n'obtient pas la moyenne, il s'agit de l'habitude. Là encore, même si on vient régulièrement au festival, il ne s'agit pas d'une habitude mais d'un acte délibéré, choisi … pour son cadre ? pour le prix ? pour les artistes ?

3.2 « Habitués » vs « Nouveaux publics»

Nous avons vu précédemment que le festival attirait de plus en plus de monde. Les motivations pour venir étaient autant liées au cadre, qu'au prix. A priori, nous devrions trouver un public important de fidèle qui chaque année agit en prescripteur auprès de ses amis. Nous avons cherché à vérifier cette première hypothèse en calculant le taux de renouvellement des publics et l'ancienneté des publics déclarant être déjà venus au festival de La Pelouse.

Tableau n°2 : Ancienneté des publics dans le festival

	Première fois	Déjà venu
	53,8%	*46,2%*
Depuis 1 ou 2 ans		*24,6%*
Depuis 3 ou 4 ans		*32,3%*
Depuis 5 ans et plus		*42,7%*

Exemple de lecture du tableau : Sur les 46,2% de personnes étant déjà venues au festival de La Pelouse 24,6% n'y viennent que depuis un ou deux ans

Alors que l'on pouvait s'attendre à une surreprésentation des « habitués » du festival, on observe un taux de renouvellement des publics de 53,8%. Si ce taux est beaucoup plus important que celui observé lors de l'étude sur les festivals (39%), il est du même ordre de grandeur que ceux que nous pouvons relever lors de festivals à l'esthétique proche comme Les Trans Cévenoles et obtient un moins bon score que Chapiteuf qui demeure un cas particulier, avec 69% de renouvellement.

Ce résultat important montre que le festival est capable d'attirer de nouveaux publics avec une surreprésentation de cadres et d'étudiants. A l'inverse, les habitués sont plutôt surreprésentés par rapport aux nouveaux venus chez les classes populaires, les personnes de plus de 55 ans et les personnes dont la résidence principale se situe à proximité du festival.

Si on regarde de plus près, comment se distribuent les effectifs en fonction du nombre d'années de participation au festival chez les personnes déjà venues, nous pouvons noter que plus de 40% des publics est fidèle depuis au moins 5 ans. Près de 25% d'entre eux, ne viennent au festival que depuis un an ou deux. Nous pouvons ainsi constituer 3 groupes : les *assidus* (5 ans et plus), les *fidèles* (3 ou 4 ans), les *récents* (1 ou 2 ans).

Si nous croisons les motivations en fonction de chacun des groupes, nous pouvons isoler des traits spécifiques à chacun d'eux. Les motivations des *assidus* se distinguent par une surreprésentation dans leur choix pour les artistes, l'habitude et la proximité. Si les *fidèles* se retrouvent sur ces modalités, ils attribuent des notes beaucoup plus nuancées. Ces variations montrent que si on vient depuis longtemps au festival de La Pelouse, les facteurs de motivations sont beaucoup plus affirmés que les publics ayant assisté à 3 ou 4 éditions. Le temps semble renforcer l'intensité des motivations et l'appropriation de l'événement. Par ailleurs, les *récents* se distinguent par des notes élevées pour la présence des stands, la date et un rejet du facteur proximité. L'intensité de motivation est aussi importante et tranchée que chez les assidus mais sur des modalités de motivation très différentes. Dans ce cas, on va mettre en avant le cadre général de la manifestation.

Le renouvellement a-t-il une incidence sur les motivations des publics à venir au festival ? Nous avons essayé de répondre à cette question en réalisant un graphique présentant les variations de notes moyennes sur chacune des modalités de motivations pour les anciens et les nouveaux publics. Nous avons ôté de notre système de questions, celle relative sur « l'habitude » puisqu'elle ne peut pas concerner les nouveaux publics.

Exemple de lecture : sur la modalité motivé par les artistes, les anciens spectateurs attribuent une note moyenne de deux points plus élevée que les nouveaux

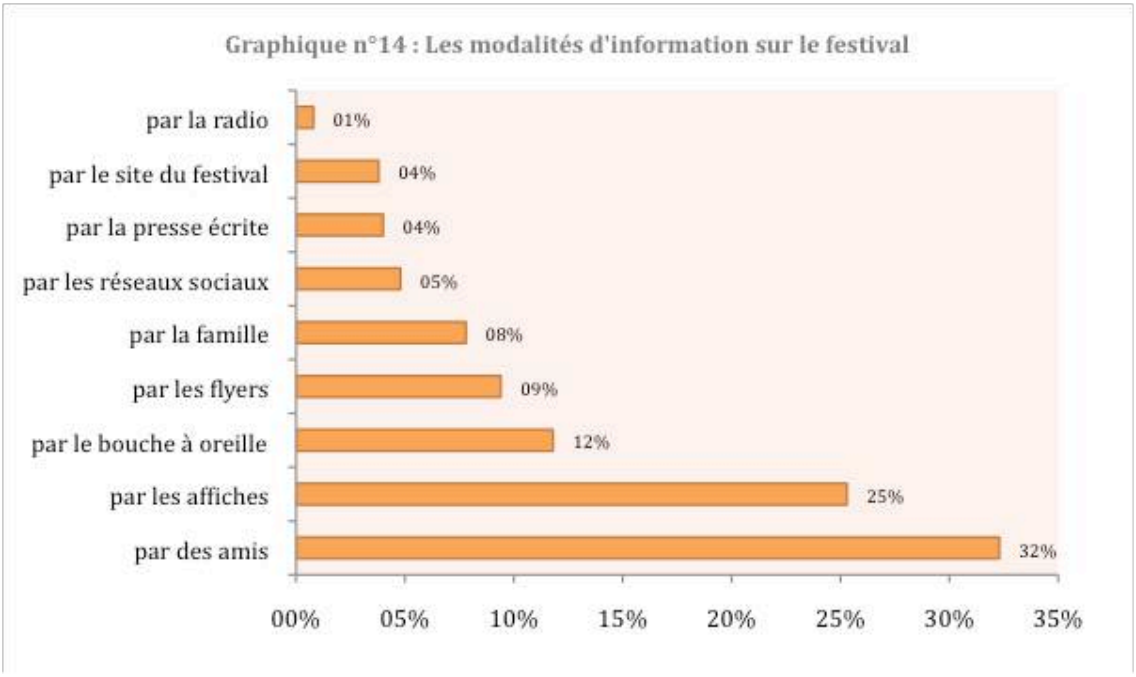
La plus grande variation en faveur des anciens publics se situe au niveau de la motivation vis à vis de l'ambiance, le cadre du festival. On trouve en seconde position les artistes, la programmation. La présence de stands artisanaux, la date et la proximité arrivent plus loin mais viennent renforcer la modalité « ambiance, cadre du festival ». En effet, le score obtenu sur cette modalité permet de comprendre l'effet d'attractivité que nous avons pu constater en regardant de près l'évolution du nombre de spectateurs au cours des dernières éditions. Si la programmation artistique a un effet indéniable, on revient au festival de La Pelouse pour l'ambiance, le cadre dans lequel il se déroule. On peut y venir entre amis, en famille et bénéficier des services proposés sur place (exposition, animation pour les enfants) sans avoir de contraintes budgétaires fortes.

A l'opposé, les nouveaux venus semblent être beaucoup plus sensibles aux conseils des amis qui jouent un rôle de prescripteurs auprès de ces nouveaux publics. On vantera l'ambiance de l'événement auprès des amis, de la famille, des collègues. Si on se décide à venir, c'est que l'on fait confiance au jugement de ses proches.

Si la modalité « prix » ne permet pas de distinguer ces deux publics, nous avons vu précédemment que c'était un facteur de premier choix dans la motivation à venir au festival.

3.3 Les sources d'informations

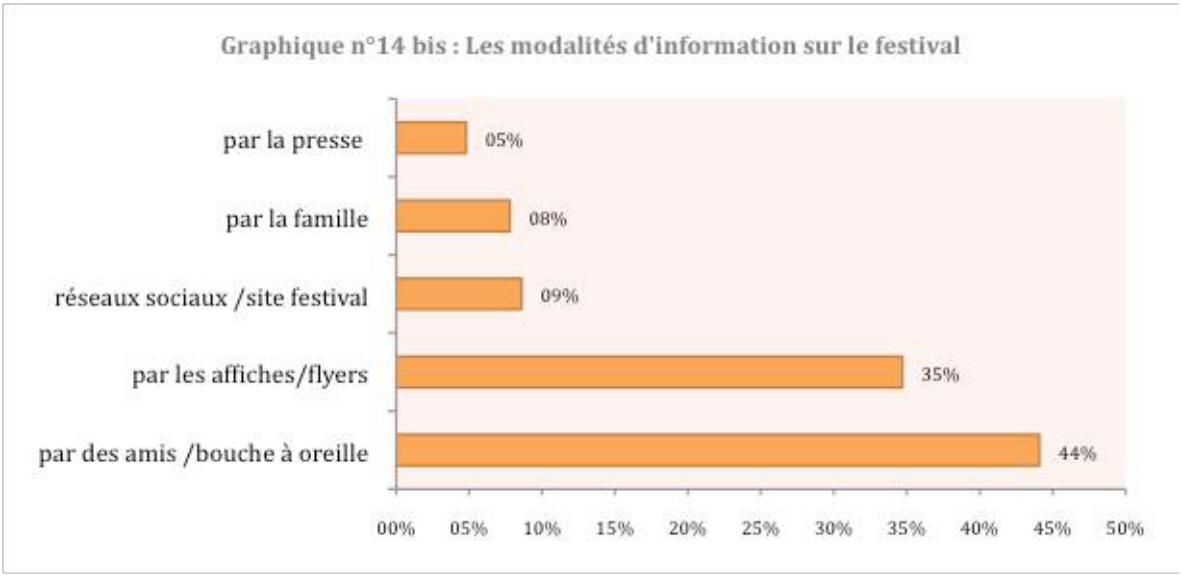
Nous avons vu précédemment que le conseil des amis était important pour les nouveaux publics et que nous avions un pourcentage important du public habitant dans un rayon de 20 kilomètres. Parmi les personnes résidant en dehors du département, nombreuses sont celles qui ont une attache familiale sur le territoire. Qu'en est-il des sources d'informations du festival ? Comment a-t-on entendu parler de l'événement ? Quel est le poids des relations interpersonnelles dans la diffusion de l'information ? Existe-t-il une stratégie particulière de communication ? Nous avons essayé de répondre à ces questions en interrogeant les personnes sur les modalités de connaissance du festival (une seule réponse possible) et en croisant ces données avec celles déjà évoquées plus haut.



Si nous laissons de côté la modalité « radio », nous pouvons observer trois groupes de modalités d'informations. Le premier est constitué par « les amis » et « les affiches » pour respectivement 32 et 25% des cas. Le « bouche à oreille », les « flyers » et la « famille » composent le second groupe. Nous retrouvons dans le dernier « les réseaux sociaux », la « presse écrite » et le « site du festival ».
Nous devons retenir qu'un tiers des personnes déclarent avoir été informées du festival par des amis et un quart par les affiches du festival.
Pour aller plus loin, si nous essayons de regrouper les différentes modalités sous des grandes familles d'appartenance telles que « les relations interpersonnelles », « la communication du festival » et « les médias » nous obtiendrions les résultats suivants :

- 52% pour les relations interpersonnelles (amis, bouche à oreille, famille)
- 38% pour la communication du festival (affiches, flyers, site)
- 10% pour les médias (réseaux sociaux, presse écrite, radio)

Conformément aux résultats observés lors d'autres études de publics, les relations interpersonnelles sont les moyens privilégiés de transmission de l'information.
Dans le tableau suivant, nous avons regroupé les modalités en fonction d'autres critères. Nous avons isolé les réseaux sociaux des médias traditionnels (presse écrite et radio) et nous avons distingué la communication papier et internet du festival.



En effet cette distinction, permet de souligner la part très importante des modes de communication traditionnels (affiche et flyers) par rapport aux outils numériques. Puis, nous avons regroupé ensemble les modalités « réseaux sociaux » et « site du festival ». En regroupant ces deux modalités, nous avons émis l'hypothèse que la diffusion par les réseaux sociaux était d'une manière ou d'une autre initiée par le festival avant d'être relayée par les fans.

En première position, nous retrouvons les modes de prescription que nous appellerons de « proche en proche ». Ce résultat vient confirmer ce que nous avions pressenti depuis un moment, à savoir que si on vient au festival de La Pelouse, on n'hésite pas à en parler à ses amis et à en vanter ses qualités : convivialité, cadre agréable, pas cher…

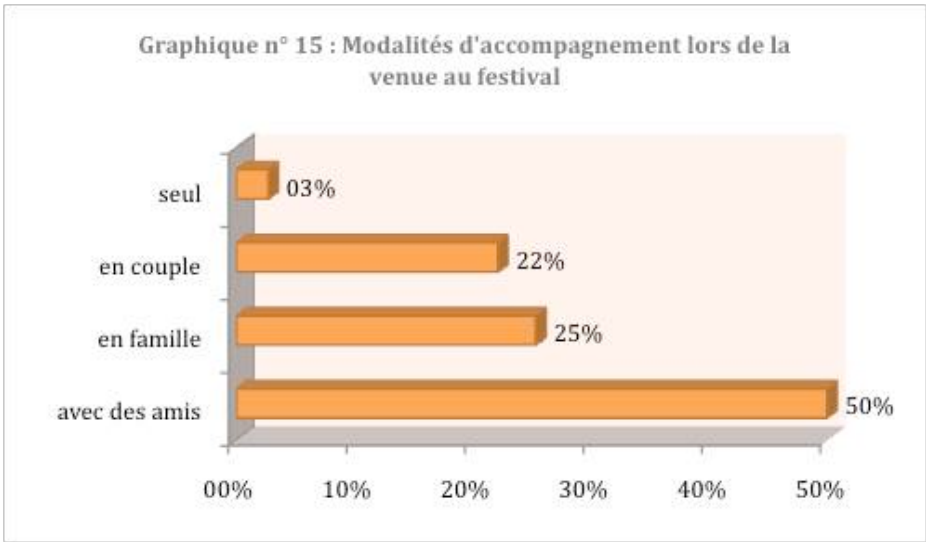
Par ailleurs, nous avons interrogé l'équipe du festival pour savoir si ils avaient mis en place une stratégie de communication particulière. En effet, depuis le lancement des festivals d'été avec Ida Y Vuelta, début juin à Perpignan, une équipe de bénévole parcourt tous les événements culturels pour annoncer le festival. Cette stratégie est pensée comme une opération de « street marketing » pour être au plus près des publics et diffuser l'information de manière individualisée aux spectateurs potentiels. Les affiches seront là pour rappeler l'événement en dehors de toute campagne de diffusion de tract.

