



LE FESTIVAL D'AVIGNON ET SON PUBLIC

EN PARTENARIAT AVEC L'UNIVERSITÉ D'AVIGNON ET DES PAYS DE VAUCLUSE

PREMIERS RÉSULTATS SUR LES OUTILS DE COMMUNICATION

CONTEXTE HISTORIQUE ET SCIENTIFIQUE DE L'ÉTUDE

C'est avec une volonté commune de toujours mieux connaître les festivaliers et de dialoguer avec eux que le Festival d'Avignon et l'Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse s'associent pour poursuivre les enquêtes menées depuis les années 1990. Le souci du public est en effet une question historique au Festival d'Avignon. Incarnant le mythe du théâtre populaire, le Festival est un temps et un terrain privilégiés pour étudier les publics de la culture. Terreau de « l'invention » des études sur les publics dès 1967, un ensemble de travaux sont consacrés au Festival et permettent aujourd'hui une connaissance sociologique du public, de même qu'une réelle perception de l'évolution des pratiques.

À travers le prisme inédit du numérique qui accompagne le développement du Festival d'Avignon et qui est l'un des axes identitaires de recherche de l'Université d'Avignon, cette étude aide à comprendre comment la relation se tisse entre le Festival d'Avignon et son public et comment les festivaliers s'en saisissent et la transmettent hors et à travers les pratiques des écrans.

ÉTUDE DU FESTIVAL D'AVIGNON EN PARTENARIAT AVEC L'UNIVERSITÉ D'AVIGNON ET DES PAYS DE VAUCLUSE

Étude menée sous la direction de Paul Rondin, directeur délégué et Virginie de Crozé, directrice de la communication et des relations avec le public, Festival d'Avignon.

Étude menée sous la direction scientifique d'Emmanuel Ethis, Professeur des universités, Damien Malinas et Raphaël Roth, maîtres de conférences, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, Équipe Culture et Communication du Centre Norbert Elias, UMR (8562).

Étude menée par Lauriane Guillou, doctorante en Sciences humaines et sociales, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse.

MÉTHODOLOGIE, SOURCES ET OUTILS

Enquête menée d'avril à octobre 2015 à partir de 2 073 questionnaires, papier et numérique, et 22 entretiens avec les festivaliers.

« FAIRE LE FESTIVAL D'AVIGNON » : UNE ÉPREUVE INFORMATIONNELLE SUR LE LONG TERME

Pour un festivalier, novice ou averti, « faire le Festival d'Avignon » appelle à une confrontation avec une information dense, plurielle, de même qu'avec une surface médiatique toujours plus étendue (presse, ouvrages, sites, blogs, critiques...).

Aussi, chaque année, le public du Festival d'Avignon met en œuvre des stratégies informationnelles pour préparer et vivre pleinement l'édition du Festival à venir.

L'enquête par questionnaire a permis de rendre saillantes les informations les plus importantes pour le public dans la période d'anticipation : les dates, la disponibilité du logement et le contenu de la programmation.

Alors que la venue à Avignon peut-être décidée bien avant l'annonce de la programmation, le calendrier de celle-ci va aussi participer à déterminer son séjour en fonction des préférences esthétiques des spectateurs. Ainsi, bien qu'il soit un document-étape, l'avant-programme est le second outil d'information dont se saisissent les festivaliers dans le choix des représentations. Il marque en effet pour des spectateurs le début de l'organisation de sa venue.

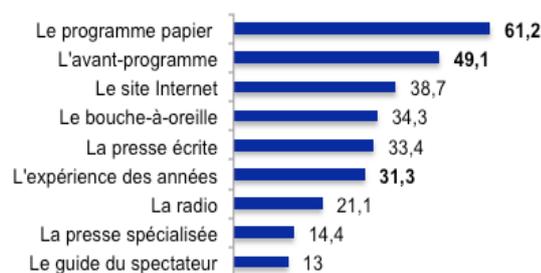
Enfin, pour beaucoup, la venue au Festival d'Avignon s'anticipe des semaines avant l'ouverture de la billetterie (juin) ; la préparation peut précéder l'annonce de la programmation. Par exemple, alors même qu'ils n'ont pas entièrement quitté une édition, certains spectateurs planifient déjà leur retour l'année suivante.

DE LA COMPLÉMENTARITÉ DU FORMAT PAPIER ET DU FORMAT NUMÉRIQUE

De septembre à la veille du Festival, de nombreuses informations vont se côtoyer :
- informations pour anticiper l'immersion festivalière,
- informations pour prendre connaissance de la programmation dans son ensemble (lieux, artistes, créations, rencontres...).

Une grande majorité des réponses recueillies souligne la complémentarité des supports papiers et numériques en raison d'une communication diffuse et provenant de plusieurs sources (Festival, presse, festivaliers). Dès lors, il existe des phases plus propices pour le papier et d'autres plus évidentes pour le numérique.

GRAPHE N°1 – SUPPORTS PRIVILÉGIÉS DANS LE CHOIX DE SPECTACLES AU FESTIVAL D'AVIGNON EN 2015 (PLUSIEURS CHOIX POSSIBLES) :



Clé de lecture : En 2015, 38,7% de la population festivalière répondante déclare utiliser le site Internet du Festival d'Avignon pour choisir ses spectacles.

La programmation est en effet chronologiquement découverte par le prisme de l'avant-programme ou plus tardivement du programme. Elle est aussi dévoilée à travers les rencontres mensuelles à la FabricA qui en sont un avant-goût, à l'occasion d'événements comme la conférence de presse ou la présentation de la programmation mais aussi des échos de la presse qui sont bien souvent suivis en direct mais aussi par Internet.

