



HAL
open science

Les festivals d'art de rue en France : vers un fonctionnement/financement alternatif? Illustration avec le cas de “ Festin de pierres ”, festival des arts de la rue à Saint-Jean-de-Védas

Maïlys Olié

► **To cite this version:**

Maïlys Olié. Les festivals d'art de rue en France : vers un fonctionnement/financement alternatif? Illustration avec le cas de “ Festin de pierres ”, festival des arts de la rue à Saint-Jean-de-Védas. Sciences de l'Homme et Société. 2017. dumas-01614693

HAL Id: dumas-01614693

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01614693v1>

Submitted on 11 Oct 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Les festivals d'art de rue en France : Vers un fonctionnement/financement alternatif ?

Illustration avec le cas de Festin de Pierres, festival des arts de la
rue à Saint Jean de Védas

Maïlys OLIÉ

Sous la direction de : Séverine Ruset

Tuteur de stage : Benoît Sabatier

Université Grenoble-Alpes

UFR LLASIC - Langage, Lettres, Arts du Spectacle, Information et Communication

Mémoire de Master 2 mention Arts, Lettres et Civilisation, Spécialité Diffusion de la Culture

Année universitaire 2016 – 2017

DECLARATION

1. Ce travail est le fruit d'un travail personnel et constitue un document original.
2. Je sais que prétendre être l'auteur d'un travail écrit par une autre personne est une pratique sévèrement sanctionnée par la loi.
3. Personne d'autre que moi n'a le droit de faire valoir ce travail, en totalité ou en partie, comme le sien.
4. Les propos repris mot à mot à d'autres auteurs figurent entre guillemets (citations).
5. Les écrits sur lesquels je m'appuie dans ce mémoire sont systématiquement référencés selon un système de renvoi bibliographique clair et précis.

NOM : OLIÉ PRENOM : Naïlys

DATE : 25 Août 2017 SIGNATURE : 

Remerciements

Je souhaiterais remercier tout particulièrement ma famille et mes proches pour m'avoir accompagnée dans la relecture et la correction de ce travail, et de m'avoir apporté leur soutien et leurs conseils.

J'aimerais également remercier profondément toute l'équipe du Chai du Terral qui m'a accueillie cette année et avec qui j'ai partagé des moments professionnels, de découvertes artistiques, et de convivialité essentiels. Merci à Benoît Sabatier, mon tuteur et binôme, omniprésent et encourageant. Merci à Noémie Vigier, directrice du pôle culture de Saint Jean de Védas, pour sa gentillesse, son attention et son aide.

Je tiens aussi à dire un grand merci à toute l'équipe pédagogique du Master Diffusion de la Culture et aux professeurs qui m'ont accompagnée au cours de ces deux années. Ce travail est aussi le fruit de vos apprentissages car il est empreint des sujets et connaissances que vous avez partagés avec moi au travers de vos cours.

Et pour finir, un merci tout particulier à Séverine Ruset qui m'accompagne depuis deux ans sur mes travaux universitaires.

Sommaire

Introduction	6
PARTIE I - Le cas de Saint Jean de Védas : Reprise de Festin de Pierres, festival des arts de la rue à Saint Jean de Védas	9
Chapitre 1 - Le festival Festin de Pierres	9
A/ Historique du festival d'art de rue	9
a) La naissance du festival	
b) Le changement de municipalité	
c) Festin de Pierres, à nouveau festival des arts de rue	
B/ Présentation de la huitième édition de Festin de Pierres	11
a) Festin de Pierres, un rescapé de la crise	
b) La programmation de la huitième édition	
c) L'édition 2017 : Vers un aboutissement de l'identité du festival (analyse des visuels de Festin de Pierres)	
Chapitre 2 - Organisation et fonctionnement du festival au sein du service culturel de Saint Jean de Védas	15
A/ Le service culturel de la mairie de Saint Jean de Védas	15
a) Équipe et hiérarchie	
b) Le domaine du Terral, lieu central de la culture à Saint Jean de Védas	
c) Gestion et évolution du budget du festival	
B/ Le financement du festival	20
a) Le contexte économique de la ville : « Une ville en plein essor »	
b) Mécènes et partenaires de l'édition 2017	
c) Les contreparties	
Chapitre 3 - La coordination du festival / Missions personnelles	22
A/ Un travail de terrain : Rencontres avec les artistes, les bénévoles et les partenaires	22
a) Rencontres avec les artistes : Anticipation du festival avec certaines compagnies officielles	
- Repérages sur site avec les compagnies	
- Rencontres anticipées entre artistes et Védasiens	
b) Recruter des personnes ressources pour l'organisation	
- Grâce aux associations	
- Grâce aux bénévoles	
c) Négocier avec les partenaires	
- Les collaborateurs de l'organisation du festival	
- L'implication des prestataires	
B/ Planification et Production de l'événement	28
a) La planification de l'événement	

	- Identifier les lieux et heures des spectacles	
	- La réalisation des plannings de l'équipe	
b)	L'accueil artistique	
	- L'hébergement et la restauration	
	- La répartition des loges pour les artistes	
	- Transport et déplacements des artistes	
c)	Organisation de la soirée privée	
	- La soirée privée du 06 septembre	
	- Soirée avec les élus lors du festival	
C/	Soutien administratif	33
a)	Les contrats artistiques	
b)	Les contacts avec les partenaires et mécènes	
c)	Les feuilles de route	
D/	Missions annexes	36
a)	Organisation de « Juin au Terral »	
b)	Activités des écoles municipales	
c)	Evénements de la Métropole de Montpellier	
		41
	PARTIE II - Des festivals d'art de rue en réinvention	
		41
	Chapitre 1 - La construction des arts de rue comme domaine culturel à part entière	
		41
A/	Vision et valeurs des « Arts de rue »	41
a)	Naissance des arts de la rue	
	- Une vision contestataire	
	- Une reconnaissance des arts « populaires »	
b)	Un rapport à l'espace et aux gens particulier	
	- Vers une reconquête de la parole publique	
	- L'ancrage territorial du festival	
c)	Une idéologie contraire à la rentabilité	
	- La question de la gratuité	
	- Une aversion pour le monde entrepreneurial	
B/	Les arts de rue comme valeur économique	47
a)	Les retombées économiques de l'activité festival	
	- La reconnaissance d'un nouveau marché économique	
	- Les bénéficiaires de cette nouvelle activité culturelle	
b)	Le festival, une reconnaissance locale à l'échelle nationale	
	- La place centrale des municipalités	
	- Les festivals d'arts de rue comme nouveau patrimoine touristique	
c)	Une marchandisation du spectacle de rue	
	- Le festival en tant qu'activité	
	- Le festival en tant que produit	
C/	Les arts de rues : Histoire d'une institutionnalisation progressive et tardive	55

- a) Le « phénomène festival »
 - L'accompagnement par les pouvoirs publics
 - Quantification des événements d'arts de rue
- b) La structuration institutionnelle
 - Premières consolidations des institutions culturelles à la fin du XX° siècle
 - L'institutionnalisation des arts de rue au XXI° siècle
- c) Limites et paradoxes du développement des arts de rue en France
 - Les inégalités entre structures
 - Les évolutions de dénomination

Chapitre 2 - Les arts de rue en difficulté dans le paysage culturel français actuel	65
A/ Une crise de l'attention	65
<ul style="list-style-type: none"> a) L'attention du public sur-sollicitée <ul style="list-style-type: none"> - L'économie de l'attention selon Yves Citton - L'application moderne au secteur culturel français b) Une surabondance des spectacles de rue qui dessert <ul style="list-style-type: none"> - Les arts de rue en mal de visibilité - Une dégradation de la qualité des spectacles 	
B/ Les arts de rue dans le paysage économique français	70
<ul style="list-style-type: none"> a) La crise économique des festivals <ul style="list-style-type: none"> - Une crise nationale - Les festivals d'arts de rue dans la crise b) Un système précaire et fragile <ul style="list-style-type: none"> - Les sources de financement des arts de la rue - Le jeu de la concurrence c) La spécificité française <ul style="list-style-type: none"> - Le soutien indéfectible des politiques - Des festivals tout de même victimes de leur succès 	
C/ Tensions sociales actuelles	78
<ul style="list-style-type: none"> a) La menace terroriste <ul style="list-style-type: none"> - Une remise en question des libertés culturelles et des festivals d'arts de rue - Une restriction de l'utilisation du domaine public b) Une réglementation de plus en plus lourde <ul style="list-style-type: none"> - La réponse gouvernementale - Des coûts de sécurité qui explosent 	
Chapitre 3 - Une tendance au renouvellement des sources de financement et des valeurs des festivals d'arts de rue dans la société en France	85
A/ L'essor et le succès du mécénat en France	85

a) Une nouvelle tendance en France	
- Une tendance à la hausse	
- Conditions et contreparties du mécénat	
b) Le mécénat dans la culture	
- La répartition des financements	
- Les avancées/innovations du mécénat culturel	
- Le cas des festivals d'arts de rue	
c) Les limites du mécénat culturel, et ses promesses d'avenir	
- Les arts de rue encore novices en matière de mécénat	
- Une tendance qui a de l'avenir	
 B/ Une exploitation accrue des ressources partenariales	93
a) La superposition des financements publics	
- Une économie croisée...	
- ... Dont les principaux acteurs restent le gouvernement ou ses émanations	
b) Une mutualisation des moyens entre les structures	
- Entre les institutions municipales	
- Avec le tissu associatif local	
c) Un appel à la solidarité des citoyens	
- Le crowdfunding	
- Le bénévolat	
 C/ L'engagement écoresponsable, citoyen, et social des festivals d'art de rue	102
a) Des festivals d'arts de rue citoyens et sociaux	
- Des spectacles engagés, à caractère social	
- Un art qui relève de l'économie sociale et solidaire	
b) Des festivals aussi engagés pour l'écologie	
- La tendance écologiste des festivals	
- Les moyens écologiques mis en œuvre	
c) Et attentifs aux minorités défavorisées	
- Le festival et le handicap	
- L'intérêt pour les zones urbaines défavorisées	
 Conclusion	109
 Sources	112
 Bibliographie / Sitographie	112
 Sites et rapports officiels par/pour les pouvoirs publics	113
 Articles de presse	114
 Vidéos	116
 Colloques et entretiens	116

Introduction

Les « arts de rue » sont aujourd’hui le mot de passe « fourre-tout » pour rassembler et catégoriser tous ces événements artistiques aussi variés qu’inclassables qui se déroulent dans l’espace public. Si le phénomène festival est aujourd’hui aussi bien connu des spécialistes que du grand public, et que les manifestations culturelles en tous genres se développent, particulièrement à la saison estivale, les arts de rue eux souffrent toujours d’un même problème de définition. On peut dire que l’identité est un problème pour les arts de rue, qui ont originellement émergé sous le nom de « théâtre de rue ».

Ce qui caractérise les festivals d’arts de rue, par rapports aux festivals de musique, danse, littérature ou autres, c’est l’ambiguïté dans laquelle ils demeurent depuis des décennies entre domaine culturel reconnu à part entière et initiative libertaire d’occupation de la rue. C’est ce qui donne un genre si spécifique à cette catégorie de festivals, à mes yeux si originale par rapport à tous les autres. De plus, la particularité des arts de rue, née de cette volonté de faire cohabiter tous les genres artistiques, est de donner à voir aux festivaliers des spectacles aussi insolites que variés.

Cependant, comme toute structure culturelle en France de nos jours, nombre de festivals d’arts de rue souffrent du désengagement de l’État et de la baisse des dotations aux collectivités territoriales. La précarité dans laquelle ils se réalisent et la difficulté qu’ils ont à se définir est significative de leur constante remise en question.

Pour ma part, m’intéressant déjà depuis plusieurs années aux festivals d’art de rue en France, je récidive dans l’organisation de festivals financièrement en difficulté ou traversant des temps troublés. C’est cet intérêt qui m’a poussée à vouloir en savoir un peu plus sur l’organisation des festivals d’art de rue en France et à leurs logiques d’adaptation face aux restrictions budgétaires qu’ils affrontent.

Après un premier stage au festival des arts vivants Résurgence à Lodève dans la régie artistique, le poste proposé par la Mairie de Saint Jean de Védas près de

Montpellier, ma ville d'origine, m'a semblé une évidence. Ayant déjà expérimenté l'organisation d'un festival d'art de rue, le stage d'assistante de coordination pour le festival des arts de la rue « Festin de Pierres » correspondait parfaitement à mes capacités et connaissances et me permettait d'approfondir le travail effectué l'année passée par la longueur du stage plus importante (six mois). J'avais le choix entre un stage en médiation culturelle dans la scène nationale de l'Hexagone à Meylan, mais finalement l'ambiance des arts de rue et les responsabilités qu'implique la coordination du festival Festin de Pierres à Saint Jean de Védas m'ont convaincue. Malgré la situation financière inédite de celui-ci, mon attirance pour les arts de rue se confirme et le plaisir que je trouve à gérer et coordonner ce type d'événement s'accroît. Le festival Festin de Pierres n'a pas été épargné par la situation financière préoccupante des collectivités territoriales dont nous parlions tout à l'heure. Après la suspension de l'édition 2016, c'est avec de tout nouveaux moyens et un financement exclusivement privé que la manifestation renaît.

Dans une première partie, nous étudierons le cas du festival Festin de Pierres à Saint Jean de Védas. Nous reviendrons sur sa création et ses évolutions au fil des années et verrons comment la municipalité gère son fonctionnement malgré tous les bouleversements de cette nouvelle édition. Je présenterai mon travail en tant qu'assistante de coordination pour le festival mais aussi sur le domaine culturel de la ville. Cette première partie illustrera la situation d'un certain nombre de festivals d'arts de rue rencontrant des difficultés, et montrera l'évolution identitaire du festival Festin de Pierres entre 2009 et 2017. Il sera également question des origines du festival d'arts de rue, ancré depuis 2005 sur le territoire avec Sortie de rue qui lui préexistait.

Dans quelle mesure la « crise des festivals » qui plonge le secteur culturel français dans l'austérité depuis plusieurs années, touche plus spécifiquement les festivals d'arts de rue ? Quelle est plus généralement la situation des arts de rue dans le paysage politique français ? En quoi les festivals d'arts de rue renouvellent-ils le genre du festival et échappent-ils au modèle traditionnel français pour perdurer ?

Les questions de financement sont au cœur des problématiques des festivals d'arts de rue. Beaucoup se trouvant en difficulté financière, la recherche de ressources et de fonds, quels qu'ils soient, se pose forcément. Aussi, c'est pourquoi je tenterai au cours de cette recherche de trouver les moyens mis en œuvre par les collectivités locales, les associations et les acteurs culturels de manière large, pour continuer de proposer des événements culturels dans l'espace public. Pour répondre aux questions avancées ci-dessus, nous étudierons dans la seconde partie les problématiques actuelles des festivals d'arts de rue, mais nous reviendrons aussi d'abord sur l'émergence de ce secteur d'activité culturel et ses fondements qui le rendent si spécifique. Pour terminer nous verrons ce qui en fait un secteur d'activité si novateur et révolutionnaire dans le sens où il se renouvelle encore. Nous verrons ainsi qu'une logique d'économie et de compensation se fait à tous niveaux pour s'adapter aux contraintes modernes du secteur culturel en ce début de siècle. L'adaptation est le maître-mot de ces festivals pour se maintenir sur la scène culturelle française.

PARTIE I - Le cas de Saint Jean de Védas : Reprise de Festin de Pierres, festival des arts de la rue à Saint Jean de Védas

Chapitre 1 - Le festival Festin de Pierres

A/ Historique du festival d'art de rue

Le festival Festin de Pierres tel qu'il existe actuellement, est empreint d'une thématique « art de rue » présente à Saint Jean de Védas depuis de nombreuses années. Héritier de cette longue tradition, il propose des spectacles de danse, cirque, musique, théâtre, humour, acrobaties, spectaculaire et des concerts, tout cela gratuitement, dans les rues du centre-ville. En septembre 2017 il présente sa huitième édition sous l'appellation « festival des arts de la rue de Saint Jean de Védas ».

a) La naissance du festival

Autrefois nommé « Sortie de rue » de 2005 à 2008, le festival naquit sous l'impulsion d'une volonté municipale qui souhaitait faire la part belle aux arts de rue. Le maire de Saint Jean de Védas de l'époque, Jacques Atlan, dans l'objectif de créer un bel événement d'ampleur nationale dans sa ville, a fait appel au plus connu des programmeurs dans le secteur des arts de rue, et a demandé à Jean-Marie Songy de prendre la direction de Sortie de rue. L'illustre directeur du festival d'Aurillac fut le premier à créer ce festival d'arts de rue dans la ville héraultaise. Il lui donna une grande ampleur et une renommée internationale par la qualité des spectacles présentés et la notoriété des grandes compagnies internationales qu'il faisait venir à Saint Jean de Védas, comme la compagnie Royal de Luxe ou la compagnie Carabosse par exemple. Le projet était fortement soutenu par la municipalité mais aussi par le département qui finançaient quasiment exclusivement la manifestation. Le budget du festival à ses débuts sous Mr Songy représentait 300 000 €.

b) Le changement de municipalité

Suite à son départ, et au changement de municipalité en 2009, le festival d'art de rue est métamorphosé. Avec le départ de Mr Jacques Atlan, Maire PS de St Jean de Védas depuis 1989, remplacé par Mme Isabelle Guiraud, élue sous une liste UMP, le festival change totalement d'orientation et se teinte d'une coloration occitane inédite.

La direction artistique du festival, toujours organisé par la mairie, est alors confiée à l'Agence Sirventés. « Sortie de rue » devient ainsi : « Festin de Pierres » ! Les trois premières éditions de Festin de Pierres donnent à voir au public des concerts, des pièces de théâtre, des spectacles, tous en occitan, pour le bonheur des spécialistes. La nouvelle municipalité marque son arrivée par ce nouveau nom, issu du classique « Dom Juan » de Molière. Elle avait pour volonté à cette époque de reconnecter le festival avec les valeurs identitaires du territoire à savoir la culture occitane très implantée et valorisée dans la région Languedoc-Roussillon.

Mais après trois ans de festival en occitan, la décision a été prise de revenir à un événement d'art de rue plus accessible au tout-public et pas seulement aux spécialistes de la langue occitane.

c) Festin de Pierres, à nouveau festival des arts de rue

C'est ainsi qu'en 2012, la mairie de Saint Jean de Védas reprend en régie directe le festival Festin de Pierres qui sera désormais dirigé par l'équipe municipale. Le service culturel de la ville ne doit plus seulement aider à l'organisation de la manifestation mais aussi en faire la programmation. La nouvelle identité du festival doit alors coller avec la programmation du théâtre municipal du Chai du Terral qui est placé sous le thème « Arts mixtes et cultures croisées ». Une certaine cohérence est ainsi créée pour l'identité culturelle de la ville, car le festival d'art de rue se place dans la continuité de la programmation à l'année du Théâtre du Chai du Terral. Longtemps intitulé « Festin de Pierres » avec la mention : « festival des arts de rue traversiers en Méditerranée », ou juste « festival des arts de rue traversiers » depuis 2014, le festival est depuis cette année simplement labellisé « festival des arts de la rue ».

Cette identification est néanmoins très importante et nous verrons au cours de ce mémoire, comment les changements de dénomination de ce domaine font partie intégrante de l'évolution des arts de rue en France.

B/ Présentation de la huitième édition de Festin de Pierres

La huitième édition de Festin de Pierres pour laquelle j'ai œuvré se place dans un contexte particulier et inédit par rapport aux éditions précédentes. Le festival, qui aura lieu les samedi 16 et dimanche 17 septembre 2017, semble renaître malgré toutes les difficultés. Il parvient à trouver des parades pour se réinventer, revenir et proposer malgré tout un contenu riche et original.

a) Festin de Pierres, un rescapé de la crise

En effet, c'est après une année de césure que le festival voit à nouveau le jour. En Novembre 2015, la municipalité est contrainte d'annoncer la « suspension » du festival « pour des raisons budgétaires », « Une décision douloureuse à prendre mais nécessaire pour préserver les équilibres financiers de la Ville » selon le site de la ville.¹ Toute la programmation est donc annulée et l'avenir de la manifestation très incertaine du fait du manque de subventions. La Mairie décide de suspendre l'édition 2016 mais ne renonce pas définitivement au festival d'art de rue.

Pour relancer la manifestation en 2017, la condition était de trouver suffisamment de fonds privés pour financer l'intégralité du festival. La mairie s'engage à soutenir le festival : ce sont toujours ses employés qui l'organisent, mais toute sa programmation et sa mise en place reposent sur des dons d'entreprises mécènes ou partenaires de Saint Jean de Védas.

Après une longue année d'attente, d'organisation et de recherche de nouveaux fonds, Festin de Pierres 2017 voit le jour grâce à la participation de 25 mécènes et partenaires dont nous parlerons plus en détail dans une partie à venir (Partie I-2)B/b)). C'est un des premiers exemples de festivals en France financé exclusivement par des fonds privés.

¹ Site de la ville de Saint Jean de Védas : <https://saintjeandevedas.fr/ville/180-festin-de-pierres.html>

b) La programmation de la huitième édition

Pour cette nouvelle édition, la programmation se veut éclectique, comme chaque année, mais aussi « plus ambitieuse que jamais » (Cf édito édition 2017). Le festival se veut familial, convivial, surprenant et varié, plein d'émotions et d'émerveillement. C'est l'occasion, pendant deux jours de découvrir une multitude de spectacles de tous les genres, gratuitement, et pour tous les âges. Cette année, la programmation a été réalisée à deux par la directrice du pôle culture Noémie Vigier et le coordinateur général du festival Benoît Sabatier (mon tuteur de stage). Yan Arondel, l'administrateur du théâtre de Saint Jean de védas a également participé pour la partie musicale.

L'édition 2017 accueillera 26 compagnies et verra se dérouler une quarantaine de spectacles sur le week-end. Au total, c'est plus de 200 artistes qui seront présents les 16 et 17 septembre prochains et au moins 15 000 festivaliers dans les rues de Saint Jean de Védas. Pour un tel dispositif, la zone d'implantation du festival s'est vue agrandie. Toujours située dans le cœur du centre-ville de Saint Jean, la manifestation s'étend sur une plus grande surface que les autres années, augmentant ainsi le dispositif de sécurité ainsi que les rues fermées et bloquées à cette intention.

L'identité du festival demeure, comme depuis quelques années, sous la thématique « arts mixtes et cultures croisées », cependant, cette mention ne figure pas sur la plaquette du festival comme c'est le cas sur les programmes du théâtre du Chai du Terral. Elle est toutefois revendiquée par les organisateurs et effective lorsqu'on découvre la programmation. En effet, bien que les spectacles soient rangés sous des termes comme: Théâtre, Danse, Cirque, Musique ou Fanfare, particulièrement présents dans les arts de rue, beaucoup de spectacles sont difficiles à catégoriser. Ainsi, on peut voir dans la plaquette qu'aucun titre de spectacle ne peut être rangé dans une seule case, assimilé à un genre spécifique. Au contraire, on trouve des attributs composés comme « Chorégraphies acrobatiques », « Questionnement en mouvement », « Musique métissée », « Théâtre clownesque » ou « Opéra de rue déambulatoire » pour ne citer que quelques exemples. Deux spectacles parmi la programmation sont classés « Temps-fort » du festival : Le spectacle « Mù,

cinématiques des fluides » de la compagnie Transe Express et « The color of Time » de la compagnie marseillaise Artonik, toutes deux connues internationalement.

En plus des 14 compagnies officielles de la programmation (dont 4 sont des groupes musicaux), 14 compagnies et associations interviendront dans le cadre du « Off » du festival. C'est beaucoup plus que les autres années car les demandes de participation de compagnies semi-professionnelles ou en passe de le devenir ne cessent d'augmenter. De plus, cette année, le festival est plus que jamais placé sous le signe de la participation. C'est pourquoi autant d'associations locales ou des environs de Saint Jean de Védas ont été mobilisées pour intégrer des spectacles, en créer, proposer des activités et animations parallèles comme des jeux pour les enfants par exemple, ou des propositions d'activités culinaires.

Toutes ces activités et animations font partie intégrante de la programmation et sont visibles dans la plaquette qui illustre bien tous les changements et les nouveautés de cette édition.

c) L'édition 2017 : Vers un aboutissement de l'identité du festival (analyse des visuels de Festin de Pierres)

Lorsqu'on observe toutes les étapes par lesquelles le festival Festin de Pierres (anciennement « Sortie de rue ») est passé, les difficultés qu'il a pu rencontrer avant que la dernière édition ne voit le jour, on constate qu'un réel cheminement a eu lieu. Le festival d'art de rue semble en constante évolution pour mieux s'adapter aux facteurs économiques, sociaux, techniques et politiques. C'est ce qui me fait dire aujourd'hui que le festival Festin de Pierres poursuit son épanouissement et continue encore dans la voie de la professionnalisation. Ce renouvellement, dont les organisateurs ont su faire preuve, transparaît au travers de la plaquette de cette année.

La programmation y est plus étoffée, on y trouve des compagnies de grande renommée, le Off lui aussi est plus fourni, signe que le festival attire et est une véritable scène tremplin pour les artistes émergents. La communication est plus rodée et plus cohérente entre la plaquette, l'affiche, et, à présent, le site internet et la page Facebook qui ont été lancés par le service communication de la ville depuis mars 2017.

Le nombre important de bénévoles et participants de cette édition montre également le rayonnement du festival sur son territoire et la satisfaction qu'il produit chez les Védasiens. Tout cela contribue à enrichir le festival, à le faire mûrir, et à l'orienter dans la définition de son identité.

Le changement du sous-titre « Festival des arts de rue » dont nous parlions tout à l'heure est aussi très significatif, on tend vers quelque chose de plus large que les arts de rue « traversiers » (on n'est pas seulement dans la déambulation ou la transversalité, le terme était peut-être trop réducteur ?) et on ne se cantonne plus simplement non plus à la Méditerranée mais on vise à présent aussi des compagnies internationales. Signe là encore de l'élargissement du festival et de sa reconnaissance sur la scène nationale.

À travers les plaquettes des différentes éditions de Festin de Pierres, on peut voir l'évolution constante de l'identité du festival de Saint Jean de Védas, qui est représentative de beaucoup d'autres festivals du même genre. Au fil des visuels des éditions précédentes (Cf Annexe 1) on voit bien l'émergence d'un festival à l'origine local et populaire, qui va vers une organisation de plus en plus complexe et qui a pour but d'inscrire le festival parmi les plus importants de la région. Il est même à présent une référence pour les arts de rue dans le sud de la France.

Le visuel de la troisième édition de Festin de Pierres datant de 2011 est complètement étranger à celui de 2017 tant au niveau de la typographie que du contenu. Tandis que ceux de 2012 et 2013 sont plus semblables, ils sont tous deux biens plus simples et naïfs. On perçoit qu'on est à l'origine de la construction du festival d'art de rue tel qu'il existe aujourd'hui. Les deux plaquettes de 2014 et 2015 sont également semblables du fait qu'elles aient la même créatrice (Mme Durantou). Après avoir testé différents formats, différents styles, la plaquette de cette année synthétise tout ce qu'est le festival : un moment coloré et festif, de joie et de partage avec de nombreux genres artistiques. On conserve l'animal fantaisie, présent sur les derniers visuels mais on opte pour une typographie beaucoup moins sérieuse, plus légère et festive.

Festin de Pierres a connu de nombreuses évolutions en 9 ans mais aussi une fracture majeure en 2009 lors du changement de municipalité qui a engendré un renouvellement de son nom mais surtout un bouleversement profond de son identité. Les éditions se suivent et ne se ressemblent pas, le festival semble tendre à de plus en plus de professionnalisme, il se diversifie, s'intensifie aussi avec la présence de plus de compagnies, et l'accueil d'artistes de forte renommée. Le Festin de Pierres de 2017 semble vouloir renouer avec les années prestigieuses de « Sortie de rue » sous Mr Songy.

Chapitre 2 - Organisation et fonctionnement du festival au sein du service culturel de la ville de Saint Jean de Védas

A/ Le service culturel de la mairie de Saint Jean de Védas

Le festival Festin de Pierres est organisé depuis ses débuts par la mairie de Saint Jean de Védas, même lorsqu'il était sous la direction artistique de Jean-Marie Songy ou celle de l'Agence Sirventes, alors employés indépendamment pour monter la programmation du festival. C'est seulement depuis la reprise en régie directe en 2012 par la mairie, que les employés municipaux gèrent entièrement la manifestation. C'est donc le service culture de la ville qui a hérité de cette mission et qui mène à bien le festival depuis six ans.

a) Équipe et hiérarchie

Au sein de la mairie, le pôle culture occupe une place importante, mais ces dernières années, comme beaucoup d'autres services de la ville, il a connu de nombreux changements. L'organigramme des services de la mairie de Saint Jean de Védas est en continuelle évolution mais tend à se stabiliser. Pas plus tard que l'année dernière, il ne comptait que trois pôles majeurs : l'Administration, l'Éducation (cohésion sociale) et la Culture. Depuis cette année, on compte quatre pôles majeurs

(Cf Annexe 2) : en plus des trois précédents s'ajoute le pôle Urbanisme et services techniques, dont le rôle est grandissant au vue de l'expansion de la commune. Chaque pôle est dirigé par des « chefs de pôles » et au-dessus d'eux se trouve le DGS (Directeur Général des Services), bras droit de Mme le maire Isabelle Guiraud.

La communication est un service à part qui a en charge tous les événements, magazines, communiqués et informations donnés par la ville. Nous avons été amenés à travailler régulièrement avec ce service pour lui donner toutes les informations relatives à la plaquette du festival, mais son fonctionnement est tout à fait indépendant du pôle culture.

Le changement de municipalité et de famille politique a en effet eu un impact sur la répartition des services et leurs activités. Au sein du pôle culture, plus particulièrement, un gros changement a eu lieu en 2016 puisque Vincent Roche-Lecca, chef du pôle culture depuis 2011 a laissé sa place à une nouvelle arrivante à Saint Jean de Védas : Noémie Vigier. C'est début 2016 que la nouvelle chef de pôle est recrutée dans le but de relancer le festival Festin de Pierres en 2017. En effet, alors conscients que l'édition 2016 n'aurait pas lieu pour les raisons que nous avons citées ci-avant, les élus s'intéressent au profil de Noémie Vigier car elle a déjà travaillé avec des mécènes. Sa candidature répond alors parfaitement aux attentes de la municipalité, et elle est engagée pour démarcher des partenaires et mécènes d'entreprises privées. (Cf en Annexe 3, la présentation de son profil sur la page de garde du BIP – magazine interne du personnel de la mairie de Saint Jean de Védas).