Il est donc intéressant de rapprocher les scores sur les modes de prescription de « proche en proche » de ceux obtenus avec une diffusion traditionnelle. Les deux relèvent du street marketing puisqu'ils se nourrissent l'un de l'autre. Si les modes de communication dématérialisés sont relégués plus loin, sans doute faut-il y voir l'effet d'un public de proximité, une programmation artistique qui ne propose pas les derniers artistes en vogue mais aussi la confirmation que ce sont le cadre, l'ambiance, les tarifs qui sont plébiscités par les publics et que le meilleur vecteur de transmission de ces critères demeurent les personnes de notre entourage.

Nous avons souhaité isoler la famille pour bien faire ressortir son rôle dans la prescription vers les personnes qui viennent en vacances sur le territoire sans pour autant avoir programmé leurs vacances en fonction du festival.
La presse écrite et radiodiffusée reste bien en retrait malgré les bonnes couvertures obtenues auprès des médias locaux. Cela ne veut pas dire que les personnes interrogées n'ont pas entendu parler du festival par ces médias mais que très certainement elles étaient au courant avant par l'intermédiaire d'autres sources d'information.

3.4 Sociabilité

Si le mode privilégié de transmission de l'information relève des relations interpersonnelles, les modalités d'accompagnement sont elles aussi tranchées ?



Le premier résultat notable est que la sortie au festival ne se fait pas en solitaire ; seulement 3% des personnes déclarent venir seules. La Pelouse est donc un événement que l'on partage à plusieurs.

Plus particulièrement, nous pouvons noter une corrélation forte entre les déclarations et les pratiques des spectateurs. En effet, le mode privilégié d'accompagnement est la sortie entre amis, venant ainsi conforter les résultats obtenus sur la diffusion de l'information. Il apparaît donc que si les « amis » sont de bons relais de l'information, ils ne se positionnent pas uniquement comme des prescripteurs mais ils souhaitent avant tout partager ce moment avec des gens proches.

D'autre part, la sortie en famille à La Pelouse réunit un quart des publics, venant ainsi conforter l'image familiale de cet événement culturel. Si nous pouvons aussi noter que 22% des personnes interrogées déclare venir en couple, il nous faut rapprocher ce résultat de ceux obtenus sur la composition du foyer où un tiers des personnes nous disaient vivre dans un foyer de deux personnes. Par conséquent, il s'agit là encore d'une sortie en famille même si la taille de la cellule familiale est réduite à sa plus simple expression.

En résumé ...

Renouvellement :
Avec près de 54% de renouvellement des publics, le score obtenu au festival de La Pelouse se classe dans les moyennes observées lors d'autres festivals à l'esthétique proche.

Les habitués du festival sont plutôt des personnes habitant à proximité appartenant aux PCS populaires. Ce résultat souligne l'importance de cet événement culturel pour les personnes du territoire aux faibles ressources.

Le temps renforce l'intensité des motivations et l'appropriation de l'événement. Si la programmation artistique est un critère de choix important, on revient à La Pelouse pour l'ambiance et son cadre.

Modalités d'information :
Plus de la moitié des personnes interrogées déclarent avoir été informées par un proche (ami, famille, collègue, etc.). Ce résultat s'explique sans doute par la stratégie de « street marketing » développée par l'équipe du festival pour aller au plus proche des publics potentiels.

On soulignera aussi le poids beaucoup plus important du mode d'information traditionnel du festival (affiche, flyers) par rapport à la communication numérique (site, réseaux sociaux).

Accompagnement :
Le mode d'accompagnement privilégié pour plus de la moitié des spectateurs est la sortie entre amis. Elle ne doit pas occulter l'importance de la sortie en famille pour un quart des personnes auquel nous pouvons ajouter une partie des personnes venues en couple au regard du poids très important des familles composées de deux personnes au foyer.
Par ailleurs, la sortie en famille est le mode privilégié pour les personnes n'habitant pas le département. La famille joue un rôle de prescripteur pour ces derniers.

4. Les pratiques culturelles des publics

Après avoir déterminé la composition sociologique des publics du festival de La Pelouse et souligné les motivations et prescriptions, nous allons maintenant orienter notre analyse vers les pratiques et les goûts.
Quelles sont les pratiques culturelles des publics du festival de La Pelouse ? Compte tenu du taux de renouvellement et de la composition sociologique des publics, est-il possible de révéler des parcours de spectateurs différenciés ? Les modalités d'accompagnement déclarées lors des sorties culturelles, sont-elles différentes de celles observées lors de la venue au festival de La Pelouse ? Quelles sont les habitudes des publics lors de ces sorties ? A partir de ces différentes analyses est-il possible de révéler des profils de pratiques ?

4.1 Pratiques de festivals

Puisque nous avons organisé la passation du questionnaire lors d'un festival de musique actuelle, nous avons souhaité savoir s'il s'agissait d'une pratique isolée ou bien si les publics interrogés avaient une pratique régulière de festival. Quelles sont les esthétiques privilégiées par ces publics ? Observe-t-on des variations en fonction du renouvellement ?

4.1.1 Des festivaliers de proximité

Selon les personnes interrogées, deux tiers d'entre elles ont assisté à au moins un autre festival au cours des douze derniers mois. Nous avons cherché à aller plus loin dans l'analyse et la compréhension de ce résultat en demandant aux personnes de préciser les noms des festivals en question.
75% des festivals concernés se sont déroulés dans la région Languedoc Roussillon (66% dans les Pyrénées Orientales) et 89% de ces évènements concernaient les « musiques actuelles ». Si on regarde la distribution de la localisation des festivals en fonction du lieu de résidence, nous pouvons remarquer que très majoritairement, les personnes interrogées vont sur un festival de proximité. Ce résultat va dans le même sens que ceux observés lors d'autres études de publics. Pour vérification, nous devrons le rapprocher des distances parcourues lors des sorties culturelles.

Après avoir comptabilisé le nombre de fois où chaque festival était cité par les publics, nous avons établi un classement où on retrouve en tête les événements suivants :

- Les Déferlantes d'Argelès (juillet) citées 83 fois soit 31% des réponses
- La fête du Travailleur Catalan (fin juin) citée 27 fois soit 10% des réponses
- Ida Y Vuelta (début juin) cité 12 fois soit 4% des réponses

Nous pouvons nous interroger sur la manière d'interpréter ces résultats. Tout d'abord, si on s'intéresse à l'esthétique, il est étonnant que « les Nuits Underground » n'obtiennent pas un meilleur résultat et ne figure pas dans le trio de tête. Comment expliquer la distance encore plus grande avec « les Jeudis de Perpignan » alors que la campagne de street marketing bat son plein sur cet événement. Par ailleurs, comment expliquer que les Déferlantes obtiennent un tel résultat alors qu'il s'agit d'un festival où le prix d'entrée est beaucoup plus élevé. Comment expliquer que les publics du festival Ida Y Vuelta ne soient pas mieux représentés alors que l'entrée est gratuite et que le public cible est le même ?

En premier lieu, le festival des Déferlantes a un rayonnement beaucoup plus important que les autres avec une programmation très relevée que l'on garde en mémoire si on est spectateur. Il a lieu seulement trois semaines avant le festival de La Pelouse et est une vitrine très importante pour ce dernier puisqu'il y est annoncé de manière très importante. Par ailleurs, la nature du lieu a un effet sur les événements que l'on va citer. En effet, les Jeudis de Perpignan se déroulent sur les places et dans les rues de la ville et sont complètement gratuits. On peut très bien se balader en ville et assister à un spectacle sans avoir l'impression d'avoir participé au festival. D'autre part, le tarif aura très certainement une charge symbolique forte pour signifier que l'on entre dans un espace de spectacle. Plus le tarif sera élevé plus la charge symbolique sera importante.

Si on combine l'ensemble de ces facteurs (temps, tarif, programmation, lieu), il sera plus facile de pondérer les résultats. Il est probable que les personnes aient sous estimé leur participation aux événements les plus lointains, gratuits ou se déroulant dans l'espace public.

4.1.2 Renouvellement et pratique de festivals

Tableau n°3 : Renouvellement en fonction de la participation à un autre festival
au cours des douze derniers mois

	Autre festival	Pas d'autre festival	Total
Déjà venu	*72,9%*	*27,1%*	*100%*
Première fois	*59,4%*	*40,6%*	*100%*
Répartition moyenne/échantillon	*65,7%*	*34,3%*	*100%*

L'analyse du tableau ci-dessus montre que la variable « renouvellement » a un effet important sur la variable « participation à un autre festival ». Les habitués de La Pelouse sont surreprésentés chez les personnes ayant déclaré avoir participé à au moins un autre festival au cours des 12 derniers mois. Si nous regardons du côté des « nouveaux publics », nous pouvons noter la même surreprésentation mais cette fois, du côté de ceux n'ayant participé à aucun festival. Nous pouvons donc dire que, au delà d'ouvrir le festival à de nouveaux publics, La Pelouse offre la possibilité à des personnes *non habituées* de s'ouvrir à une pratique de festival.

L'observation des motivations pour venir à La Pelouse en fonction de la participation ou non à un festival au cours des 12 derniers mois, nous donne des éléments de compréhension supplémentaires.

Tableau n°4 : Motivations les plus significatives pour venir à La Pelouse en fonction de la participation ou non à un autre festival au cours des 12 derniers mois

	Modalités	Autre festival	Pas d'autre festival
Conseils d'amis	*Très important*	*38,2%*	*48,2%*
Prix	*Assez important*	*39,9%*	*27,7%*
	Peu important	*6,7%*	*12,6%*
Stands artisanaux	*Très important*	*14,3%*	*22,5%*
Proximité	*Très important*	*32,1%*	*43,2%*
Accompagnement	*Avec des amis*	*72%*	*28%*
	En famille	*54,3%*	*45,7%*

Les publics n'ayant pas participé à un autre festival au cours des 12 derniers mois semblent beaucoup plus sensibles aux conseils des amis, à la présence de services non directement liés au spectacle, à la proximité de l'événement et à la sortie en famille. A l'opposé, les habitués des festivals sortent entre amis et sont sensibles aux tarifs proposés.
Le festival de La Pelouse permet donc à des personnes éloignées n'ayant pas une pratique de festivals de s'en approcher grâce à une proposition de proximité, ouverte à d'autres expressions que le spectacle et favorisant la sortie en famille.

4.2 Les autres sorties culturelles

Si nous pouvons supposer qu'il y ait une corrélation entre une pratique de festival et une pratique culturelle tout au long de l'année, comment peut-on caractériser cette dernière chez les publics de La Pelouse ? Comment varie-t-elle en fonction du renouvellement ? Peut-on faire une distinction entre les amateurs de festivals et les autres ?

4.2.1 Les pratiques culturelles

Tableau n°5 : Fréquence des pratiques culturelles en fonction des esthétiques au cours des douze derniers mois

Fréquence	concert	théâtre	danse	cirque	Sp rue	musée	expo.
aucune	*16,1%*	*63%*	*70,2%*	*80,7%*	*46,4%*	*51,7%*	*53,6%*
faible (1 à 2 fois)	*33,7%*	*25,2%*	*23,3%*	*15,5%*	*31,8%*	*26,8%*	*24,3%*
moyenne (3 à 5 fois)	*32,2%*	*9%*	*4,3%*	*1,2%*	*12,1%*	*14,3%*	*10,6%*
élevée (+de 5 fois)	*18%*	*2,8%*	*2,2%*	*2,5%*	*9,7%*	*7,2%*	*11,5%*

Sur chacune des propositions, nous avons demandé aux enquêtés de bien vouloir indiquer le nombre de sorties qu'ils ont réalisé au cours des douze derniers mois. Puis, nous avons recodé ces résultats en quatre grands groupes de fréquence (aucune, faible, moyenne et élevée).
Nous pouvons constater qu'en dehors des concerts, une part très importante des publics de La Pelouse n'a pas de pratique culturelle, en tout cas celles que nous avons proposées[7]. Ce résultat est d'autant plus important que hormis le spectacle de rue qui flirte avec les 46% de non pratiquants, toutes les autres formes sont au-delà des 50% avec des pointes à 70 et 80% pour la danse et le cirque. Parallèlement, nous pouvons observer que sur ces formes les pourcentages de pratiques les plus élevés se situent entre 2 et 10% des personnes enquêtées.

7. En effet, ces publics peuvent avoir d'autres formes de pratiques culturelles (lecture, jeux vidéos, télévision) proches des pratiques de loisirs ou de la « culture domestique ».

Ces résultats renforcent l'image selon laquelle le festival de La Pelouse joue un rôle majeur dans le processus de démocratisation culturel puisqu'il attire des personnes n'ayant pas une pratique de festival et surtout des personnes éloignées des pratiques culturelles conventionnelles.
Seule la forme « concerts » concentre des résultats différents avec deux tiers des personnes ayant une pratique faible ou moyenne. Toutefois, moins de 20% d'entre elles ont une pratique soutenue alors que nous avons réalisé cette étude lors d'un festival de musiques actuelles.