Pendant le Festival d'Avignon, une partie des festivaliers déclare délaisser les écrans afin de se consacrer pleinement à l'événement : les supports de

communication papier les accompagnent quotidiennement pour s'orienter et pour construire leur déambulation dans la programmation (variation des pratiques en fonction de la temporalité).

Le public souligne plus généralement son attachement au format papier. Programmes, feuilles de salles, articles, livres, billets peuvent ainsi devenir des objets de mémoire de l'événement.

Les outils numériques et écrans qui sont pratiqués depuis une dizaine d'années s'inscrivent désormais dans le quotidien des pratiques culturelles et festivalières.

Les réponses donnent ainsi à voir quatre grandes pratiques du numérique au sein de la pratique festivalière :

- accompagner l'organisation de la venue au Festival d'Avignon (informations pratiques),
- compléter des informations et accompagner des choix de spectacles (consultations d'ouvrages ou des sites des artistes),
- soutenir le partage original d'une expérience (partage de critiques et de photographies),
- permettre de prolonger une expérience esthétique et festivalière (retour sur des vidéos).

L'EXPÉRIENCE DES ANNÉES PRÉCÉDENTES COMME UNE FONDATION DE LA PRATIQUE FESTIVALIÈRE

Trouver son chemin au Festival d'Avignon n'est jamais donné d'avance : c'est un événement qui tend à densifier l'expérience théâtrale partagée. Les festivaliers les plus assidus font de leur expérience passée une force tant dans le choix des spectacles que pour se confronter au foisonnement de l'information, voire dans leur manière de faire le Festival.

En 2015, plus de 30% de la population festivalière revendique cette expérience personnelle comme moteur de sa pratique. Le public se base également sur son expertise du Festival et de sa « *carrière de spectateur* » : le critère de choix d'une représentation le plus important est celui du metteur en scène.

L'enquête permet de constater la fidélité des festivaliers qui reviennent d'année en année. Cela est aussi le cas pour les festivaliers les plus jeunes : 15% des moins de 25 ans ont participé entre 5 et 9 fois au Festival d'Avignon.

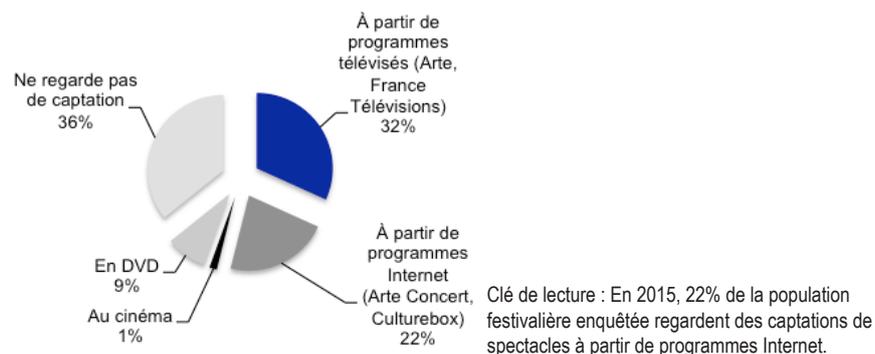
Le public local est non seulement fidèle au Festival, il est aussi mobilisé : sa présence toute l'année souligne une appropriation du Festival par son territoire.

DES PRATIQUES NUMÉRIQUES POUR RÉINVENTER LE PROLONGEMENT DE L'EXPÉRIENCE ESTHÉTIQUE

Historiquement représenté par les rencontres, le prolongement de l'expérience théâtrale se réalise aussi en ligne. Internet est parfois réinvesti pour favoriser le développement d'autres espaces qui ont vocation à accueillir des prises de parole pour « *faire communauté* » autrement. Le numérique ne saurait remplacer ce qui se fait hors ligne : il s'agit d'une réinvention de pratiques existantes grâce aux fonctionnalités des écrans et des réseaux comme le partage de contenus et la création d'espaces d'échange et de coopération (réseaux sociaux, emails, blogs, revente de billets). Ces espaces sont initiés par des spectateurs pour des spectateurs qui expliquent apprécier la possibilité de partager leur point de vue et de lire celui des autres spectateurs : il y a un renforcement de la réappropriation de la critique.

Dans leur pratique des écrans, des festivaliers ayant répondu au questionnaire évoquent aussi la recherche d'informations sur les artistes, de photographies ou de vidéos à partir du site Internet qui permet alors de revenir avec plus de précision sur leurs expériences mais aussi sur des débats auxquels ils n'ont pas eu l'occasion de prendre part.

GRAPHE N°2 - VISIONNAGE DE CAPTATIONS DE SPECTACLES :



LE FESTIVAL D'AVIGNON : UNE PRATIQUE ANCRÉE DANS L'EXPÉRIENCE DE LA RENCONTRE

Le Festival est appréhendé de manière inconditionnelle comme une rencontre directe, où s'efface un certain nombre d'habitudes : il s'agit d'un temps « *autre* » où le public s'extrait de pratiques du quotidien dont les pratiques numériques font partie.

La parole est non seulement théâtrale, artistique, politique, elle est aussi celle de chacun ; c'est-à-dire que l'espace d'expression ouvert appelle au partage d'une expérience personnelle qui peut aussi être collective.

Le public est soucieux des espaces qui sont consacrés à la prise de parole et aux débats ce qui renforce la définition de la « *forme festival* » comme un espace privilégié de rencontres et de débats. L'idée fondatrice de la parole demeure une condition *sine qua non* pour le public.