Dans le service culture lui-même une hiérarchisation se fait entre plusieurs zones d'activités qui ne transparaissent pas forcément sur l'organigramme. On a d'un côté l'activité principale du Théâtre du Chai du Terral, et de l'autre toutes les activités du Domaine culturel du Terral avec les écoles municipales (que nous détaillerons juste après dans la partie I.2)A/b). Ainsi, comme on peut le voir sur l'organigramme de 2017 (Cf Annexe 2), Yan Arondel est l'administrateur du théâtre et Nicolas Tulusso assure la régie technique (c'est également lui qui est en charge de la direction technique du festival). Avec eux travaillent également Igor Vichnevsky qui gère la régie son, et Anne Pontonnier qui est à mi-temps sur la billetterie du Chai et à la Médiathèque de Saint Jean de Védas. Enfin, il y a également Patricia Guiraud qui vient

de prendre le poste de directrice de la Médiathèque Jules Verne, qui fonctionne indépendamment des autres activités du Chai du Terral.

J'ai été amenée quotidiennement à travailler avec ces personnes, mais mon tuteur au sein de ce service était Benoît Sabatier, le coordinateur général du domaine et également du festival Festin de Pierres. Il a pour enjeu de faire cohabiter au mieux toutes les activités culturelles de la ville (la partie « festivités » est toutefois confiée à une autre employée municipale) et de coordonner toutes les activités du Domaine culturel.

b) Le Domaine du Terral, lieu central de la culture à Saint Jean de Védas

La particularité du service culturel par rapport aux autres pôles, est que les bureaux de l'équipe ne se situent pas dans la mairie elle-même. En effet, ceux-ci sont délocalisés dans un domaine prestigieux où se concentrent une multitude d'activités culturelles : c'est le Domaine du Chai du Terral. Je me permets ici de faire une parenthèse sur le domaine du Terral car il fut mon lieu de travail pendant ces six mois de stage et j'ai été amenée au cours de mes missions à travailler sur les nombreux événements qu'il accueille.

Le château du Terral date du neuvième siècle et est connu pour avoir été la résidence d'été des évêques de Maguelone. Après avoir été détruit puis réhabilité et utilisé comme cave viticole, il est finalement récupéré par la ville de Saint Jean de Védas en 1985 et transformé en théâtre.² Le domaine comprend également un parc arboré de trois hectares et demi avec un jardin botanique, une bamboueraie et une grande variété d'espèces végétales.

Le domaine du Terral accueille les écoles municipales de musique et d'art plastique qui rassemblent à elles deux près de quatre cents élèves : enfants, adolescents et adultes confondus. De plus, le domaine est doté de nombreuses salles (dont celle des mariages qui sont aussi célébrés au Terral) qui servent de salles de répétition pour de nombreuses associations locales de danse, théâtre, peinture ou autre. À l'année c'est donc une grosse activité qui se concentre au domaine du Terral et qui n'est pas toujours évidente à gérer pour le coordinateur ! En plus des

² Site du Chai du Terral : http://chaiduterral.com/theatre_historique

associations culturelles occupant les lieux, les particuliers eux aussi peuvent louer certaines salles pour des réunions ou événements afin de profiter du cadre qu'offre ce site.

Enfin, il y a aussi, bien évidemment, le Théâtre du Chai du Terral que nous avons déjà évoqué à plusieurs reprises, et qui propose une programmation à l'année, de septembre à avril avec des spectacles professionnels variés allant du théâtre au concert en passant par la danse mais aussi des spectacles jeunesse. Comme le festival Festin de Pierres, le théâtre a été repris en régie directe par la mairie en 2012 car auparavant il était géré par la Métropole. C'est à cette date qu'il est étiqueté « Arts mixtes et cultures croisées » qui devient sa ligne artistique directrice. En dehors de la saison officielle du théâtre, de nombreuses activités se déroulent au sein du théâtre du Chai du Terral, comme l'accueil de compagnies amatrices, de spectacles de fin d'année d'associations locales, ou de locations privées d'écoles d'art de la région.

De plus, depuis 2016, le théâtre s'est mis aux normes pour accueillir dans son hall une galerie professionnelle et ainsi recevoir plusieurs expositions sur l'année. Cette galerie est un moyen de porter « un regard plus large [...] vers le monde des arts, notamment le domaine des arts plastiques et de l'art contemporain. Elle fait sens avec la ligne directrice du Chai, arts mixtes / culture croisées. »³

c) Gestion et évolution du budget du festival

Lors de sa création, le budget du festival d'art de rue s'élevait à 300 000€, puis sous la direction artistique de l'Agence Sirventes il a été divisé de moitié s'élevant à 150 000€. Depuis la reprise en régie directe par la mairie, ce montant n'a cessé de baisser. Il était seulement de 75 000 € depuis 2012. Puis, en 2016, la municipalité se trouve confrontée à de sérieux problèmes financiers, qui marquent un tournant crucial pour l'organisation de Festin de Pierres, menacé de disparaître.

Pour continuer à assumer les charges nécessaires au bon fonctionnement des services publics, tout en maintenant les investissements prévus sur les nouveaux projets, sans toutefois augmenter le taux d'imposition, les élus sont forcés de faire « des efforts de gestion indispensables » (Cf Annexe 3 – BIP n°15 mars/avril 2016,

³ Site du Chai du Terral : http://chaiduterral.com/galerie_presentation

article « Budget 2016 »). La municipalité, dans ses nombreux communiqués, met en responsabilité la baisse des dotations de l'État, plus le passage de certaines compétences à la Métropole, qui affaiblissent considérablement ses budgets. En effet, depuis le premier janvier 2016, les compétences « voirie et espaces publics » sont affectées en gestion à la Métropole Montpellier Méditerranée (dont Saint Jean de Védas fait partie depuis sa création au premier janvier 2015). De plus, les dotations globales de fonctionnement allouées par l'État ont nettement diminué depuis cinq ans. Elles sont passées de 867 mille euros en 2012, à 235 mille euros en 2016.⁴

Ainsi, c'est le festival Festin de Pierres qui le premier a fait les frais de cette situation financière tendue. Son coût représentant un budget bien trop important pour la ville, il a été décidé le 21 janvier 2016, lors du vote du budget par le Conseil municipal, de l'annuler, ainsi qu'un voyage organisé dans un centre d'accueil et de loisirs, mais aussi les cours d'histoire de l'art dispensés à l'école municipale d'art plastique, et enfin, la subvention accordée au comité des fêtes a été diminuée.

Pour l'édition 2017, rendue possible par la participation des mécènes et partenaires privés, l'ensemble des dons sont crédités et gérés par la mairie de Saint Jean de Védas, mais c'est un budget qui est totalement dissocié des autres budgets de la ville. Tout ce qui touche à l'organisation de Festin de Pierres doit être décompté de ce budget limité, fixé par les mécènes, il n'y a pas de marge de manœuvre supplémentaire. Il doit englober l'enveloppe artistique (les cachets des artistes plus leurs frais de déplacement et d'accueil à Saint Jean), les dépenses techniques (pour le matériel), le coût de la communication de l'événement, les frais de sécurité et personnels de secours et aussi l'organisation de soirées privées pour les élus, les mécènes et partenaires. De plus, les agents municipaux mobilisés pour travailler sur le week-end de l'événement : les services techniques, la police municipale, les animateurs, sont tous payés par le mécénat. Les intermittents le sont également, tout comme mon propre poste.

⁴ Védazine n°27, janvier 2016, page 9 : <http://fr.calameo.com/read/000450139783b100c7ae3>

B/ Le financement du festival

Face aux restrictions budgétaires de l'État pour les communes et l'expansion croissante de la ville de Saint Jean de Védas depuis quelques années, le festival doit s'articuler entre nouvelle économie autonome et enjeu social majeur pour le rayonnement de la ville et la satisfaction de ses habitants.

a) Le contexte économique de la ville : « Une ville en plein essor »

Du fait des grands projets d'aménagement et de construction voulus par la municipalité, les entreprises sont très présentes sur la ville et ses alentours. La commune dispose de deux zones commerciales, trois zones d'activités et une zone industrielle qui comptabilisaient déjà 950 sièges sociaux d'entreprises en 2013.⁵ Une véritable ressource pour démarcher des partenaires financiers aux yeux de la municipalité. De plus, les grands travaux d'aménagement comprennent la construction entière d'un nouveau quartier et d'un nouveau groupe scolaire, ce qui attire de nouvelles familles sur la commune. Grâce à sa proximité avec Montpellier, avec l'autoroute A9, le passage de la nationale 113 et toutes ses nouvelles infrastructures, la ville de Saint Jean de Védas ne cesse de s'agrandir. Actuellement peuplée de près de 8 600 personnes, elle devrait compter 15 000 habitants d'ici la fin du mandat en 2020, selon les élus locaux.

b) Mécènes et partenaires de l'édition 2017

Ainsi, l'équipe du service culturel de la ville de Saint Jean de Védas a pu s'appuyer sur ces entreprises implantées de longue date sur le territoire et sur tous les nouveaux promoteurs immobiliers installés depuis peu. Pour l'édition 2017 du festival, vingt-cinq entreprises ont répondu positivement à la demande de la mairie. Sur ces vingt-cinq entreprises, on compte une majorité de promoteurs immobiliers mais aussi de gros groupes tels que Carrefour, Leroy Merlin ou Eiffage. (Cf Annexe 4 : page des

⁵ Wikipédia – Saint Jean de Védas : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Saint-Jean-de-V%C3%A9das>

partenaires). Cependant, tous ne s'engagent pas à la même hauteur ni dans les mêmes conditions. Les « dons » varient entre 1 500€ minimum et 20 000€ pour les plus gros mécènes. De plus, les financeurs peuvent décider d'être soit mécène, soit partenaire ce qui fait une grosse différence en terme d'engagement et de contreparties.

Certaines entreprises ont aussi rejoint le projet en cours de route et sont devenues partenaires non pas par un don direct mais par une contribution matérielle à l'élaboration du festival. C'est le cas par exemple de l'entreprise Lafont qui fournit du matériel technique pour un spectacle et notamment une grue. Ou encore l'entreprise Photo&Co qui a accepté de prendre à sa charge une partie du financement de l'impression d'une exposition photo rétrospective sur le festival qui sera présentée aux élus, aux mécènes et partenaires lors d'une soirée privée, mais aussi au public lors du week-end du festival. Le seul partenaire non privé de cette édition est l'association Réseau en scène qui est une structure régionale financée par la Région Languedoc Roussillon et la DRAC et qui a pour but de soutenir et d'encourager le développement artistique et culturel de la région.

c) Les contreparties

Pour ce qui est des contreparties, tous les mécènes ne sont pas logés à la même enseigne. Le choix fait par l'entreprise au moment de la signature du contrat définit les conditions du partenariat. Deux choix s'offrent à elle : le partenariat ou le mécénat, qui ne sont pas équivalents en termes de statut juridique.

Alors que le partenaire engage une somme entière au profit de la municipalité contre des bénéfices tels que : des places gratuites au théâtre, des prêts de salles, une soirée privée, une communication importante sur les plaquettes du festival, le magasin de la ville etc. ; le mécène, lui, accorde son soutien financier sans contrepartie directe, en revanche, il bénéficiera d'une réduction d'impôts de 60% sur ce don, ce qui fait un coût total final pour l'entreprise bien moins élevé que la somme engagée. La publicité et la visibilité des mécènes est donc moindre par rapport à celle des partenaires. Pour illustrer cette différence disons que, par exemple, un partenaire qui donne 10 000€ au festival le fait en contrepartie des avantages cités ci-dessus, en tant que partenaire, il occupe un statut privilégié. Tandis qu'un mécène qui donne

10 000€, ne paie réellement que 4 000€ après déduction fiscale, mais le coût réel de son investissement si l'on prend en compte les contreparties en publicité et en communication faites pour l'entreprise, s'élève à seulement 1 500€ !

Au total, c'est près de 185 000€ qui ont été rassemblés pour monter cette huitième édition entièrement financée par des fonds privés, chose tout à fait inédite aussi bien pour le festival Festin de Pierres que dans le fonctionnement des festivals d'art de rue en France.

Chapitre 3 - La coordination du festival / Missions personnelles

En tant qu'assistante de coordination de Benoît Sabatier, mon rôle était de le seconder au mieux, de prendre à ma charge le maximum de tâches sur la mise en place du festival pour le soulager au quotidien sur toutes ses autres missions. Nous avons entièrement travaillé en binôme au cours de mes six mois de stage, nous étions toujours au même niveau d'information sur l'avancée du festival.

Mes missions ont donc été des plus variées car il faut savoir faire preuve d'autonomie et d'initiative pour répondre à chaque problématique que peut apporter un événement d'une telle ampleur. Il faut penser aussi bien aux problèmes techniques qu'à l'accueil humain et artistique, aux formalités administratives et protocolaires, ainsi qu'aux détails logistiques banals et quotidiens. Voilà la globalité de mes responsabilités au cours de ce stage.

A/ Un travail de terrain : Rencontres avec les artistes, les bénévoles et les partenaires

La coordination du festival revient à structurer et organiser le festival, à prévoir son bon déroulement. C'est un calcul de longue date qui demande beaucoup de rigueur pour faire coïncider les actions de tous les acteurs du festival. C'est pourquoi une grande partie de notre temps était consacrée à des réunions, rencontres et rendez-vous avec ces intervenants aussi variés soient-ils.

a) Rencontres avec les artistes : Anticipation du festival avec certaines compagnies officielles

Au cours des mois précédant le festival, nous avons fait la rencontre de plusieurs compagnies, venues sur Saint Jean de Védas pour repérer les lieux ou préparer leur spectacle avec les Védasiens.

- Repérages sur sites avec les compagnies

Les repérages de cinq compagnies ont eu lieu pendant le mois de mars : Les Grooms, Action d'Espace, Bruitquicourt, Transe Express et Artonik. Le repérage a pour but de valider le lieu d'implantation du spectacle, de vérifier que les normes d'accueil sont convenables, et que les demandes de la fiche technique sont respectées par l'organisateur. C'est aussi un moyen pour nous d'établir un premier contact et de mieux cerner les attentes des artistes. Il était très important pour les compagnies Artonik ou Transe Express de venir en personne sur le lieu car elles proposent deux spectacles qui demandent un gros dispositif technique. Transe Express avec son spectacle « Mù, cinématique des fluides » requiert une grue qui ne peut être implantée au hasard en fonction de son poids, sa taille et des accessoires que la compagnie compte y suspendre. Pour Artonik c'était surtout la longueur et la largeur des rues qui importaient afin que les danseurs, les sonos roulantes et le public aient l'espace nécessaire à leur déambulation. Cependant, c'est un besoin que toutes les compagnies n'ont pas car la plupart ont validé leur lieu de jeu via une carte sur internet ou un plan envoyé par le directeur technique.

- Rencontres anticipées entre artistes et Védasiens

Plusieurs compagnies sont venues à Saint Jean de Védas bien en amont du festival pour rencontrer des habitants et les intégrer à leurs spectacles. Tout d'abord, deux danseurs différents de la compagnie Artonik sont venus à deux reprises à saint Jean de Védas pour présenter le projet « The color of time », en expliquer l'origine et le déroulement. En effet, la compagnie marseillaise propose d'intégrer autant de participants que possible, cachés dans le public et qui rejoindront la danse au cours de la déambulation. Le 31 mai, jour de la répétition, ce sont près de 130 personnes qui se

sont rassemblées dans la cour d'une école de Saint Jean, un chiffre jamais atteint par la compagnie depuis la création du spectacle il y a cinq ans à Marseille ! Les participants ont ainsi pu apprendre deux chorégraphies pour rejoindre les danseurs de la compagnie le jour J.

La compagnie des Grooms est également venue deux fois pour rencontrer des chorales de Saint Jean de Védas et de Montpellier pour les intégrer secrètement à leur spectacle musical, « Le bonheur est dans le chant ». Le spectacle « Mù, cinématique des fluides » de Transe Express requiert aussi la participation de vingt figurants que nous avons recrutés auprès de l'antenne des Cours Florent de Montpellier. La compagnie arrivera d'ailleurs deux jours avant le spectacle pour préparer ses vingt figurants à leur rôle pendant le spectacle. Ces accueils prévisionnels demandent une organisation supplémentaire pour héberger et nourrir les artistes, préparer la rencontre. C'est un véritable travail de médiation entre les artistes et les associations locales que nous devons faire en tant qu'organiseurs.

b) Recruter des personnes ressources pour l'organisation

Face à tous ces besoins auxquels l'organisation fait face pour répondre aux demandes des artistes, les habitants de Saint Jean de Védas se retrouvent au cœur des préparatifs du festival. C'est pourquoi cette édition 2017 est beaucoup plus participative que les autres années.

- Grâce aux associations

Qu'elles soient de danse, de sport, de musique, de cirque, de pétanque, ou de jeux, les associations védasiennes représentent une force non négligeable. Elles sont une quinzaine cette année à apporter leur contribution au festival gratuitement, mais cet investissement est le fruit d'actions de communication répétées et de réunions d'information régulières. Pour les mobiliser et les faire venir aux rencontres il faut d'abord leur exposer le projet et les familiariser avec les prestations artistiques de la programmation. Ici encore, c'est à Benoît et moi d'opérer ce travail de présentation.

Pour les spectacles demandant des figurants et participants, nous nous sommes appuyés sur des associations locales motivées et investies sur le territoire. Par

exemple, pour « The color of time » toutes les associations de danse de la ville participent (hiphop, danses indiennes, africaines, rock, moderne et jazz) plus des associations de sport ou de musique.

De plus, d'autres associations sont mobilisées pour des missions annexes qui ne répondent pas à des besoins artistiques. Certaines s'impliquent d'elles-mêmes sur l'animation de l'événement. Par exemple, une chorale et une fanfare vont jouer au niveau des zones commerçantes pendant les temps de restauration pour animer ces espaces. L'association des boulistes se charge aussi chaque année de tenir une buvette près de la scène musicale. Enfin, une association de cirque propose des ateliers découverte pour les enfants, et la ludothèque des jeux familiaux, tout au long du festival.

- Grâce aux bénévoles

Les associations de Saint Jean sont nombreuses à s'investir cette année, mais les citoyens eux aussi, à leur échelle, ont été nombreux à se manifester pour faire du bénévolat. Pour cette édition 2017, j'avais la responsabilité des bénévoles, ce qui veut dire que j'étais leur référente, leur contact sur le festival. Je devais les tenir informés, leur présenter la manifestation et les missions qu'ils seraient amenés à remplir, et aussi, j'étais en charge de leurs plannings. En plus des quelques 200 bénévoles participant aux différents spectacles, j'avais aussi besoin de personnel pour les missions de coordination tout au long du festival. Grâce aux appels à bénévoles faits par le service communication sur le site internet et le Védazine (magazine bimestriel de la ville), les habitants de Saint Jean de Védas m'ont contactée. Au total, entre les Védasiens, les Cours Florent, la chorale Gospel de Saint Jean de Védas, très investie sur le week-end, et les adolescents d'un centre de jeunesse, c'est près de quarante-cinq bénévoles qui vont nous accompagner pour la coordination de l'événement.

Après avoir listé les besoins que nous aurons sur le festival, affecté chacun sur une mission qui lui correspondait et où il était disponible, j'ai réalisé les plannings de tous les bénévoles. J'ai aussi créé une feuille de route individuelle pour chacun d'entre eux pour leur rappeler les lieux, les adresses, les contacts importants, les principales informations sur le festival, ainsi que les missions de chacun avec un déroulé heure par heure des tâches à accomplir. C'est un long travail de saisie et de relationnel, pour

orchestrer le bon déroulement des spectacles grâce à leur présence, mais c'est en septembre que mon rôle prendra tout son sens, quand nous serons sur le terrain tous ensemble et qu'il faudra les orienter.

c) Négociier avec les partenaires

Le Festival Festin de Pierres est très ancré sur son territoire, à tous les niveaux. Il mobilise toutes les ressources actives de la ville, aussi bien les habitants que les acteurs municipaux, ou même les entrepreneurs.

- Les collaborateurs de l'organisation du festival

Derrière le mot partenaire il n'y a pas que les financeurs du festival, il y a aussi tous les collaborateurs nécessaires à son bon fonctionnement. Avec eux aussi, des réunions régulières sont essentielles pour avancer sur la coordination. Il y a par exemple tout l'aspect sécurité sur lequel il nous fallait réfléchir, avec l'aide de Nicolas Tolusso, le directeur technique. Le plan de sécurité, sur lequel figurent toutes les routes fermées, les barrières, les agents de sécurité, les plots béton etc. (Cf Annexe 5, plan de sécurité), doit être pensé en collaboration avec la police municipale, le commandant de la brigade de gendarmerie et les services techniques de la ville. En effet nous travaillons main dans la main avec le responsable logistique des services techniques de la ville : Laurent Navarro. Il gère tout le matériel de la ville, connaît les ressources à notre disposition et les différents sites de spectacles.

Bien que mes relations avec les autres services municipaux soient moindres que celles qui les lient à Benoît (service comptabilité, administration etc.) nous travaillons avec tous les agents de la mairie. La médiathèque Jules Verne est également une ressource du pôle culture avec laquelle nous sommes en étroite collaboration. Elle accueillera en son sein des loges pour les artistes, des contes pour les enfants, des rencontres entre le public et les artistes, une exposition rétrospective sur les éditions de Festin de Pierres, ainsi que des activités autour des arts de rue (projections et ateliers d'écriture sur des spectacles). La nouvelle directrice Patricia Guiraud sera également chargée de l'accueil de la conteuse.

- L'implication des prestataires

Ensuite, en dehors des agents municipaux, notre tâche de coordinateurs implique aussi d'être très en lien avec les commerçants et entrepreneurs de la ville. Le festival fait appel à plusieurs prestataires pour répondre aux besoins des quelques quinze mille personnes présentes sur le week-end.

Pour la sécurité, j'ai sollicité une agence de sécurité privée pour garder les sites majeurs du festival, surveiller le barriérage des rues et les entrées du festival. Cela représente trois personnes par jour sur les deux jours plus deux gardiens de nuit et un maître-chien qui fait des rondes dans le centre-ville pour éviter les vols de matériel les nuits de vendredi à samedi et samedi à dimanche, avant que tout ne soit démonté. De plus, il m'a fallu trouver un ambulancier acceptant de tenir un poste de premier secours avec des sauveteurs qualifiés qui déambuleront sur le festival pour prévenir les petites blessures ou agir en cas d'accident grave.

Les autres domaines sollicités pour les besoins du festival sont bien évidemment les hôteliers et les restaurateurs. Pour accueillir les artistes qui viennent de loin, je m'occupais des réservations auprès des Résidences du Terral et de l'hôtel B&B, nos deux partenaires privilégiés. Nous avons aussi fait appel à tous les commerçants pour ouvrir pendant toute la durée du festival et proposer des prestations culinaires variées au public. Ici encore, une convocation des commerçants était importante pour les avertir des problèmes de circulation engendrés par le festival et des périodes de grande affluence pour la restauration. Les commerçants du centre-ville de Saint Jean de Védas ne parvenant généralement pas à couvrir la demande des festivaliers en nourriture sur les autres éditions, nous avons fait appel cette année à quatre Food-trucks (camions alimentaires) pour compléter cette demande. Là encore, nous avons choisi avec Benoît ceux qui nous semblaient correspondre le mieux aux attentes, sans toutefois faire concurrence aux commerces.

Le festival n'ayant pas encore eu lieu, la réalisation de tout ce travail ne peut être encore exposée. Mais sur le terrain, il faudra surtout y être les 16 et 17 septembre prochains, de jour comme de nuit pour mener à bien les missions de toutes les équipes liées à l'organisation. C'est à ce moment que l'accueil artistique sera le plus complexe et le plus dense. Car il faut accueillir vingt-six compagnies avec une équipe de moins de

dix personnes. Le staff se compose des deux coordinateurs (Benoît et moi), plus une stagiaire qui nous rejoindra dix jours avant l'événement, de l'équipe du théâtre (Yan Arondel et Anne Pontonnier), avec le renfort de sept animateurs du centre jeunesse de la mairie de Saint Jean de Védas.

Dès la semaine précédente, notre travail de terrain prendra le pas sur le travail administratif et de gestion informatique. L'installation des loges, des lieux de spectacles, des points d'information pour le public, de restauration etc. C'est quelques jours avant l'événement que commence le travail logistique (aller chercher les artistes à la gare par exemple). L'accueil en « chair et en os » de tous les artistes et intervenants est l'aboutissement de tout un plan d'organisation préalable.

B/ Planification et Production de l'événement

Le coordinateur est celui qui synthétise à la fois toutes les informations et toutes les indications pour les équipes. Benoît Sabatier, mon tuteur de stage est non seulement le coordinateur du festival, mais aussi le coordinateur de l'ensemble du domaine du Terral et de ses activités culturelles. C'est pourquoi, mon rôle au sein de cette structure a été non seulement de centraliser les informations, de répartir les tâches et les missions, mais surtout de rendre l'événement clair et intelligible pour tous.

a) La planification de l'événement

- Identifier les lieux et heures des spectacles

Pour commencer, l'une des premières tâches que j'ai eues à effectuer en commençant mon stage, fut de faire un tableau récapitulatif sur le déroulé de la manifestation pour en avoir une vue d'ensemble. (Cf Annexe 6 – Déroulés samedi 16 & dimanche 17). Bien que la programmation « In » de l'édition huit soit déjà bouclée à mon arrivée, les lieux et heures des représentations étaient encore en évolution, il fallait répartir le calendrier au mieux en veillant à ce que les spectacles ne se télescopent pas selon les lieux où ils se jouaient. Le déroulé permettait donc de mettre

à jour les décisions de la programmatrice et de se représenter la structure de l'événement. Ce déroulé rassemble toutes les manifestations ou activités qui auront lieu sur le week-end et répond donc à un système de légende pour identifier ces différents genres : par exemple la programmation du In (quasiment immuable) est identifiable en vert, la programmation du Off, que nous avons construit tout au long de mon stage, est en jaune, puis à cela se sont ajoutés les jeux, ateliers, activités annexes qui animent le festival. En bleu sont identifiées les « implantations », comme un manège artisanal pour enfants par exemple, et en gris on trouve quelques animations musicales supplémentaires qui sont officieuses et qui servent à animer les temps de repas ou les périodes de creux d'un espace de la ville entre deux spectacles.

Ce déroulé général récapitulatif de l'événement est doublé de cartes de la ville où sont localisés les espaces de jeux, également réalisées par mes soins. J'en ai réalisé une pour le In et une pour le Off et les autres animations de la programmation. Ces documents permettent d'avoir une première ébauche du festival, de voir si les performances s'enchaînent et cohabitent bien dans l'espace sans se nuire. C'est un premier squelette qui permettra par la suite de créer la plaquette du festival destinée au public et qui est le meilleur moyen d'information et de connaissance du festival. J'ai beaucoup eu à échanger avec le service communication pour les prévenir des changements de programmation ou des partenaires pour l'élaboration de la plaquette, il fallait constamment modifier ces informations pour que tout le monde soit au même niveau d'information.

- La réalisation des plannings de l'équipe

Du rétro-planning général, débuté bien en amont du festival, aux plannings des équipes pour le jour-J, j'ai mis en forme et créé des tableaux récapitulatifs pour tous les acteurs et événements liés au festival. Dès mon arrivée à Saint Jean de Védas, j'ai créé un tableau allant du mois de mars au mois de mai répertoriant toutes les actions ou les rendez-vous importants pour la mise en place du festival. Ce tableau général permettait également de fixer les échéances de temps que nous avions avec Benoît pour finir les contrats, envoyer des courriers ou envoyer les éléments définitifs au service communication pour la plaquette. Ce document permet d'avoir une vue d'ensemble de nos actions sur les sept mois précédant l'événement.

Puis, avec le temps, une fois bien familiarisée avec le projet et son déroulement, j'ai établi plus précisément les plannings pour chaque acteur du festival dans le détail pour les deux jours de la huitième édition. Le premier que vous trouverez en Annexe 7 prévoit la répartition des équipes pour la mise en place du festival la semaine précédant l'événement jusqu'au lundi suivant. On y trouve l'installation des espaces de jeux et des loges, les arrivées des compagnies et leurs départs, les répétitions etc. Pour les deux jours de festival, on peut voir dans le tableau en Annexe 8 un détail heure par heure plus précis pour chaque agent municipal, membre de l'équipe, ou animateur avec un code couleur qui indique le lieu sur lequel l'agent doit se trouver pour encadrer un spectacle ou assurer un accueil par exemple.

b) L'accueil artistique

- L'hébergement et la restauration

En tant qu'organisatrice adjointe, j'ai été responsable de ce qu'on appelle aussi la « régie séjour » des artistes sur le festival. C'est-à-dire, que j'ai encadré leur accueil à Saint Jean de Védas. Pour cela, il faut pouvoir comptabiliser le nombre d'artistes présents pour réserver les chambres d'hôtel suffisantes et prévoir un catering en conséquence. Le tableau en Annexe 9 récapitule les hébergements dont nous avons besoin pour cette édition avec le nombre de personnes et le nom des compagnies résidant selon les jours. Ensuite, pour les repas, si les petits déjeuners sont souvent compris dans la nuit d'hôtel, les déjeuners et dîners se prennent au catering, se situant au sein du QG du festival, dans la salle des fêtes de la ville. Le tableau « Récapitulatif Repas Catering Festin de Pierres Septembre 2017 » était constamment mis à jour par mes soins en fonction des demandes des compagnies mais aussi de la présence de toutes les autres équipes et des bénévoles dont les repas sont également comptabilisés dans ce tableau (Cf Annexe 10).

- La répartition des loges pour les artistes

Pour que l'accueil des artistes soit aussi confortable que possible, ceux-ci demandent un espace privé en dehors de leur lieu d'hébergement pour entreposer leur matériel, costumes, instruments et accessoires, le plus près possible du lieu du

spectacle. Cet espace doit être agrémenté de boissons et nourriture fournies par le festival. Pour l'accueil des artistes, une vingtaine de loges seront utilisées cette année, réparties sur cinq sites de la ville, comme la salle des fêtes, la médiathèque ou le service jeunesse par exemple. Pour agrémenter ces espaces, un approvisionnement en petit matériel et électroménager doit être effectué par l'organisation. Ainsi, après avoir fait un inventaire des ressources à notre disposition (tables, chaises, miroirs, lampes, cafetière, bouilloire, verres, assiettes etc.), Benoît et moi avons fait plusieurs achats de matériel et vaisselle pour compléter nos besoins pour le festival. Une fois le festival arrivé, il nous faudra répartir tous ces objets dans les différentes loges des artistes. À l'approche du festival, il nous faudra aussi prévoir d'aller faire de grosses courses pour alimenter toutes ces loges. C'est au début du mois de septembre que je devrai passer les commandes en eau et réaliser mes listes de courses pour les collations en loge des artistes.