4.2.2 Pratiques culturelles et pratique de festival

En distinguant les personnes ayant participé à un festival au cours des 12 derniers mois et les autres, nous pouvions nous attendre à une amplification des résultats en faveur du premier groupe sur les modalités « pratiques moyenne et élevée ». Or, la distribution des résultats n'est pas aussi tranchée.
Les personnes ayant participé à au moins un festival au cours des 12 derniers mois sont surreprésentées sur les fréquences « moyenne » et « élevée » pour les sorties à un concert, un spectacle de rue ou une exposition. Les deux profils de personnes obtiennent des scores similaires sur la fréquence de visite de musée ou de sortie au théâtre.
Par contre, les résultats surprenants se concentrent sur les sorties à un spectacle de danse ou de cirque puisque ce sont les personnes n'ayant pas une pratique de festival qui se distinguent par une surreprésentation sur la modalité « pratique élevée ». A l'inverse, l'autre groupe y est surreprésenté sur la modalité « aucune participation ».

Les personnes n'ayant pas une pratique de festival semblent être plus sensibles à des formes d'expression liée au geste, au corps (danse, cirque) alors que les personnes ayant une pratique de festival semblent plus sensibles au rapport direct avec l'artiste ou l'œuvre (concert, rue, exposition). Il serait intéressant de regarder du côté d'autres festivals en général et de musiques actuelles en particulier, si le constat est le même où si nous avons à faire à une caractéristique propre aux publics du festival de La Pelouse.

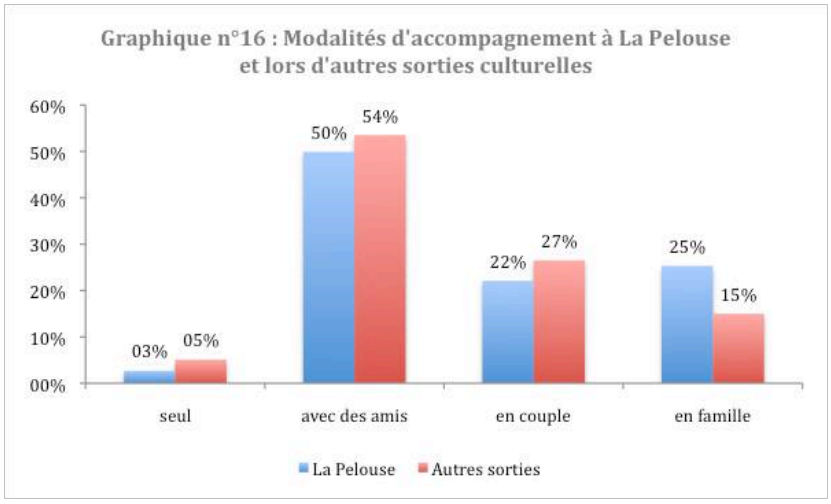
4.2.3 Pratiques culturelles et renouvellement

La variable renouvellement ne permet pas de révéler de distinction importante concernant les pratiques culturelles des personnes qu'elles aient une pratique de festival ou non. La seule distinction notable concerne la visite d'exposition où les nouveaux publics de La Pelouse ayant participé à au moins un festival dans l'année sont surreprésentées sur la modalité « pratique élevée ».

4.3 Accompagnement

Après avoir distingué les différentes modalités de pratiques culturelles en fonction du renouvellement et la pratique ou non de festival, nous allons regarder les différentes modalités d'accompagnement en fonction des pratiques.

4.3.1 Un accompagnement différencié en fonction de la sortie culturelle



Dans le graphique ci-dessus, nous avons comparé les modalités d'accompagnement des personnes enquêtées lors de leur venue au festival de La Pelouse avec celles qu'elles déclarent concernant leurs sorties culturelles lors des douze derniers mois.

Si les grandes tendances semblent être orientées dans le même sens (famille et couple réunis faisant presque jeu égal avec les amis), nous pouvons noter une différence de dix points sur la modalité famille en faveur de l'accompagnement au festival de La Pelouse. Nous pouvons en partie expliquer ce résultat par la temporalité de l'événement. Le festival a lieu le premier samedi du mois d'août en pleine période estivale où il est probable que l'ensemble des personnes du foyer soit en vacances et donc plus disponible. Nous avons vu précédemment qu'une part non négligeable des estivants présents au festival était hébergée dans la famille. Ces deux éléments ne suffisent pas à expliquer à eux seuls la différence observée dans le graphique. En effet, l'image défendue par les organisateurs du festival est celle d'un événement culturel tourné vers les familles avec un ensemble de services adaptés : jeux pour enfants, village artisanal, spectacles de début de soirée au plus près des publics… De ce point de vue, le festival semble remplir ses objectifs puisqu'il renforce la sortie dans le cadre de la famille.

Si nous rapprochons nos résultats de ceux obtenus lors de l'étude sur les publics des festivals, nous pouvons noter une orientation très différente de la sociabilité. En effet, lors de cette étude, plus de 39% des personnes déclaraient être venues en couple, 13% seules contre seulement 17% en famille et 30% avec des amis. A La Pelouse, on se déplace à 75% en groupe (famille ou amis), marquant ainsi cette pratique culturelle comme une forme collective de pratique[8].

4.3.2 Accompagnement et pratique de festival

Tableau n°6 : Accompagnement en fonction de la pratique de festival au cours des 12 derniers mois

	Autre festival	Pas d'autre festival	Total
Avec des amis	*69,5%*	*30,5%*	*100%*
En couple	*64,6%*	*35,4%*	*100%*
En famille	*48,2%*	*51,8%*	*100%*
Seul	*84,2%*	*15,8%*	*100%*
Répartition moyenne/échantillon	*65,8%*	*34,2%*	*100%*

La comparaison avec la répartition moyenne par rapport à l'échantillon indique une surreprésentation des personnes ayant une pratique de festival sur la modalité « seul ». Cela semble indiquer que si on a l'habitude de participer à des festivals en saison, on n'hésite pas à sortir seul le reste de l'année. Parallèlement, les personnes n'ayant pas de pratiques de festival, ont tendance à sortir encore plus en famille le reste de l'année. Dans ce cas, la sortie culturelle est perçue comme une forme collective de pratique, un moment que l'on partage en famille.

4.3.3 Accompagnement et renouvellement

Le renouvellement n'a que très peu d'effet sur les modalités d'accompagnement. On retrouve les mêmes tendances que sur la variable « pratique de festival » mais avec une intensité bien moindre.

8. L'étude sur les publics des festivals montre que la pratique individuelle est beaucoup plus élevée lors des manifestations ayant lieu autour de grands centres urbains tels que Paris ou Lyon.

4.4 Habitudes (distance – cadre - consommation)

Nous allons maintenant nous intéresser aux habitudes de sorties des publics en analysant les distances moyennes parcourues pour assister à un spectacle, le cadre de représentation et les dépenses annexes à la sortie.

4.4.1 Distance moyenne parcourue pour assister à un spectacle

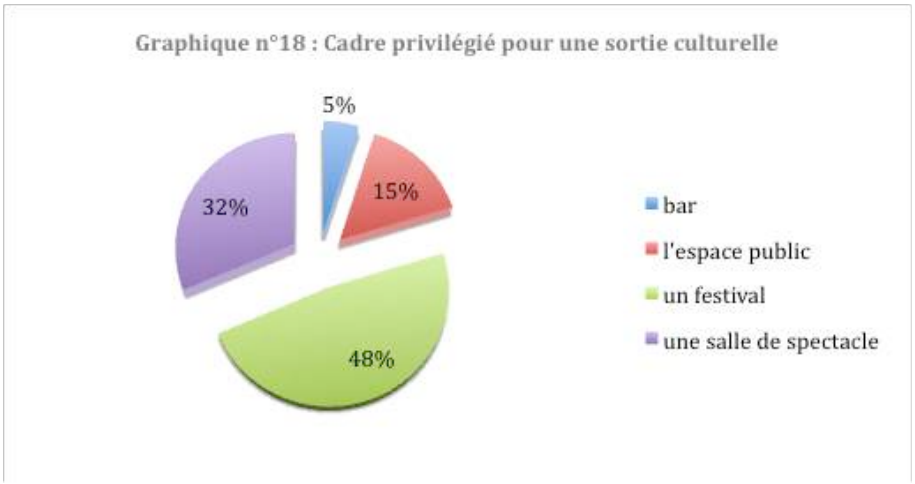
Nous avions vu précédemment que 58% des publics du festival de La Pelouse habitaient dans un rayon de 20 km. Ils ne sont plus que 31% à déclarer se déplacer dans un rayon de 20 km lors d'une sortie culturelle au cours de l'année. Par ailleurs, ils sont près des trois quarts à déclarer se déplacer dans un rayon de 50 km. Ce résultat laisse présupposer une surestimation de la distance parcourue puisque dans ce cas elle repose sur une déclaration alors que dans le premier elle relevait du rapprochement avec le domicile des personnes. Par ailleurs, le tableau des pratiques montraient clairement qu'un nombre important de personnes n'avait pas de pratiques culturelles en dehors du festival, tout du moins celles qui étaient proposées.

4.4.2 Distance parcourue et pratique de festival

La comparaison avec la répartition moyenne par rapport à l'échantillon permet de révéler une surreprésentation des personnes ayant une pratique de festival sur la modalité « plus de 100 km ». Ce résultat permet de confirmer que si les personnes ont l'habitude de participer à un festival alors elles n'hésitent pas à parcourir de nombreux kilomètres pour satisfaire leur plaisir. A l'inverse, les personnes n'ayant pas une pratique de festival ne se déplacent pas très loin de chez elles même si c'est pour aller voir un spectacle dans une salle ou l'espace public.

4.4.3 Le cadre pour aller voir un spectacle

Par cette question, nous avons cherché à identifier les lieux privilégiés par les publics pour une sortie culturelle.



Près de la moitié des personnes interrogées déclarent se déplacer dans le cadre d'un festival lors d'une sortie culturelle. Elles expriment donc le fait de privilégier l'événement ponctuel à une programmation de saison. Ce résultat va dans le même sens que celui sur les motivations où le cadre et l'ambiance figurent en très bonne position.
Il est important de garder à l'esprit que les personnes ayant une pratique culturelle élevée au regard des propositions de notre questionnaire, sont très peu nombreuses (de l'ordre de 10%).
Il est certainement plus aisé et moins contraignant pour des personnes ayant une pratique culturelle faible d'avoir une première expérience de festival lors d'un événement comme La Pelouse où on peut *se sentir comme à la maison* avec la famille et les amis plutôt que d'investir un théâtre ou une salle de spectacle dont on ne possède pas forcément les codes.

4.4.4 Variation en fonction de la pratique de festival

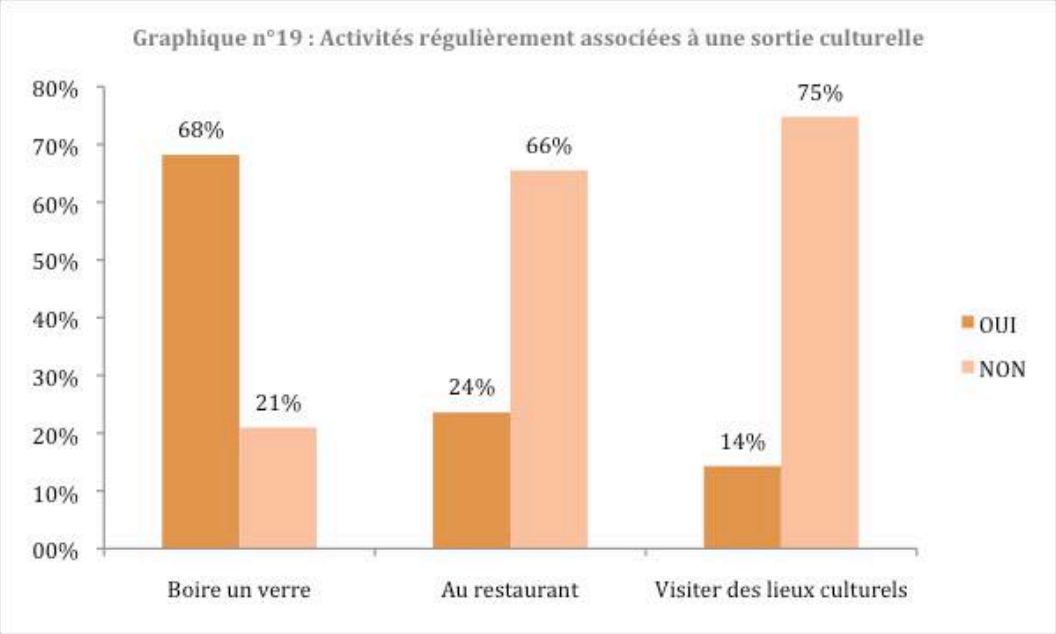
Tableau n°7 : Cadre habituel de sortie pour les personnes ayant une pratique de festival ou pas

	Autre festival	Pas d'autre festival	Total
Un Bar	*33,3%*	*66,7%*	*100%*
L'espace public	*47,4%*	*52,6%*	*100%*
Un festival	*83,6%*	*16,4%*	*100%*
Une salle de spectacle	*55,2%*	*44,8%*	*100%*
Répartition moyenne/échantillon	*66,6%*	*33,4%*	*100%*

La variable « pratique de festival » semble être déterminante pour le choix du cadre de la sortie culturelle. En effet, les personnes ayant une pratique de festival auront tendance à privilégier ce cadre de sortie culturelle. S'ils ont une pratique culturelle plus faible en général, les personnes n'ayant pas assisté à un festival au cours des 12 derniers mois, se distinguent aussi sur le plan du choix de lieu de sortie. Ils privilégieront la sortie dans l'espace public ou un bar. Ce comportement marque ainsi la distance avec les pratiques culturelles légitimes. On préfèrera se mouvoir dans un espace dont on connaît les codes de manière implicite.

4.4.5 Les dépenses afférentes aux sorties culturelles

Dans ce chapitre, nous avons souhaité préciser la nature des dépenses habituelles des personnes enquêtées lors de leurs sorties culturelles. Ce qui nous intéresse n'est pas tant le volume des dépenses que les préférences.