- Transport et déplacements des artistes

Si certains artistes viennent avec leur propre moyen de transport et leur matériel sur le festival, d'autres arriveront en train à la gare de Montpellier ou même en tramway à Saint Jean de Védas. Ainsi, selon les cas, mon rôle est de guider au mieux les artistes jusqu'à leur destination. Pour ceux arrivant en gare de Montpellier j'ai établi un récapitulatif du « running » à faire pour aller les chercher ou les raccompagner à la gare. Le « runner » est la personne en charge de faire le transport des artistes, cette année, ce sera soit Benoît soit moi quand ce sera possible, ou alors certains des animateurs lors du festival quand nous serons occupés. Pour les artistes qui viendront avec leur propre véhicule, j'ai créé des cartes pour les orienter, les guider entre l'adresse de l'hôtel et celle du QG du festival. (Cf Annexe 11 – Carte accès festival artistes). Tous les artistes recevront en même temps que leur feuille de route, une carte du festival avec les lieux principaux et les adresses pour se garer, manger etc.

c) Organisation de la soirée privée

Si toute l'organisation du festival Festin de Pierres repose sur les membres de l'équipe municipale du service culturel, sur la coordination des artistes, des acteurs, et des bénévoles, il ne faut toutefois pas oublier que cette édition n'aurait pas pu voir le jour sans le financement des mécènes. C'est pourquoi, une attention toute particulière doit être portée aux mécènes et partenaires de cette édition. En effet, sur le budget global du festival, 17 000€ sont accordés pour organiser des événements réservés aux mécènes.

- La soirée privée du 06 septembre

En retour de leur participation, les mécènes et partenaires ont droit à plusieurs « récompenses ». En plus de la communication faite sur leurs entreprises et des places de spectacles pour certains, une soirée V.I.P est prévue début septembre, avant le festival, au sein du Chai du Terral pour une soirée d'exception avec buffet réalisé par un traiteur, et Big Band pour l'animation musicale. L'occasion pour eux de se rencontrer et de pouvoir faire des affaires entre entrepreneurs. L'organisation de cette soirée qui représente un budget conséquent pour le festival est d'une importance capitale pour que les partenaires soient satisfaits et reconduisent leur engagement pour l'édition prochaine. Avec Benoît Sabatier nous avons la tâche d'organiser la soirée, de commander le traiteur et de trouver le groupe approprié. Il faudra également créer des badges nominatifs pour chacun et établir des listes d'invités. Le travail relationnel avec les mécènes a surtout été effectué par Benoît, mais lors de la soirée, j'aurai aussi pour rôle de coordonner le personnel présent pour la mise en place de l'événement.

- Soirée avec les élus lors du festival

Lors de la manifestation, un temps de restauration privé sera également mis en place pour que les mécènes et partenaires profitent avec les élus d'une soirée sur le festival. Ainsi, ils pourront voir à l'œuvre l'utilisation que la municipalité fait de leur argent. Ce pot est prévu dans un domaine viticole arboré fermé, au cœur du centre-ville et du festival, sur la terrasse du château du domaine. Ici encore, l'organisation du

pot s'ajoute à toutes les missions que nous aurons avec Benoît pendant le festival, mais il faut prévoir son installation, le ravitaillement en boissons et alimentation ainsi que le service.

Ces événements privés sont contraignants pour l'organisation mais obligatoires car ils répondent aux conditions présentes dans les contrats signés avec les partenaires et mécènes. Selon leur importance (le montant et la nature de leur don) ils ont droit à plus ou moins d'invitations. Le rapport entretenu avec les mécènes est un rapport particulier et privilégié mais complexe, j'ai rarement eu affaire directement avec eux, ce sont surtout Noémie et Benoît qui gèrent toute cette partie protocolaire, cependant j'ai été amenée à effectuer plusieurs missions au service des mécènes du festival.

C/ Soutien administratif

Mon rôle d'assistante de coordination impliquait également des tâches administratives pour aider mon tuteur à la bonne réalisation de notre projet. Bien que les relations avec les mécènes ou les artistes ne soient pas de mon ressort au premier abord, mais plutôt de la responsabilité de Noémie et Benoît, j'ai été amenée à entrer en contact avec eux. Mes missions administratives comprenaient aussi bien de la contractualisation, que du mailing ou encore l'utilisation de logiciels bureautiques.

a) Les contrats artistiques

Lorsque je suis arrivée au service culture au mois de février, la programmation du festival était bouclée et la signature des contrats avec les compagnies en bonne voie. Cependant, pour ce qui est de la partie « Off », seulement deux compagnies avaient été validées par la directrice Noémie Vigier, ce qui nous a laissé, à Benoît et moi, une grande liberté pour finir ce programme parallèle. En effet, selon les propositions que Benoît recevait, nous avons décidé ensemble des artistes qui s'intégreraient bien au festival, nous les avons contactés et c'est ainsi que la programmation Off a vu le jour. Hormis des compagnies semi professionnelles de

danse ou de cirque, nous avons aussi rencontré le directeur de l'école des Cours Florent de Montpellier ou celui du Conservatoire de danse d'Avignon pour élaborer avec eux des projets de représentations. Un peu comme une commande, nous discutons de ce que leurs élèves étaient en mesure de proposer et comment les intégrer au festival.

Par la suite, j'ai assuré le contact avec les artistes du Off, pour confirmer leur participation, donner les informations nécessaires, récupérer les éléments de communication et rédiger les conventions. J'ai donc élaboré une « convention de partenariat à titre gracieux » pour ces compagnies qui ne sont pas rémunérées par le festival mais qui ont le droit d'y intervenir tout en se faisant payer au chapeau. J'ai été leur référente jusqu'à la signature par les deux parties. La contractualisation fut particulièrement périlleuse pour une compagnie colombienne qui demandait un dossier de plusieurs documents officiels d'invitation au festival afin de bénéficier d'une bourse de voyage pour venir en France.

Ensuite, que ce soit pour les compagnies In ou Off, au fur et à mesure que les contrats nous revenaient signés de la mairie, je me chargeais d'envoyer des courriers aux compagnies pour leur faire parvenir la version définitive du contrat, ou je les relançais pour avoir un retour signé de leur part. De plus, une fois la contractualisation faite, et donc la programmation définitive établie, j'ai aidé au recensement de tous les spectacles pour les déclarations à la SACEM et à la SACD qui doivent être faites pour toute manifestation culturelle. Ce planning prévisionnel des spectacles constitue une liste avec les dates, heures, nom des compagnies, du titre, et le prix de cession du spectacle, qui permettra par la suite de définir le montant des droits d'auteurs à payer par le festival.

b) Les contacts avec les partenaires et mécènes

Bien que je n'aie pas assisté aux premiers rendez-vous avec les partenaires et mécènes de cette édition 2017, j'ai pris part au travail de recherche de partenaires pour l'édition prochaine. En cette période, les membres de l'équipe du festival sont en effet déjà à la recherche de mécènes pour l'édition future. C'est pourquoi, la directrice, Noémie Vigier, m'a demandé de regrouper les contacts d'entreprises locales

susceptibles de participer au financement du festival, que la mairie pourrait solliciter. J'ai par la suite moi-même contacté le siège social de plusieurs d'entre elles pour convenir d'un rendez-vous avec Madame le Maire de Saint Jean de Védas et la directrice du pôle culture pour établir un potentiel partenariat. En parallèle de cette recherche de nouveaux mécénats pour l'année 2018, je me suis également chargée de rédiger un courrier personnalisé pour tous les partenaires et mécènes afin de demander le renouvellement de leur accord pour l'édition prochaine.

c) Les feuilles de route

Les feuilles de route constituent l'élément essentiel pour l'organisation du festival. Si pour le public la plaquette est l'objet de référence, pour les équipes et les artistes, la feuille de route rassemble tout ce qu'ils ont besoin de savoir en coulisse de l'événement. Ainsi, je me suis chargée de créer et réaliser de nouvelles feuilles de route pour tous les artistes, pour chaque membre de l'équipe, ainsi que pour les bénévoles et animateurs en soutien sur la coordination. On m'a également demandé de réaliser une feuille de route générale que tout le monde aura en sa possession et où figurent les contacts de toutes les personnes présentes sur le festival, aussi bien les artistes, les techniciens, les agents municipaux, ou les associations. Elle contient également toutes les adresses utiles, mais surtout, elle présente un planning général avec toutes les actions de chaque équipe (technique, logistique, coordination, artistique) heure par heure.

Les feuilles de route des artistes sont surtout utiles pour établir un premier contact, les renseigner sur le lieu où se retrouver le premier jour et identifier la personne en charge de leur accueil. En sachant où est sa loge, le lieu de jeu, l'espace de restauration (aussi appelé catering), on évite du stress aux artistes et une perte de temps importante pour les équipes une fois sur le festival (Cf Annexe 12 pour un exemple de feuille de route artiste). À l'inverse, la feuille de route des membres de l'équipe permet de savoir quelles compagnies chacun doit accueillir, sur quels spectacles ils doivent intervenir etc. Les feuilles de route de l'organisation sont divisées en trois catégories : celles de l'équipe, celles des animateurs et celles des bénévoles. Les membres de l'équipe (aussi appelé le « staff ») ont pour mission d'accueillir les

artistes, de surveiller les spectacles et parfois de préparer le terrain. Le staff se compose de six personnes (dont Benoît et moi) plus les deux personnes de la communication qui tiendront le point information avec des bénévoles et feront des photos. Ensuite, j'ai effectué les sept feuilles de route pour les animateurs qui, intervenant dans le cadre de leur travail (et donc, rémunérés) ont des tâches particulières comme l'accueil des compagnies Off, le gardiennage avec l'accueil à l'entrée du QG du festival et de son catering, ou encore la tenue de la billetterie pour les ateliers de cirque qui se font sur réservation. Le plus long a sans doute été la réalisation des feuilles de route des bénévoles, très nombreux cette année, chacun devait savoir quelles missions lui étaient confiées et le déroulé de son planning. En regroupant les bénévoles des Cours Florent qui avaient tous la même mission et les bénévoles du centre jeunesse, j'ai donc réalisé vingt-sept feuilles de route pour quarante-trois bénévoles.

En parallèle de ce travail d'assistante de coordination pour Festin de Pierres, je participais également à certains événements culturels du domaine sur lesquels j'étais missionnée lorsque mon aide était nécessaire.

D/ Missions annexes

En effet, tout au long de l'année et plus particulièrement à l'approche de la saison estivale et de la fin de l'année scolaire, des manifestations culturelles ponctuelles se sont déroulées sur le domaine du Chai du Terral, déjà bien occupé comme nous l'avons démontré précédemment. Ainsi, en tant qu'assistante de Benoît Sabatier, coordinateur du domaine du Terral, je suis venue prêter main forte lors de spectacles ou d'événements. Bien qu'ils n'aient pas de lien avec l'organisation du festival, j'en rends toutefois compte ici car ils faisaient partie intégrante de mon travail au quotidien pendant mon stage. Trois types d'événements se distinguent.

a) Organisation de « Juin au Terral »

Ce qu'on appelle « Juin au Terral » à Saint Jean de Védas est une manifestation qui a lieu depuis plusieurs années sur le domaine et qui consiste à donner à voir les spectacles de fin d'année des associations védasiennes. Pendant tout le mois de juin, une dizaine d'associations se voit donc ouvrir les portes du théâtre ou l'accès au parc gratuitement pour mettre sur le devant de la scène des amateurs du secteur artistique quels qu'ils soient. Le tableau en Annexe 13 récapitule les spectacles et les répétitions de chaque association sur le mois en distinguant les espaces qu'elles utilisent (soit le théâtre, soit le parc, soit la cour intérieure ou certaines salles du domaine).

Pour la réalisation de Juin au Terral, c'est Benoît et moi qui coordonnions l'événement, en relation avec toutes les associations. Mes missions étaient donc de planifier le déroulé de chaque spectacle, d'évaluer les besoins de chacun lors de réunions, puis de réaliser la « convention de mise à disposition à titre gracieux » pour chaque association. La convention devait résumer tout ce qui avait été dit en réunion sur les droits et engagements de chaque partie (la mairie et l'association en question). Elle devait également donner un planning prévisionnel de l'utilisation des lieux. Une fois cette partie de contractualisation achevée et les conventions signées, nous assurions, avec d'autres membres de l'équipe du théâtre, le bon fonctionnement de la soirée : l'installation de matériel, l'accueil du public, l'ouverture des portes, le rangement et le contrôle des lieux avant fermeture. Notre présence était indispensable pour l'encadrement des lieux, en tant qu'employés municipaux, du début à la fin du spectacle ou de la manifestation. Cette année, Juin au Terral a accueilli par exemple aussi bien un spectacle de cirque ou un concert dans le parc, que de la danse ou du théâtre en salle. Lors de ces moments festifs et importants pour les associations, notre rôle premier était l'accueil, la surveillance de l'espace utilisé et l'encadrement de la manifestation.

b) Activités des écoles municipales

À l'approche de la fin de l'année scolaire, les écoles municipales d'arts présentes sur le domaine organisent également des événements pour donner à voir le

travail de leurs élèves au cours de l'année. Dans ce contexte, j'ai apporté mon aide principalement pour l'installation logistique des lieux et l'accueil du public le jour-J. En amont de ces événements nous devons faire les achats nécessaires avec Benoît pour les buffets ou goûters de fin d'année par exemple. C'était à nous de faire les courses et d'alimenter les écoles en fonction de leurs besoins. Le vendredi 19 mai 2017 c'est l'école d'art plastique qui a ouvert la saison avec le vernissage de son exposition dans la galerie du théâtre. Elle mettait en lumière une partie des réalisations des élèves de l'année sur les thèmes travaillés. À l'issue de cette présentation et des discours officiels de remerciement des professeurs et des élus, un buffet-apéritif géré et tenu par nos soins, a été offert aux familles.

Pour la fête de l'école de musique, le dimanche 25 juin, plusieurs petits concerts ont eu lieu en extérieur, sur les terrasses du domaine, tout au long de l'après-midi, avec à nouveau un goûter proposé aux spectateurs en fin d'après-midi. Avec Benoît, nous avons préparé cet événement dès le matin pour installer chaises, tables et bancs pour les musiciens et le public, mais aussi pour pouvoir proposer des boissons fraîches variées, tout au long de l'après-midi.

c) Événements de la Métropole de Montpellier

Enfin, la troisième catégorie d'événements culturels se déroulant au Terral sur lesquels j'ai eu à travailler sont ceux prévus par la Métropole de Montpellier. En effet, cette dernière travaille au rayonnement de ses manifestations sur tout le territoire. Par exemple, la 32^e édition de « La Comédie du livre » (ayant lieu du 19 au 21 mai cette année) a délocalisé l'un de ses événements dans les jardins du parc du Terral. Le dimanche 21 au matin, nous avons la tâche d'accueillir une déambulation littéraire avec l'auteur Thomas Giraud autour de son roman *Elisée avant les ruisseaux et les montagnes*. Notre rôle avec Benoît était d'assurer l'accueil logistique du public et de préparer une loge pour l'accueil de l'auteur et de son équipe.

Puis, le 12 juillet, c'est un concert du festival « Radio France Occitanie Montpellier » qui est venu se jouer à Saint Jean de Védas, en plein centre-ville cette fois-ci. Ce jour-là nous avons préparé la loge et apporté la collation pour le jeune pianiste Jean-Paul Gasparian et son équipe.

Pour clôturer cette saison estivale, la Métropole interviendra encore le 30 août pour un festival de cinéma. Avant d'achever mon stage à Saint Jean de Védas et de vivre le festival Festin de Pierres, j'aurai l'occasion de travailler pour « La Métropole fait son cinéma » qui investit le parc du domaine pour une séance en plein air de « Gravity » d'Alfonso Cuarón de 2013.

Malgré ces tâches annexes, le festival Festin de Pierres reste ma priorité et ma mission principale au cours de ces six mois de stage. Cependant, être au sein d'un domaine culturel tel que le Terral apporte bien d'autres préoccupations incontournables qui ont enrichi mon stage et mes expériences dans le domaine culturel. Cela m'a permis de faire d'autres choses et de m'intéresser à d'autres activités que celles du festival et donc, d'interagir avec différentes personnes. Cela a également renforcé l'esprit d'équipe avec les autres utilisateurs du domaine. Cette cohésion est importante dans la mesure où cette équipe sera à nouveau réunie pour le festival en septembre avant le lancement de la saison du théâtre et des activités de la rentrée. Gérer la coordination du domaine et du festival revient en fin de compte en une collaboration continue avec tous les acteurs du territoire.

Conclusion partielle – PARTIE I

En résumé, le travail de coordinateur implique une grande part de relationnel et de planification qui passe par une interaction constante avec tous les acteurs liés de près ou de loin au festival. Que ce soit les artistes et leurs sociétés de production, les agents de la ville en charge de la logistique ou de la technique, les commerçants et les habitants de la ville de Saint Jean de Védas. C'est un travail qui demande une grande rigueur mais aussi une capacité d'adaptation et de diplomatie. La planification du festival qui était la principale de mes activités durant ce stage demandait une maîtrise des outils bureautiques qui constituent le seul moyen de centraliser les informations, de les mettre au clair pour les partager. Mais il y a une part de contact et de relations humaines non négligeable qui prend aussi beaucoup de temps. Finalement, c'est ce juste équilibre entre travail administratif et travail de terrain qui me plaît et que je

trouve satisfaisant. Il faut autant travailler en équipe, en collaboration avec tous les acteurs, mais aussi seul, en autonomie, et avec rigueur pour orienter et coordonner au mieux toutes ces personnes avec qui nous travaillons.

Le festival Festin de Pierres n'est qu'un exemple parmi d'autres de festival français se tournant vers du mécénat privé pour pallier les baisses financières de l'État. C'est une logique qui tend à devenir de plus en plus banalisée et incontournable notamment pour les petits festivals, davantage oubliés par les pouvoirs publics. Beaucoup de festivals d'arts de rue se voient obligés de reconsidérer leur organisation, leurs dépenses et leur personnel pour perdurer parmi la grande variété d'événements artistiques proposés au public français pendant la saison d'été. Les festivals d'arts de rue évoluent avec leur territoire, ils sont intimement liés à son histoire et aussi à ses changements politiques comme nous avons pu le voir avec Festin de Pierres et le changement de municipalité en 2009. Souvent, ce sont en effet les politiques en place qui impulsent le changement de ces festivals et qui cherchent des compromis pour maintenir les manifestations malgré l'amoindrissement des budgets. Pour répondre à tous ces compromis qu'on leur demande de faire, les festivals d'arts de rue vont chercher leurs ressources ailleurs, ils retournent au cœur de la rue solliciter la solidarité des habitants, des associations, des entreprises locales et des acteurs de tous horizons qui ont un intérêt à faire vivre la commune. C'est exactement ce que le festival Festin de Pierres a tenté de faire cette année en s'appuyant sur toutes les forces locales disponibles et motivées. Un travail important et nouveau pour certains acteurs culturels de Saint Jean de Védas.

PARTIE II - Des festivals d'arts de rue en réinvention

Les festivals d'arts de rue ont cette spécificité de s'être construits en tant que modèle nouveau et alternatif et pas simplement comme un « genre » de festival. Contrairement aux festivals de musiques actuelles, classique, de danse contemporaine ou encore de BD, qui ont tous une thématique bien précise rassemblant un public d'amateurs ou de connaisseurs affectionnant ces domaines, le festival d'art de rue, lui, se veut ouvert à tous, accessible, et surtout varié et surprenant dans sa forme. Le cirque, la danse, la musique s'y mélangent sans distinction de genre. Pour comprendre la spécificité de la situation des festivals d'arts de rue en France actuellement, il faut d'abord remonter à leurs origines pour en comprendre l'essence.

Chapitre 1 - La construction des arts de rue comme domaine culturel à part entière

A/ Vision et valeurs des « Arts de rue »

a) Naissance des arts de la rue

- Une vision contestataire

On date l'apparition ou plutôt la formalisation des arts de la rue à partir des années 70. Mais c'est surtout à partir des années 80/90 que les festivals de théâtre de rue fleurissent véritablement un peu partout en France. Bien que les chercheuses Pascale Goetschel et Julie Verlaine donnent un ancrage aux festivals dans l'Angleterre du XVIII^e siècle, ce sont surtout les festivals de musique qui étaient concernés jusque-là.⁶ En France, les spectacles de rue naissent d'une volonté de sortir des murs, de s'émanciper des structures institutionnalisées et élitistes pour reprendre possession de

⁶ « Une histoire des festivals », par Jeanne Menjoulet, avec Pascale Goetschel et Julie Verlaine, co-directrices de l'ouvrage *Une histoire des festivals*, Centre d'Histoire Sociale, mars 2014.
<https://www.youtube.com/watch?v=Z2iFYUfzesg>

la rue. Il y a dans l'apparition de ces manifestations de rue, une volonté revendicatrice de faire reconnaître des arts mineurs, jusque-là méprisés. Anne Gonon dit de l'émergence du théâtre de rue qu'il est une réponse au théâtre en salle, dont les infrastructures ont été bâties depuis le XVI^e siècle, et qui est peu à peu devenu la norme. Le théâtre de rue, alors vu comme transgressif, est pour elle l'« enfant de ce divorce » entre culture populaire et culture cultivée « comme si ces pôles restaient inconciliables ». ⁷ Le théâtre de rue a donc cette valeur intrinsèque contestataire car il se veut révolutionnaire.

- Une reconnaissance des arts « populaires »

Ce débat entre culture d'élite et culture populaire touche particulièrement les arts de rue qui ont longtemps été relayés au stade de divertissement socio-culturel. Il y a donc derrière l'essor des festivals d'art de la rue un véritable besoin de reconnaissance et de légitimation. Ils représentent une véritable lutte entre le théâtre « d'intérieur », sacralisé, et leur pratique artistique qui se veut reconnectée avec l'espace public. Cette rivalité est directement liée à la construction sociale de la culture dont parle Lawrence Levine dans *Culture d'en haut culture d'en bas*. Il y explique comment une élite s'est appropriée des domaines et des œuvres artistiques appartenant à « des publics socialement diversifiés » en les sacralisant, en les muséifiant, en les rendant inaccessibles au grand public par la création d'institutions prestigieuses. ⁸ C'est exactement le processus contraire que les artistes de rue veulent opérer en retournant jouer dans la rue, librement, en rejetant l'institution et en favorisant le rapport direct avec le public. La reconnaissance progressive de la valeur et de la qualité des spectacles d'arts de rue est une revanche sur cette éternelle dichotomie qui rabaisait les arts de la rue.

b) Un Rapport à l'espace et aux gens particulier

- Vers une reconquête de la parole publique

⁷ GONON, Anne. *In Vivo, les figures du spectateur des arts de la rue*. Montpellier L'Entretemps, 2011. page 28

⁸ LEVINE, Lawrence. *Culture d'en haut culture d'en bas*, La découverte, 2010. 4^e de couverture

En effet, le rapport à la rue et aux citoyens est fondamental. Les artistes de rue ont un réel besoin de se reconnecter aux gens, de fédérer un public. Le contact est à la base de l'histoire des spectacles de rue, la proximité qu'ils recherchent relève d'un enjeu social. Le rapport au public est primordial, puisque la rencontre se fait sur son territoire, tous les citoyens sont invités à venir profiter du temps d'échange, de partage, d'amusement et de découverte que proposent les festivals d'arts de rue. L'espace public est un terme qui leur est cher mais qui fait également débat. Selon Thierry Paquot « l'espace public évoque non seulement le lieu du débat politique, (...), mais aussi une pratique démocratique, une forme de communication, de circulation des divers points de vue ».⁹ C'est cette idée de renouer avec le débat public, de créer la rencontre qui anime les artistes de rue et qui s'affirme particulièrement dans les années 80 à travers la création de festivals d'arts de rue comme celui d'Aurillac en 1986 ou celui de Chalon-sur-Saône en 1987. Jean-Marie Songy dira d'ailleurs en préface de l'ouvrage *Aurillac aux limites* : « Aurillac est devenu progressivement avec son festival, le symbole de la libre expression dans l'espace public, un joyau sans limites ! / Nous souhaitons un rendez-vous artistique décoiffant et nous sommes allés dans la rue pour le dire, dire que le théâtre n'est pas inaccessible mais tout simplement nécessaire ».¹⁰

L'investissement de l'espace public est vu par les artistes comme une insurrection contre les politiques culturelles classiques et une prise de pouvoir sur la parole publique. Cette démarche revendicatrice est ce qui fait la particularité des festivals d'arts de rue, qui s'engagent pour une cause politique et sociale plus humaniste. Les arts de la rue ont la volonté de rassembler un large public, de favoriser la cohésion sociale, leur démarche est à l'origine profondément sociologique, idéaliste et militante. Le rôle du théâtre de rue c'est de « poser un certain nombre d'interrogations et de problématiques esthétiques et de vivre bien avec elles, de permettre une véritable rencontre entre les citoyens. Et puis les arts de la rue ont cet

⁹ Paquot Thierry, « Introduction », dans *L'espace public*. Paris, La Découverte, « Repères », 2009, p. 3-9.

URL : <http://www.cairn.info/l-espace-public--9782707154897-page-3.htm>

¹⁰ GUENOUN, Denis. *Aurillac aux limites. Théâtre de rue*, Actes sud, 2005. préface p.12

avantage extraordinaire de débanaliser notre quotidien, d'un seul coup la ville est comme transcendée, elle devient autre chose. »¹¹

- L'ancrage territorial du festival

Dans ce but, les organisateurs de festivals vont chercher à trouver le lieu idéal pour la rencontre. Le choix du site pour un festival d'art de rue est déterminant. Il est souvent implanté au cœur du centre-ville historique par souci d'accessibilité et de rassemblement du plus grand nombre de personnes possible. Mais les acteurs culturels cherchent aussi un lieu singulier ou atypique par son caractère culturel. Les lieux patrimoniaux sont en effet très prisés comme c'est le cas au festival d'Avignon, implanté au cœur de la cité des papes, ou aux Chorégies d'Orange qui se déroulent dans le théâtre antique. En effet, la situation de plein air de ces festivals de rue impose des contraintes et des restrictions de moyens importants qui ne sont pas les mêmes dans des théâtres fermés, ils sont aussi soumis à la météorologie. C'est pourquoi la recherche du lieu est si importante. L'ancrage du festival ne se fait pas au hasard et doit correspondre aux attentes du public local et s'adapter au territoire.¹²

S'approprier l'espace est une condition et un enjeu majeur, l'occupation de lieux moins centraux comme des quartiers de banlieue ou des friches est aussi le moyen de laisser s'exprimer un art marginal comme nous l'expliquent Pascale Goetschel et Julie Verlaine dans leur vidéo-conférence « Une histoire des festivals ». ¹² Les festivals d'arts de la rue sont intimement liés à l'espace, aux lieux sur lesquels ils s'implantent et à leur population. Il y a une véritable volonté d'aller à la recherche d'un public qui ne rentrerait pas dans une salle de spectacle en temps normal. Par son attrait festif mais aussi multiforme, le festival rend légitimes un certain nombre d'arts considérés jusque-là comme mineurs et leur offre une scène, une visibilité.

c) Une idéologie contraire à la rentabilité

- La question de la gratuité

¹¹ Pierre Layac directeur artistique Chalon dans la rue 2016 « La rue un théâtre à 360° - documentaire » : https://www.youtube.com/watch?v=co_S4zHdfIU (5min15)

¹² « Une histoire des festivals » <https://www.youtube.com/watch?v=Z2iFYUfzesg>

Dans leur élan humaniste et social, les pionniers des festivals d'arts de rue n'envisageaient pas leur démarche créatrice dans un but lucratif, mais un partage et le libre accès à l'art et la culture. Lorsque Jean-Marie Songy évoque l'émergence du théâtre de rue, il dit : C'était un « genre renouvelé [qui] méritait une attention particulière et le théâtre gratuit revenait au goût du jour en représentant une force d'avenir dans les politiques publiques de rapprochement entre l'art et les citoyens. »¹³

Bien que les choses aient beaucoup évolué depuis ce temps-là, la gratuité était tout de même, à l'origine, une valeur essentielle pour les artistes de rue. Art de rue rime encore aujourd'hui souvent avec gratuité mais parfois, pour certains spectacles plus intimistes ou sophistiqués par exemple, une contrepartie financière peut être demandée et représente un gage de la qualité du spectacle. « Parler des arts de la rue signifie souvent spectacles gratuits. Parler d'argent peut être un sujet qui fâche. Parler d'art renvoie à la gratuité du geste. Parler valeur de l'art paraît impossible ou indécent ». ¹⁴ Dans l'ouvrage *La relation au public dans les arts de la rue*, issu du colloque « Arts de la rue : quels publics ? » qui s'est tenu en novembre 2005 à Sotteville-lès-Rouen, le dramaturge, auteur et philosophe Jean-Louis Sagot-Duvaurox explique : « Au départ, la gratuité est consubstantielle à un acte artistique qui se revendique comme politique, à des spectacles qui sont aussi des manifestes par rapport au théâtre en salle et par rapport à l'espace public. La gratuité est alors présentée comme un moyen de sortir des codes et des castes de la salle. »¹⁴ Mais depuis, la situation des arts de rue ayant beaucoup changé, tant sur le plan de la reconnaissance que sur le plan financier, cette idéologie première peut être remise en cause. La gratuité est surtout le moyen d'assurer l'accessibilité pour tous les citoyens quelle que soit leur classe sociale, et de promouvoir un espace public libre d'accès.

- Une aversion pour le monde entrepreneurial

Dans *Art de la rue, une logique à double jeu*, l'auteure Hee-Kyung Lee explique que la rue « s'oppose à l'art légitime, autoritaire et commercial, en trouvant les publics au sein des "gens" présents et en intégrant les événements actuels dans la création.

¹³ GUENOUN, Denis. *Aurillac aux limites. Théâtre de rue*, Actes sud, 2005. préface p.11

¹⁴ *La relation au public dans les arts de la rue*, ouvrage collectif coordonné par Anne Gonon, L'Entretemps, 2006. pages.52/53

»¹⁵ En effet, contradictoire avec l'art institutionnel mais aussi avec les logiques commerciales de profit, les festivals d'arts de rue semblent véhiculer l'idée reçue selon laquelle art et finance ne font pas bon ménage. Des études récentes, (et notamment le rapport Hearn de 2014 commandité par le ministère de la culture et de la communication), montrent que l'idée d'une rupture entre le secteur culturel et le monde de l'entrepreneuriat n'est aujourd'hui pas encore tout à fait dépassée. Le rapport de Steven Hearn et Olivier Saby sur le développement de l'entrepreneuriat culturel en France répond à une alerte de la ministre de la culture. En effet, des préjugés demeurent selon lesquels culture et entrepreneur véhiculent des valeurs opposées, contradictoires et incompatibles. Les acteurs culturels restent mal (in)formés sur les pratiques d'entrepreneuriat culturel et manquent de compétences techniques.

« Si le contenu de leur projet les passionne, les entrepreneurs culturels, souvent presque autodidactes, estiment n'avoir pas les connaissances ou les moyens de le mettre en œuvre, surtout au stade de l'amorçage. La structuration est hasardeuse et commence encore trop souvent par la constitution d'une association, en raison d'un manque de réflexion et de connaissance, et sans doute sous influence de l'approche française, publique, de ce secteur. »¹⁶

Si la finance n'est en effet pas le domaine de prédilection des festivals d'arts de rue, la situation économique actuelle remet toutefois cette idée en doute. Le rapport Hearn montre bien que l'entrepreneuriat culturel est prometteur pour l'avenir. Sans toutefois basculer dans le marchandage commercial des spectacles, de nouvelles économies d'organisation sont possibles.

De plus, la question du mécénat d'entreprise et des fonds privés continue de poser un problème éthique aux acteurs des festivals d'arts de rue. Ici encore le monde de l'entreprise ne colle pas bien avec les valeurs de la culture et de l'art. Cette réticence pour le mécénat m'a été confirmée lorsque j'ai fait la rencontre de Pierre

¹⁵ « La rue des arts », article de Christian RUBY, Analyse de l'ouvrage *Art de la rue, une logique à double jeu*, de l'auteure Hee-Kyung Lee, 29/05/2014, Slate <http://www.slate.fr/tribune/87421/nf-la-rue-des-arts>

¹⁶ Rapport Hearn p.5: <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/144000364.pdf>

Boisson, directeur du festival d'arts de rue ARTO à Ramonville (Toulouse). Au cours de notre entretien le premier juin dernier à Toulouse, il a évoqué sa méfiance envers ce genre de financement car il craint une perte d'autonomie et de liberté dans le choix de la programmation artistique. Le problème du mécénat, selon lui, c'est le « risque de l'effet d'aubaine », c'est-à-dire la création de partenariats pour des centres d'intérêts de rentabilité. L'appât du bénéfice peut conduire à conclure des partenariats intéressés qui manquent de « sincérité » pour lui.¹⁷

Malgré cette réticence pour l'argent et l'entrepreneuriat, la pérennisation de la situation des festivals d'arts de rue en France a été possible grâce à leur développement économique. Devenus des événements incontournables pour les municipalités, ils se sont peu à peu installés de droit dans le paysage culturel, politique et social français. C'est leur rayonnement économique et social qui en a fait de véritables enjeux pour les politiques locales et qui a encouragé ces dernières à les soutenir.

B/ Les arts de rue comme valeur économique

Avec le temps, les arts de la rue se sont peu à peu structurés en activité économique. Leur succès grandissant à la fin du XX^e siècle et au début du XXI^e a permis l'émergence d'un florilège de festivals devenus essentiels aussi bien pour l'activité des villes que pour leur visibilité sur le territoire national.

a) Les retombées économiques de l'activité festival

- La reconnaissance d'un nouveau marché économique

L'intérêt économique des festivals d'art de rue est rapidement devenu une évidence pour les collectivités territoriales. Malgré la non-miscibilité des domaines artistiques et des logiques commerciales dont nous parlions précédemment, les arts de rue vont progressivement se constituer en marché. Ce processus est graduel et lent. En

¹⁷ Entretien du 01/06/2017 – Centre culturel de Bellegarde – Toulouse.

2014, le rapport Hearn préconisait encore de reconnaître la valeur économique du secteur culturel, comme en témoigne le paragraphe suivant qui en est extrait :

Recommandations : sortir de la spirale anti-économique

Pour la première fois en France, l'entreprise du secteur culturel doit être reconnue comme un acteur économique à part entière, qui galvanise notamment la création artistique, l'innovation, l'emploi et l'attractivité du territoire. Parmi les autres acteurs du secteur dont elle renforce la diversité, elle permet d'articuler créativité et efficacité économique.¹⁸

Au XXI^e siècle, la culture ne peut définitivement plus être considérée en dehors de toute logique marchande, elle doit être envisagée comme une économie nouvelle et une potentielle source de rentabilité. Les bénéfices financiers pour les villes organisatrices de festivals sont indéniables. Bien que les festivals d'arts de rue aient toujours souffert d'un manque de moyens important, les collectivités territoriales se sont vite rendu compte des avantages à avoir un festival sur leur territoire. Bien que les retombées économiques soient difficiles à chiffrer précisément, leur utilité n'est plus à prouver. Le festival donne une dynamique à la ville qui lui apporte développement et rayonnement. De plus, cette nouvelle activité attire également le tourisme et favorise le commerce.

- Les bénéficiaires de cette nouvelle activité culturelle

Tout le monde profite de l'essor de toutes ces nouvelles manifestations estivales dans les rues, ce qui explique leur succès. En plus de créer du dynamisme dans la ville et d'apporter festivité, distraction et bonheur à ses habitants, le festival attire surtout beaucoup de monde. Que ce soit les artistes, les organisateurs ou les touristes et amateurs d'arts de rue, la ville se remplit d'une masse de potentiels consommateurs pendant les quelques jours de la manifestation. Et qui dit public nombreux dit nombreuses réservations de chambres d'hôtel, besoins accrus en transports, restaurants et commerces très sollicités, et activité économique en flèche.

¹⁸ Rapport Hearn p.6 : <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/144000364.pdf>

Par exemple, à Aurillac, la population triple pendant les quelques jours du festival, et son directeur, Jean-Marie Songy estime que « chaque euro investi dans le festival rapporte quatre euros à l'économie locale ». « À Aurillac, les bars-restaurants réalisent en moyenne près de 30% à 40% de leur chiffre d'affaires annuel en moins d'une semaine ».¹⁹ Comme on peut le voir dans une étude sur l'impact économique du festival d'Aurillac, le montant des retombées directes de l'événement s'élève à deux millions d'euros.²⁰ Cette étude détaille le nombre de personnes étrangères à la ville venues sur le festival avec le nombre de repas qu'elles ont consommés et le nombre de chambres d'hôtel réservées. À Avignon, les « retombées économiques sur la ville [sont] estimées à 23 millions d'euros, sans compter la contribution du festival off. »²¹

Ces chiffres de bénéfices élevés ont de quoi faire rêver mais concernent uniquement les plus gros festivals d'arts de rue déjà bien ancrés dans le paysage culturel français, et qui attirent chaque année une foule immense, toujours plus grande. Mais à des échelles plus petites, les événements locaux attirent aussi beaucoup de monde et ont les mêmes répercussions, à plus petite échelle, comme en témoigne un rapport du Languedoc-Roussillon sur les festivals d'été en Pays cœur d'Hérault de 2009. Celui-ci estime les retombées économiques primaires de tous les festivals d'été de la région à 2 572 553€, et conclut son étude en disant : « En comparaison avec les budgets consacrés, on peut estimer que pour 1€ dépensé par les organisateurs, 3,85€ profitent à l'économie locale. »²²

Ces bénéfices directs sont le fruit de l'activité économique suscitée par les organisateurs de la manifestation (réservation des transports et hôtels pour les artistes par exemple) et les dépenses des festivaliers présents (billetterie, restauration, hébergement, tourisme, souvenirs etc.). Mais il y a aussi ce qu'on appelle les retombées secondaires ou "effets indirects" qui découlent de la manifestation. Comme expliqué dans le schéma en Annexe 14 issu de l'étude du Pays cœur d'Hérault,

¹⁹ <http://www.lefigaro.fr/conjoncture/2011/07/12/04016-20110712ARTFIG00654-ces-festivals-qui-dopent-l-economie-locale.php>

²⁰ <http://pro.auvergne-tourisme.info/docs/475-1-etude-sur-l-impact-economique-du-festival-d-aurillac.pdf>

²¹ <http://www.lefigaro.fr/conjoncture/2011/07/12/04016-20110712ARTFIG00654-ces-festivals-qui-dopent-l-economie-locale.php>

²² Étude, page 50 http://coeur-herault.fr/sites/default/files//field/pdf/rapport_festivals.pdf

ces « retombées induites » par le festival sont les emplois créés à l'année pour assurer le bon fonctionnement de la manifestation ou les emplois relatifs à l'activité commerciale. De plus, l'attractivité touristique et la notoriété qu'acquiert un territoire grâce à son festival sont un bénéfice indirect incalculable mais considérable pour les collectivités locales.

b) Le festival, une reconnaissance locale à l'échelle nationale

- La place centrale des municipalités

En effet, le phénomène qu'on a pu observer avec la prolifération des festivals d'arts de rue, est l'intérêt non seulement économique mais aussi la reconnaissance pour les territoires. Avoir son festival permet d'avoir une certaine visibilité à l'échelle locale ou régionale, voire nationale et internationale pour les plus gros événements culturels. La notoriété acquise par les organismes ou les associations organisatrices de l'événement permettent de faire la promotion de leur ville, espace ou région.

Le festival est donc un bon faire-valoir pour certains territoires reculés car il permet de faire venir du public et ainsi, de faire découvrir la richesse, le patrimoine, ou la culture d'un endroit méconnu. Dans la préface d'*Aurillac aux limites*, Jean-Marie Songy évoque comment, grâce à « une politique culturelle ambitieuse » les mots « théâtre de rue » se sont inscrits dans « le calendrier des festivals internationaux et, du même coup, les régions du Cantal et de l'Auvergne sur une carte. »²³

Le rôle des municipalités et des conseils régionaux est fondamental dans l'émergence des arts de rue en tant qu'événement. La question de la visibilité de leur territoire à l'échelle nationale est la motivation première qui les a poussés à s'engager financièrement dans l'organisation de festivals. Ce type d'événement populaire, gratuit, festif et, depuis peu, culturellement prestigieux et reconnu, offre aux collectivités territoriales une vitrine touristique attrayante. Mais c'est aussi une publicité non négligeable pour attirer de nouvelles entreprises sur leur territoire qui se retrouve dynamisé par cette nouvelle activité festival. En effet, comme le confirme

²³ GUENOUN, Denis. *Aurillac aux limites*. Théâtre de rue, Actes sud, 2005. préface p.12

Elena Dapporto dans le chapitre IV de son livre *Les arts de la rue : Portrait économique d'un secteur en pleine effervescence* :

« Historiquement, les villes ont joué un rôle prépondérant dans la fondation des festivals de spectacles de rue. Pour 44% des manifestations recensées par l'enquête, la municipalité a directement pris l'initiative de cette création. Mais il faut ajouter les festivals fondés par des organismes qui dépendent directement de la ville (comité des fêtes, office du tourisme, syndicats intercommunaux...). On atteint alors un pourcentage de 56% de manifestations à l'initiative desquelles on retrouve la municipalité. »²⁴

Selon Christian Ruby qui cite Hee-Kyung Lee dans son article « La rue des arts » : « Pour les années 1990, l'auteure remarque que parmi les 89 festivals de rue créés et recensés par HorsLesMurs, 38 sont organisés par les municipalités, et 14 par des associations locales soutenues par des villes. 3 Scènes nationales organisent des festivals de rue. Les autres marchés sont organisés par les offices de tourisme, les MJC, les compagnies du théâtre de rue, les centres culturels. »²⁵ Cela montre bien le rôle central des municipalités dans l'organisation des festivals d'arts de rue. Si cet investissement est généralisé, c'est qu'elles ont un intérêt majeur à voir se développer de tels événements sur leur territoire.

- Les festivals d'arts de rue comme nouveau patrimoine touristique

La renommée engendrée par les festivals est un moyen formidable de faire connaître de nouvelles zones géographiques en France et ainsi, d'attirer les touristes là où, à priori, ils n'avaient pas d'intérêt à partir en vacances. La reconnaissance est certes un prestige gratifiant pour la municipalité, elle permet d'être connue et de favoriser le développement, mais c'est aussi un moyen de promouvoir son territoire. Le festival d'art de rue, comme tous les autres festivals en France, demeure un événement principalement estival. En effet, il est presque toujours associé à la saison d'été, ce qui revient à dire, la saison touristique. En effet, Luc Benito montre qu'il y a une « corrélation » importante entre « festival » et « vacances ». Selon son ouvrage sur les festivals en France, 66% des festivals ont lieu en été, 14% en automne, 7% en

²⁴ Elena Dapporto, Dominique Sagot-Duvaurox, Chapitre IV. Les festivals, un segment de marché restreint mais stratégique, Ministère de la Culture - DEPS « Les arts de la rue », 2000, p. 193

²⁵ « La rue des arts », article de Christian RUBY, Analyse de l'ouvrage *Art de la rue, une logique à double jeu*, de l'auteure Hee-Kyung Lee, 29/05/2014, Slate: <http://www.slate.fr/tribune/87421/nf-la-rue-des-arts>

hiver et 13% au printemps.²⁶ Ceci illustre bien la logique économique dans laquelle se placent les festivals au XXI^e siècle. Le festival est devenu un argument commercial pour attirer les touristes. Un événement immatériel peut être « visitable » au même titre qu'un monument édifiant ou un patrimoine naturel attractif. Cette approche du festival révolutionne les petites municipalités dans le sens où elle leur offre un nouveau secteur d'activité rentable.

Trois zones géographiques se distinguent particulièrement dans le développement des festivals d'arts de rue : La région parisienne, Le sud de la France avec la région Rhône-Alpes et Midi- Pyrénées, et l'Ouest de la France avec les pays de la Loire, la Bretagne et le Poitou-Charentes selon Elena Dapporto.²⁷ Cette dernière souligne aussi la grande présence des petites villes dans l'organisation des festivals d'arts de rue. En effet, 27% des villes comptent moins de 5 000 habitants, 22% ont entre 5 000 et 25 000 habitants et 22% ont entre 25 000 et 50 000 habitants, soit 71% de villes en dessous des 50 000 habitants.²⁸ Ces manifestations culturelles sont le moyen pour ces petites villes d'être plus attractives sans toutefois investir des moyens trop élevés comme le voudrait une structure permanente à l'année comme un théâtre ou une salle de spectacle. Le festival représente un coût moindre mais qui a une portée et une visibilité beaucoup plus grande dans les médias. La répercussion médiatique est en effet, la récompense la plus gratifiante et efficace pour ces territoires isolés et méconnus.

« L'émergence des arts de la rue a été portée par l'éclosion des festivals, notamment en termes d'adhésion populaire et de retentissement médiatique. La presse nationale n'hésite plus à qualifier le phénomène de véritable engouement et à s'y intéresser de près. Les grandes manifestations attirent des dizaines de milliers de personnes et le pays entier est parsemé de fêtes en tout genre où les spectacles de rue tiennent le haut du pavé. »²⁹

²⁶ BENITO, Luc. *Les festivals en France. Marchés, enjeux et alchimie*, Collection Gestion de la culture, L'Harmattan, 2001- p.10

²⁷ Elena Dapporto, Dominique Sagot-Duvaurox, Chapitre IV. Les festivals, un segment de marché restreint mais stratégique, Ministère de la Culture - DEPS « Les arts de la rue », 2000, p. 196

²⁸ Ibid p.198

²⁹ Ibid p. 185

L'enjeu est donc de taille pour le rayonnement national des villes et c'est pourquoi les années 90 voient l'émergence de tant de festivals d'arts de rue. C'est une course à la notoriété pour essayer de se démarquer et créer un événement original qui attirera, mais dans cette course effrénée, certains festivals ont perdu l'essence des arts de la rue. Le problème de la quantité au détriment de la qualité se pose du fait de cette marchandisation des spectacles de rue.

c) Une marchandisation du spectacle de rue

- Le festival en tant qu'activité

En considérant les festivals d'arts de rue comme une activité économique, plusieurs critères essentiels émergent qui sont définis par Luc Benito dans le second chapitre de son ouvrage *Les festivals en France*, intitulé « Diagnostic de l'activité festival ». Il les résume en cinq caractéristiques économiques primordiales :

- Le festival est un « service », c'est un bien consommable, une prestation, bien qu'il soit immatériel. (À ce titre, on peut donc acheter une prestation).
- Le festival a une caractéristique culturelle marchande et non marchande.
- Il a une fonction de diffusion des œuvres artistiques.
- Il est un événement ponctuel et éphémère qui vient compléter les équipements permanents mais qui ne peut les substituer.
- Enfin, la dernière caractéristique du festival est qu'il est périodique, et donc qu'il est récurrent et qu'il est destiné à se renouveler à des fréquences variables.³⁰

Ainsi définis, les festivals sont des vecteurs de développement artistique, culturel et sociaux. Ils apportent des capitaux nouveaux, de l'emploi et de l'activité pour tous les secteurs de la ville. C'est toute une économie qui se structure autour de l'événement, tant pour l'organisation, pour le financement, l'accueil des artistes, que pour les programmateurs et les acteurs culturels qui font le tour des manifestations culturelles de France pour dénicher les nouveaux talents et faire connaître des arts

³⁰ BENITO, Luc. *Les festivals en France. Marchés, enjeux et alchimie*, Collection Gestion de la culture, L'Harmattan, 2001- p.67

émergents ou méconnus. On voit ainsi naître un marché des arts de rue, comme il y a un marché des festivals de musique où les programmeurs et les artistes font l'achat et la vente de spectacles.

- Le festival en tant que produit

Du fait de cette marchandisation des spectacles de rue, le risque de considérer les arts de rue comme des produits rentables plus que comme un moment de partage public menace ce secteur si particulier. La volonté de chaque petite commune ou de chaque village d'avoir son événement local dans un but d'attractivité touristique, fait de l'événement festival une simple marchandise qui se consomme et se vend. Le festival, au lieu d'être perçu comme un moment de partage et de découverte artistique est plus un argument de promotion, un simple objet de consommation pour le public.

En réponse à cette tendance de commercialisation de masse qui touche plus largement le secteur culturel français, « les principales organisations du spectacle vivant subventionné ont décidé de s'unir [...] pour peser face à la lente dérive en faveur d'une marchandisation de la culture », selon le titre d'un article de L'Express datant du 20 mai dernier. L'article nous apprend qu'une fédération nommée USEP-SV regroupant quatre grandes organisations de plus de 800 adhérents s'est formée dans le but d'obtenir plus de soutien de la part du gouvernement pour garder la culture publique et préserver ce privilège républicain et démocratique que les arts de rue prônent et véhiculent.³¹

Cette progressive commercialisation observée pour les festivals d'art de rue est le résultat d'une tendance d'industrialisation de masse qui touche la totalité du secteur culturel. Mais, en parallèle on constate aussi de gros progrès avec le début de l'institutionnalisation des arts de la rue, qui à l'origine étaient méprisés et ignorés par le gouvernement. Le profit économique qu'ils ont suscité à la fin du siècle dernier et le développement de l'activité culturelle autour des arts de rue se sont accompagnés

³¹ « Le spectacle vivant s'unit face à la "marchandisation de la culture", auteur inconnu, L'Express, le 20/04/17 : http://www.lexpress.fr/actualites/1/culture/le-spectacle-vivant-s-unit-face-a-la-marchandisation-de-la-culture_1900786.html

d'une formalisation de ce secteur avec l'apparition d'une législation et d'organismes officiels soutenus par le ministère de la culture.

C/ Les arts de rue : Histoire d'une institutionnalisation progressive et tardive

« C'est [...] dans le dernier quart du siècle qui s'achève que « les arts de la rue » ont acquis – conquis plutôt – la dimension d'un phénomène social et culturel de grande ampleur, que la politique culturelle publique ne peut plus ignorer. »³²

a) Le « phénomène festival »

- L'accompagnement par les pouvoirs publics

La multiplication et la prospérité des festivals d'arts de rue en France passent par leur progressive reconnaissance au sein du ministère de la culture et de la communication. À partir de là commence l'institutionnalisation des structures organisatrices d'arts de rue et leur subventionnement qui a favorisé leur développement. Le « phénomène festival » comme l'appelle Luc Benito prend ses racines dans les années 80 quand, sous le ministère de Jack Lang, la politique de décentralisation opère ses premiers effets. À cette période, le budget de la culture est multiplié par deux et les termes de "démocratisation culturelle" font leur apparition. C'est sous le ministère Lang que l'idée même d'une politique culturelle se popularise. Cette effervescence de moyens et d'attention investis dans le secteur culturel entraînent une sur-médiatisation importante des objets artistiques et culturels en France et redynamisent l'intérêt des français pour les activités culturelles. Ce moment de grande innovation au sein des pouvoirs publics permet aussi la légitimation d'arts considérés comme mineurs, comme les arts de rue. Jack Lang aura en effet à cœur de développer le spectacle vivant et les infrastructures locales pour favoriser l'accès de tous à la culture. Cette avancée considérable des années 80 provient donc d'une volonté gouvernementale de développer le secteur culturel et de coordonner sa professionnalisation. Réduire les inégalités géographiques pour approcher la

³² Jean-Michel Guy, Préface, Ministère de la Culture - DEPS « Les arts de la rue », 2000, p. 9

démocratisation culturelle n'est possible que par une gestion locale des offres culturelles.

En ce sens, les festivals d'arts de rue remplissent cette mission de démocratisation par leur caractère exceptionnel, peu coûteux et diversifié en termes de propositions artistiques. Pour toutes les raisons que nous avons citées dans la première partie « vision et valeurs des arts de rue » ils sont à la fois populaires et artistiquement originaux. Ce contexte politique particulier voit donc logiquement l'émergence de nombreux festivals d'art de rue dans les provinces françaises. Luc Benito identifie quatre générations de festivals qu'il date selon leur apparition : les premiers sont ceux dédiés aux « beaux-arts » pour valoriser la culture classique comme la musique ou la peinture, ensuite viennent les festivals de « promotion artistique » destinés à faire-valoir des talents, à les diffuser à travers la France et les faire connaître au grand public. Les années 70 voient apparaître les festivals qui ont pour but le « tourisme et la communication » pour faire vivre l'économie de territoires isolés comme nous l'évoquions précédemment. Et enfin, les années 80, du fait de la décentralisation et de la visée sociale de la politique culturelle en place, sont la période des festivals à visée d' « animation locale ».³³

Ces quatre générations de festivals montrent l'intérêt artistique, social et économique qu'ils peuvent apporter aux villes. Quelle que soit la motivation de leur création, les festivals d'arts de rue naissent sous l'impulsion d'une politique favorable à leur développement et grâce aux fonds engagés par le gouvernement.

- Quantification des événements d'art de rue

Grâce aux dispositifs mis en place par les pouvoirs publics, l'association « HorsLesMurs » (que nous décrirons plus bas), estime que « plus de 200 spectacles de rue sont créés chaque année. Après une forte augmentation entre 1998 et 2000, le nombre annuel de créations a tendance à se stabiliser, voire à baisser légèrement ».³⁴ Cette étude, trouvée dans la présentation de Renaud Donnedieu de Vabres (ministre

³³ BENITO, Luc. *Les festivals en France. Marchés, enjeux et alchimie*, Collection Gestion de la culture, L'Harmattan, 2001. Chap. 2, p.37-45

³⁴ « Le temps des arts de la rue », p.18/19, Présentation par Mr Donnedieu de Vabres ministre de la culture et de la communication, 2 février 2005 : <http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/dossiers-presse/dpartsdelarue.pdf>

de la culture et de la communication en 2005), ne donne pas directement de tableau démontrant l'explosion du nombre de festivals d'art de rue entre 1990 et 2004, mais révèle l'augmentation du nombre de compagnies de rue en France entre 1990 et 2004. Ainsi, leur nombre est passé de 399 en 1990 à 868 en 2004.³⁶

Dans ce document intitulé « Le Temps des arts de la rue » par le ministre, on peut observer la répartition entre les différentes disciplines proposées par les compagnies d'arts de rue, qui révèle que le théâtre, les musiques de rue ou les arts du cirque sont largement plus représentés que les autres disciplines (magie, marionnettes ou spectacles pyrotechniques par exemple).

Si l'on étudie à présent le travail de Luc Benito sur *Les festivals en France*, on peut comparer sa propre « Répartition des festivals par disciplines artistiques » avec celle de Monsieur Donnedieu de Vabres. (Cf Annexe 15 - Graphique 1 Luc Benito) Le graphique de Luc Benito confirme la prépondérance des festivals de musiques (31%) et de théâtre (12%), mais souligne aussi la part belle faite aux festivals dits de « variété » (11%) et pluridisciplinaires (13%). On remarque également à travers son graphique 2 : « répartition des festivals selon leur durée », que la majorité des festivals s'étendent sur une durée de moins de huit jours (soit 37%), 24% ont lieu entre 8 et 14 jours, et seulement 19% durent plus de 29 jours. (Cf Annexe 16) Cela confirme le caractère exceptionnel et éphémère de la plupart des festivals d'art de rue, mais aussi, quelque part, le manque de moyens dont ils souffrent pour se développer sur une période plus longue.

La présentation de monsieur Donnedieu de Vabres de février 2005, montre également la nette augmentation des crédits du ministère de la culture alloués aux arts de rue entre 2000 et 2003. Entre le nombre de compagnies conventionnées, les aides à la création, les institutions financées etc., le budget des arts de rue a augmenté de plus d'un million d'euros en l'espace de trois ans (5 145 764€ en 2000, contre 6 555 198€ en 2003).³⁵

b) La structuration institutionnelle

³⁵ « Le temps des arts de la rue », p.18/19, Présentation par Mr Donnedieu de Vabres ministre de la culture et de la communication, 2 février 2005 : <http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/dossiers-presse/dpartsdelarue.pdf>

- Premières consolidations des institutions culturelles à la fin du XX^e siècle

Ce soutien politique se manifeste également par la création d'une multitude de structures et d'organismes culturels nouveaux destinés à institutionnaliser et professionnaliser les arts de rue jusque-là considérés comme des arts mineurs. Cette politique d'institutionnalisation marque le passage définitif des arts de la rue d'une pratique culturelle controversée à une pratique culturelle légitime.

Le premier plan d'intervention en faveur des arts de la rue est proposé en 1994 par le ministre de la culture et de la communication de l'époque, Jacques Toubon. Il prévoit la création de « HorsLesMurs », « centre de ressources national pour les arts de la rue et les arts du cirque [qui] œuvre pour la reconnaissance, le développement et la structuration de ces secteurs au niveau national et international ».³⁶ L'organisme « Lieux Publics » est également reconnu comme le premier Centre National de la création des Arts de Rue en France et s'installe à Marseille. « Dans ce paysage, le Centre national de création des arts de la rue, Lieux Publics, à Marseille, occupe une place particulière. Fondé en 1983 par Michel Crespin, Lieux Publics a été le premier centre consacré à la création pour ce secteur. »³⁷

Le ministère de la culture s'appuie également sur les institutions pionnières des arts de la rue comme l'AFAA (Association française d'action artistique) existant depuis 1922, et l'ONDA (Office national de diffusion artistique) créée en 1975. Leurs missions, enrichies par cette impulsion gouvernementale, se complexifient et se coordonnent à une échelle nationale et internationale. En 2002, l'ONDA a engagé 111 230 euros de garanties financières pour les arts de la rue, et 144 800 euros en 2004.³⁸

« Au début des années 90, les arts de la rue connaissent un véritable essor marqué par les festivals et par un nombre croissant de compagnies, l'offre et la demande se stimulant mutuellement. Il était nécessaire d'intervenir pour que ce florilège de propositions ne soit pas qu'un phénomène de mode, inconstant ou pire encore éphémère. Il fallait, au contraire,

³⁶ « Le temps des arts de la rue », p.4 et 23, Présentation par Mr Donnedieu de Vabres ministre de la culture et de la communication, 2 février 2005 : <http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/dossiers-presse/dpartsdelarue.pdf>

³⁷ Ibid p.2

³⁸ Ibid p.27 à 30

l'enraciner dans le paysage artistique et lui offrir davantage de structures lui permettant de se développer durablement. »³⁹ Renaud Donnedieu de Vabres,
Ministre de la culture et de la communication

C'est ainsi que, l'institutionnalisation se poursuit. En 1997 est créée la « Fédération des arts de la rue », association à but non lucratif dont l'enjeu est la mise en commun et le partage d'idées et de compétences autour des arts de la rue.⁴⁰ Une deuxième vague d'intervention ministérielle s'opère en 1999 qui permet de débloquent de larges moyens pour aider à la création et la diffusion de spectacles d'art de rue, et développer des résidences partout en France. En parallèle, des lieux de fabrication se multiplient pour aider à la création de spectacles de rue dont le fameux « Atelier 231 » à Sotteville-lès-Rouen, « Le Fourneau » à Brest, « l'Abattoir » à Chalon-sur-Saône, et le « Parapluie » à Aurillac, sans oublier « l'Avant-Scène » à Cognac, scène conventionnée pour les arts de la rue et les arts du cirque.⁴¹

- L'institutionnalisation des arts de rue au XXI^e siècle

Les années 2000 voient encore plusieurs innovations encourageant la professionnalisation des arts de rue. Par exemple, « Le temps des arts de la rue » dont parle le ministre Renaud Donnedieu de Vabres a pour but de renforcer l'ancrage des arts de la rue en France, d'identifier de nouveaux lieux de production, de consolider les équipes artistiques, et d'ouvrir les arts de rue à l'étranger.⁴¹ De plus, ce projet voit naître la création de « la FAI AR » (formation avancée et itinérante des arts de la rue) à Marseille, première école supérieure consacrée à la formation des artistes et créateurs de spectacles de rue.³⁹ Marseille est en effet un véritable pôle d'innovation pour les arts de rue, elle voit émerger « La cité des arts de la rue » sous l'impulsion de « Lieux Publics » et en partenariat avec la « FAI AR ». Cette nouvelle infrastructure a pour vocation de devenir un « laboratoire scénique de création en espace public, ouvert sur

³⁹ « Le temps des arts de la rue », p.3, Présentation par Mr Donnedieu de Vabres ministre de la culture et de la communication, 2 février 2005 : <http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/dossiers-presse/dpartsdelarue.pdf>

⁴⁰ Ibid p.26

⁴¹ Ibid p.8/9

la ville et ses populations. Cet espace aménagé par et pour les citoyens est un vaste territoire d'expérimentation et de développement [...] »⁴²

Au total, en 2004, « Le montant global des crédits du ministère de la culture pour les arts de la rue s'établit [...] à 6,5 millions d'euros. »⁴³ Le but de cette politique culturelle du ministère de la culture et de la communication est d'orchestrer le passage des arts de rue d'une organisation précaire à une organisation professionnelle, structurée et administrée nationalement. Les arts de rue ont en effet beaucoup de retard par rapport à tous les autres secteurs culturels comme les beaux-arts, le patrimoine ou le théâtre par exemple, déjà soutenu et subventionné depuis la « décennie Malraux » dans les années 60. Ce processus d'institutionnalisation tardive des arts de rue est en effet le moyen de les faire définitivement accepter dans le paysage culturel français et de favoriser leur essor et leur succès. Après les nombreuses apparitions de festivals d'arts de rue, les structures de créations se multiplient et on compte aujourd'hui treize CNAR en France.