Nous avons relevé un peu moins de 11% de non réponse que nous n'avons pas souhaité retranché de notre échantillon, ce qui explique que le total ne soit pas de 100% sur chacune des propositions.
Plus des deux tiers des personnes déclarent prendre un verre lors d'une sortie culturelle quelle que soit la nature de celle-ci. Dans notre étude, c'est une pratique partagée à près de 95% si on considère toutes les modalités collectives d'accompagnement (couple, famille, amis). On va souhaiter aller plus loin en partageant un verre avant ou après l'événement ; cela relève d'une pratique sociale forte surtout présente chez les actifs entre 35 et 45 ans faisant partie des PCS moyennes.
Près d'un quart des personnes, vont au restaurant lors de ces sorties. Il s'agit principalement de personnes de plus de 55 ans, voir de retraités dont les revenus se situent au dessus de 3000€ par mois. A l'inverse, les plus jeunes et les personnes dont les revenus sont inférieurs à 1000€ par mois sont très éloignés de cette pratique.
Si seulement 14% des personnes déclarent visiter un lieu culturel lors de leurs sorties, ce pourcentage n'est pas négligeable. Il concerne essentiellement des nouveaux publics de La Pelouse dont la moyenne d'âge est assez élevée. Les actifs entre 30 et 45 ans semblent éloignés de cette pratique.

Parallèlement à ces pratiques nous avons voulu savoir quels étaient les modes privilégiés de villégiature lors des sorties culturelles des publics au cours de l'année.

Tableau n° 8 : Modalités de villégiature déclarées lors des sorties culturelles au cours de l'année

	OUI	NON	Non Réponse
Chez des amis, un membre de la famille	*26,8%*	*62,3%*	*10,9%*
En camping	*7,4%*	*81,7%*	*10,9%*
A l'hôtel	*2,7%*	*86,5%*	*10,9%*

Le mode privilégié de villégiature est, comme nous pouvions nous y attendre, l'hébergement chez des amis ou un membre de la famille. Ce comportement est plus marqué chez les habitués du festival. Ce résultat n'est pas surprenant puisque ces mêmes personnes plébiscitent la sortie entre amis. Par ailleurs, il s'agit de personnes relativement jeunes, les plus âgées privilégiant d'autres modes de villégiature ou de pratique.

En résumé ...

Confortant l'idée d'un public de proximité, l'analyse des pratiques montre que lorsque les personnes participent à au moins un autre festival au cours des 12 derniers mois, il a lieu dans le département des Pyrénées Orientales (pour les 2/3 des personnes interrogées).

Les habitués du festival de La Pelouse sont ceux qui ont la pratique de festival la plus soutenue. La Pelouse offre ainsi la possibilité à des publics non habitués de s'ouvrir à une pratique de festival.

Les publics n'ayant pas une pratique de festival sont plus sensibles à une sortie en famille, dans un rayon proche du domicile et, où on pourra trouver un ensemble de services périphériques au spectacle.

En dehors d'une pratique de concert, les publics du festival de La Pelouse ont une très faible pratique culturelle, en tout cas sur les modalités proposées.

Les personnes n'ayant pas une pratique de festival semblent être plus sensibles à des formes d'expression liée au geste, au corps (danse, cirque) alors que les personnes ayant une pratique de festival semblent plus sensibles au rapport direct avec l'artiste ou l'œuvre (concert, rue, exposition).

A La Pelouse, on se déplace à 75% en groupe (famille, amis) marquant ainsi cette pratique culturelle comme une forme collective de pratique. Ce mode d'accompagnement sera renforcé chez les personnes n'ayant pas participé à un autre festival au cours des 12 derniers mois, lors de leurs différentes sorties culturelles.

Plus des deux tiers des personnes déclarent prendre un verre lors d'une sortie culturelle quelle que soit la nature de celle-ci. On va souhaiter aller plus loin en partageant un verre avant ou après l'événement ; cela relève d'une pratique sociale forte surtout présente chez les actifs entre 35 et 45 ans faisant partie des PCS moyennes.

Conformément à ce que nous pouvions présupposer, la sortie culturelle associée au restaurant est privilégiée par les personnes les plus âgées dont les revenus sont les plus confortables.
Si visiter un lieu culturel lors d'une sortie ne concerne qu'une petite partie de notre échantillon, elle concerne essentiellement de nouveaux publics de La Pelouse.

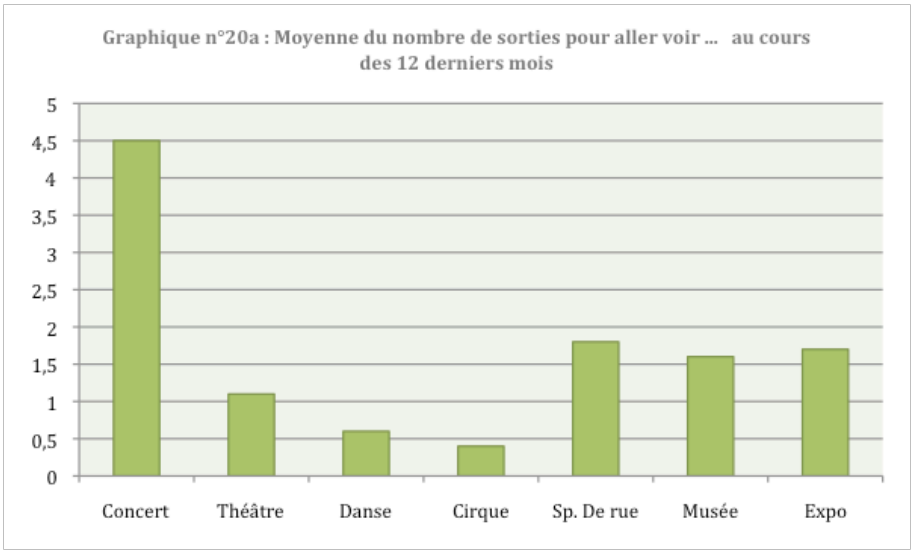
5. Profils de pratiques et de goûts

5.1 Des profils de pratiques

Dans ce chapitre nous allons dresser des profils de pratiques culturelles comparées aux pratiques moyennes de notre échantillon. En premier lieu, nous allons dresser des profils en fonction des esthétiques, puis en prenant en compte le renouvellement et la participation ou non à un autre festival au cours des 12 derniers mois.

5.1.1 Le profil moyen

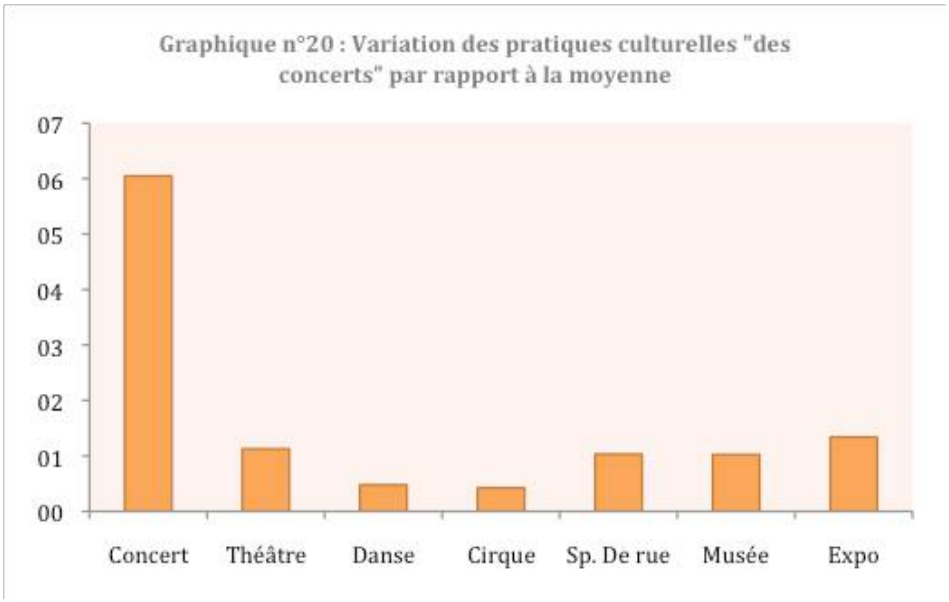
Pour définir le profil moyen, nous avons combiné les réponses aux questions sur le nombre de sorties culturelles au cours des douze derniers mois. Le profil moyen est présenté dans le graphique ci-dessous.



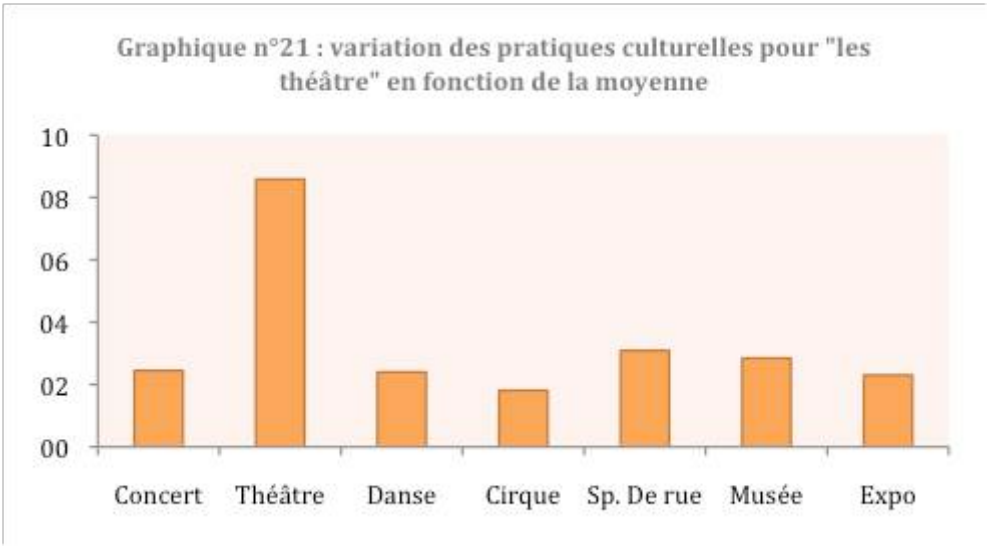
En moyenne, les publics du festival assistent à un peu plus de 4 concerts par an. Pour réaliser les profils suivants nous allons faire varier ces résultats en fonction des esthétiques considérées et des personnes qui en ont une pratique la plus soutenue. Par exemple, pour déterminer le profil de pratiques culturelles « des concerts », nous allons travailler à partir de la sous-population représentée par les personnes déclarant le plus grand nombre de sorties à un concert. Nous calculerons la moyenne de leurs sorties culturelles sur chacune des modalités. Puis nous retrancherons le résultat obtenu sur chacune des modalités à celui de la moyenne pour obtenir le profil « des concerts ».

5.1.2 Les profils par esthétiques

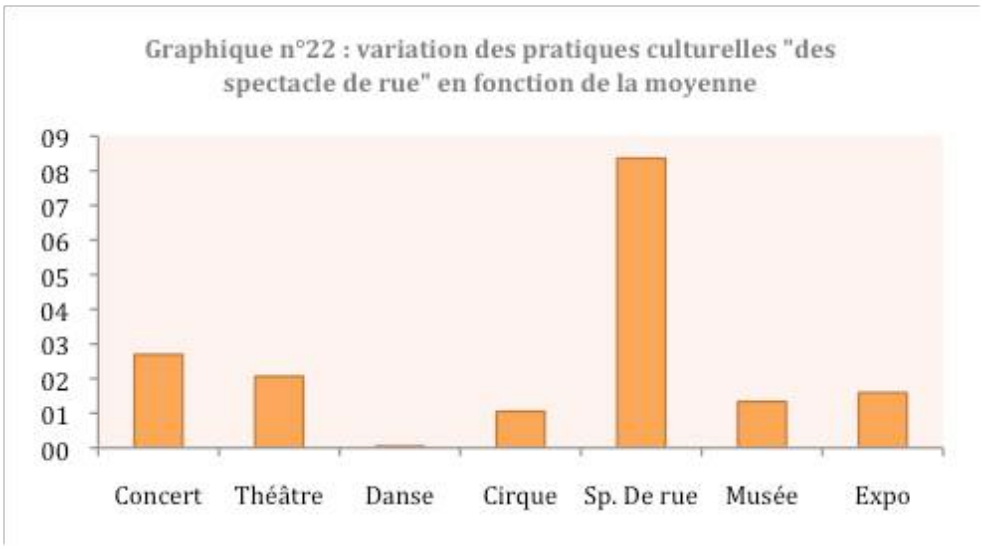
Nous ne dresserons pas de profils pour « les danses » et « les cirques », les effectifs de chacune de ces catégories étant trop faibles pour obtenir des résultats fiables.



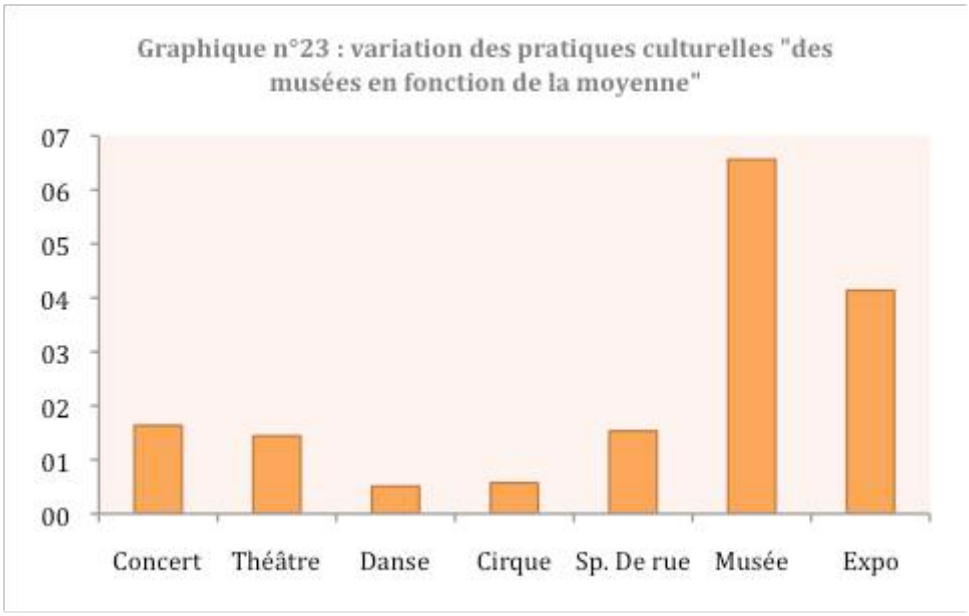
« Les concerts » se distinguent comme on pouvait s'y attendre par une pratique plus soutenue de concerts. Celle-ci est prédominante par rapport aux autres, qui demeurent toute au dessus de la moyenne.
On retrouvera dans ce groupe des surreprésentations chez un public jeune, plutôt masculin, appartenant aux PCS moyenne, avec de faibles revenus. Les demandeurs d'emploi y seront très bien représentés par l'intermédiaire des professionnels du spectacle. A l'inverse, les plus jeunes, les femmes et les habitants de la communauté de communes des aspres y sont sous représentés.