Depuis le 20 juin 2016, le Centre national du Théâtre (CnT) et HorsLesMurs ont fusionné pour devenir ARTCENA, centre national du cirque, de la rue et du théâtre. Ce nouvel organisme a pour fonction aussi bien d'accompagner les professionnels du secteur, que de renseigner le public sur ses activités. Ses trois missions principales sont : « Le partage des connaissances par la création d'un portail numérique » actuellement en cours de maintenance, « l'accompagnement des professionnels, par l'apport de conseils et de formations », et enfin « le soutien au rayonnement des arts du cirque de la rue et du théâtre, par différents dispositifs favorisant la promotion, la créativité et le développement international ». La plateforme numérique de cette ressource clé pour les arts de rue étant actuellement en construction, il est difficile de trouver des données précises sur le spectacle vivant. La mise en ligne de cette ressource d'information est prévue d'ici la fin de l'année 2017, elle donnera à voir

⁴² « Le temps des arts de la rue », p.4 et 23, Présentation par Mr Donnedieu de Vabres ministre de la culture et de la communication, 2 février 2005 : <http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/dossiers-presse/dpartsdelarue.pdf>. p.10

⁴³ Ibid p.4

toutes les études et dossiers collectés par le Cnt et HorsLesMurs depuis les dernières décennies.⁴⁴

Les arts de rue se constituent progressivement comme un secteur artistique à part entière, légitimement reconnu par le gouvernement, la presse et le public. Mais c'est un secteur qui demeure en continuelle évolution et qui peine à trouver une échappatoire dans le contexte financier actuel.

c) Limites et paradoxes du développement des arts de rue en France

Cette nouvelle situation des arts de rue en tant que domaine culturel reconnu a, quelque part, dénaturé la valeur première des artistes de rue. La formation institutionnelle des arts de rue a apporté beaucoup de moyens mais a aussi emprisonné les artistes dans un modèle économique fixé par le gouvernement. Certains ont même regretté et désapprouvé cette institutionnalisation. Les arts de rue auraient-ils perdus leur valeur populaire et auraient-ils finalement subi une "élitisation" comme le théâtre en salle ?

Ce qui peut être constaté aujourd'hui, c'est que les arts de rue sont toujours aussi hétérogènes que multiples et qu'aucune généralité ne peut être faite sur l'ensemble des festivals d'arts de rue. Chacun fonctionne à son échelle de grandeur et l'appellation même des « Arts de la rue » est discutable.

- Les Inégalités entre structures

Le développement des infrastructures culturelles en France ne se fait pas vraiment équitablement. Bien que la motivation de la politique de décentralisation soit de donner plus d'égalité en termes d'accès à la culture, en ce qui concerne les festivals d'arts de rue, tout le monde n'a pas les mêmes privilèges.

Tout d'abord, il y a une inégalité criante entre les festivals en fonction des disciplines. Selon une étude du bureau de l'observation du spectacle vivant de 2004, parmi les 2,9% de crédits attribués aux festivals, dans le budget du ministère alloué au spectacle vivant, près de la moitié est accordée à des festivals de musique, soit 49,3%,

⁴⁴ Site internet de ARTCENA: <http://www.artcena.fr/>

contre 37% pour le théâtre. En effet, sur les quelques 652 millions d'euros de crédits d'interventions donnés par le ministère, la part attribuée aux festivals est seulement de 18 828 457€. De plus, au sein de cette attribution du ministère aux festivals de spectacles vivants, la part des arts de rue s'élève à 814 000€ contre 8 974 487€ pour les festivals de musique.⁴⁵

Ensuite, il y a des disparités entre les types de structures organisatrices de festivals d'arts de rue. Par exemple, selon l'ouvrage d'Elena Dapporto *Les festivals en France : Portrait économique d'un secteur en pleine effervescence*, les associations et les services municipaux sont les mieux dotés en termes de subventions, tandis que les structures socio-culturelles et les compagnies sont très peu rémunérées. « Les structures socioculturelles gèrent des budgets de trois fois inférieurs, en valeur médiane, à ceux que gèrent les scènes nationales et les théâtres missionnés».⁴⁶

Enfin, selon la grandeur et la notoriété des festivals, les subventions sont également très variables. Le budget des festivals est en grande partie axé sur les subventions municipales et départementales ou sur leurs recettes propres. En moyenne, les régions ne représentent que 9% du budget des festivals et l'État 7%, comme le montre le graphique issu des *Festivals en France* de Luc Benito en Annexe 17. Mais l'État, le Département ou les mécènes ne s'engagent pas systématiquement sur tous les festivals d'arts de rue, en effet ceux-ci sont davantage attirés par les gros événements populaires et médiatiques. Alors que le festival d'Aurillac ou celui de Chalon par exemple, captent une grande partie des subventions du ministère de la culture, les plus petits festivals locaux doivent s'appuyer uniquement sur les contributions des collectivités locales. La situation de chaque festival est spécifique et les sources de financements sont aussi variées qu'inégales d'un festival à l'autre.

⁴⁵ « Financement public du spectacle vivant subventionné par l'État en 2004 », Direction de la musique et de la danse du théâtre et des spectacles, Bureau de l'observation du spectacle vivant, août 2007, pages.5 à 7 <http://www.culture.gouv.fr/culture/dmdts2006/reperes1.pdf>

⁴⁶ Elena Dapporto, Dominique Sagot-Duvaurox, Chapitre IV. Les festivals, un segment de marché restreint mais stratégique, Ministère de la Culture - DEPS « Les arts de la rue », 2000, p.203

- Les évolutions de dénomination

La constitution des arts de la rue en un domaine unique ne s'est pas faite de manière naturelle et évidente mais sous l'effet des politiques culturelles mises en place. En effet, il n'est en rien évident de rassembler la multitude de festivals ayant lieu dans l'espace public et de les classer sous une même bannière. Ce problème d'identité des festivals d'arts de rue se ressent dans le titre même qu'on leur donne.

« Théâtre de rue, spectacle de rue, arts de la rue, art dans la rue: les appellations génériques ont pu varier, au cours des vingt-cinq dernières années, à mesure que s'enrichissait et se diversifiait l'offre de manifestations artistiques dans l'espace public ».⁴⁷

Issus de la volonté première de sortir des théâtres clos, et d'aller jouer dans la rue, les premiers mouvements de festivals d'arts dans la rue se sont appelés « théâtre de rue », mais le terme, trop réducteur, devient bientôt « spectacle de rue » pour encadrer tous les types de performances que peuvent rassembler les arts de rue. Au fur et à mesure que les arts de rue se développent et se structurent, que de nouvelles formes novatrices apparaissent, les « appellations génériques » évoluent. Yves Deschamps, dans la préface de *La relation au public dans les arts de la rue*, dit : « La fin du XXe siècle a été marquée par l'émergence puis la reconnaissance progressive des différents courants artistiques qui tissent ce que l'on qualifie, faute de mieux peut-être, d' "arts de rue". »⁴⁸

Ce « faute de mieux » illustre bien cette difficulté des arts de rue à définir leur identité. En effet, la complexité des arts de rue résulte dans la grande variété des formes qu'ils rassemblent. Leur seul lien commun étant l'espace dans lequel ils se manifestent. La spécificité des arts de la rue est en effet liée à l'hétérogénéité des festivals rassemblés sous ce « label » et à la grande variété de disciplines qu'ils rassemblent. « Aujourd'hui, les " arts de rue " croisent et métissent, théâtre, cirque, danse, marionnettes, théâtre d'objets, musique et art plastiques. Ils sont devenus dans la diversité de leurs proportions et dans la générosité de leur démarche, une discipline à part entière ».⁵²

⁴⁷ Jean-Michel Guy, Préface, Ministère de la Culture - DEPS « Les arts de la rue », 2000, p. 9

⁴⁸ *La relation au public dans les arts de la rue*, ouvrage collectif coordonné par Anne Gonon, L'Entretiens, 2006. p.11

Le terme de « rue » demeure toutefois à toutes les époques car il incarne le lieu de l'espace public qui est la scène de ces artistes-là, leur lieu de jeu. On voit apparaître continuellement un nouveau nom à chaque décennie. Encore aujourd'hui, entre « arts de la rue » ou « arts de rue », au pluriel ou au singulier, chaque festival joue avec les mots et adapte les termes en fonction de ses propres représentations et attentes. Ce qui transparaît dans cette continuelle évolution de dénomination, c'est la capacité des arts de rue à se renouveler sans cesse pour faire face à la modernité, à se réinventer en tant que domaine artistique. Ils ont été en constante évolution à travers les décennies, aussi bien sur la forme que sur le fond et dans leur organisation même, ils ont su s'adapter pour perdurer et continuer à représenter leurs arts.

Malgré une virulente opposition aux institutions à leurs débuts et des conditions plus que précaires encore aujourd'hui, ils parviennent à trouver des parades à la crise pour en sortir grandis. C'est cette histoire si spécifique qui fait que ce secteur culturel est atypique. Après avoir connu un boom sans pareil dans les années 90, les festivals d'arts de rue, longtemps considérés comme arts mineurs, sont devenu un gros secteur de production de spectacles de rue à succès, reconnus, et surtout très fréquentés ! Les années 2000 et 2010, en revanche, sont marquées par de gros problèmes financiers et une précarité difficile à gérer avec la crise économique de la culture et des festivals.

Chapitre 2 - Les arts de rue en difficulté dans le paysage culturel français actuel

A/ Une « crise de l'attention »

a) L'attention du public sur-sollicitée

- L'économie de l'attention selon Yves Citton

Le fort développement des festivals dans le paysage culturel français a eu un impact positif sur les arts de rue, mais il a aussi eu pour conséquence de saturer le marché culturel et particulièrement pendant les saisons estivales de mai à septembre.

Dans son ouvrage *L'économie de l'attention*, écrit en collectif, Yves Citton développe la problématique moderne selon laquelle le capitalisme a fait de nous des produits en perpétuelle quête de consommation. Le problème vient de la sur-sollicitation dont nous sommes victimes au quotidien avec les publicités mais aussi avec les notifications, les spams, les messages que nous recevons quotidiennement sur nos smartphones. Le développement d'internet et des nouvelles technologies est donc en grande partie responsable de l'offre grandissante des produits, informations, images etc. qui s'offrent à nous. Mais dans le secteur culturel, le problème est le même. Nous sommes actuellement très sollicités pour nos activités culturelles et nos loisirs. Ce secteur étant devenu un vaste marché de consommation depuis quelques décennies, l'offre culturelle suit cette logique consumériste et ne cesse de s'accroître.

Lors de son passage dans l'émission « parole d'auteur », Yves Citton paraphrase Jonathan Crary en disant : « ça fait au moins un siècle qu'on est dans une crise permanente de l'attention. Qu'est-ce que c'est que le capitalisme depuis un siècle, c'est une crise permanente de l'attention où on développe de nouveaux médias de nouveaux besoins de vendre, d'acheter de produire, et de nouvelles nécessités de contrôler, conditionner, aménager l'attention humaine ». ⁴⁹

La surabondance de produits matériels des années 1980 a été supplantée par l'arrivée abondante d'informations et d'offres immatérielles avec l'aire numérique. Au

⁴⁹ « Yves Citton, La crise de l'attention : un enjeu stratégique », Émission *Paroles d'auteur*, septembre 2014 : <https://www.youtube.com/watch?v=UGaxeztvH4>

XXI^e siècle nous sommes constamment sollicités par des publicités pour des produits matériels ou des services immatériels.

- L'application moderne au secteur culturel français

La société de consommation a déjà rassasié une grande partie des consommateurs occidentaux qui, au fil du siècle dernier, se sont équipés en électroménager, appareils divers, voitures etc. Le temps est à présent à la vente de services, de prestations. On achète du temps et de la personne. A contrario, l'attention des consommateurs est de plus en plus chère. L'intérêt que l'on porte à une marque, à une publicité rapporte à la marque qui se préoccupe davantage de sa visibilité. Ainsi, pour Yves Citton, « L'attention ça se vend et ça s'achète ». Avec toutes les sollicitations partout au quotidien, l'attention, comme la définit le professeur de littérature, est devenue une « ressource rare ». Le « temps de cerveau » est une nouvelle monnaie d'échange contrôlée par les médias qui « sont des instruments de conditionnement collectif de l'attention ».⁵³

Cette logique de surproduction du capitalisme se retrouve à peu près partout dans notre société moderne. On peut l'appliquer à notre sujet, le secteur culturel, car comme nous l'avons vu dans les parties précédentes, les œuvres d'art et du spectacle vivant se commercialisent et se consomment aussi comme des marchandises. Ainsi, pour les festivals d'arts de rue, la surabondance que la France connaît depuis trois décennies, nuit considérablement à la visibilité des spectacles. En effet, le principe des spectacles dans la rue était d'intervenir dans le quotidien des gens, de les interpeller par l'acte artistique. Mais à présent que le quotidien est déjà saturé d'informations et de sollicitations diverses il est devenu plus difficile de se faire entendre. À cela s'ajoute le fait que les festivals entre eux se font concurrence et prolifèrent toujours davantage.

b) Une surabondance des spectacles de rue qui dessert

- Les arts de rue en mal de visibilité

Au cours d'une projection-débat sur les arts de rue organisée à Toulouse par des étudiants de l'université Jean Jaurès, le premier septembre dernier, j'ai pu rencontrer Pierre Boisson (directeur du festival Ramonville) et Marion Guyez

(enseignante chercheuse, comédienne et artiste de cirque) qui en étaient les invités. C'est au cours de ce débat autour des « Arts de rue, entre institutionnalisation et volonté d'indépendance » que Marion Guyez évoquait, étant elle-même artiste, la difficulté à être diffusé car les arts de rue se trouvent souvent dans des réseaux alternatifs qui ne sont pas valorisés ni visibles. Elle a ajouté qu'il était très difficile d'être vu et produit quand on n'a ni les moyens ni la structure pour cela.⁵⁰

Dans ce contexte de surproduction culturelle, on peut se poser la question de la visibilité des arts de la rue, alors que l'offre culturelle qui est proposée aux Français est plus grande que jamais. Pour s'y retrouver, la presse et les médias orientent le public sur les événements à ne pas manquer, des guides et des calendriers culturels fleurissent un peu partout sur la toile et dans les journaux. La surabondance des événements culturels et des festivals d'été nuit à leur visibilité et il est devenu très difficile de se démarquer, particulièrement entre les mois de juin et septembre.

En effet, les graphiques en Annexe 18 montrent bien l'accroissement régulier du nombre de manifestations de rue du mois de janvier jusqu'au mois de juillet, période où ce nombre est le plus important, avant de baisser à nouveau jusqu'en décembre où les festivals d'art de rue se font plus rares. Le graphique issu de l'ouvrage d'Elena Dapporto datant de 2000 répertorie 179 manifestations d'arts de la rue dont 102 se déroulent en juin, juillet et août (34 en juin, 37 en juillet et 31 en août). En avril et mai ont lieu respectivement 13 et 20 festivals, puis ensuite 15 en septembre, le reste de l'année les événements se font rares (un seul en janvier et trois en novembre).⁵¹ Le graphique extrait du document « Le temps des arts de la rue » de l'ancien ministre de la culture et de la communication, Renaud Donnedieu de Vabres, datant lui de 2005, donne une croissance similaire à la différence qu'il recense un plus grand nombre de festivals. En effet, la répartition des festivals est semblable à celle d'Elena Dapporto, mais en 2005, le ministre compte 268 festivals d'arts de rue en

⁵⁰ Projection-Débat « Arts de rue, entre institutionnalisation et volonté d'indépendance » 01/06/17 - Centre culturel de Bellegarde – étudiants L3 Université Jean Jaurès

⁵¹ Dapporto, Elena, et Dominique Sagot-Duvaurox. *Les arts de la rue. Portrait économique d'un secteur en pleine effervescence*. Ministère de la Culture - DEPS, 2000. p.199

France avec une forte concentration en mai, juin, juillet et août (soit 182 festivals sur les 268).⁵²

Dans ce planning surchargé, le choix de la date d'un événement s'avère être une problématique cruciale car le jeu de la concurrence est très fort. Le contexte social et culturel, fait que la visibilité des arts de la rue est mise à mal et moins soutenue qu'il y a quelques années. Capter l'attention publique est devenu plus difficile. Il faut donner aux gens l'envie de se déplacer pour venir spécialement à un festival parce qu'il est réputé, parce que la programmation est bonne, parce qu'il intrigue, parce qu'il est original. Si l'on ne capte pas l'attention du potentiel public en amont pour lui donner envie de venir, il y a peu de chance que le monde soit au rendez-vous dans les rues. Et puisqu'aux yeux des politiques le succès se mesure au nombre de festivaliers présents, une fréquentation en baisse est mauvais signe pour l'avenir de la manifestation.

- Une dégradation de la qualité des spectacles

Le problème de cette rapide augmentation des propositions culturelles dans les arts de la rue, c'est qu'elle favorise la quantité plus que la qualité. Nombreux sont les acteurs culturels à reconnaître que la prolifération des événements dessert les festivals d'arts de rue car ils perdent de leur authenticité et de leur originalité. Ce système de consumérisme de masse des produits culturels crée un appauvrissement dans le sens où l'originalité artistique n'est plus la priorité. Ce n'est plus la découverte et la diffusion de nouveaux talents de rue qui est l'intérêt principal, mais le divertissement populaire au sens négatif du terme. La valeur d'animation est supérieure à la valeur artistique. Luc Benito dans son ouvrage *Les festivals en France*, déplore « des concepts de moins en moins originaux ». Il cite dans ce passage, le directeur de festivals Lionel Chouchan lorsqu'il dit : « À trop multiplier ces manifestations, elles se tuent réciproquement. Les journalistes, trop sollicités, ne peuvent couvrir l'ensemble de ces festivals, et le caractère exceptionnel finit par se banaliser. »⁵³ Les deux hommes

⁵² « Le temps des arts de la rue », Présentation par Mr Donnedieu de Vabres ministre de la culture et de la communication, 2 février 2005 : <http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/dossiers-presse/dpartsdelarue.pdf>

⁵³ BENITO, Luc. *Les festivals en France. Marchés, enjeux et alchimie*, Collection Gestion de la culture, L'Harmattan, 2001. p.61

s'accordent à dire que le manque d'inventivité se fait ressentir lorsqu'on voit le nombre de festivals qui émergent en se calquant sur le modèle de festivals « qui marchent », autrement dit, de festivals qui ont du succès et qui rapportent. Cette tendance à la copie est une vraie problématique car elle nuit à la diversité des propositions culturelles en France et ne fait qu'augmenter la rude concurrence entre les festivals d'arts de rue, faisant ainsi augmenter le prix des cachets artistiques et la précarité du secteur.

Les petites compagnies ou les petites structures pâtissent de cette inégalité économique de la culture. Leur situation financière ne leur permet pas d'investir dans des créations nouvelles et sont contraintes de fonctionner avec peu de moyens, ou de jouer au chapeau. Ces petites structures s'effacent au profit des grosses organisations qui centralisent les aides et les subventions pour produire de gros événements populaires rentables. Malgré l'essor du secteur et les moyens débloqués par le ministère de la culture, la part financière accordée à la jeune création des artistes émergents de la rue est malheureusement amoindrie du fait des coûts de fonctionnement des gros événements. Le capitalisme poursuit ainsi son phénomène de standardisation puisque les genres artistiques ne se renouvellent pas au contact de la jeune génération, et les événements finissent par tous se ressembler. « Outre un manque d'imagination de la part des créateurs [...] les découvertes se raréfient et les audaces disparaissent. Vers une prise de risque minimum, les directeurs artistiques se contentent souvent de programmer des artistes qui se retrouvent d'une manifestation à l'autre ».⁵⁷

Si les festivals français d'arts de la rue souffrent dans ce passage à la modernité c'est aussi que la situation financière et économique du gouvernement ne leur permet plus de prospérer comme dans les années 80 et 90. Le temps de l'abondance des ressources a été remplacé par un climat de restrictions et de précarité.

B/ Les arts de rue dans le paysage économique français

a) La crise économique des festivals

- Une crise nationale

La dégradation de la situation économique française de la fin des années 2000 touche tous les secteurs de notre économie nationale. De ce fait, les services publics connaissent un ralentissement et une perte de moyens importante. Cette crise se répercute notamment au niveau local car les dotations de l'État aux collectivités territoriales baissent. Dans ce contexte, pour préserver l'équilibre financier des collectivités, c'est souvent la culture qui fait les frais de ces restrictions budgétaires. En effet, le secteur culturel est un des premiers touchés. Du fait de ces coupes budgétaires, les mairies ne peuvent plus assumer le coût total de leurs services publics. Les festivals d'arts de rue pâtissent particulièrement de cette situation financière tendue car, comme nous l'avons vu, ils dépendent en grande partie des subventions municipales. Pour les autres structures culturelles, les institutions ou encore les gros événements, la situation est différente car elles obtiennent certains budgets directement du ministère de la culture. Bien que les festivals importants comme Aurillac, Chalon ou Avignon conservent ces budgets, ils sont parfois aussi à la baisse mais ne disparaissent pas.

La crise économique entraînant une crise du secteur culturel généralisée, les manifestations et revendications des acteurs culturels se multiplient. Le débat sur le statut des intermittents du spectacle est un exemple du « ras-le-bol » général des travailleurs qui dénoncent leur condition et la précarité de leur situation. Ce mouvement va entraîner de nombreuses grèves, privant certains festivals de quelques représentations. En 2014, par exemple, le festival du Printemps des Comédiens à Montpellier n'a pas présenté un seul spectacle du fait des grèves des intermittents, mais ce fut un cas assez extrême. Les structures culturelles, connaissant la situation des intermittents, vont toutefois majoritairement soutenir leurs actions en diffusant des tracts ou en proclamant des discours avant ou après les spectacles en leur faveur.

Ces grèves ne sont que le reflet de la situation financière alarmante du secteur culturel qui ne cesse de se dégrader. Depuis plusieurs années déjà, bon nombre de manifestations ont été annulées ou suspendues faute de moyens. Cette crispation économique du secteur se ressent particulièrement en 2015, apogée de cette crise des festivals, avec la « carto-crise » d'Emeline Jersol qui recense les festivals, structures et associations supprimés ou annulés entre mars 2014 et juillet 2015. Cette carte

interactive nommée « Cartocrise - culture française tu te meurs »⁵⁴ permet à chacun de signaler la suppression d'un événement en le répertoriant par discipline ou catégorie. Au 23 juillet 2015 cette carte comptait 48 lieux identifiés contre plus de 180 le 25 avril 2015 ! On y trouve aussi bien des festivals que des structures de danse, d'arts plastiques, de cinéma, d'arts de rue, de musique, de théâtre, d'arts de la parole ou encore des festivals pluridisciplinaires.

- Les festivals d'arts de rue dans la crise

Pour ce qui est des festivals d'arts de rue, ils ne sont pas plus épargnés que les autres disciplines. Sur la carto-crise de 2015, on en compte une trentaine répertoriés sous la catégorie « arts de rue » comme par exemple La folle histoire des arts de la rue à Marseille, le festival Les arts des haut à Rouen créé et organisé par l'atelier 231, ou encore Les rues joyeuses à Tourcoing. Si on ajoute à cela les quelques festivals de théâtre, de littérature et les festivals pluridisciplinaires ayant lieu dans l'espace public, ce nombre augmente encore d'une vingtaine. Depuis 2011 déjà, de nombreux festivals ont disparu comme c'est le cas par exemple de « 100 contest », festival de cultures urbaines créé en 2003 à Cergy-Pontoise dont la municipalité ne pouvait plus soutenir le coût financier, ni gérer le succès de l'événement en terme d'accueil du public.

En réponse à cet état des lieux alarmant des festivals en France, la ministre de la culture et de la communication de l'époque, Fleur Pellerin, a manifesté son soutien envers les festivals. « Le 27 mai, la ministre a annoncé devant l'Assemblée nationale deux mesures destinées à apporter des réponses à ces difficultés. D'abord, Fleur Pellerin a rappelé qu'elle avait signé avec le Premier ministre 37 Pactes culturels avec des collectivités territoriales pour que celles-ci "maintiennent leur crédits pour la culture" ». Ces pactes visent à soutenir les projets culturels locaux dont les festivals font partie. Quelques temps après, Pierre Cohen (ancien maire de Toulouse) a été désigné par le ministère de la culture pour « faire le tour des collectivités locales » et ainsi, évaluer les problèmes qui touchent les festivals en France et envisager des

⁵⁴ La carte est toujours disponible sur le site https://umap.openstreetmap.fr/fr/map/cartocrise-culture-francaise-tu-te-meurs_26647#6/51.000/2.000

solutions au cas par cas.⁵⁵ Cette mise au point par la ministre de la culture a permis également de rappeler que la disparition de nombreux festivals est aussi compensée par la création de nouveaux, qui ne sont eux pas recensés sur la carto-crise.

En effet, les festivals annulés faute de budget dans les années 2010 ont, pour la plupart, repris par la suite ou ont connu des transformations. Les municipalités ont eu la tâche de repenser leur organisation ou de réorganiser leurs budgets et de faire des compromis. L'émergence de nouveaux festivals et l'évolution des projets artistiques ne se sont pas faites sans le soutien des collectivités territoriales et les aides des pouvoirs publics. C'est le cas du festival de poésie « Les voix de la Méditerranée » par exemple, dont la dernière édition a eu lieu en 2014 à Lodève, dans l'Hérault. Suite à des problèmes financiers et une réorganisation du projet, la communauté de communes du Lodévois et Larzac a donné de nouvelles directives à l'équipe du service culturel de la ville, qui ont profondément changé la manifestation. Depuis maintenant trois ans, les « Voix de la Méditerranée » ont été remplacées par le festival d'arts de rue « Résurgence » plus en accord avec les attentes du public selon les politiques. Autre exemple, le festival international des arts de Bordeaux Métropole (FAB) né en 2016 de la fusion de deux festivals : « Novart » et « Des souris et des hommes ».⁵⁶ Face aux difficultés financières, les festivals d'arts de rue particulièrement touchés par la crise trouvent des moyens pour se reconvertir ou renouveler leur organisation.

b) Un système précaire et fragile

- Les sources de financement des arts de rue

Pour comprendre la fragilité du système économique des festivals d'arts de rue, il faut s'intéresser à leurs sources de financement. Bien qu'elles aient tendance à se diversifier ces dernières années, celles-ci sont tout de même limitées. Les festivals

⁵⁵ « Fleur Pellerin s'engage pour le maintien des festivals », Ministère de la Culture et de la Communication, 01/04/2015 : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Actualites/Fleur-Pellerin-s-engage-pour-le-maintien-des-festivals>

⁵⁶ Calendrier de ARTCENA, rue et cirque, octobre 2016 : <http://www.rueetcirque.fr/app/photopro.sk/hlm/detail?docid=308237#sessionhistory-ready>

d'arts de rue fonctionnent dans leur majorité grâce aux subventions attribuées par l'État et les collectivités territoriales. Les arts de rue ont la spécificité de ne pas faire payer les spectacles ou alors à très bas coût, contrairement aux festivals de musique par exemple qui n'hésitent pas à faire payer cher les entrées pour s'offrir des têtes d'affiche des musiques actuelles. Cela explique la dépendance des arts de la rue envers les pouvoirs publics. Selon l'étude d'Elena Dapporto qui date malheureusement déjà des années 2000 :

« Les collectivités locales sont les principaux bailleurs de fonds des manifestations: 83% des subventions sont octroyées par elles, dont 53% en provenance des villes, ce qui, rapporté aux budgets globaux, équivaut à 38% des ressources. Les départements, avec 21% des subventions octroyées, forment le deuxième bailleur de fonds public. L'apport des régions est plus modeste: 8%. L'État n'octroie que 15% des subventions, tous ministères confondus. »⁵⁷

Cette précarité dans les arts de la rue est particulièrement visible chez les compagnies productrices de spectacles. Pour dégager suffisamment de rentabilité et s'autofinancer, les compagnies de rue, de manière générale, doivent se placer dans une logique de vente. En effet, si le soutien des municipalités et des autres pouvoirs politiques est nécessaire à leur survie, la vente de spectacle reste le moyen de financer une grande partie de leur activité. Les compagnies passent ainsi leur saison à tourner de festival en festival pour se produire le plus possible, tandis que le reste de l'année est consacré à la création.

Elena Dapporto nous explique dans son ouvrage que « Les compagnies et les artistes de rue couvrent 80% de leurs budgets par des recettes propres dont 68% sous forme de vente de spectacles et 12% sous forme de prestations de service diverses. » Les subventions de l'État et des collectivités territoriales ne représentent que 17%. « Les 3% restants sont formés des accords en coproduction. » Elle ajoute que « Seules 10% des compagnies ont une part de recettes propres inférieures à 51% de leurs produits, tandis que 50% n'ont pas d'autres ressources » Ce qui montre bien qu'en matière d'art de rue, l'indépendance et l'autonomie sont de rigueur ainsi qu'une grande capacité d'adaptabilité pour perdurer.⁵⁸

⁵⁷ Elena Dapporto, Dominique Sagot-Duvaurox, Chapitre IV. Les festivals, un segment de marché restreint mais stratégique, Ministère de la Culture - DEPS « Les arts de la rue », 2000, p. 185

⁵⁸ Ibid, p. 88

- Le jeu de la concurrence

Du fait de la marchandisation de la culture, les compagnies d'arts de rue augmentent le prix de leur « produit » pour se maintenir sur le marché des festivals. Les structures organisatrices de festivals se retrouvent donc à payer des spectacles dont les prix ne cessent de grimper. Au début du siècle, la situation décrite par Elena Dapporto est une forte demande de spectacles de rue par rapport à l'offre que les artistes peuvent produire.⁵⁹ Ce déséquilibre de l'offre et de la demande entraîne ainsi l'augmentation des cachets artistiques. L'augmentation des prix couplée aux baisses de subventions du ministère de la culture explique la situation tendue des festivals d'arts de rue en France aujourd'hui. Une chose en entraînant une autre, les structures organisatrices moins importantes sont dépassées par l'industrialisation du secteur culturel. Selon le rapport de Pierre Cohen remis à la ministre Audrey Azoulay le 12 juillet 2016, « Les festivals de plus grosse taille fragilis[ent] les festivals plus petits en pratiquant des cachets élevés sur lesquels ceux-ci ne peuvent pas s'aligner car ils souhaitent maintenir, dans la perspective d'une logique de service public, des tarifs moins importants. »⁶⁰

En effet, il existe un paradoxe au sein des arts de la rue, c'est cette constante augmentation de la valeur financière des œuvres artistiques, mais dans un contexte où la gratuité (ou le très bas prix) est de mise pour le public qui doit trouver les festivals d'arts de rue accessibles et attractifs. Tous ces facteurs conduisent à produire de véritables « stars » du domaine que tout le monde s'arrache ! Des compagnies comme Royal de Luxe, Oposito ou Transe Express émergent et se démarquent par des productions titanesques qui connaissent un très fort succès dans le monde entier. L'expansion prodigieuse des arts de la rue a permis l'émergence de telles superproductions dont les publics sont friands et qui ont permis en retour de rendre les arts de rue populaires et médiatiquement reconnus. Cependant, les cachets artistiques demandés par ces compagnies sont devenus insoutenables pour certaines mairies par ces temps de crise. De plus, les plus petites compagnies, déjà handicapées par l'aspect saisonnier de leur travail et le manque de visibilité dont elles sont victimes

⁵⁹ Elena Dapporto, Dominique Sagot-Duvaurox, Chapitre IV. Les festivals, un segment de marché restreint mais stratégique, Ministère de la Culture - DEPS « Les arts de la rue », 2000. p.84/85

⁶⁰ « Rapport sur les festivals » Pierre.Cohen, 12/07/2016, .p.11 :

<http://www.culturecommunication.gouv.fr/Documentation/Rapports/Rapport-sur-les-festivals>

de la part du gouvernement, subissent de plein fouet le jeu de la concurrence avec ces plus grosses compagnies d'arts de rue à succès qui émergent à la fin du XX^e siècle.

Les festivals d'arts de rue sont finalement victimes de leur succès et de l'explosion artistique qui a découlé de l'institutionnalisation de ce secteur.

c) La spécificité française

Les arts de la rue occupent une place particulière dans le panorama culturel français. En effet, les autres pays européens ne bénéficient pas d'une politique culturelle aussi favorable au spectacle vivant. Le goût pour le spectacle vivant et la prolifération de festivals d'arts de rue est un phénomène typiquement français. Il peut s'expliquer par notre histoire culturelle atypique et politiquement très engagée depuis toujours.

- Le soutien indéfectible des politiques

Dès 2011, le journal le Figaro reconnaissait l'hégémonie française dans le domaine des arts de rue avec un article de Nathalie Simon paru le 27 mai 2011 intitulé « la France championne des arts de la rue ». Ce dernier estimait à l'époque le nombre de festivals d'arts de rue en France à 250 et affirmait : qu' « après le cinéma, les arts de la rue sont le genre qui réunit le plus grand nombre de Français, soit 34 %. » « C'est un domaine en pleine expansion, en trente ans, les Français sont devenus les champions du monde dans cette catégorie », assure Pierre Prévost, président de la Fédération nationale des arts de la rue, qui comprend 400 adhérents.⁶¹ Pour l'auteure, la spécificité des arts de rue se trouve dans la capacité des artistes de rue à développer de nouvelles écritures et à s'immerger dans de nouveaux lieux « au plus près des gens, au pied des immeubles, dans les villages... »⁶⁵

Malgré la crise économique, le gouvernement ne cesse de manifester son soutien aux festivals français et tient à conserver sa spécificité française en termes de

⁶¹ « La France championne du théâtre de rue », Nathalie Simon, Le Figaro, 27/05/2011 : <http://www.lefigaro.fr/theatre/2011/05/27/03003-20110527ARTFIG00413-la-france-championne-du-theatre-de-rue.php>

choix et de diversité d'offres culturelles. Pas plus tard que le neuf août dernier, la ministre de la culture Françoise Nyssen a présenté les moyens mis en place avec les collectivités pour soutenir les festivals tout en rappelant leur importance capitale pour les Français. L'article « Festivals : une dynamique à préserver », publié sur le site du ministère de la culture le dix août 2017, au lendemain de sa prise de parole lors du conseil des ministres, donne les chiffres clés et rappelle les enjeux de ces festivités. Ce « paysage riche et varié » qui « recouvre l'ensemble du champ culturel » favorise l'« accessibilité » et la « démocratisation » du secteur culturel en France. Evalués à 3000 chaque année, les festivals ont accueillis quelques 6 millions de festivaliers en 2016.⁶² On apprend également dans cet article la création d'un Conseil des collectivités territoriales pour le développement culturel (CCTDC) instauré par le ministère de la Culture pour établir un dialogue entre l'État et les collectivités et penser ensemble « leur accompagnement par la puissance publique ». Le ministère affirme par ce biais le soutien nécessaire de l'état envers les festivals et affirme : « L'État fonde son action en faveur des festivals sur les grands enjeux que sont l'excellence, la pluralité de l'offre artistique et la diversité de la vie culturelle dans les territoires. »⁶⁶

- Des festivals tout de même victimes de leur succès

Ce succès fulgurant des festivals d'arts de la rue est en partie dû à la politique culturelle favorable, au développement économique de cette activité mais aussi à l'engouement populaire que cette forme artistique a su susciter. Luc Benito explique comment les pratiques culturelles se sont massifiées au cours de la fin du XX^e siècle. En effet, les loisirs et la passion pour l'art ne sont plus exclusivement réservés aux spécialistes mais accessibles à tous grâce à la politique de décentralisation culturelle du ministère de la culture et de la communication. L'auteur identifie une « évolution des motivations de la consommation culturelle » chez le grand public en quête de connaissances et d'émotion. On a alors affaire à un nouveau public curieux qui cherche à se cultiver. Selon lui, le succès des festivals tient moins à l'augmentation des produits culturels des arts de rue qu'à l'élargissement des consommations culturelles du public.

⁶² « Festivals : Une dynamique à préserver », Par le Ministère de la Culture, 10/08/2017 : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Actualites/Festivals-une-dynamique-a-preserver>

C'est ce phénomène qui engendre l'accroissement de la demande des festivals dont nous parlions tout à l'heure.⁶³

Et pourtant, les arts de rue demeurent « le parent pauvre de la culture » comme le dit Nathalie Simon dans son article du Figaro. « Ils représentent seulement 1,6 % du budget du spectacle vivant » qui, pour l'instant, stagne malgré les promesses du gouvernement. La journaliste cite Pedro Garcia, ancien directeur de Chalon dans la rue lorsqu'il dit : « On parle de démocratisation de la culture, mais les arts de la rue arrivent en dernière position dans une cartographie institutionnelle imposée avec l'opéra, la danse, le théâtre ou le cirque. »⁶⁴

Dans son « Rapport sur les festivals » de mai 2016, Pierre Cohen revient sur les chiffres des études produites par France Festival, la Sacem et le Centre national des Variétés depuis la « crise des festivals » et la carto-crise de 2015. Ces chiffres montrent que « le montant de l'intervention de l'État a peu diminué » en matière culturelle entre 2004 et 2014, en revanche « le nombre de festivals aidés est passé de 342 à 175. » De plus, la baisse des aides publiques a entraîné « une nette diminution des festivals gratuits ou des festivals partiellement payants ».⁶⁵

Depuis la carto-crise, la situation des festivals reste instable et fragile. Malgré une volonté constante de l'État de défendre le patrimoine culturel des festivals en France, les problèmes s'accumulent et, « si la souplesse structurelle des festivals leur a sans doute permis de s'adapter à ces baisses plus facilement que ne le font les lieux permanents, un seuil semble toutefois atteint, en deçà duquel les ajustements vont devenir très difficiles. » souligne Pierre Cohen. Surtout qu'aux problèmes économiques et financiers viennent se rajouter de nouveaux troubles très récents liés à la menace terroriste.

⁶³ BENITO, Luc. *Les festivals en France. Marchés, enjeux et alchimie*, Collection Gestion de la culture, L'Harmattan, 2001. p.35

⁶⁴ « La France championne du théâtre de rue », Nathalie Simon, Le Figaro, 27/05/2011 : <http://www.lefigaro.fr/theatre/2011/05/27/03003-20110527ARTFIG00413-la-france-championne-du-theatre-de-rue.php>

⁶⁵ « Rapport sur les festivals » Pierre.Cohen, 12/07/2016. p.4 : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Presse/Archives-Presses/Archives-Communiquees-de-presse-2012-2017/Annee-2016/Remise-du-rapport-de-Pierre-Cohen>

C/ Tensions sociales actuelles

a) La menace terroriste

- Une remise en question des libertés culturelles

Les attaques terroristes dont la France est victime depuis ces dernières années viennent remettre en cause les valeurs essentielles de la culture. En effet, celles-ci visent des symboles de notre société occidentale comme la liberté d'expression, l'art, la culture ou simplement notre mode de vie festif et libéré. Ces attaques fulgurantes et imprévisibles à travers l'Europe et le monde, comme celles de Nice le 14 juillet 2016 ou de Barcelone très récemment, le 17 août dernier, dont le mode opératoire est similaire, montrent que le terrorisme peut frapper n'importe où et n'importe quand. L'utilisation de fourgonnettes renversant les passants en plein lieu public est un danger considérable, particulièrement pour les festivals d'arts de rue, dont le principe même est de rassembler une large foule dans un espace public, ouvert et libre d'accès à tous. La prévention terroriste dans les festivals de rue va donc à l'encontre même de l'esprit des festivals. Bien que la liberté de création ait été inscrite dans la loi du 7 juillet 2016, ce nouveau risque amène de nouveaux défis en matière de sécurité. « Dans ce contexte, préserver la démarche des arts de la rue qui œuvrent pour le partage d'un acte artistique avec le plus grand nombre paraît d'autant plus vital pour notre liberté. » peut-on lire dans le « Guide des bons usages, Organiser un événement artistique dans l'espace public » de Artcena, dirigé par José Rubio, directeur technique du parc et de grande halle à La Villette.⁶⁶ Face à cette menace grandissante, les mesures de sécurité mises en place sont largement renforcées. Pour garantir la sécurité des lieux culturels, le ministère de la culture a reconduit la posture Vigipirate pour l'été 2017, du 23 juin jusqu'au 4 septembre. Une action de « renforcement et de surveillance des lieux culturels » mise en place pour sécuriser les « sites touristiques et

⁶⁶ « Guide des bons usages : Organiser un événement artistique dans l'espace public », Artcena, sous la direction de José Rubio. p.17 : <http://www.artcena.fr/wp-content/pdf.php?file=http%3A%2F%2Fwww.artcena.fr%2Fwp-content%2Fuploads%2F2017%2F07%2FGBU-Numerique-FINAL-LD.pdf>

[les] grands évènements estivaux sportifs, culturels et religieux susceptibles de générer une forte affluence ». ⁶⁷

Ce dispositif, appliqué l'été 2016 suite aux attentats de Nice, avait particulièrement mis en péril le festival d'Aurillac, plus grand rassemblement estival pour les arts de la rue en France. Le renforcement sécuritaire d'urgence mis en place par les organisateurs, les bénévoles et la police d'Aurillac a permis la réalisation du festival mais sous haute tension. Ce climat sécuritaire « a choqué » son directeur selon l'article du monde « Les arts de la rue face au défi sécuritaire » du 13 octobre 2016. En effet « le boomerang fut violent » selon Jean-Marie Songy, car les barrières, les checkpoints, les fouilles, les vigiles etc. tout cela tend à dénaturer l'âme du festival. « Je ne veux pas revivre ça. C'est une rupture éthique par rapport à notre histoire » annonce le directeur du festival. ⁶⁸

Ce défi sécuritaire est de taille pour des festivals d'envergure comme celui d'Aurillac qui rassemble 120 000 personnes. « La question est de savoir jusqu'où accepter la sécurité sans que cet art ne perde son sens. » poursuit le journaliste Michel Guerrin, dans son article « Les arts de la rue face au défi sécuritaire ». « Ce qu'on nous demande est incompatible avec ce qu'on fait » d'après Jean-Marie Songy. Son dilemme est clair : « Soit on dit qu'on est fort et on continue dans l'esprit qu'on a créé. Soit on fait de l'autocensure, on limite la circulation des artistes et des personnes, on réduit le périmètre, on évite le centre-ville, certaines rues, avec plein de contrôles, des barrières partout, et mieux vaut arrêter. » ⁷²

- Une restriction de l'utilisation du domaine public

Le bilan dressé par le directeur d'Aurillac est donc sans appel, une sécurisation maximale des festivals d'arts de rue est quasi-impossible, et elle dessert l'esprit même de l'événement. Le climat de peur que veulent nous insuffler les terroristes ne peut se

⁶⁷ « Actions de renforcement et de surveillance des lieux culturels », par le Ministère de la Culture, 23/06/2017 : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Actions-de-renforcement-et-de-surveillance-des-lieux-culturels>

⁶⁸ « Les arts de la rue face au défi sécuritaire », Michel Guerrin, Le Monde, 14/10/2016 : http://www.lemonde.fr/idees/article/2016/10/14/les-arts-de-la-rue-face-au-defi-securitaire_5013452_3232.html

résulter par une interdiction définitive de pratiquer l'espace public tel que les arts de rue le font aujourd'hui. Sinon, les festivals, à l'origine, « de la rue », vont tendre vers une privatisation des espaces de jeu si l'on sécurise des paramètres scéniques avec des barrières et des contrôles. En jouant dans des cours intérieures, des salles fermées, des salons ou des halls d'immeubles, comme c'est déjà le cas au festival d'Avignon par exemple (que ce soit pour le in ou pour le off), les artistes sont protégés d'une attaque imprévue en zone publique, mais pour les arts de rue, cette alternative n'est pas viable. L'ambiance et l'enjeu ne seraient plus les mêmes.

Les artistes déplorent en effet ce renforcement de la sécurité voulu par les municipalités, qui limite considérablement leur liberté d'expression dans l'espace public. Le renforcement du dispositif de sécurité passe aussi par une augmentation de la législation en termes d'occupation de l'espace public. Avant, lorsque les arts de rue ont émergé, ils avaient la prétention de reprendre possession de l'espace public, maintenant, au XXI^e siècle, après l'institutionnalisation de ce domaine, l'espace public est régi par des autorisations et des procédures administratives délivrées par la mairie. Par exemple : l'autorisation d'organiser une manifestation dans l'espace public, l'autorisation de débit de boisson, l'autorisation d'utiliser des bâtiments municipaux ou des ressources publiques, le dossier de sécurité déclarant les zones et espaces de la ville investis avec les arrêtés municipaux relatifs au stationnement et à la circulation etc. La liste est longue et diffère selon le besoin ou la requête, elle évolue aussi souvent dans le temps et les démarches également, ce qui complexifie encore l'organisation d'événements dans la rue.

Lors de notre entretien à Toulouse, Pierre Boisson a souligné ce phénomène, qui veut que l'espace public soit de plus en plus contrôlé par les pouvoirs politiques. Il pense que l'on perd un peu de l'énergie originelle des arts de rue par cette tendance à vouloir trop contrôler l'espace public. Selon lui, « la sécurité est la problématique actuelle la plus dangereuse pour les arts de rue qui pourraient être dépossédés de leur terrain de jeu ».⁶⁹ Si l'espace public devient en effet un terrain insécurisé et administrativement inaccessible, les arts de rue pourraient bien perdre leur unique « scène ».

⁶⁹ Entretien du 01/06/2017 – Centre culturel de Bellegarde – Toulouse

La position de Marion Guyez est encore plus extrême, pour elle « l'espace public n'est pas public », tout simplement. Elle fait cette affirmation suite à la diffusion d'un reportage réalisé par les étudiants de l'Université Jean Jaurès de Toulouse lors de la conférence-débat du premier juin 2017 au Centre culturel de Bellegarde. On peut y voir, à un moment, un artiste évacué des murs de la cité de Carcassonne pour nuisances sonores, alors que celui-ci jouait de la musique dans les rues avec un chapeau pour les dons des passants généreux. Cet exemple montre bien que la liberté dans l'espace public est relative, que l'on soit en état d'urgence attentat ou non, celui-ci est régi par une législation, qui ne fait que s'étoffer et se complexifier avec les menaces terroristes. Selon Marion Guyez, la définition même de l'espace public est impossible car il est lié à des autorisations. Elle ajoute que de nos jours, « il devient parfois plus facile de jouer dans des espaces privés que publics ».

b) une réglementation de plus en plus lourde

- la réponse gouvernementale au terrorisme

Face à cette augmentation du risque terroriste en France, et à la menace pour les festivals d'arts de la rue, le gouvernement français met en place de nouvelles dispositions pour prévenir les risques autant que possible. En plus du plan Vigipirate, « Eté 2017 » qui renforce la vigilance lors des manifestations estivales, les forces de sécurité intérieure de l'opération Sentinelle sont dirigées vers les zones touristiques et les sites culturels et historiques majeurs. Une attention particulière est apportée à l'encadrement du public et aux voies d'accès à ces sites à risque très fréquentés.⁷⁰ De plus, une cellule interministérielle entre le ministère de la Culture et le ministère de l'Intérieur est en cours de création pour mieux répondre aux enjeux de sécurité et « garantir la sécurité des lieux culturels ». Cette cellule ouvrira dès le mois de septembre 2017 « afin de partager toute information relative à la sécurité des lieux culturels et à la continuité économique de ce secteur, et de suivre les dossiers pris en

⁷⁰ « Actions de renforcement et de surveillance des lieux culturels », par le Ministère de la Culture, 23/06/2017 : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Actions-de-renforcement-et-de-surveillance-des-lieux-culturels>

charge au titre du Fonds interministériel de prévention de la délinquance et de la radicalisation (FIPDR) »⁷¹

Les ministères de la Culture et de l'Intérieur ont déjà créé ensemble la mission « sécurité, sûreté des événements culturels » depuis l'été 2016 qui a pour vocation d'établir un dialogue avec les organisations professionnelles pour « concevoir un référentiel des mesures de sûreté à mettre en œuvre » et informer du niveau de responsabilité de chacun. Ces recommandations ont pour but de prévenir et lutter contre le risque d'attentat, elles sont disponibles pour tous sur le site du gouvernement.⁷²

Malgré toutes ces recommandations et préventions contre le terrorisme, le « Guide des bons usages, Organiser un événement artistique dans l'espace public » considère que les arts de rue ne souffrent pas de tant de restrictions législatives, et indique que « la réglementation concernant l'espace scénique dans un lieu bâti est ainsi bien plus riche que celle s'appliquant aux spectacles dans l'espace public, qui reste paradoxalement extrêmement réduite, et ce contrairement au sentiment général des artistes qui créent dans la rue. » En l'absence de juridiction précise pour les spectacles ayant lieu dans la rue, les manifestations d'arts de rue sont soumises aux règles de police générale et aux règles, conditions ou « prescriptions particulières éventuellement formulées par la commission de sécurité ».⁷³

L'utilisation temporaire de l'espace public par les festivals est donc possible par arrêtés et autorisations municipales du maire, de la police municipale ou du préfet de police. Des aspects tels que la sécurité et le respect des lieux publics sont contrôlés, mais aussi les nuisances sonores, la tranquillité, et l'ordre public. En ce sens, les festivals peuvent être perçus comme des « perturbations » de l'organisation de la cité.⁷⁴

⁷¹ « Festivals : Une dynamique à préserver », Par le Ministère de la Culture, 10/08/2017 : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Actualites/Festivals-une-dynamique-a-preserver>

⁷² « Guide des bons usages : Organiser un événement artistique dans l'espace public », Artcena, sous la direction de José Rubio. p.93 : <http://www.artcena.fr/wp-content/pdf.php?file=http%3A%2F%2Fwww.artcena.fr%2Fwp-content%2Fuploads%2F2017%2F07%2FGBU-Numerique-FINAL-LD.pdf>

⁷³ Ibid p.63

⁷⁴ Ibid p.80

- Des coûts de sécurité qui explosent

Si la surveillance des festivals est largement renforcée, tous les moyens mis en œuvre pour assurer la sécurité du public et des artistes entraînent des frais supplémentaires considérables pour les structures organisatrices. À Aurillac, en août 2016, juste après les attentats de Nice, le coût de la sécurité s'élevait à 250 000 € « Deux cent cinquante mille euros, c'est ce que je donne en cachets aux artistes » déplorait Jean-Marie Songy.⁷⁵ Surtout que cette dépense est à la charge du festival, bien qu'un soutien financier ait été apporté par le ministère de la culture à l'époque, ce ne sont pas des aides pérennes et de droit pour tous.

Le Centre national de la chanson, des variétés et du Jazz (CNV) publie une étude sur les festivals de musique en France en 2016 qui évalue ce surplus financier très coûteux. Il observe que l'augmentation des coûts de technique et de sécurité est plus élevée que celle des coûts artistiques. L'organisme estime que la part moyenne du budget des festivals en 2016 accordée au coût artistique est de 30%, tandis que la part technique, logistique et sécurité en occupe 43%. Selon l'étude menée par le CNV sur 87 festivals, le surcoût total généré par les frais de sécurité s'élève à 3,7 millions d'euros. Pour le festival Jazz in Marciac par exemple, cette somme s'élève à 110 000 euros. Le festival des Vieilles Charrues, lui, a vu son budget sécurité doubler en l'espace de sept ans. Du fait de l'augmentation croissante de sa fréquentation (280 000 spectateurs sur quatre jours en 2016) ce budget atteint aujourd'hui 1,3 million d'euros !⁷⁶

Face à ces surcoûts excessifs, le ministère de la culture a débloqué une vingtaine de millions d'euros en 2016 pour venir en aide aux festivals en difficulté, mais encore une fois, les manifestations les plus modestes sont souvent oubliées par le gouvernement. Par exemple, le festival des Imaginaires ludiques, à Alençon, a dû lancer un appel aux dons pour pouvoir assurer les frais de sécurité nécessaires à son

⁷⁵ « Les arts de la rue face au défi sécuritaire », Michel Guerrin, Le Monde, 14/10/2016 : http://www.lemonde.fr/idees/article/2016/10/14/les-arts-de-la-rue-face-au-defi-securitaire_5013452_3232.html

⁷⁶ « Les festivals de musiques actuelles en 2016. Caractéristiques et évolutions budgétaires. Focus sur les "surcoûts sécurité" 2015-2016 », études statistiques, CNV, avril 2017. p.15 : https://www.cnv.fr/sites/cnv.fr/files/documents/PDF/Ressource/lettres_info/dossiers/20170418_IndicsFestivals_2016_BAT.pdf

déroulement. Le Centre National de la Chanson des Variétés et du Jazz nous explique qu'« au lendemain des attentats du 13 novembre 2015, le Ministère de la Culture et de la Communication a annoncé et confié la gestion du Fonds d'Urgence au spectacle vivant au CNV. Ce fonds, abondé par l'Etat et différents organismes professionnels, a permis de soutenir 524 dossiers en 2015-2016 ». ⁸⁰

Le budget sécurité des festivals ne cesse d'augmenter à chaque fois qu'une faille est détectée dans la surveillance des attaques terroristes. Ainsi, à chaque nouveau drame, de nouvelles mesures sont exigées des municipalités pour renforcer la vigilance et élaborer de nouvelles mesures préventives. Les événements ayant lieu dans la rue étant sous la responsabilité du maire, les organismes culturels sont soumis aux législations de la municipalité en termes de sécurité. La décision de valider un projet culturel se fait surtout lors de la commission sécurité. Cette dernière se charge d'évaluer les risques et les mesures à prendre en fonction du dossier réalisé par les organisateurs. Dates, lieux, fréquentation de la manifestation, tous les facteurs sont étudiés pour assurer un dispositif de sécurité adapté. En fonction de ce bilan, les organisateurs devront faire appel à des prestataires du type : agence de sécurité pour les gardiens, veilleurs de nuit ou maître-chien ; ambulances, Samu, pompiers, associations ou organismes pour renforcer le nombre de secouristes et de médecins sur place. Ces prestations engendrent des frais annexes qui expliquent cette nette augmentation des budgets des festivals, ce qui fragilise encore davantage leur situation financière déjà précaire.

Chapitre 3 - Une tendance au renouvellement des sources de financement et des valeurs des festivals d'arts de rue dans la société en France

A/ L'essor et le succès du mécénat en France

a) Une nouvelle tendance en France

- Une tendance à la hausse

Pour pallier à cette situation financière trop instable et de plus en plus appauvrie, on voit de plus en plus de festivals se tourner vers des recherches de fonds privés. En effet, longtemps bannis par une culture qui se voulait publique en France, les festivals d'arts de rue n'hésitent plus à faire appel à des entreprises pour des partenariats, faute de moyens suffisants à leur activité. En effet, cette tendance au mécénat d'entreprise, pratiquée avec beaucoup moins de pudeur chez nos voisins anglo-saxons et germaniques, gagne peu à peu la France.

L'état cherche évidemment à encourager cette pratique pour engager les entreprises dans la vie locale de leur territoire et ainsi, soulager les budgets des municipalités qui souffrent de la baisse des dotations de l'État. La création de l'ADMICAL en 1979 montre bien cette volonté d'encourager le mécénat des entreprises en région dans tous les domaines d'intérêt général (social, culture, éducation, environnement, santé etc.) Cette organisation permet l'accompagnement des entreprises mécènes sur les plans politique, fiscal et juridique. De plus, la loi du 1^{er} août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations a permis de faire plus librement des dons aux associations ou organismes relevant d'utilité publique (donc non rentables) tout en bénéficiant d'une réduction d'impôt de 60% sur ces dons. Ce dispositif juridique et fiscal unique en Europe a en effet beaucoup favorisé le développement du mécénat en France

En 2016, l'Admical annonce une montée significative du mécénat en France. « Les entreprises mécènes sont de plus en plus nombreuses (de 12% en 2014 à 14% en 2016) et sont plus généreuses, puisque le budget alloué à leurs actions s'élève à

présent à 3,5 milliards d'euros (+25%) ». ⁷⁷ Selon cette étude les entreprises concernées sont majoritairement des TPE (72%) et des PME (25%). En revanche, le sponsoring culturel semble avoir moins de succès. Selon l'étude de l'Admical il est en baisse. Si 46% des entreprises mécènes (tous domaines confondus) « font également du sponsoring », parmi les entreprises mécènes investies dans le domaine culturel, seulement 17% d'entre elles pratiquent le sponsoring, et ce chiffre est en baisse depuis deux ans (moins 9%). Toutefois, « la baisse du sponsoring culturel est à mettre en regard de l'augmentation du mécénat en faveur de ce domaine. » ⁷⁸

- Conditions et contreparties du mécénat

L'Admical constate que le mécénat reste majoritairement financier (77% des entreprises), tandis que les apports en nature ou en compétences ne représentent que 29% et 11% des entreprises. ⁷⁹ Pourtant, le mécénat en nature a de plus en plus de succès auprès des grosses entreprises. Il s'exprime par un don de marchandises, de matériel ou de service. Mais l'ancrage local reste cependant une condition importante pour les entreprises mécènes, car le mécénat de proximité représente 81%, contre seulement 18% à l'échelle nationale, et 11% à l'échelle internationale. ⁸⁰ La nature du don se définit au cas par cas avec les entreprises et se concrétise par la signature d'une convention. Les montants donnés peuvent varier, la nature du contrat aussi, et de ce fait les contreparties sont à définir également en fonction de l'implication du partenaire. Il faut savoir proposer aux mécènes quelque chose d'unique qui va récompenser leur action, les attirer et permettre de pérenniser le partenariat dans le temps. Cela peut être « un salon pour soirée VIP, une visite des coulisses du festival, un pass-tribune etc. » d'après Loanna Thomas, directrice de production spécialisée dans les festivals jeune public. Elle ajoute aussi que les entreprises sont de plus en plus exigeantes car de plus en plus sollicitées. ⁸¹

⁷⁷ « Le mécénat d'entreprise en France. Résultats complets de l'enquête Admical - CSA », mai 2016 : http://admical.org/sites/default/files/uploads/basedocu/barometre_admical_csa_2016_vdef.pdf

⁷⁸ Ibid p.73

⁷⁹ Ibid p.38

⁸⁰ « Le mécénat d'entreprise en France. Résultats complets de l'enquête Admical - CSA », mai 2016. p.44 : http://admical.org/sites/default/files/uploads/basedocu/barometre_admical_csa_2016_vdef.pdf

⁸¹ « Financement des festivals, chacun cherche son partenaire », Irma n°61, Focus du mois d'octobre 2011. P.5 : http://www.irma.asso.fr/IMG/pdf/61-focus_octobre-2011.pdf

À travers l'étude de l'Admical, on constate que 55% des entreprises mécènes bénéficient de la réduction d'impôt sur tout ou partie de leurs dons, alors que seules 45% des entreprises étaient concernées en 2013.⁸² C'est un chiffre en augmentation mais encore peu élevé qui montre que l'intérêt n'est pas uniquement financier pour les entreprises. En effet, leurs motivations sont multiples : La première est la volonté de participer à l'attractivité du territoire, d'offrir un cadre de travail agréable, de forger l'identité de l'entreprise, ou d'avoir une démarche de communication originale. Pour les investissements culturels, ce peut être aussi selon les goûts personnels du directeur de l'entreprise, ou l'envie de sensibiliser ses collaborateurs à l'art, de développer leur créativité. La motivation première des mécènes est de contribuer à la démocratisation de la culture, à la diffusion et la transmission d'œuvres d'art, grâce à leurs actions.⁸³

b) Le mécénat dans la culture

- La répartition des financements

Si le social est le domaine le plus soutenu par les entreprises, la culture arrive en seconde position et attire 24% des entreprises mécènes, ce qui représente environ 500 millions d'euros ! « Parmi les actions du mécénat culturel, les entreprises favorisent largement les actions de relais et de soutien à la culture ». Le mécénat culturel représente 15% du budget global du mécénat, un nombre à la hausse très encourageant. Les ETI/GE (Entreprises de Taille Intermédiaire ou Grandes Entreprises) « sont traditionnellement plus enclines à s'investir dans le mécénat culturel qui requiert souvent des montants importants et rejoint des enjeux d'image et de communication propres aux grandes entreprises » nous dit l'étude de l'Admical. Cependant, « la hausse importante des PME confirme l'implication croissante de celles-ci dans la culture, sur des projets comme les festivals, qui portent des enjeux de développement du territoire, ou encore le soutien au patrimoine local. »⁸⁴ En effet, parmi les entreprises engagées sur du mécénat culturel, 36% financent le domaine

⁸² « Le mécénat d'entreprise en France. Résultats complets de l'enquête Admical - CSA », mai 2016. P.57 : http://admical.org/sites/default/files/uploads/basedocu/barometre_admical_csa_2016_vdef.pdf

⁸³ Ibid p.66 à 68

⁸⁴ « Le mécénat d'entreprise en France. Résultats complets de l'enquête Admical - CSA », mai 2016. P.31 : http://admical.org/sites/default/files/uploads/basedocu/barometre_admical_csa_2016_vdef.pdf

musical tandis que la préservation du patrimoine bâti et naturel représente 26% des mécènes culturels. Mais les arts de rue arrivent tout de même en deuxième position avec 27% des entreprises mécènes investies dans le domaine culturel concernées.⁸⁵

Les festivals qui ont le mieux compris cette logique et qui ont vite saisi l'opportunité qu'offre le mécénat culturel parviennent à équilibrer leur budget. Les festivals de musique sont cependant très en avance sur les festivals d'arts de rue dans ce domaine, qui peinent un peu à mettre en place ce type de partenariats privés. Les Eurockéennes de Belfort par exemple sont une véritable référence en matière de financement privé et alternatif. En effet, depuis 1992, le festival travaille à l'élaboration de son club des partenaires qui compte aujourd'hui plus de 130 entreprises ! Celles-ci bénéficient d'un rapport privilégié avec le festival, d'un accueil VIP et d'autres avantages. En plus de ces 130 mécènes privés, le festival est soutenu par onze partenaires institutionnels (dans lesquels on retrouve la région, le département, la ville, le CNV, la Sacem et l'Admical), mais aussi par 14 sponsors et 20 médias d'envergure régionale ou nationale tels que France Inter, Arte Concert, Les Inrouptibles ou France 3 Franche Comté. La célèbre Fête des Lumières de Lyon a, elle aussi, constitué son club des partenaires pour soutenir la manifestation autant sur le plan financier que matériel. Pour les festivals d'arts de rue, en revanche, l'identification à des sociétés privées est plus difficile.