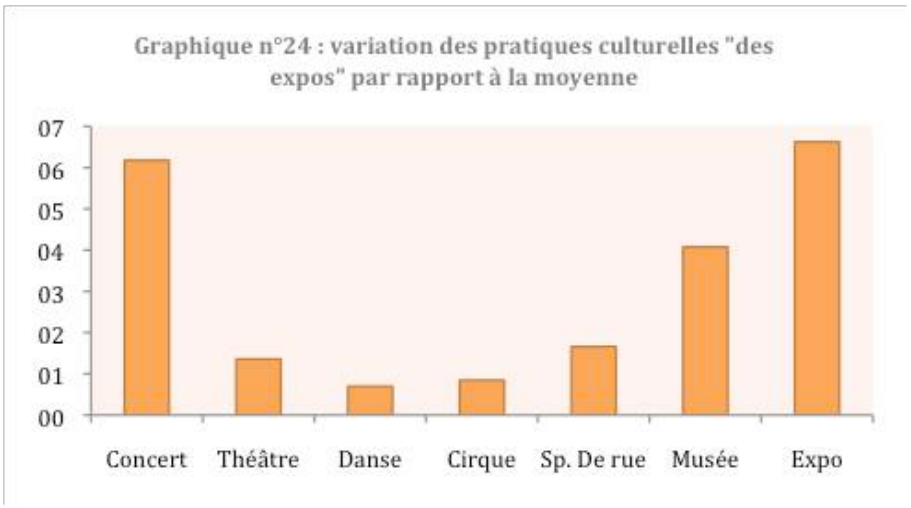
« Les théâtres » se singularisent par des pratiques supérieures à la moyenne sur l'ensemble des esthétiques avec une mention particulière pour le théâtre. Comme l'atteste de nombreuses études, on retrouvera dans ces publics des personnes plutôt âgées, retraitées, d'un niveau scolaire égal ou supérieur à une licence et avec des revenus confortables. Les PCS populaires et les personnes peu diplômées sont très distantes de ce groupe.



Chez **« les spectacles de rue »**, la tendance est une pratique culturelle supérieure à la moyenne quelle que soit l'esthétique. Cependant, les concerts et le théâtre semblent être mieux appréciés que les autres formes et plus particulièrement la danse et le cirque.
Ce groupe se distingue très peu du point de vue des critères sociodémographiques si ce n'est une légère surreprésentation des PCS moyenne et supérieure.



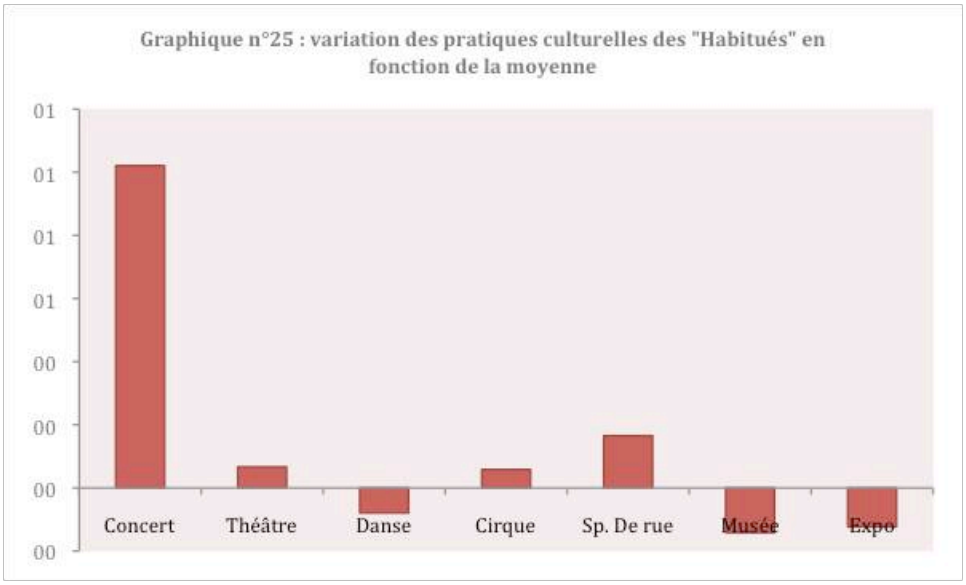
« Les musées » se distinguent par leur engouement pour les expositions. Si elles ne font pas jeu égal avec les musées, elles se détachent clairement de toutes les autres pratiques. On se trouve à un carrefour des pratiques où on laissera à distance le spectacle vivant au profit d'autres formes d'expression.
Les femmes sont surreprésentées dans ce groupe. Il se caractérise aussi par des personnes de plus de 50 ans avec un niveau d'étude universitaire et appartenant aux PCS supérieures. A l'opposé, les 30/45 ans, les employés et les personnes ayant un faible niveau d'étude sont très éloignées de ce profil.



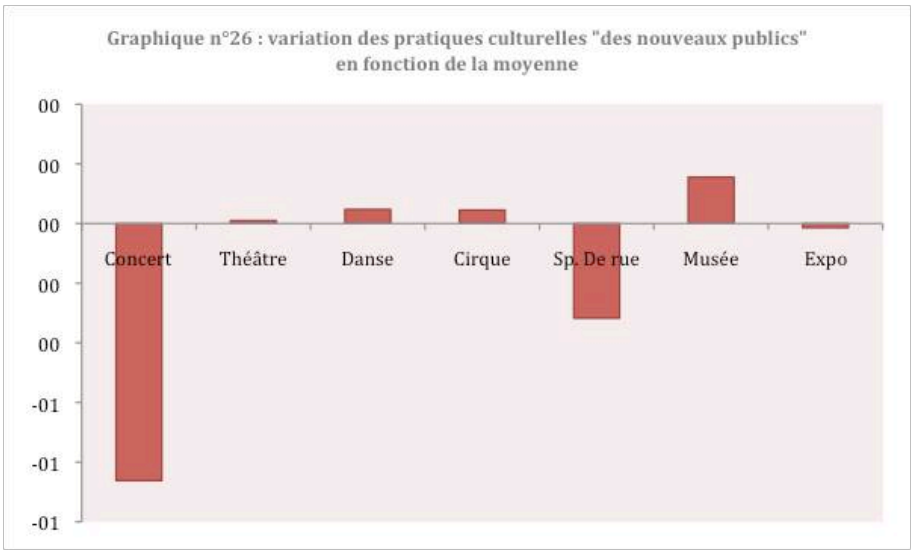
Il s'agit du profil le plus singulier puisqu'il combine à la fois le profil « des musées » mais aussi celui « des concerts ». En effet, **« les expos »** sont les seuls à plébisciter une autre esthétique à la même hauteur que celle définissant leur profil. Le lien fonctionne dans ce sens uniquement puisque « les concerts » ne plébiscitaient pas les expositions. Nous avons donc deux publics de concerts différents : un exclusif et le second qui associe cette pratique aux arts plastiques.
Les cadres et les diplômés de l'enseignement supérieur sont mieux représentés. Les autres critères sociodémographiques semblent jouer à la marge, en tout cas pris individuellement.

5.1.3 Profils et renouvellement

Pour isoler l'effet du renouvellement, nous avons constitué deux sous populations « les habitués » et « les nouveaux publics ». Nous avons dressé le profil de pratique pour chacun de ces groupes que nous avons ensuite retranché du profil moyen.
Les écarts sont moins marqués dans ce cas, où nous avons travaillé sur la variation des moyennes que dans le cas précédent où la sous population considérée était celle ayant la pratique la plus élevée.



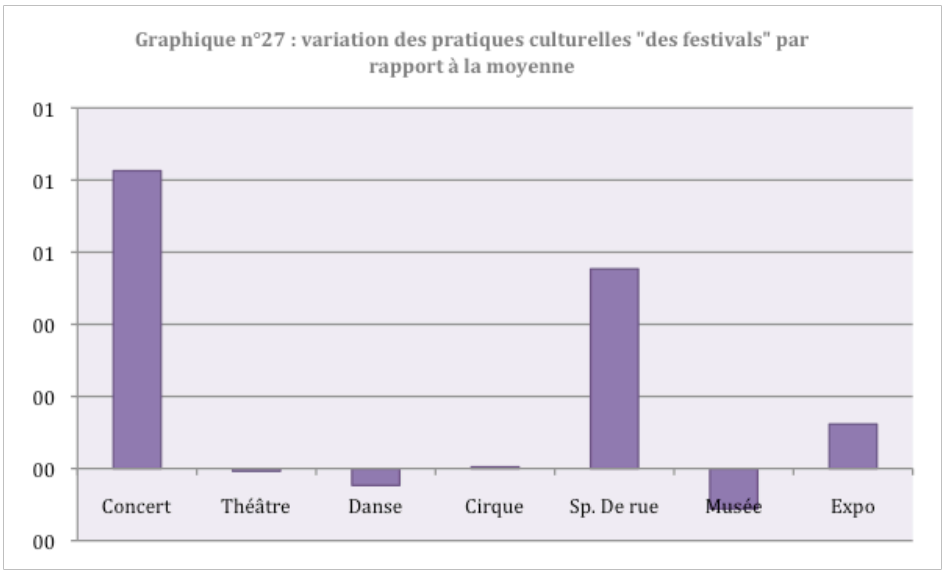
Les **« habitués »** se distinguent du profil moyen de pratique sur leur intensité de sortie à un concert mais avec seulement un point de plus. Sur toutes les autres formes, on se trouve très proche de la moyenne.



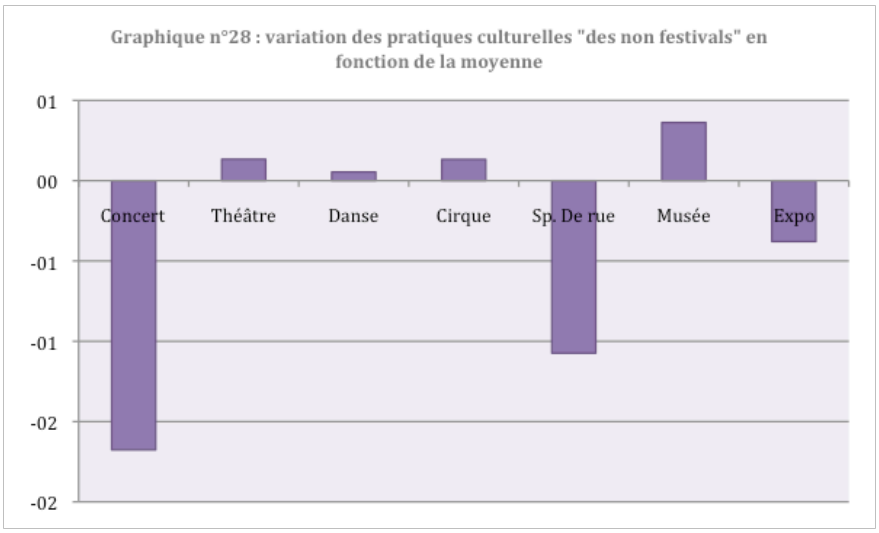
Les **« nouveaux publics »** se distinguent par un profil de pratique en négatif par rapport à la moyenne. S'ils vont légèrement plus visiter un musée que la moyenne des publics ; ils ont une intensité de sortie à un concert moins élevé que la moyenne.
Si le renouvellement ne semble par produire de variation très importante par rapport à la moyenne sur les pratiques culturelles, nous allons regarder de plus près si la pratique d'un festival permet de distinguer les pratiques.

5.1.4 Profils et pratique de festival

Si la variable renouvellement n'avait qu'un effet relatif sur les pratiques par rapport à la moyenne, la variable « participation à un festival » est plus distinctive.



« Les festivals » ont un profil de pratique montrant une activité plus soutenue en direction des concerts et des spectacles de rue que sur le profil moyen. Nous pouvons supposer que ces personnes ayant une pratique de festival se dirigent plus facilement vers les spectacles musicaux et de rue dans le cadre de festival.



« Les non festivals » ont un profil de pratique en miroir de celui « des festivals ». En effet, ils se déplacent moins pour voir un concert ou un spectacle de rue que la moyenne. Cependant, ils ont une légère orientation positive sur les autres formes se déroulant dans les salles de spectacles ou d'exposition.