- Les avancées et innovations du mécénat culturel

Le Crédit Agricole a été un des pionniers dans le développement du mécénat solidaire et culturel en France. Avec sa fondation créée en 1979, il « a déjà soutenu plus de 1200 projets, avec les Caisses régionales, en versant plus de 36 millions d'euros de subventions ». En effet, grâce aux 39 caisses régionales réparties en France et actives pour la dynamique de leur territoire, « elles interviennent auprès d'une multitude d'associations et d'acteurs locaux. Avec plus de 17 000 actions soutenues et 30 millions d'euros versés chaque année, le Groupe Crédit Agricole est parmi les premiers mécènes de France. »⁸⁶ La MAIF a suivi son exemple et propose des actions

⁸⁵ Ibid p.70

⁸⁶ « Le mécénat d'entreprise en France. Résultats complets de l'enquête Admical - CSA », mai 2016. P.56 : http://admical.org/sites/default/files/uploads/basedocu/barometre_admical_csa_2016_vdef.pdf

pour rendre accessible l'art au plus grand nombre. Elle soutient par exemple des établissements ou des événements culturels majeurs comme le Grand Palais à Paris, ou le festival Jazz In Marciac. Son but est de promouvoir la création artistique contemporaine. D'autres grandes entreprises comme la FNAC, la SNCF, EDF ou La Poste s'investissent dans des événements culturels et sont d'une aide précieuse car elles peuvent aussi bien apporter un apport financier, toujours utile, mais aussi proposer des services en nature et proposer des réductions avantageuses contre un peu de publicité.

Des marques comme Heineken ou Kronenbourg ont également fait avancer considérablement la visibilité du mécénat culturel en France ces dernières années, mais d'une manière beaucoup plus extrême. En effet ces marques s'investissent pleinement dans le choix des artistes qu'elles soutiennent. Ici encore on parle d'un mécénat culturel qui touche uniquement les artistes et les festivals de musiques, bien plus enclins au développement du mécénat. On observe donc, dans les festivals de musiques actuelles, une tendance au « naming », cette pratique consiste à donner le nom de la marque à une scène, comme le fait par exemple Heineken au Main Square. La marque qui labellise une scène récupère ainsi la production mais aussi la programmation artistique de sa scène. Il y a aussi le cas extrême du Printemps de Bourges qui a été rebaptisé en 2011 : Printemps de Bourges – Crédit mutuel. C'est la première fois en France qu'un festival porte carrément la marque de son financeur.⁸⁷

- Le cas des festivals d'arts de rue

Pour les festivals d'art de rue, le mécénat culturel n'est pas aussi approfondi. On commence tout juste depuis quelques années à faire un appel aux entreprises privées pour venir en aide aux festivals en difficultés financières, mais jusque-là cet appel est resté timide. Les seuls festivals qui possèdent un large panel de partenaires et qui attirent les gros groupes sont les festivals à portée internationale. Ceux-ci attirent les partenariats pour des raisons publicitaires évidentes. C'est le cas par exemple du festival d'Aurillac qui conserve ses cinq partenaires institutionnels (région, ville, communauté d'agglomération, département et ministère de la culture) mais qui

⁸⁷ « Financement des festivals, chacun cherche son partenaire », Irma n°61, Focus du mois d'octobre 2011. P.5 : http://www.irma.asso.fr/IMG/pdf/61-focus_octobre-2011.pdf

possède également de nombreux partenaires économiques. Au total, 35 partenaires accompagnent le festival en plus des cinq institutions, dont sept partenaires “presse”. Parmi les entreprises mécènes on retrouve le Crédit Agricole, Air France, la SNCF, la MAIF et bien d’autres. Avec le temps et l’expérience, le festival s’est doté d’un club d’entreprises, constitué en majorité de magasins d’Aurillac.

Pour Marc Pottier, directeur commercial de l’entreprise Poterscope (spécialisée dans le secteur des activités des agences de publicité) « tout est une question d’image ». L’objectif des entreprises mécènes est « de faire de la présence à l’esprit sur de fortes périodes commerciales (printemps/été) mais surtout de s’acheter du capital sympathie vis-à-vis de leurs consommateurs. » Participer au financement d’un festival témoigne d’un acte d’engagement qui motive les mécènes et sponsors.⁹¹ C’est pourquoi, les festivals d’arts de rue qui ont souvent vocation d’animation locale, et qui ne bénéficient pas d’une grande visibilité à l’échelle nationale peinent à développer leurs partenariats, mécénats et sponsoring.

Cependant, les petits festivals aussi sont tentés de se tourner vers le mécénat et en appellent à l’implication locale des entreprises pour pérenniser leur activité bien souvent compromises par le manque de financement. C’est le cas par exemple du festival Rues&Vous, à Rions, en Gironde, qui assume une recherche de mécénat et de sponsoring, nécessaire à son activité, mais qui doit être utile et fructueuse pour les deux parties. C’est le cas aussi du festival DésARTiculé en Bretagne qui, en plus de ses nombreux partenaires institutionnels et associatifs, ajoute quelques médias, mécènes et sponsors privés à sa liste de partenaires. Certains festivals plus récents lancent également des appels à la participation financière et au mécénat comme le festival du bitume et des plumes, né il y a quatre ans seulement à Besançon, et qui fait appel aussi bien au mécénat d’entreprise que de particuliers. Il y a aussi le Festiv’art, festival interdisciplinaire d’Amiens, créé en 2006 par une cinquantaine de bénévoles qui s’appuient aussi bien sur des financements privés que publics. D’autres petits festivals qui s’autofinancent à 100% voient le jour, mais il est tout de même encore rare de trouver des festivals d’arts de rue de grande ampleur financés intégralement par du mécénat privé comme c’est le cas à Saint Jean de Védas, au festival Festin de Pierres.

c) Les limites du mécénat culturel, et ses promesses d’avenir

- Les arts de rue encore novices en matière de mécénat

Dans la vidéo « Financer c'est pas festoche » ce qui ressort le plus quand les acteurs culturels parlent du mécénat, c'est un certain malaise et un manque de connaissance qui les rend réticents. Ce n'est pas qu'ils refusent un apport financier privé, mais ils admettent ne pas savoir comment aborder les entreprises, comment fonctionne le mécénat, comment le mettre en place administrativement parlant etc. Une formation est nécessaire ainsi qu'une expérimentation qui permettra au secteur culturel et au monde entrepreneurial de s'habituer et de s'approprier l'un l'autre. Des personnalités comme Emmeline Jersol ou Sophie Diaquin (chargée de production) reconnaissent dans la vidéo l'utilité de l'essor du mécénat culturel mais prônent toutefois le subventionnement public de la culture. Elles conservent une méfiance pour les logiques entrepreneuriales qui font que, en cas de récession ou de crise d'une entreprise partenaire, celle-ci peut se retirer à tout moment et ne plus donner d'argent. La stabilité de la situation financière de l'entreprise définissant son taux d'investissement dans l'événement, on craint que celui-ci ne soit pas durable dans le temps, compte tenu de la crise financière qui sévit en France depuis quelques années. De nos jours, le mécénat est perçu comme un complément de financement et non comme une ressource majeure.⁸⁸

François Missonnier, directeur de Rock en Seine, souligne l'importance de satisfaire les partenaires « pour travailler sur la durée et ne pas repartir de zéro après chaque édition ». Il faut donc que les partenaires et le festival soient « en accord sur la philosophie de l'événement, son public, ses spécificités et ses contraintes. »⁸⁹ Les partenariats privés sont délicats pour les structures culturelles car ils doivent se traiter au cas par cas, chacun est unique et une politique de mécénat généralisée pour toutes les entreprises est impossible. Cela peut être problématique pour les petites structures qui manquent de moyens mais surtout de personnel pour développer et approfondir

⁸⁸ « Financer c'est pas festoche : Un documentaire sur le financement alternatif des festivals », Documentaire de 42 min réalisé par Lucile Chambon et Sylvain Thomasson, 2016 : <https://cultureveille.fr/financer-cest-festoche/>

⁸⁹ « Financement des festivals, chacun cherche son partenaire », Irma n°61, Focus du mois d'octobre 2011. P.6 : http://www.irma.asso.fr/IMG/pdf/61-focus_octobre-2011.pdf

ses relations partenariales. Tandis que les gros festivals peuvent créer « une équipe dédiée au développement des partenariats et du mécénat. »⁹³

- Une tendance qui a de l'avenir

L'étude de l'Admical sur « Le mécénat d'entreprise en France » est très intéressante, elle révèle la banalisation de cette pratique et son développement fulgurant en France. D'ici deux ans, l'Admical prévoit encore une nette augmentation du mécénat en France. « Les perspectives du mécénat d'entreprise sont très optimistes. Près de 80% des entreprises mécènes déclarent vouloir stabiliser ou augmenter le budget qu'elles consacrent au mécénat dans les deux ans à venir. Elles conçoivent leur engagement dans la durée et se professionnalisent. Le mécénat fait partie intégrante de la stratégie de l'entreprise. »⁹⁰

Pour Loanna Thomas : « des agences de mécénat spécialisé vont se développer de plus en plus, ou bien les villes vont développer des pôles de mécénat. Il y a beaucoup de choses à développer du côté du mécénat en termes d'emploi culturel. Mais cela implique d'avoir les bonnes compétences et un réseau important. »⁹¹ Cette mise en réseau partenariale est essentielle, notamment pour les festivals d'arts de rue qui souffrent de la raréfaction des ressources publiques, elle permet d'avoir une professionnalisation de cette pratique partenariale et d'éviter la crise pour de nombreux événements.

En effet, la multiplication des partenaires, aussi bien publics, institutionnels, que privés ou entrepreneuriaux, permet d'équilibrer les budgets. La perte d'un partenaire est risquée et peut remettre en cause le festival lui-même. Le risque d'avoir peu de partenaires à de forts taux de participation peut également être dangereux pour l'autonomie et l'indépendance du festival qui risque de perdre le contrôle sur le contenu de sa manifestation. La diversification des partenariats est donc préférable pour ne pas dépendre d'une seule entreprise ou d'une seule structure, de sorte que si une subvention est perdue, elle pourra facilement être compensée ailleurs.

⁹⁰ « Le mécénat d'entreprise en France. Résultats complets de l'enquête Admical - CSA », mai 2016. P.61 : http://admical.org/sites/default/files/uploads/basedocu/barometre_admical_csa_2016_vdef.pdf

⁹¹ « Financement des festivals, chacun cherche son partenaire », Irma n°61, Focus du mois d'octobre 2011. P.6 : http://www.irma.asso.fr/IMG/pdf/61-focus_octobre-2011.pdf

D'après François Debiesse, président exécutif d'Admical, le mécénat « est plus que jamais nécessaire dans le monde en crise que nous traversons. » Il regrette qu'il soit « Trop souvent – et à tort – assimilé à une niche fiscale » car le mécénat apporte bien plus que cela. Pour lui, associations et entreprises ont des avantages à collaborer ensemble :

« Les associations ont besoin du mécénat, qui peut leur apporter des ressources matérielles, un appui humain, une expertise et des réseaux. Les entreprises ont besoin de prendre en compte la voix des associations pour incarner leur responsabilité sociétale, environnementale et culturelle vis-à-vis des acteurs qu'elles touchent par leurs activités, mais aussi de la société tout entière. »

L'action de mécénat est une avancée prodigieuse au service de l'intérêt général et d'utilité publique selon François Debiesse. C'est « un engagement libre et durable » dont le dispositif juridique, unique au monde, doit être préservé car il fait l'originalité de la politique française. C'est un « un pilier incontournable de la générosité en France [qui] est devenu indispensable à la mise en œuvre de nombreux projets d'intérêt général. Il contribue également au rayonnement de la France à l'international. »⁹² Un développement du mécénat culturel à l'échelle européenne fait effectivement sens au vue de tous les grand festivals européens.

B/ Une exploitation accrue des ressources partenariales

a) La superposition des financements publics

- Une économie croisée...

Pour faire face à la baisse de moyens dont le secteur culturel et les festivals sont victimes, des logiques économiques nouvelles émergent. La période de prospérité de la fin du siècle dernier a laissé place à une crise économique et culturelle qui place les festivals d'arts de rue dans une situation précaire. Mais, comme ceux-ci ne manquent pas de créativité et de stratagèmes, ils se réinventent pour survivre dans un milieu hostile et concurrentiel. Il est cependant difficile d'ériger une règle générale pour décrire comment les festivals trouvent une parade à la crise. Chacun est

⁹² « Ensemble, construisons le mécénat de demain ! », François Debiesse, Admical, 23 mars 2017 : <https://www.avenir-mecenat.fr/blog/editorial-de-francois-debiesse-president-d-admical>

spécifique dans sa manière de trouver de nouveaux partenariats, de travailler avec de nouvelles instances ou de changer sa propre organisation en interne. Jean-Michel Guy, dans la préface des *Arts de la rue : Portrait économique d'un secteur en pleine effervescence*, préconise de ne plus utiliser le pronom « ils », « trop généralisant » selon lui, pour qualifier les festivals d'arts de rue :

« Les arts de la rue forment une nébuleuse, une mosaïque, un archipel d'une diversité qui défie l'entendement. Ce n'est pas le moindre des mérites d'Elena Dapporto et de Dominique Sagot-Duvaurox qui ont mené cette étude difficile, que d'avoir traqué la singularité sous l'apparente généralité. Car il n'y a pas « une » économie des arts de la rue, mais plusieurs logiques économiques qui tantôt se côtoient sans se croiser, tantôt s'interpénètrent. »⁹³

Si l'on considère ces logiques économiques multiples, on remarque que la tendance est à la multiplication des sources de financement et une multiplication des partenariats pour ne pas souffrir des réductions budgétaires. En effet, on peut constater que la tendance générale est à l'augmentation du nombre de partenaires. Pour compenser la baisse des dotations publiques, les associations, services culturels, institutions artistiques ou structures socioculturelles n'hésitent pas à multiplier les dossiers de demandes de subventions, que ce soit à l'État, à la Région, aux DRAC ou même à l'Europe. L'économie des festivals fonctionne de plus en plus au projet : On monte un dossier pour une édition spécifique, pour un spectacle, pour un concept qui répond au cahier des charges de ces institutions gouvernementales et qui est susceptible de les toucher, de les intéresser et d'être retenu parmi la quantité de structures qui demandent aussi de l'aide. De nombreuses organisations proposent aujourd'hui leur aide au secteur culturel comme de l'aide à la création, des résidences etc. C'est le cas notamment de la SACEM qui propose des programmes d'aide au projet, de soutien financiers de festivals etc. Les demandes de subventions d'association envers l'État se font par l'envoi du dossier CERFA, tandis que le FEDER est le document concernant les demandes d'aide européennes.

- ... **Dont les principaux acteurs restent le gouvernement ou ses émanations**

Dans ce jeu de recherche de subventions, et de multiplication des financeurs, les pouvoirs publics gardent une place prépondérante dans le financement des

⁹³ Jean-Michel Guy, Préface, Ministère de la Culture - DEPS « Les arts de la rue », 2000, p. 10

festivals d'arts de rue. Dans l'étude de novembre 2006 « Les nouveaux territoires des festivals », Emmanuel Négrier et Marie-Thérèse Jourda montrent que, malgré la diversification des partenariats, qui sont de plus en plus « à géométrie variable », le conseil général (désormais conseil départemental) reste le premier partenaire des festivals.⁹⁴ En moyenne, les festivals auraient six partenaires différents, chiffre évidemment en hausse depuis 2006 si l'on analyse les plaquettes des festivals d'arts de rue de cette année : Plus d'une trentaine pour les festivals d'Aurillac et de Chalon-sur-Saône en 2017. Sur tous ces partenaires, la part de la municipalité, du département, de la région et même du ministère de la culture restent importantes, et essentielles pour les organisateurs, elles montrent l'importance de ces deux manifestations sur le territoire français. En revanche, pour les plus petites structures non soutenues directement par le ministère de la culture, les soutiens financiers principaux restent la ville et la région, plus souvent la communauté de communes ou le département, puis autour se développent les partenariats avec les associations et les organismes locaux.

Le ministère de la culture considère qu'un festival est « équilibré » si son budget est réparti en trois tiers équitables entre : sa billetterie propre, les financements publics et les partenariats privés. Cette « Théorie des trois tiers » est surtout applicable aux festivals de musiques qui peuvent dégager de réelles recettes de billetterie avec des prix d'entrée relatifs aux coûts des cachets des artistes.⁹⁵ Mais pour ce qui est des festivals d'art de rue, cet équilibre des « trois tiers » est quasiment impossible puisque ce sont des événements qui dégagent très peu de rentabilité de manière directe. Comme nous l'avons vu plus avant, les retombées indirectes sont capitales pour le territoire, mais pour la structure organisatrice, c'est une activité déficitaire puisque l'achat du spectacle se fait pour le bien public, le plus souvent sans contrepartie financière des festivaliers. C'est pourquoi, plus que n'importe quel autre genre de festival, les arts de rue ont besoin des subventions publiques. « Pour Vincent Carry, coordinateur général des Nuits sonores, « les budgets des festivals sont sous pression permanente. [...] On est dans une économie très étroite, ça se joue chaque

⁹⁴ « Les nouveaux territoires des festivals. Un état des lieux pour la musique et la danse » Emmanuel Négrier et Marie-Thérèse Jourda, novembre 2006 :

http://www.irma.asso.fr/IMG/pdf/synthese_finale_engrier.pdf

⁹⁵ « Financement des festivals, chacun cherche son partenaire », Irma n°61, Focus du mois d'octobre, p.3

année au millimètre. Le moindre aléa peut être fatal ! Il n'y a pas de latitude » déclare le coordinateur.

b) Une mutualisation des moyens entre les structures

- Entre les institutions municipales

Dans ce contexte financier toujours très serré où les festivals font du sur-mesure pour continuer de proposer des événements culturels à bas prix pour le grand public, la solidarité et le soutien entre acteurs du secteur culturel est de mise. L'entraide et la mise en commun de biens, de compétences, de matériel, et même de personnel est un moyen détourné de faire des économies tout en s'enrichissant des ressources des autres. Cette tendance à la mutualisation a été remarquée et s'est accélérée depuis le début du XXI^e siècle. Selon le document « Les pratiques de mutualisation et de coopération dans le secteur culturel » élaboré au cours des Actes des rencontres à Marseille en Novembre 2010, il existe une différence entre mutualisation et coopération. « La mutualisation prendrait forme sous la contrainte, tandis que c'est l'envie de travailler ensemble qui inviterait à la coopération. » On peut mutualiser des biens matériels, humains ou immatériels, pour baisser les charges de la structure en les partageant, mais le risque est de perdre une certaine autonomie et indépendance de son activité. Les raisons qui motivent la coopération doivent donc être un apport mutuel, dont les bases sont définies en amont.⁹⁶

Les festivals en manque de moyens, peuvent par exemple compter sur les structures institutionnelles, comme les théâtres municipaux ou les établissements d'action culturelles qui possèdent des ressources dont ils ne se servent pas toujours, notamment pendant la période d'été où les théâtres sont fermés par exemple. Le prêt de matériel ou de locaux est alors possible. De manière générale, toutes les ressources publiques dont la mairie est propriétaire ou même les services que celle-ci peut rendre, peuvent être mutualisées entre les différentes structures de la ville. Le soutien local et le partage de compétences entre institutions du même domaine se fait souvent naturellement dans les petites communes. D'après Elena Dapporto, déjà au

⁹⁶ « Les pratiques de mutualisation et de coopération dans le secteur culturel », Les Actes des Rencontres, Marseille, 22 novembre 2010. P.4 : http://www.artfactories.net/IMG/pdf/actes_CRESS_2011_web.pdf

début des années 2000, bien que les attributions monétaires de la municipalité étaient en baisse, les apports en nature ne diminuaient pas : La municipalité vient en aide au festival en apportant un soutien en personnel, pour la sécurité, la technique ou le nettoyage et l'entretien de la ville mais aussi en fournissant des ressources premières comme l'eau et l'électricité, ou des repas et des hébergements.⁹⁷

Les ressources de la ville sont essentielles pour la mutualisation entre les structures. Souvent, les festivals s'appuient sur toutes les forces municipales et ses institutions comme les bibliothèques, les cinémas, les théâtres, salles de spectacle, musées etc. Cela permet aussi d'investir ces lieux en temps de festival, de les faire découvrir au public, et d'utiliser aussi les ressources de chaque lieu. Tous les festivals d'arts de rue ont recours à ce système de mutualisation mais on peut citer en exemple le festival de rue Ramonville à Toulouse dont 100% de la programmation est faite en financement partagé. Ses nombreux partenaires lui permettent de faire venir plus de spectacles, de meilleure qualité, dans de meilleures conditions d'accueil. Ces partenariats se font avec la commune et les structures culturelles ou des organismes de la société civile, comme la Fondation de France, ONDA, Réseau en scène, ou le réseau « En rue libre ». Ce dernier est un réseau régional de diffusion dont l'association ARTO (organisatrice du festival Ramonville) est co-fondatrice et qui permet de faciliter la circulation des œuvres en mutualisant les moyens. De nombreux autres réseaux de ce style se développent entre institutions culturelles à l'échelle de la région pour centraliser les moyens, comme le collectif « En jeux » en Languedoc-Roussillon, le Fond mutualisé d'accompagnement artistique de Normandie, le groupe des 20 théâtres d'île de France et le groupe des 20 théâtres de Rhône-Alpes, dans le champ du spectacle vivant.⁹⁸

- Avec le tissu associatif local

⁹⁷ Dapporto, Elena, et Dominique Sagot-Duvaurox. *Les arts de la rue. Portrait économique d'un secteur en pleine effervescence*. Ministère de la Culture - DEPS, 2000. p.215/216

⁹⁸ « Nouvelles pratiques de mutualisation et de coopération dans le secteur culturel », par le Ministère de la culture, 24/07/2014. P.12 : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications/Rapports-de-recherche/Nouvelles-pratiques-de-mutualisation-et-de-cooperation-dans-le-secteur-culturel>

« Plus des trois quarts des manifestations collaborent avec des associations locales. »⁹⁹ La plupart du temps, les partenariats ont lieu entre des structures locales qui se connaissent déjà et qui travaillaient déjà ensemble auparavant. Le partenariat permet d’officialiser la coopération et d’en définir clairement les apports. Cette coopération entre les associations permet de mettre en commun leurs moyens financiers, leur capacité d’accueil et leurs compétences pour une prise en charge collective des créations artistiques et de leur présentation au public. La mutualisation permet aussi de diversifier les pôles et secteurs d’activités liés au festival. En s’investissant auprès d’associations relevant de l’économie sociale et solidaire, les festivals s’ouvrent les portes de nouvelles sources de financements exceptionnelles de l’État ou de la Région, qu’ils n’auraient pas eues seuls en tant que manifestations artistiques. L’implication sociale des festivals permet ainsi de souscrire à de nouvelles aides financières, à des bourses européennes spécifiques.

Selon Emmanuel Négrier, « la mutualisation dans le milieu des festivals, ça a d’abord été considéré comme une très mauvaise idée [...] puis il y a l’économie qui fixe ses principes de réalité et il y a aussi les perspectives d’éclectisme des programmations. » Avant, les festivals préféraient travailler seuls, par fierté, « la vieille génération des responsables de festivals » voulait une ligne artistique pure et cohérente, « au point d’être un peu figée » nous dit Emmanuel Négrier. Cette génération voulait marquer la supériorité de son événement, son autonomie et indépendance artistique vis-à-vis des autres festivals. Mais, au vue de la situation économique, sociale et politique et des évolutions du secteur culturel en France ces dernières années, la nouvelle génération a bien évolué par rapport à ce modèle ancien : « La ligne des festivals d’aujourd’hui, c’est des lignes qui cherchent des coopérations, qui cherchent leur singularité dans un esprit de carrefour, donc ça milite en faveur d’une mutualisation beaucoup plus importante ». ¹⁰⁰

⁹⁹ Elena Dapporto, Dominique Sagot-Duvaurox, Chapitre IV. Les festivals, un segment de marché restreint mais stratégique, Ministère de la Culture - DEPS « Les arts de la rue », 2000, p. 215)

¹⁰⁰ Emmanuel Négrier chercheur CNRS – 20-21min « Financer c’est pas festoche : Un documentaire sur le financement alternatif des festivals », Documentaire de 42 min réalisé par Lucile Chambon et Sylvain Thomasson, 2016 : <https://cultureveille.fr/financer-cest-festoche/>

Ainsi, plusieurs réseaux d'associations naissent, comme c'est le cas des « Petites fabriques réunies » (PFR), dans le champ des arts de la rue, qui ont vu le jour en 2011 et qui rassemblent huit compagnies et lieux de fabrique dans toute la France. Leur ambition est « de constituer un fond mutuel transrégional destiné à financer des projets de création et de diffusion. »¹⁰¹

Les festivals sont nombreux à puiser dans le réseau associatif, comme le festival d'art de rue de Châlons-en-Champagne, Furies, dont les partenaires locaux sont nombreux. Si ses partenaires financiers et institutionnels sont limités, en revanche la liste des soutiens (sans qu'on en connaisse la nature) est longue : Foyer de l'enfance, association des cités, Centre d'aide au travail, collèges etc. Le festival Viva Cité de Sotteville-lès-Rouen est également très implanté dans le tissu associatif local. Pour être au cœur de la ville, de ses lieux et de ses habitants, les festivals d'arts de rue sont par essence intimement liés au territoire, à ses infrastructures et ses associations, véritables lieux de vie des citoyens.

c) Un appel à la solidarité des citoyens

- Le crowdfunding

Ce qui est sûr, c'est que les festivals d'arts de rue n'ont pas d'autres moyens que de puiser des ressources là où il y en a. Et les plus investis dans un festival sont souvent les habitants eux-mêmes. C'est pourquoi, la tendance se banalise de plus en plus, lorsqu'on fait face à des crises financières, de faire appel à la générosité du public pour « sauver » le festival. Le financement participatif, ou crowdfunding, utilise internet et les progrès numériques pour collecter des dons en ligne et ainsi rassembler une cagnotte destinée à la réalisation du festival. En effet, les plateformes de collecte fleurissent sur internet comme : Ulule, la plus connue, KissKissBankBank, MyMajorCompagny, Proarty, Dartagnans, ou Culture Time. C'est un moyen de fédérer les festivaliers autour d'une manifestation. Ils font preuve de solidarité et financent leur événement, celui qu'ils souhaitent voir dans leur ville.

¹⁰¹« Nouvelles pratiques de mutualisation et de coopération dans le secteur culturel », par le Ministère de la culture, 24/07/2014. : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications/Rapports-de-recherche/Nouvelles-pratiques-de-mutualisation-et-de-cooperation-dans-le-secteur-culturel>

Le site "innovation culture" établit à 893 562€, le montant des sommes collectées en 2016 grâce à des plateformes de crowdfunding. Une nette augmentation par rapport à 2015, mais qui concerne essentiellement la restauration des lieux patrimoniaux.¹⁰² Pour ce qui est des festivals d'arts de rue, il y a par exemple le Festiv'art d'Amiens, créé depuis 2006 sous l'impulsion de jeunes bénévoles motivés. Lors de sa dernière édition, en avril 2007, l'équipe a eu recours à du crowdfunding via la plateforme Ulule pour récolter 1 000€. L'appel des organisateurs pour aider au financement de la manifestation a été entendu et a été un succès. Le festival Merci, Bonsoir ! proposé par l'association Mix'Art à Grenoble a également eu recours à la plateforme KissKissBankBank pour financer sa nouvelle manifestation.

L'appel à la générosité du public se fait aussi sur le terrain, lorsque certains artistes, jouant gratuitement, demandent une participation des spectateurs à la fin du spectacle. Le fait de jouer ainsi, « au chapeau » est encore courant dans le domaine des arts de rue, surtout pour les petites compagnies qui participent au « off » de grands événements. Le collectif le Bouillon, à Clisson, par exemple, organise le festival le Troisième œil qui est entièrement autofinancé. Les organisateurs comptent sur les recettes du bar et de la restauration pour se financer, mais aussi sur la participation du public qui a l'opportunité de payer en « prix libre » son entrée aux spectacles proposés par le festival. Dans le domaine des arts de rue, le crowdfunding reste une pratique émergente encore peu utilisée. Quoi qu'il en soit, tous les acteurs du secteur culturel s'accordent à dire que le crowdfunding est une source de financement complémentaire et pas alternative au financement des festivals.

- Le bénévolat

S'il y a bien une preuve que les festivals d'art de rue en France fonctionnent sur la générosité de ses habitants, c'est bien le bénévolat. De tout temps, les gros festivals comme les nouveaux ont pu compter sur la participation plus ou moins grande de ses bénévoles, souvent fidèles d'une année sur l'autre, leur nombre a tendance à augmenter avec les années. Selon Elena Dapporto, « Les trois quarts des

¹⁰² « Campagnes de crowdfunding dans les lieux de patrimoine français achevées en 2016 : 893 562€ collectés et 73 campagnes réussies », Club Innovation et culture France, 01/01/2017 : <http://www.club-innovation-culture.fr/crowdfunding-patrimoine-realise-2016/>

manifestations bénéficient de l'aide de bénévoles » et leur nombre massif est « le signe d'une adhésion sociale ». En effet, les festivals travaillent à des projets culturels de quartiers, des collaborations avec des opérateurs sociaux comme nous l'avons vu. Ce travail a aussi pour vocation de sensibiliser la population aux événements artistiques et culturels de la ville. Elena Dapporto estime que le nombre des bénévoles « multiplie par deux celui du personnel rémunéré. Le nombre de bénévoles présents en moyenne pour une manifestation est d'une soixantaine et la valeur médiane est de trente bénévoles par manifestation ». ¹⁰³ Cela représente une force de travail non-négligeable pour les structures que l'auteure évalue à « 22612 jours de présence », « si on fait l'hypothèse que les bénévoles sont au moins présents sur la durée de la manifestation et en multipliant le nombre de bénévoles par le nombre de jours des manifestations. » « Cela équivaut à plus de 1000 mois de travail à temps plein, soit à peu près l'équivalent du temps passé par le personnel interne aux structures organisatrices et près de deux fois le temps de travail du personnel expressément embauché pour la manifestation. » ¹⁰⁷

Les besoins en bénévoles sont multiples et leur nombre permet de couvrir l'ensemble de la manifestation en ayant toujours une personne référente sur place pour renseigner et orienter le public. Leur participation se fait sur la base du volontariat, ce qui rend la recherche de bénévoles plus compliquée pour les organisateurs. Il faut que la manifestation soit suffisamment implantée dans le territoire et bien vue par ses habitants pour susciter de réelles passions pour les arts de rue et voir le nombre de bénévoles impliqués se multiplier. Leur aide, souvent trop négligée, est simple et minime mais essentielle pour l'organisation d'événements aussi brefs qu'intenses, que sont les festivals. Ces derniers participent ainsi pleinement à la vie locale.