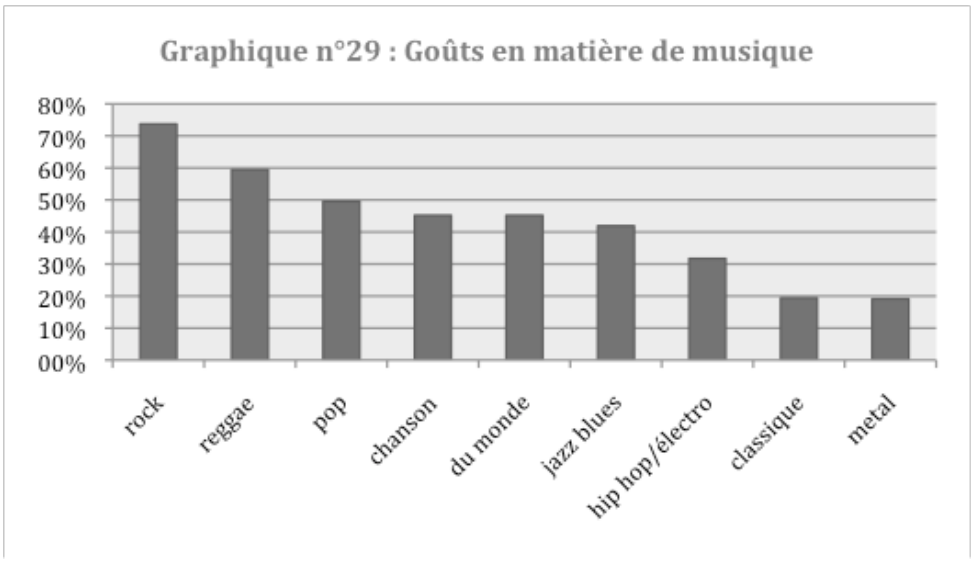
Après avoir regardé de plus près les pratiques culturelles des publics du festival de La Pelouse, nous allons nous intéresser à leurs goûts musicaux et essayer de faire émerger des profils de goûts singuliers que nous mettrons en regard des pratiques.

5.2 Les goûts musicaux

Afin de ne pas alourdir le questionnaire pour les personnes enquêtées, nous avons centré cette partie sur les goûts musicaux en laissant volontairement de côté les autres formes esthétiques du spectacle vivant ou des arts plastiques.
Pour obtenir un taux de réponse satisfaisant pour l'étude, nous avons demandé aux personnes si elles aimaient ou pas tel style de musique, sans passer par une échelle graduée qui demande plus de concentration et de temps pour répondre.

5.2.1 Les goûts

Sur le graphique ci-dessous, nous n'avons représenté que le pourcentage de personnes ayant déclaré aimer le style musical proposé. Par exemple à la question « aimez-vous la musique rock ?», 74% des personnes interrogées ont répondu par l'affirmative et 26% par la négative.



Le festival de La Pelouse a une programmation rock, chanson et musiques du monde. On devrait trouver ces esthétiques loin devant les autres formes. Si le rock est bien la forme musicale préférée des publics enquêtés, la chanson et les musiques du monde arrivent beaucoup plus loin. Sur l'ensemble des propositions, les goûts n'apparaissent pas aussi tranchés que nous aurions pu l'imaginer.
Essayons de voir les liens qui peuvent exister entre les différents goûts. Par exemple, si on aime le rock, quelles seront les formes artistiques que l'on aimera ou que l'on rejettera ? Peut-on faire émerger des groupes gustatifs différenciés ?

Tableau n°9 : Goût pour les différentes formes musicales en fonction de son appétence pour le rock

	Rock	
	Aime	**N'aime pas**
Aime le classique	*80,6%*	*19,4%*
Aime la pop	*85,9%*	*14,1%*
Aime la chanson	*75,6%*	*24,4%*
Aime le métal	*91,5%*	*8,5%*
Aime le reggae	*78,7%*	*21,3%*
Aime les musiques du monde	*72,6%*	*27,4%*
Aime le jazz/blues	*78,8%*	*21,2%*
Aime le hip hop/électro	*74,6%*	*25,4%*
Répartition moyenne/échantillon	*73,7%*	*26,3%*

Exemple de lecture (1ère ligne) : 80,6% des personnes déclarant aimer le rock, aiment aussi la musique classique alors qu'ils sont 19,4% à aimer le rock et ne pas aimer la musique classique.

Même si les personnes qui déclarent aimer le rock paraissent avoir une palette de goûts large, nous pouvons distinguer trois groupes. Le premier concerne « le métal et la pop ». Quand on aime le rock, il ya de très fortes chances que l'on aime le métal et la pop. Le second groupe est constitué du « jazz/blues, du reggae, du classique ». Le dernier groupe, proche de la répartition moyenne, est constitué par « la chanson, le hip hop et les musiques du monde ».

5.2.2 Les profils de goûts

Après avoir distingué trois groupes gustatifs à partir de l'appétence pour le rock, nous avons essayé de vérifier si ces groupes demeuraient stables en plaçant chacune des esthétiques en position centrale vis à vis des autres.
Pour réaliser cette comparaison, nous avons reproduit le même tableau que pour le rock avec chacune des modalités proposées dans le questionnaire (classique, pop, chanson, etc.) en les croisant tour à tour avec l'ensemble des modalités.
A chaque fois, nous avons essayé de regrouper les résultats en fonction de leur degré de significativité. Puis dans un troisième temps, nous avons comparé les différents groupes entre eux afin de ne retenir que les associations gustatives les plus marquées.
Nous pouvons ainsi constituer des profils gustatifs concordants. Après avoir considéré comme facteur déterminant les liens très significatifs et comme facteur secondaire les liens significatifs, quatre groupes émergent de notre classement :

- Le groupe gustatif musique classique et chanson ;
- Le groupe gustatif rock, pop et métal ;
- Le groupe gustatif jazz et musiques du monde ;
- Le groupe gustatif reggae et hip hop.

Nous avons ensuite cherché à déterminer quels étaient les critères sociodémographiques, de motivation et de pratique permettant de caractériser ces différents groupes par rapport à la moyenne et les uns par rapport aux autres.

- **Le groupe « classique » et « chanson »**

Ce groupe se constitue des personnes déclarant aimer à la fois la musique classique et la chanson. Il se singularise sur le plan des critères sociodémographiques, au regard de la répartition moyenne, par une surreprésentation des hommes, des PCS supérieures, des diplômés de l'enseignement supérieur, des plus de 60 ans et donc des retraités.
Sur le plan de la motivation, les personnes de ce groupe accordent plus d'importance au cadre et à l'ambiance mais rejettent plus loin la notoriété du festival et la présence de stands artisanaux.
Du côté des pratiques culturelles, ils se distinguent de la répartition moyenne avec une pratique accrue dans le champ du spectacle vivant et de la visite de musée ou d'exposition. Ils sont aussi plus nombreux à participer à un autre festival. Ils privilégient la sortie en couple dans un rayon proche du domicile.

- **Le groupe « rock », « pop » et « métal »**

Afin d'obtenir un échantillon suffisamment important sur ce groupe, nous avons travaillé à partir de la sous population de personnes déclarant aimer le rock. Nous avons ensuite posé la contrainte de déclarer aimer la musique pop ou le métal pour constituer le groupe.
Ces publics sont caractérisés par une surreprésentation des hommes de 15 à 29 ans habitant le département des Pyrénées Orientales. Ce sont des actifs appartenant aux PCS moyennes mais dont le niveau scolaire est inférieur ou égal au baccalauréat.
C'est un public de fidèles du festival de La Pelouse fortement motivé par les artistes, la date et l'habitude. Ils rejettent un plus loin le conseil des amis ayant eux-mêmes construit leur propre modèle gustatif.
83% d'entre eux déclarent avoir participé à un autre festival au cours des 12 derniers mois. On note une pratique élevée de spectateur de concerts et moyenne pour les spectacles de rue. Toutes les autres formes liées au spectacle vivant sont rejetées par ces publics. Ils ont une pratique légère de visite d'expositions ou de musée. En résumé, ces publics semblent concentrer leur attention sur les concerts dans le domaine du spectacle vivant en s'autorisant des incartades dans les arts de la rue, si ceux-ci viennent à leur rencontre. On se trouve face à une pratique exclusive même si on s'accorde une visite ou deux par an d'exposition ou de musée.

- **Le groupe « jazz » et « musique du monde »**

Sur le plan des critères sociodémographiques, ce groupe se distingue par une surreprésentation de personnes âgées de 45 ans et plus, habitant dans le département des Pyrénées Orientales, appartenant aux PCS moyennes et supérieures, diplômées de l'enseignement supérieur mais dont les revenus sont compris entre 1000 et 2000 euros net par mois. Les retraités sont fortement représentés dans ce groupe gustatif.
C'est un public d'habitués du festival de La Pelouse. Ils sont d'ailleurs plus nombreux que la moyenne à avoir participé à au moins un autre festival au cours des douze derniers mois. Ils sont essentiellement motivés par la programmation artistique et la proximité du festival alors qu'ils repoussent la présence de stands artisanaux sur le site et l'ambiance du festival.
Ils privilégient la sortie entre amis et n'hésitent pas à parcourir de longues distances pour assister à un spectacle. Ils ont une pratique moyenne ou élevée sur l'ensemble des propositions hormis la visite d'expositions qui reste en retrait.

- **Le groupe « reggae » et « hip hop »**

Dans ce groupe, les hommes sont fortement surreprésentés par rapport à la moyenne. Il s'agit d'un public jeune (moins de 29 ans), étudiant dont les revenus sont inférieurs à 1000 euros net par mois.
Les motivations pour venir au festival sont très proches de la moyenne si ce n'est un léger rejet des facteurs « prix » et « conseils des amis ».
C'est très clairement un public de festival mais qui ne délaisse pas pour autant les autres sorties culturelles. En effet, nous pouvons noter une surreprésentation de la modalité « pratique élevée » sur presque toutes les propositions hormis pour les expos. Il ne s'agit donc pas d'un public exclusif mais bien d'un public omnivore.
Le mode privilégié d'accompagnement est la sortie entre amis avec lesquels on n'hésite pas à se déplacer pour participer à un festival ou voir un spectacle en salle.

En résumé …

Les profils de pratique nous ont permis de mettre en évidence que les personnes interrogées ne rejettent pas complètement une forme par rapport aux autres.

Cette étude a été réalisée dans le cadre d'un festival de musique. Comme nous pouvions nous y attendre, c'est la sortie au concert qui reste le mode de pratique culturelle privilégié par rapport à l'ensemble de notre proposition (nous n'avons pas interrogé les personnes sur leurs pratiques de loisir, d'écran ou domestique).

Si on s'intéresse aux différents profils de pratique que nous avons construit, nous retrouvons les mêmes tendances de distinction sociodémographique déjà rencontrées par ailleurs lors d'autres études de publics (les publics des festivals). Les concerts (de musiques actuelles) attirent un public plus jeune, plutôt masculin, appartenant aux PCS moyennes. Le théâtre et les sorties au musée concernent plutôt des personnes plus âgées, appartenant aux PCS supérieures, habitant à proximité.
Le profil des expos se distingue des autres par une ouverture plus large vers d'autres formes.

La pratique de festival marque un engagement plus fort vers le spectacle vivant alors que les autres se retrouvent plus dans la « contemplation », visite de musée ou d'exposition.

En interrogeant les personnes uniquement sur leurs goûts en matière de musique, nous n'avons pas noté de rejet d'une esthétique musicale par rapport aux autres.

Sur les quatre groupes gustatifs que nous avons réussi à révéler, nous avons pu noter des similitudes d'ordre sociodémographique si nous les prenons deux à deux.

Les groupes « chanson/musique classique » et « jazz/musique du monde » sont composés de personnes plus âgées, appartenant aux PCS moyennes ou supérieures, habitant à proximité, ayant une pratique de festival et des pratiques culturelles plus élevées.

Les groupes « rock/pop/métal » et « reggae/hip hop » sont composés de personnes plus jeunes, appartenant aux PCS populaires, avec de faibles revenus, plutôt masculin et ayant une forte attirance pour les concerts.

6. L'économie du festival

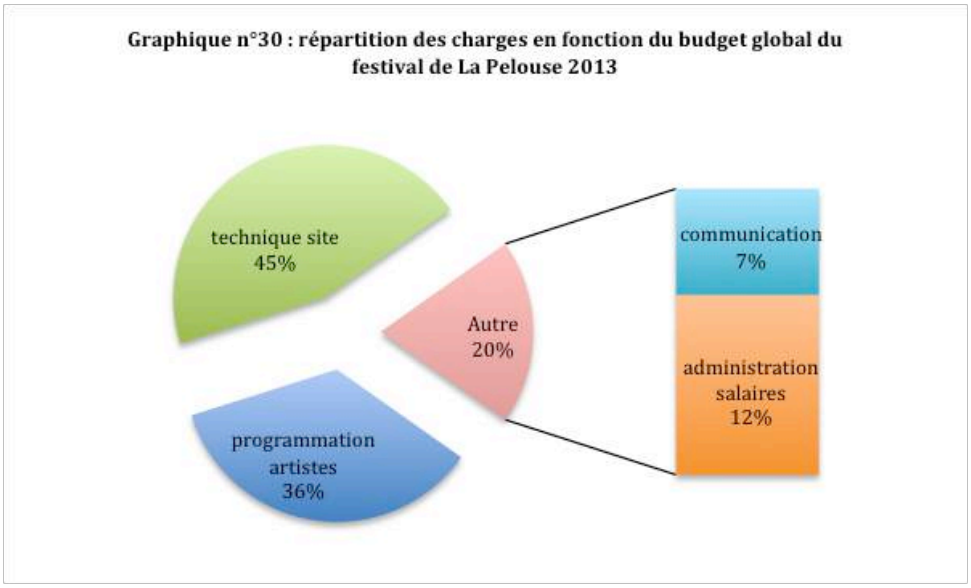
Dans ce chapitre, nous allons dresser une cartographie simplifiée de l'économie du festival, tant du point de vue de son budget que des moyens humains. Puis nous essaierons de produire une analyse des retombées financières indirectes du festival par une estimation des dépenses des festivaliers.
Nous comparerons ces résultats à ceux obtenus lors de l'étude sur les festivals de musique en Europe, en France et en Languedoc Roussillon.

6.1 Le budget global

6.1.1 Les charges

Nous avons regroupé en quatre grands postes (programmation, technique, communication et administration), l'ensemble des charges du festival de La Pelouse. Nous avons opéré ce choix afin de pouvoir comparer nos résultats avec ceux obtenus lors de l'étude Festudy en 2013.
Le poste programmation concerne le cachet des artistes et les coûts afférents à leur accueil (catering, hébergement, etc.). Le poste technique concerne à la fois les éléments de mise en configuration du site (le site n'est pas équipé au préalable) et les moyens nécessaires à la mise en œuvre du spectacle (son, lumière, etc.). Le poste administration recouvre les salaires des personnes en charge de la production du festival et les charges courantes de structure (assurance, impôt, téléphone, etc.). Le poste communication ne concerne que les charges de communication classique (création graphique, impression, diffusion, insertion, etc.).

Avec un budget global de 102 000 euros, chacun des postes est représenté en fonction de son poids effectif dans le graphique ci-dessous.



Nous devons noter que si la partie technique a un poids très important dans le budget, elle concerne pour moitié l'équipement complet du site mais aussi les achats générateurs de ressources propres (bar/ restauration). Les charges d'administration se décomposent elles aussi pour moitié en salaires et pour moitié en frais courant d'administration (assurances, impôts, téléphone, etc.).

6.1.2 Les produits

Quatre modalités déterminent les produits du festival nous permettant là aussi de pouvoir réaliser des comparaisons avec d'autres festivals de musique en région et au-delà. Les résultats se décomposent de la manière suivante :

- Subventions à hauteur de 9%
- Mécénat et partenariat à hauteur de 23%
- Recettes de billetterie à hauteur de 27%
- Recettes propres (restauration, bar, autres) à hauteur de 41%

Cette répartition est très éloignée de celle que nous pouvons observer lorsque l'on examine la répartition moyenne des ressources des festivals (Festudy, Les publics des festivals). Le poids des subventions est souvent beaucoup plus élevé alors que les recettes propres sont très inférieures en moyenne, à ce que nous observons à La Pelouse. Nous verrons plus loin comment interpréter ces variations.

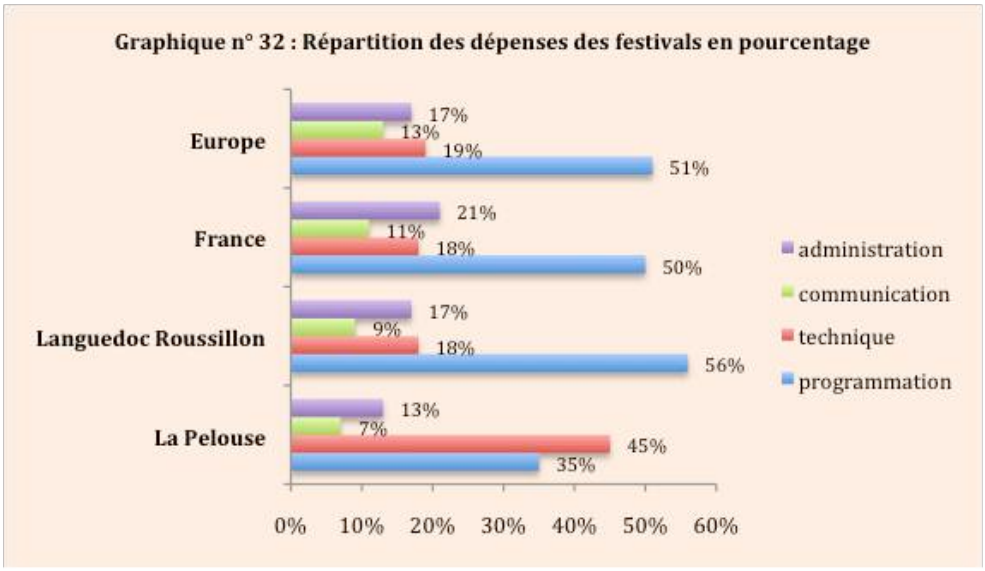
6.1.3 Comparaison avec les autres festivals en LR

Avec un budget de 102 000 euros, le festival de La Pelouse se situe parmi les plus petits budgets en Languedoc Roussillon. Nous avons présenté ci dessous un tableau comparatif des dépenses des festivals en région Languedoc Roussillon, France et Europe[9]. A chaque fois nous avons pris la médiane[10] et non la moyenne toujours plus élevée afin de minorer l'effet d'attraction des grands festivals.
Quelques précautions d'usages doivent être faites avant de comparer les résultats. En premier lieu, l'étude Festudy a concerné des festivals de tailles très variées où on retrouve de grands évènements comme Les Déferlantes d'Argelès sur Mer, le festival Radio France de Montpellier aux côtés de festivals comme les Transes Cévenoles ou Jazzebre aux moyens beaucoup plus modestes. Deuxièmement, la plupart des festivals étudiés se déroulaient sur une période de quelques jours à un mois, impliquant un nombre plus important de spectacles et donc de dépenses. Le festival de La Pelouse se singularise par une programmation proposée sur une seule journée.

9. Djakouane A. et Négrier E., *Festudy (rapport préliminaire)*, France Festivals et région Languedoc Roussillon, 2013
10. La médiane partage notre échantillon en deux, 50% des festivals sont au dessus et 50% en dessous de cette valeur.

Si le budget du festival de La Pelouse paraît très éloigné de la moyenne des budgets en région Languedoc Roussillon ou en France ; il se rapproche beaucoup plus de la moyenne européenne. Toutefois, il paraît difficile, à la seule lecture de ces chiffres de souligner les particularismes ou les ressemblances entre festivals au vu de la grande diversité de taille de ces événements.

Après avoir situé le budget du festival de La Pelouse sur une échelle chiffrée par rapport aux autres festivals de musique, nous allons maintenant comparer les pourcentages sur les différents postes de dépenses afin d'être en mesure de souligner les variations observées et tenter de les expliquer.



L'étude Festudy a montré que la programmation constitue le principal poste de dépenses des festivals quelque soit le territoire étudié. Dans tous les cas, il s'élève à plus de 50% du budget global. Dans le cas du festival de La Pelouse, il n'est que de 35% et n'arrive qu'en deuxième position. Plusieurs facteurs permettent d'expliquer cette différence.

Festudy a concerné des festivals qui ont des durées comprises entre quelques jours et un mois alors que La Pelouse ne dure qu'une journée. Dans le premier cas, la multiplicité des soirées entraine un coût artistique plus important alors que les autres dépenses ne varient pas dans les mêmes proportions. Une fois, le festival installé, les coûts supplémentaires concernent la technique du spectacle et non plus l'équipement du lieu quand il n'est pas déjà équipé comme c'est le cas pour les festivals en salle.

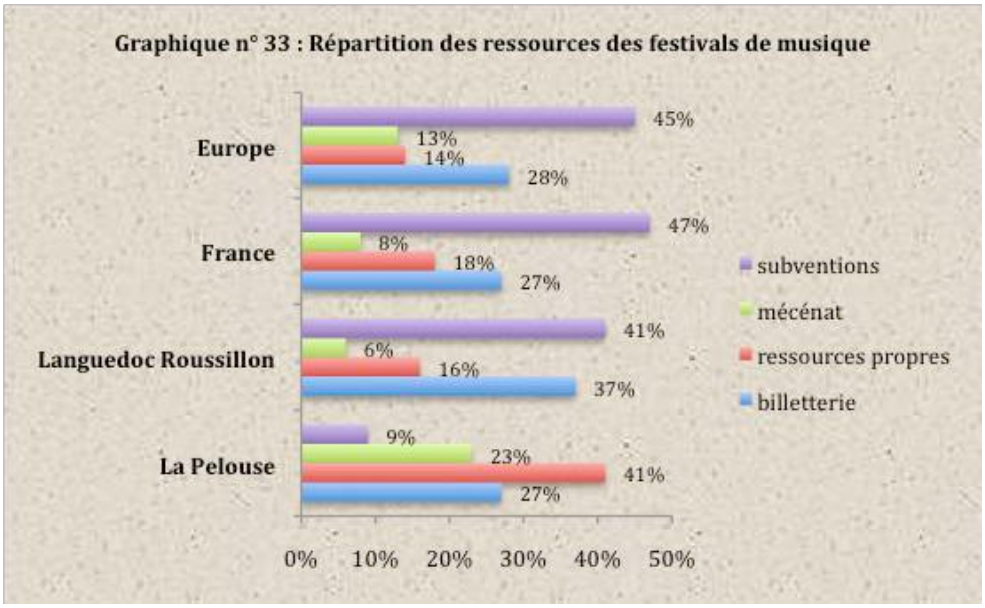
Par ailleurs, la modestie du budget global de La Pelouse ne permet pas d'envisager de s'offrir des plateaux artistiques chers. La stratégie consiste à trouver l'affiche qui permettra d'attirer du monde sans qu'il s'agisse d'artistes ayant une actualité forte. On privilégiera l'image du « *groupe qui a marqué les mémoires* » comme sergent Garcia, Pigalle ou Les Ogres de Barback à celle du « *buzz mainstream ».* Ainsi, on pourra programmer un groupe « tête d'affiche » pour un prix raisonnable, capable d'attirer un public important, servant de moteur pour les autres groupes de plus faible notoriété.

Parallèlement à ce premier constat, nous pouvons noter que le poids de la technique est le premier poste de dépenses à La Pelouse, loin devant celles observées lors de l'étude Festudy quelque soit le territoire. Le site du festival n'est pas équipé à priori et demande donc de déployer de gros moyens pour être en mesure d'accueillir cet événement dans de bonnes conditions pour les publics et les artistes. Ce fort investissement pour une durée de festival réduite a forcément un effet sur un budget global modeste.

Il est important de garder à l'esprit que lorsque nous avons constitué les grands postes de dépenses du festival, nous avons affecté à la technique et la mise en place du site, les achats nécessaires au fonctionnement de l'ensemble des services à destination des publics (restauration, buvette). Ceux-ci constituent la moitié des dépenses sur le poste. Si nous les retranchons, nous arrivons ainsi à des résultats plus proches de ceux observés sur l'étude précédemment citée sachant que pour une partie d'entre eux ces dépenses n'existent pas (festival Radio France de Montpellier).

Le poids des dépenses liées à la communication et à l'administration pour le festival de La Pelouse est beaucoup plus proche de celui observé dans le Languedoc Roussillon. Toutefois, si les pourcentages sont du même ordre, le budget global du festival est quatre fois inférieur à la médiane calculée pour les festivals de musique en Languedoc Roussillon. En valeur absolue, ces dépenses restent donc modérées.

Après avoir analysé en détails, les pourcentages des dépenses du festival de La Pelouse par poste au regard de ceux observés sur les autres festivals en région, en France et en Europe, nous allons maintenant regarder comment se répartissent les ressources du festival comparativement aux autres festivals de musique ?



Le festival de La Pelouse a une répartition de ses ressources très singulière au regard de la moyenne des répartitions sur les autres festivals de musique quel que soit le territoire.

La différence la plus notable concerne le poids des subventions dans le budget du festival de La Pelouse. Elles n'atteignent pas 10% du budget global alors qu'elles évoluent entre 41 et 47% dans les autres cas. Si les financements publics paraissent jouer à la marge dans la mise en place du festival de La Pelouse, nous verrons plus loin qu'un engagement financier plus important de la part des collectivités territoriales ou de l'Etat permettrait d'asseoir le festival et d'envisager l'avenir de façon plus sereine.

Le deuxième élément singulier est le poids du mécénat dans le budget du festival de La Pelouse. Il atteint 23% alors que dans le meilleur des cas il est de 13% en moyenne en Europe.

Ce résultat s'explique par la nécessité de trouver des financements ou des partenariats dans le secteur privé pour palier à la faiblesse des financements publics. Si bon nombre de festivals souhaiteraient obtenir un tel score, les différentes études en France ont montré la difficulté pour les opérateurs culturels de convaincre les entreprises du secteur privé d'entrer dans le financement de leurs opérations. Le modèle français de financement de la culture est encore très éloigné de ces pratiques contrairement au modèle anglo-saxon. Dans le cas qui nous intéresse, si l'équipe du festival a obtenu de tels résultats cela s'explique par deux choses :

- un budget global relativement faible qui fait que si le pourcentage de mécénat est élevé, il demeure peu important en valeur absolue ;
- le directeur du festival entretient de très bonnes relations avec le secteur privé de part ses autres activités professionnelles (régie générale et production du festival « Les Déferlantes » qui possède un grand club des partenaires)

Le pourcentage des ressources propres est très supérieur à celui observé en France et est encore plus élevé que pour la moyenne des festivals de musique en Languedoc Roussillon.

Dans cette catégorie, nous avons classé les recettes de bar, restauration et merchandising. Il nous faut toutefois considérer que certains festivals en région ont une forte capacité à générer des ressources propres (Les Déferlantes, Les Trans Cévenoles) alors que d'autres n'ont pas d'autres recettes propres que celles issues de la billetterie (Jazzebre, Aujourd'hui Musiques ou Pablo Casals). Il faudrait sans doute regarder plus en détail le poids de cette ressource sur les festivals ayant un fonctionnement similaire afin de déterminer la place réelle du festival de la Pelouse dans cet ensemble hétérogène.

Les recettes de billetterie constituent presque un tiers des ressources du festival alors que le tarif d'entrée est seulement de 6 euros (gratuit pour les moins de 14 ans et les plus de 60 ans). Ce pourcentage se situe entre la moyenne observée en France et en Languedoc Roussillon. Nous devons prendre en compte que les auteurs de l'étude Festudy ont montré qu'il existait une offre gratuite abondante en région et que parallèlement le coût moyen d'un siège en Languedoc Roussillon (24 €) est supérieur à celui qu'il est dans le reste de la France soulignant ainsi l'écart important dans l'offre tarifaire.

6.2 Les dépenses des festivaliers

Lors de l'élaboration du questionnaire proposé aux publics du festival de La Pelouse, nous avons prêté attention à ne pas poser de questions qui entraient trop dans l'intimité des personnes afin d'éviter les rejets. Par conséquent, sur la partie traitant des dépenses périphériques au festival, nous n'avons pas demandé aux personnes de nous dire quel est le montant de leurs dépenses mais simplement s'ils en avaient fait et quelle était la nature de ces dépenses.
Par différents recoupements nous allons essayer de modéliser une orientation des dépenses des festivaliers plutôt qu'essayer de les chiffrer.

Tableau n°9 : Vous en avez profité pour... lors de ....

	Vos sorties culturelles	Votre venue à La Pelouse
Boire un verre	*68,2%*	*18,3%*
Aller au restaurant	*23,6%*	*5,6%*
Visiter des lieux culturels	*14,3%*	*2,9%*
Passer 1 ou 2 jours à l'hôtel	*7,4%*	*4,2%*
Passer 1 ou 2 jours au camping	*2,7%*	*0,5%*

Le tableau ci dessus nous montre la grande distance entre les pratiques déclarées des personnes lorsqu'elles viennent à La Pelouse et les pratiques qu'elles estiment avoir lors de leurs différentes sorties culturelles au cours de l'année.

Dans le deuxième cas, nous sommes dans une situation qui ne relève pas de l'évènementiel. Il est donc plus facilement envisageable que lors d'une sortie pour visiter une exposition, un musée, les personnes soient plus disposées à prendre un peu de temps pour aller au restaurant ou boire un verre.

Une analyse plus fine nous a permis de révéler le lien qui existe entre le niveau de revenu et les différentes formes de pratiques. Les personnes dont les revenus sont supérieurs ou égaux à 3000 euros net par mois privilégient la sortie au restaurant et l'hébergement hôtelier alors que les plus bas revenus (inférieurs à 1000 euros par mois) sont surreprésentés sur la modalité « aller boire un verre ». et le séjour chez des amis.

Comme on pouvait raisonnablement s'y attendre, les personnes interrogées orientent leurs pratiques en fonction de leur niveau de revenus.

Nous avons vu précédemment que si les cadres et professions libérales étaient en progression dans les publics de La Pelouse, 70% des publics de La Pelouse ont des revenus inférieurs à 2000 euros net par mois pour le foyer. Dans ces conditions on comprendra aisément que l'on devra opérer des choix : venir au festival et s'amuser en profitant des services sur place ou bien aller au restaurant avant et limiter ses dépenses sur le site.

Toutefois, avec 18,6% des personnes déclarant avoir pris un verre à l'occasion de leur sortie au festival de La Pelouse et un volume de spectateurs de l'ordre de 6000 personnes, ce sont un peu plus de 1100 personnes qui sont concernées par cette pratique. Nous pouvons faire le même exercice sur chacune des modalités pour nous apercevoir que l'impact est loin d'être négligeable sur le territoire.

Dans un souci de précision, il aurait été intéressant de demander aux restaurateurs et gérants de bar de la ville de Thuir quel a été l'impact du festival en terme de fréquentation pour leur établissement.

6.3 Les moyens humains

Le festival de La Pelouse est né sous l'impulsion d'un petit groupe de copains membres d'une association de soutien aux artistes. Celle-ci existait grâce à l'engagement de ses membres et le bénévolat. L'association a conservé ce mode de gouvernance et d'implication de ses membres autant par éthique que par contrainte liée à son faible budget.

6.3.1 L'équipe de projet

L'association n'a pas de salarié permanent. Une équipe de projet se constitue pour préparer et mettre en œuvre le festival de La Pelouse. Cette équipe se renouvelle tous les 3 à 4 ans, en fonction des envies et des parcours des personnes.

Avec une équipe aussi réduite, les tâches ne peuvent pas être complètement segmentées mais chacun en fonction de ses compétences, doit toucher un peu à tout. Toutefois, la direction artistique et les décisions stratégiques relèvent du directeur de production.

L'équipe de projet est constituée par :
- un directeur de production
- une responsable des bénévoles
- un responsable communication

Si on devait faire une estimation du temps de travail nécessaire à la réalisation du festival pour chacun d'eux, nous atteindrions un volume global d'au moins 6 mois soit 0,5 équivalent temps plein. Selon la convention collective du spectacle vivant, l'équipe de projet a un statut de cadre. Si nous estimons le salaire moyen à 2000 euros net par mois alors nous pouvons estimer les salaires chargés aux alentours de 25 000 euros pour 0,5 ETP.

En réalité, chaque membre de l'équipe de projet n'est rémunéré que sur une base de trois à quatre cachets en fonction du budget du festival.

6.3.2 Les bénévoles

Comme pour une très grande majorité de festivals de musique, le festival de La Pelouse ne pourrait pas exister sans ses bénévoles. Ils étaient 120 en 2013 à participer à la vie du festival.
Si nous devions tracer le profil moyen des bénévoles sur le plan sociodémographique, nous pourrions dire qu'il s'agit d'une femme (55% des cas), de moins de 25 ans, habitant le département des Pyrénées Orientales (84,4%). Elle est active, étudiante ou employée. Elle a un niveau d'étude correspondant à Bac plus 2 et ses revenus sont légèrement supérieurs à 1000 euros net par mois.
Nous retrouvons un profil moyen assez proche de celui des publics avec toutefois une moyenne d'âge inférieure.

Le taux de renouvellement des bénévoles est des deux tiers pour l'année 2013. Les anciens viennent depuis plus de 3 ans pour 50% d'entre eux. Les trois quarts ne se sont pas inscrits seuls au festival, 70% d'entre eux viennent avec des amis et 30% avec un membre de la famille. Le taux de renouvellement très important ne marque pas un désintérêt pour le festival mais traduit plutôt un moment de passage. Dans la majorité des cas, on y vient 2 ou 3 ans. Nous devons tenir compte qu'une grande partie des bénévoles est jeune, en cours d'étude ou en recherche d'emploi. L'engagement dans cette activité bénévole permet d'acquérir une première expérience ou de ne pas rester isolé.

60% des personnes bénévoles déclarent venir au festival sur leur temps de vacances. Ce résultat est sans doute favorisé par la date du festival.

55% des personnes déclarent donner une journée au festival, 21% deux journées, 19% trois journées et 5% plus de trois journées. Si nous ramenons ces déclarations à notre effectif global, on obtient plus de 1700 heures offertes à l'association, soit un peu plus d'un équivalent temps plein.

Les bénévoles du festival de La Pelouse occupent des fonctions très variées (accueil publics et artistes, billetterie, régie, restauration/buvette, communication…) et ont des responsabilités tout aussi variées (chefs de secteurs, chefs d'équipe, manutentionnaire, gestionnaire, etc.).
On trouvera une analyse plus détaillée, des profils, des goûts, des motivations et des pratiques des bénévoles du festival de La Pelouse dans la synthèse en annexe.

En résumé …

Le budget du festival de La Pelouse le classe parmi les plus modestes. Il se distingue par une répartition des charges où le poste programmation n'est plus le premier et est supplanté par la technique. Ce constat doit être relativisé par le fait que le poste technique concerne aussi les dépenses relatives aux services pour les publics (bar, restauration). Si on retranche ces charges, on retrouve des résultats comparables à ceux présentés dans Festudy.

Par ailleurs, la répartition des ressources à La Pelouse est singulière au regard des répartitions observées sur les autres festivals de musique en France. En effet, le poids des subventions est très faible au profit du mécénat ou des ressources propres.

Sans analyser en détail les dépenses des festivaliers, nous avons pu montrer que celles-ci génèrent des retombées économiques significatives sur le territoire.

Comme pour un grand nombre de festivals, les bénévoles sont indispensables pour la réalisation du projet. Nous avons pu estimer que leur apport correspondait à un peu plus d'un ETP. Si on ajoute, l'engagement de l'équipe de projet à hauteur de 0,5 ETP, nous pouvons estimer le volume global d'activité (hors équipe technique) à 1,6 ETP environ. Si nous devions estimer le budget nécessaire pour employer ces personnes en fonction des compétences et des statuts, nous dépasserions les 55 000 euros.

7. Conclusion générale

Depuis le début de ce travail, nous avons essayé de situer le festival de La Pelouse en le comparant aux autres festivals de musiques sur le territoire régional et au delà. Pour atteindre cet objectif, nous avons travaillé sous le prisme de la composition sociologique de ses publics, de leurs pratiques mais aussi de l'économie du festival.

Le festival de La Pelouse a su prendre peu à peu sa place sur le territoire des Aspres. Si le taux de renouvellement des publics est supérieur à 50%, il est proche de ceux observés lors de festivals à l'esthétique proche. Ce résultat ne marque pas un désintérêt ou une lassitude vis à vis de l'événement mais souligne plutôt la notoriété grandissante du festival avec un public de plus en plus nombreux. Depuis ses débuts, le festival connaît une fréquentation croissante jusqu'à atteindre les 6000 personnes lors de la dixième édition en 2013.

Si la notion de notoriété ne figure pas parmi les motivations plébiscitées par les publics pour venir au festival, surtout chez les habitués, le cadre et l'ambiance sont déterminants dans leur choix. Cette image positive du festival est véhiculée auprès des nouveaux publics par les amis ou la famille jouant un rôle de prescripteurs auprès des personnes n'ayant pas une pratique culturelle élevée.

Par ailleurs, le profil des publics de La Pelouse est comparable à ceux observés lors d'autres festivals de musiques actuelles sur le plan des critères sociodémographiques. En effet, on retrouve une majorité de jeunes actifs, aux revenus modestes et habitant le département mais les hommes ne sont plus majoritaires. Nous observons ici une tendance à la féminisation des publics de La Pelouse. Est ce le signe d'un tournant dans les pratiques festivalières pour les musiques actuelles ou bien sommes nous en présence d'une caractéristique propre à ce festival ? La réponse à cette question résulte sans doute d'une composition complexe de facteurs. Nous pouvons sans doute voir dans l'attention portée aux familles, un élément de plus forte mobilisation des femmes, permettant ainsi de modifier la répartition des publics selon le genre. Toutefois, cette hypothèse ne peut suffire à expliquer cette inversion de tendance. Il serait sans doute intéressant de creuser la question du genre dans les pratiques festivalières des musiques actuelles afin de révéler les critères ayant un effet sur la répartition des publics en fonction du sexe. Est-ce une question de cadre, d'ambiance, de services proposés, de programmation, de situation géographique (urbain, péri urbain ou rural) ou une combinaison de différents facteurs ?

Le festival de La Pelouse s'est toujours affirmé comme étant un événement populaire et familial. L'objectif est sans doute atteint si on se rappelle que l'on aime y venir en famille ou en couple, que les classes populaires sont fortement représentées, que le cadre et l'ambiance sont les premières sources de motivations devant la programmation artistique.

Par ailleurs, nous avons pu noter que les personnes interrogées avaient de faibles pratiques culturelles[11]. Le festival de La Pelouse s'inscrit donc dans un processus de démocratisation culturelle en permettant à des personnes éloignées des pratiques culturelles conventionnelles d'avoir une pratique de festival. De façon complémentaire, il contribue au maillage du territoire puisqu'il intéresse majoritairement les personnes du département des Pyrénées Orientales et plus particulièrement les personnes habitant dans un rayon de 20 kilomètres.

Si le festival de La Pelouse n'existait pas, on peut se demander si les personnes n'ayant pas une pratique de festival ou ayant des pratiques culturelles peu développées se déplaceraient plus loin pour participer à un événement de même nature ? Il répond ainsi à une certaine idée d'égalité d'accès à l'offre culturelle invoquée par les politiques publiques de la culture.

Ce constat nous amène à mettre en regard l'économie du festival. Si le festival de La Pelouse semble répondre aux exigences de démocratisation culturelle, alors comment expliquer le faible poids des financements publics dans le budget du festival ? Nous pouvons imaginer qu'il y a une certaine méconnaissance des profils des festivaliers dans les musiques actuelles. Si de nombreuses données sont produites sur l'économie et l'emploi dans le secteur des musiques actuelles, il est encore trop rare d'observer ce secteur du point de vue des publics, de leurs pratiques, de leurs goûts et de leurs motivations. Ces éléments de compréhension permettraient de les appréhender sous un autre angle et de les comparer aux objectifs des politiques publiques.

Durant ces dix années d'existence, le festival est passé par différentes étapes : émergence, développement, maturation du projet. Festudy avait montré que de plus en plus de festivals avaient développé une offre complémentaire à leur projet initial en jouant sur la typologie et la durée de l'offre. L'équipe de La Pelouse a pris conscience de cet enjeu en développant un partenariat avec l'hôpital et en misant sur un passage à deux jours de festivals à courte échéance. L'engagement de l'Etat et des collectivités territoriales est une condition nécessaire à la pérennisation des premières actions et à la mise en œuvre des secondes.

Dire que le festival ne peut pas exister sans ses bénévoles est aujourd'hui, entendu, compris et accepté par tous. On pourrait étendre cette remarque à un très grand nombre d'événements culturels de toute taille et de toute notoriété[12]. Il s'agit sans doute d'une des caractéristiques principales du festival de La Pelouse et qui en fait sa force. Les bénévoles accueillent et guident le public. Ils participent au montage du site et restent proches des artistes. Ils sont aussi de très bons prescripteurs pour aller chercher de nouveaux publics, de nouveaux bénévoles. Ils entretiennent une place particulière dans le renouvellement et la fidélisation des publics.

Comme nous avons pu le voir tout au long de cet exposé, le festival de La Pelouse a su s'inscrire comme un acteur culturel incontournable sur le territoire des Aspres. Il répond à des attentes ignorées de l'offre culturelle publique ou privée, à des « pratiques en sommeil ». S'il a su conquérir et fidéliser de nouveaux publics grâce aux réseaux interpersonnels, permettre à des personnes appartenant aux PCS populaires d'avoir une pratique de festival sans se ruiner, proposer une programmation avec « un nom » mais peu onéreuse, il doit maintenant obtenir la reconnaissance et l'appui des pouvoirs publics pour pérenniser et développer le projet sur le territoire.

11. Les personnes ont été interrogées sur un ensemble de propositions qui ne recouvre pas complètement le champ des pratiques culturelles. Par exemple, nous n'avons pas abordé les pratiques de loisir, le culture d'écran, la culture de chambre, Etc.

12. Les débats actuels sur la place des bénévoles dans les festivals en France ont mis un coup de projecteur sur leur place prépondérante dans l'économie des festivals.