¹⁰³ Elena Dapporto, Dominique Sagot-Duvaurox, Chapitre IV. Les festivals, un segment de marché restreint mais stratégique, Ministère de la Culture - DEPS « Les arts de la rue », 2000, p. 214/215

C/ L'engagement écoresponsable, citoyen, et social des festivals d'art de rue

a) Des festivals d'arts de rue citoyens et sociaux

- Des spectacles engagés, à caractère social

Les festivals d'arts de rue ont actuellement tendance à revenir vers leurs valeurs fondamentales. Ces dernières années, on peut observer une réelle volonté et un désir de retrouver l'essence de la rue en suscitant le rapport à l'autre. Les compagnies d'arts de rue, vecteurs essentiels de cohésion sociale et humaine, aspirent à retrouver cette empathie que notre société de consommation autocentrée nous a peu à peu fait oublier. On voit de plus en plus de spectacles tournés vers autrui, la tolérance, l'acceptation de l'autre, les différences etc. Par leur terrain d'action, les festivals d'arts de rue sont les plus à même d'aller à la rencontre des citoyens pour leur parler de sujets d'actualité de la sorte. La compagnie Artonik par exemple, avec son spectacle *The color of time*, invite à regarder la différence. Cette chorégraphie déambulatoire met en scène des danseurs tous déguisés en rebuts de la société, des personnages sombres, inquiétants, parfois clichés et stéréotypés comme le punk ou le sdf. En déconstruisant ces clichés, les artistes veulent ouvrir le regard des spectateurs pour leur faire voir et accepter la différence. La déambulation se termine sur des jets de poudre de couleur inspirés de la fête Holi en Inde, qui célèbre le printemps, et ignore, le temps d'une journée, les différences de castes. Un spectacle en plein dans le sujet de la réconciliation sociale. Les spectacles qui abordent ce thème sont toutefois nombreux, ils ont vocation à aborder des sujets de notre quotidien, de notre actualité, comme la question du genre ou du transgenre, les inégalités hommes/femmes, le terrorisme... Ces sujets, abordés de façon plus intimiste, plus profonde, parlent au spectateur et ont pour but de le toucher.

De plus, beaucoup de compagnies proposent un travail avec les habitants en amont du spectacle, pour un contact avec la population locale encore plus fort. On sent bien ce besoin des arts de rue, de renouer avec le social, de remplir sa mission de service public en essayant de reconstruire un échange, une discussion publique, à travers l'art, sur des sujets plus que sérieux. Le travail avec des citoyens bénévoles sur des projets artistiques, proposé par ces compagnies, contribue à faire des festivals d'arts de rue des festivals participatifs, engagés et citoyens. Les rencontres organisées

prennent alors souvent la forme d'ateliers où artistes et bénévoles vont pouvoir construire ensemble un projet artistique unique et spécifique à la ville et ses acteurs.

- Un art qui relève de l'économie sociale et solidaire

Comme nous avons pu le voir au cours de ce travail, les festivals d'arts de rue constituent un service public basé sur la solidarité. Le fonctionnement même des festivals d'arts de rue repose sur les subventions des institutions publiques, les dons du mécénat, la solidarité des acteurs de la municipalité et du territoire, et le bénévolat des citoyens. La diversité des genres de festivals de rue d'été que l'on peut trouver en France et leur succès témoignent bien de l'engouement qu'ils suscitent auprès du grand public. Reconnues depuis plusieurs décennies comme un secteur économique à part entière, les structures organisatrices de festivals intègrent donc le secteur de l'économie sociale et solidaire. Elles incitent à des modes de gestion démocratiques et participatives.

De nos jours, l'heure est à une reconsidération des moyens, dans un souci d'économie, pour s'adapter aux problèmes de la modernité. D'après Bénédicte Dumeige, directrice de France festival, « c'est une nouvelle étape dans la vie de la société, on est dans un mode très coopératif, l'économie participative aussi, grâce aux services numériques que sont blablacar, Air B&B etc. où on peut aussi louer du matériel. [...] C'est cette idée générale de la société que finalement on n'est pas à une période où on peut se permettre de chacun faire dans son coin, dépenser nos sommes d'argent. » Dans ce contexte la coopération est un moyen de rassembler les forces, d'éviter l'usure et de se rassembler.¹⁰⁴ La dimension culturelle se retrouve être une valeur fondamentale car elle contribue à construire notre « espace de cité ». Les pépinières d'initiatives qui se développent un peu partout encouragent ces actions citoyennes et les projets personnels portés par les habitants en termes de culture, de solidarité, et d'expression dans le domaine public. Dans la préface des *Arts de la rue*, Jean-Michel Guy écrit :

¹⁰⁴ « Financer c'est pas festoche : Un documentaire sur le financement alternatif des festivals », Documentaire de 42 min réalisé par Lucile Chambon et Sylvain Thomasson, 2016 : <https://cultureveille.fr/financer-cest-festoche/> (25min + 33min10)

Pour survivre et continuer à travailler, les artistes de rue ont tissé un réseau de solidarité exemplaire: sur les déchets de la société de consommation, ils ont construit une «esthétique de la récupération» qui raille l'«abondance» dont jouissent certains de leurs confrères du théâtre «en salle»; de la gratuité des spectacles, ils ont fait un mot d'ordre; de la diversité et du nombre de leurs spectateurs, une démonstration pleine de panache face à des théâtres qu'on aimerait voir plus remplis et aussi entourés.¹⁰⁵

Les arts de rue ont en effet pour eux cette réussite populaire qu'ils ont suscitée par leur implication sur le territoire, avec les acteurs culturels et locaux et par leur travail avec les municipalités. Leur logique de coopération, engagée socialement et politiquement pour la démocratisation de la culture en fait un secteur artistique toujours précaire mais créatif et qui sait se renouveler. Avec peu de moyens, mais leur force de convictions et leurs valeurs, ils réinventent les arts de rue pour offrir des festivals en accord avec leur temps, et les difficultés de la modernité.

b) Des festivals aussi engagés pour l'écologie

- La tendance écologiste des festivals

Les festivals des années 2010, conscients de leur impact sur la société, s'engagent également sur l'aspect écologique. L'écologie relevant également d'un acte durable, social et solidaire, les festivals en France prennent peu à peu la mesure de ce que leur engagement reflète en termes d'image. Comme pour l'aspect social, ils se doivent de donner l'exemple. Les préoccupations environnementales et écologiques étant plus que jamais au cœur des débats et des centres d'intérêts, être « écolo » donne une image positive des festivals, conscients et respectueux de leur environnement.

Encore une fois, ce sont les festivals de musiques qui, les premiers ont lancé cette « tendance » écoresponsable. En effet, l'ampleur de leurs manifestations était telle sur un seul concert qu'il fallait réguler la pollution engendrée par les festivaliers. C'est ainsi qu'on a commencé à voir apparaître des éco-cups (des gobelets réutilisables) lors de festivals, pour limiter à la fois le gaspillage et le nombre de déchets. Certains vont même jusqu'à créer des toilettes sèches pour le public et affichent clairement leur engagement écologiste. Les festivals d'arts de rue aussi

¹⁰⁵ Jean-Michel Guy, Préface, Ministère de la Culture - DEPS « Les arts de la rue », 2000, p. 9

augmentent leur utilisation d'éco-cups et s'engagent pour la nature. La vigilance est de mise pour faire des économies : on peut veiller au gaspillage notamment sur le catering prévu pour les artistes mais aussi limiter la consommation d'eau et d'électricité des structures culturelles. On s'intéresse également de plus en plus aux produits utilisés et à ceux que l'on vend, notamment sur la nourriture ou les boissons. La tendance actuelle est de favoriser les produits locaux et régionaux, de saison, mais surtout de proposer des produits de qualité au public. Une sensibilisation sur le commerce équitable est parfois aussi de mise sur certains festivals. Quelles que soient leurs actions en faveur de la nature, ces engagements servent d'exemple, permettent de sensibiliser le public à des causes environnementales fondamentales de nos jours et donnent une image positive de l'événement.

Pour certains festivals, cette dimension écoresponsable fait partie intégrante du projet et caractérise l'événement au même titre que sa programmation artistique. C'est un engagement qui fait partie de l'idéologie véhiculée par le festival. Pour d'autres, c'est simplement un engagement citoyen de nécessité porté par un ou plusieurs membres de l'organisation particulièrement sensibles à l'écologie. Les festivals prennent la mesure de notre empreinte sur la nature pour faire de cette thématique l'intérêt de tous. Les petits festivals, comme les gros, s'engagent dans cette voie.

- Les moyens écologiques mis en œuvre

Les festivals ont plusieurs moyens pour se mettre au vert et revendiquer une action écoresponsable. Tout d'abord, le tri-sélectif et le recyclage sont des habitudes de base mais qui, à l'échelle d'un festival ont un impact important. La pollution principale qu'un festival puisse créer est liée au nombre important de personnes rassemblées sur un lieu précis en un court laps de temps. Le traitement des ordures, le renforcement des services de nettoyage, l'installation de WC et poubelles supplémentaires ainsi que l'attention portée aux cendriers et zones fumeurs, permet de contrôler cette pollution et de limiter les dégâts. C'est d'autant plus important lorsque la manifestation culturelle a lieu dans un espace patrimonial ou naturel de grande ampleur, ou même protégé. Dans ce cas, les réglementations sont un peu plus strictes pour les espaces publics et une prévention est prévue en conséquence par les

organisateur. Le public peut être ainsi sensibilisé à ces sujets environnementaux, et les bénéfices sont doubles. Le lieu du festival ne sera pas dégradé et les festivaliers apprennent à appliquer leur citoyenneté et leurs bonnes manières en communauté. La seconde source de pollution qui peut être importante sur un festival est l'abondance de papiers comme les flyers, les programmes, les affiches etc. En réduisant le nombre de tirages papiers, et en utilisant des supports de communication recyclables, les festivals peuvent faire un réel effort. De plus, le développement des médias sur internet permet également de favoriser une communication numérique plutôt que papier.

Les enjeux environnementaux, comme les enjeux sociaux sont des problématiques modernes totalement perçues et comprises par les festivals, qui se les approprient à leur tour pour apporter leur pierre à l'édifice. Souvent, les festivals écoresponsables mélangent musiques, arts de rue, conférences et partagent aussi les valeurs de solidarité, d'écologie et d'économie sociale et solidaire.

c) Et attentifs aux minorités défavorisées

- Les festivals et le handicap

Depuis la loi « handicap » du 11 février 2005, les acteurs culturels portent une attention particulière à l'accessibilité des biens culturels pour les personnes en situation de handicap quel qu'il soit. Plusieurs festivals d'arts de rue revendiquent leur accessibilité et les moyens déployés envers les personnes handicapées. C'est le cas par exemple du festival Le cabaret vert à Charleville-Mézières en Ardenne, qui propose un accueil adapté à toutes les formes de handicaps encadré par vingt bénévoles dédiés. Pour eux « qualité rime avec accessibilité » : « On vise avant tout à individualiser cet accueil du public [...] L'intention étant d'abord de privilégier l'aspect humain et la mise à disposition d'une équipe »¹⁰⁶ L'accessibilité est une première chose essentielle, mais certains festivals vont jusqu'à intégrer les personnes handicapées à des projets artistiques ou liés à l'organisation du festival. C'est le cas du festival Ramonville mené par l'association Arto qui travaille pour intégrer les personnes handicapées à leur équipe de bénévoles ou de les mêler aux projets participatifs proposés par les artistes.

¹⁰⁶ Site du Cabaret vert : <http://cabaretvert.com/2015/infos-pratiques/handicap/>

Le festival Woodstower à Lyon, festival de musique et d'arts de rue est très attaché à l'accessibilité et l'engagement social de son événement. Avec plus de 300 bénévoles sur l'édition 2016, le festival insère à son organisation aussi bien des jeunes en insertion des quatre communes voisines, que des personnes en situation de handicap issus d'un programme appelé « Access'Festival » en collaboration avec l'AMAAC (Association de Médiation pour l'Accessibilité aux Arts et à la Culture). Ce festival est considéré comme un précurseur « dans le domaine du développement durable sous tous ses aspects (social, environnemental, économique) ». Il propose également, au cours du festival, « une soirée de sensibilisation à la Langue des Signes Française et aux types de handicap [...] à nos équipes. »

L'écologie comme l'accessibilité à tous les publics fait partie de la tendance des festivals actuels qui, par ces moyens, se démocratisent davantage et affirment leur engagement social et solidaire. En allant toucher des milieux différents de la culture, ils créent du lien social et peuvent toucher des publics nouveaux. Cette stratégie d'ouverture est en effet un moyen d'attirer les publics qu'on appelle « empêchés ». Ce terme a tendance à être remis en question ces dernières années car il a quelque chose de discriminatoire, mais il concerne les publics qui ne seraient pas venus en temps normal, qui ne fréquentent pas les lieux institutionnels de la culture et qui sont réticents à venir les découvrir. Les arts de rue, avec leur idéologie post-soixante-huitarde socialement engagée et utopique, montrent des efforts pour rendre leurs arts accessibles à ces publics « empêchés ». La différence et la tolérance sont des valeurs qu'ils soutiennent et encouragent.

- L'intérêt pour les zones urbaines défavorisées

On retrouve en effet chez les festivals d'arts de rue une volonté profonde de toucher par l'art des publics délaissés par la société civile, des groupes sociaux oubliés par la culture dite d'élite. Il y a dans les arts de rue, quelque chose de plus accessible pour ces populations défavorisées, issues de classes sociales pauvres. Les festivals d'arts de rue eux, vont partout, ils n'ont pas de terrains de jeu limités ou prédéfinis, ils s'installent aussi bien dans des lieux patrimoniaux prestigieux que dans des cours, des parcs, des jardins ou des terrains vagues. De plus, le caractère pluridisciplinaire de leur activité leur permet de toucher les jeunes de quartiers défavorisés par un domaine ou

par un autre : le rap, la musique, le street-art, l'acrobatie, sont des disciplines qui peuvent les attirer sans leur sembler inaccessibles. Le but des festivals d'arts de rue est de faire se sentir le public accepté et légitime partout. Le fait d'être dans la rue rend les arts de rue accessibles à tous.

Il y a aussi des entreprises culturelles, comme la Friche de la Belle de Mai à Marseille, qui réinvestissent des lieux désaffectés pour en faire un lieu de vie, d'échange et de découverte pour ses habitants. Philippe Henry, dans son ouvrage *Un nouveau référentiel pour la culture ? Pour une économie coopérative de la diversité culturelle*, nous parle de ces friches culturelles, véhicules essentiels dans la reconnaissance des diversités culturelles et leur expression. Elles permettent la « mise en relation d'artistes, d'habitants ou de publics qui appartiennent souvent à “des catégories sociales défavorisées en butte avec des problèmes de reconnaissance” ». ¹⁰⁷ Les friches sont des équipements complets qui permettent aussi bien l'animation socio-culturelle, que la diffusion artistique, la création, la vie du quartier etc. La Belle de Mai propose aussi des festivals de différentes disciplines, de sport, de musique, de performances etc.

Il y a dans les arts de rue un questionnement évident autour des droits culturels. Depuis la déclaration de Fribourg en mai 2007, le constat a été fait que l'accès à la culture est inégal et que toutes les pratiques culturelles ne bénéficient pas de la même valorisation. Dans leur essence, les arts de rue ont la volonté de corriger ce constat, en faisant émerger des artistes de rue talentueux et inconnus, et en diffusant dans les festivals toutes les disciplines possibles. Par leur idéologie mais aussi par leurs actions et engagements, les arts de rue apportent une plus grande démocratie au paysage culturel français. Leur volonté, par leur ancrage citoyen, est de favoriser une émancipation populaire grâce à la reconnaissance d'une identité culturelle française multiple. L'ouvrage de Philippe Henry questionne cette construction identitaire française (qui est « autant personnelle que collective ») il décrit le nouveau modèle culturel qui se met en place en France et demande : « Comment se nourrit-il des utopies d'éducation populaire d'hier pour les réinterroger dans ce nouveau contexte ? ». ¹⁰⁷

¹⁰⁷ Céline Fèvres-Limonet, « Philippe Henry, Un nouveau référentiel pour la culture ? Pour une économie coopérative de la diversité culturelle », Les comptes rendus, <https://lectures.revues.org/15131>

Conclusion :

Les festivals d'arts de rue se trouvent dans une situation instable depuis leurs débuts. Tardivement reconnus et institutionnalisés par le gouvernement et les actions du ministère de la Culture, ils occupent une place particulière dans le paysage culturel français. Après un essor fulgurant à la fin des années 70/80, les festivals d'arts de rue s'imposent comme des événements majeurs un peu partout en France. Ils sont devenus, par leur implication solidaire, des moteurs de liens sociaux et une cause de forte attractivité des territoires. Leur utilité sur le plan économique, touristique, et culturel n'est plus à prouver et pourtant, ils sont parmi les premiers à souffrir de la crise économique qui frappe la France.

La crise économique ayant des répercussions sur la santé de la vie culturelle française, on remarque que les festivals d'arts de rue font les frais des coupes budgétaires infligées aux collectivités locales. Les arts de rue subissent une baisse considérable de moyens en comparaison avec les années « Lang » où le ministère de la culture et de la communication était très généreux en matière de politique culturelle. Mais face à ce désengagement de l'État, les festivals ne manquent pas de ressources pour poursuivre leur activité avec des budgets très réduits et peu de moyens techniques. Leur force réside dans cette grande souplesse qui les anime et qui les a vu naître. La liberté est le maître mot de leur pratique. Même dans la précarité, les artistes trouvent la force nécessaire de créer, grâce à des partenariats, à la solidarité des acteurs culturels et de la population, grâce aussi aux nombreuses institutions qui n'ont pas abandonné leur vocation à soutenir le spectacle vivant.

L'ouverture à de nouvelles formes de financement comme le mécénat, le crowdfunding ou le sponsoring, témoignent de ces temps financièrement difficiles que les festivals traversent. Dans ce contexte, le croisement des sources de financement est inévitable entre le privé et le public, ainsi qu'une ouverture à de nouvelles collaborations.

Quoi qu'il en soit, la diversité enrichit les festivals d'arts de rue qui s'en trouvent renouvelés. Aller chercher de nouveaux financements ailleurs qu'au ministère de la culture paraît incontournable mais dans le même temps, il est important de ne pas se détourner des institutions gouvernementales, car ce sont elles qui ont fait la spécificité de la culture en France telle qu'elle existe aujourd'hui. Malgré les difficultés financières, la France reste un des pays qui finance le plus la culture, et cette « exception culturelle française » ne doit pas être oubliée, elle doit être cultivée et encouragée, car c'est une chance inestimable.

Les arts de rue se démarquent par leur histoire militante et leurs engagements en tous genres, pour la société, pour les citoyens, la cohésion, le partage, ou plus récemment l'écologie et la paix sociale. S'ils savent changer leur mode de fonctionnement pour adapter leurs budgets et coûts, ils sont aussi capables de remettre en cause leur utilité pour l'espace public et de s'engager sur les problématiques actuelles de la société française. Les festivals d'arts de rue ont su trouver comment s'adapter à la modernité et à ses débats.

On sent en effet un besoin viscéral dans cette décennie de renouer avec autrui, d'établir à nouveau le contact avec la communauté, de s'entraider et d'aller vers les autres. Les festivals ont cette capacité à réunir la population, ils établissent un rapport entre citoyens, arts et territoires. Cet ancrage local très fort participe en effet à leur succès et à leur présence nécessaire au sein des municipalités.

Cependant, les nouvelles démarches pour pallier la crise impliquent de nouvelles organisations coûteuses en temps et en moyens humains. En effet, pour les organisateurs de festivals, perdurer est possible à condition de s'investir pleinement dans le système des partenariats, dans la recherche périlleuse de nouveaux fonds publics ou privés. Cette démarche-là implique d'aller chercher les forces locales où il y en a. On constate que les festivals affrontent de plus en plus de contraintes et de difficultés, mais que les opportunités, les moyens, et les aides sont de plus en plus rares. Comparé à il y a dix ans, il faut investir beaucoup plus de temps, d'énergie et de force pour un résultat équivalent, voire moindre. Chaque territoire a sa solution et ses

propres ressources et il n'existe pas une ligne de conduite unique pour tous les festivals de France. Chacun se construit avec ses forces et ses faiblesses mais aussi ses envies et ses aspirations artistiques. Les arts de rue tirent leur diversité et leur richesse du mélange des disciplines artistiques, des genres, ou des différents partenaires.

La problématique actuelle de la culture et des arts de rue, est de remettre l'art et la culture au quotidien des français, de les sensibiliser à la diversité que les artistes français aiment à cultiver. La question des droits culturels, plus que jamais, refait surface dans un monde en crise où la culture est érigée comme l'une des valeurs fondamentales pour l'humanité. Bien qu'elle soit dans une situation précaire, elle est perçue comme un moyen de ressouder notre société et d'affronter les problèmes et les tensions actuelles que nous connaissons en ces temps troublés.

Sources :

Bibliographie

- BENITO, Luc. *Les festivals en France. Marchés, enjeux et alchimie*, Collection Gestion de la culture, L'Harmattan, 2001.
- Dapporto, Elena, et Dominique Sagot-Duvaurox. *Les arts de la rue. Portrait économique d'un secteur en pleine effervescence*. Ministère de la Culture - DEPS, 2000.
- GONON, Anne. *In Vivo, les figures du spectateur des arts de la rue*. Montpellier L'Entretemps, 2011.
- GUENOUN, Denis. *Aurillac aux limites. Théâtre de rue*, Actes sud, 2005.
- LEVINE, Lawrence. *Culture d'en haut culture d'en bas, l'émergence des hiérarchies culturelles aux états-unis*, Traduit de l'anglais (Etats-Unis) par Marianne Woollven et Olivier Vanhée, La découverte, 2010.
- PAQUOT, Thierry, « Introduction », dans *L'espace public*. Paris, La Découverte, « Repères », 2009, p. 3-9. URL : <http://www.cairn.info/l-espace-public--9782707154897-page-3.htm>
- *La relation au public dans les arts de la rue*, ouvrage collectif coordonné par Anne Gonon issu du colloque "Arts de la rue : quels publics ?" organisé par l'Atelier 231 et la ville de Sotteville-lès-Rouen les 16 et 17 novembre 2005, L'Entretemps, 2006.

Sitographie

- Site de la ville de Saint Jean de Védas :
<https://saintjeandevedas.fr/ville/180-festin-de-pierres.html>
- Site du Chai du Terral :
<http://chaiduterral.com/>
- Védazine n°27, magazine bimestriel de la ville, janvier 2016, page 9 :
<http://fr.calameo.com/read/000450139783b100c7ae3>
- Wikipédia - Saint Jean de Védas
<https://fr.wikipedia.org/wiki/Saint-Jean-de-V%C3%A9das>
- Site internet de ARTCENA :
<http://www.artcena.fr/>

- Carto-crise – Culture Française tu te meurs :
https://umap.openstreetmap.fr/fr/map/cartocrise-culture-francaise-tu-te-meurs_26647#6/51.000/2.000
- Calendrier de ARTCENA, rue et cirque, octobre 2016 :
<http://www.rueetcirque.fr/app/photopro.sk/hlm/detail?docid=308237#session-history-ready>
- Site du Cabaret Vert – Accès Handicap:
<http://cabaretvert.com/2015/infos-pratiques/handicap/>

Sites et rapports officiels par/pour les pouvoirs publics

- Rapport sur le développement de l'entrepreneuriat dans le secteur culturel en France, Steven Hearn, juin 2014 :
<http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/144000364.pdf>
- « Festival International de Rue d'Aurillac. Quelles retombées économiques pour le territoire? », Dossier par Auvergne Nouveau Monde Tourisme :
<http://pro.auvergne-tourisme.info/docs/475-1-etude-sur-l-impact-economique-du-festival-d-aurillac.pdf>
- « Festivals d'été en Pays cœur d'Hérault été 2009. Étude sur les publics et les retombées économiques de la culture et du patrimoine. Phase 1 : Les festivals d'été », enquête réalisée par Joana SINEGRE et Sophie LYET, sous la direction de Valérie SOMA et Magali LEON-PHILIP :
http://coeur-herault.fr/sites/default/files//field/pdf/rapport_festivals.pdf
- « Le temps des arts de la rue », Présentation par Mr Donnedieu de Vabres ministre de la culture et de la communication, 2 février 2005 :
<http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/dossiers-presse/dpartsdelarue.pdf>
- « Financement public du spectacle vivant subventionné par l'État en 2004 », Direction de la musique et de la danse du théâtre et des spectacles, Bureau de l'observation du spectacle vivant, août 2007 :
<http://www.culture.gouv.fr/culture/dmdts2006/reperes1.pdf>
- « Rapport sur les festivals » Pierre.Cohen, 12/07/2016 :
<http://www.culturecommunication.gouv.fr/Documentation/Rapports/Rapport-sur-les-festivals>

- « Guide des bons usages : Organiser un événement artistique dans l'espace public », Artcena, sous la direction de José Rubio :
<http://www.artcena.fr/wp-content/pdf.php?file=http%3A%2F%2Fwww.artcena.fr%2Fwp-content%2Fuploads%2F2017%2F07%2FGBU-Numerique-FINAL-LD.pdf>
- « Les festivals de musiques actuelles en 2016. Caractéristiques et évolutions budgétaires. Focus sur les “surcoûts sécurité” 2015-2016 », études statistiques, CNV, avril 2017 :
https://www.cnv.fr/sites/cnv.fr/files/documents/PDF/Ressource/lettres_info/dossiers/20170418_IndicsFestivals_2016_BAT.pdf
- « Le mécénat d'entreprise en France. Résultats complets de l'enquête Admical - CSA », mai 2016 :
http://admical.org/sites/default/files/uploads/basedocu/barometre_admical_csa_2016_vdef.pdf
- « Financement des festivals, chacun cherche son partenaire », Irma n°61, Focus du mois d'octobre 2011 :
http://www.irma.asso.fr/IMG/pdf/61-focus_octobre-2011.pdf
- « Les nouveaux territoires des festivals. Un état des lieux pour la musique et la danse » Emmanuel Négrier et Marie-Thérèse Jourda, novembre 2006 :
http://www.irma.asso.fr/IMG/pdf/synthese_finale_engrier.pdf
- « Les pratiques de mutualisation et de coopération dans le secteur culturel », Les Actes des Rencontres, Marseille, 22 novembre 2010 :
http://www.artfactories.net/IMG/pdf/actes_CRESS_2011_web.pdf

Articles de presse :

- « La rue des arts », article de Christian_RUBY_ Analyse de l'ouvrage *Art de la rue, une logique à double jeu*, de l'auteure Hee-Kyung Lee, *Slate*, 29/05/2014.
<http://www.slate.fr/tribune/87421/nf-la-rue-des-arts>
- « Quand les festivals dopent l'économie locale », auteur inconnu, *Le Figaro*, 12/07/2011 :
<http://www.lefigaro.fr/conjoncture/2011/07/12/04016-20110712ARTFIG00654-ces-festivals-qui-dopent-l-economie-locale.php>
- « Le spectacle vivant s'unit face à la “marchandisation de la culture” », auteur inconnu, *L'Express*, 20/04/17 :
http://www.lexpress.fr/actualites/1/culture/le-spectacle-vivant-s-unit-face-a-la-marchandisation-de-la-culture_1900786.html

- « Fleur Pellerin s'engage pour le maintien des festivals », par le Ministère de la Culture et de la Communication, 01/04/2015 :
<http://www.culturecommunication.gouv.fr/Actualites/Fleur-Pellerin-s-engage-pour-le-maintien-des-festivals>
- « La France championne du théâtre de rue », Nathalie Simon, Le Figaro, 27/05/2011 :
<http://www.lefigaro.fr/theatre/2011/05/27/03003-20110527ARTFIG00413-la-france-championne-du-theatre-de-rue.php>
- « Festivals : Une dynamique à préserver », Par le Ministère de la Culture, 10/08/2017 :
<http://www.culturecommunication.gouv.fr/Actualites/Festivals-une-dynamique-a-preserver>
- « Actions de renforcement et de surveillance des lieux culturels », par le Ministère de la Culture, 23/06/2017 :
<http://www.culturecommunication.gouv.fr/Actions-de-renforcement-et-de-surveillance-des-lieux-culturels>
- « Les arts de la rue face au défi sécuritaire », Michel Guerrin, Le Monde, 14/10/2016 : http://www.lemonde.fr/idees/article/2016/10/14/les-arts-de-la-rue-face-au-defi-securitaire_5013452_3232.html
- « Ensemble, construisons le mécénat de demain ! », François Debieesse, Admical, 23 mars 2017 :
<https://www.avenir-mecenat.fr/blog/editorial-de-francois-debiesse-president-d-admical>
- « Nouvelles pratiques de mutualisation et de coopération dans le secteur culturel », par le Ministère de la culture, 24/07/2014 :
<http://www.culturecommunication.gouv.fr/Thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications/Rapports-de-recherche/Nouvelles-pratiques-de-mutualisation-et-de-cooperation-dans-le-secteur-culturel>
- « Campagnes de crowdfunding dans les lieux de patrimoine français achevées en 2016 : 893 562€ collectés et 73 campagnes réussies », Club Innovation et culture France, 01/01/2017 :
<http://www.club-innovation-culture.fr/crowdfunding-patrimoine-realise-2016/>
- Céline Fèvres-Limonet, « Philippe Henry, Un nouveau référentiel pour la culture ? Pour une économie coopérative de la diversité culturelle », Les comptes rendus, 2014 :
<https://lectures.revues.org/15131>

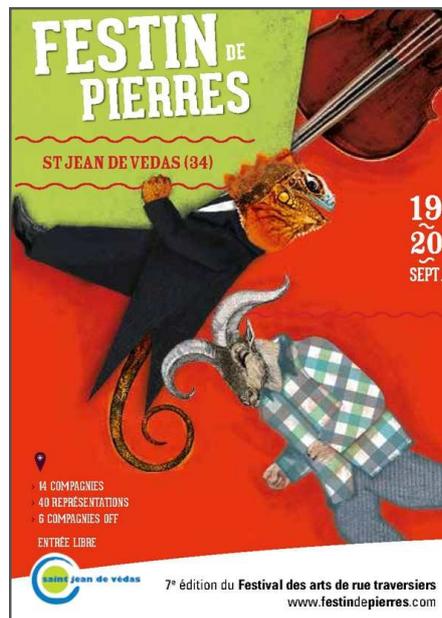
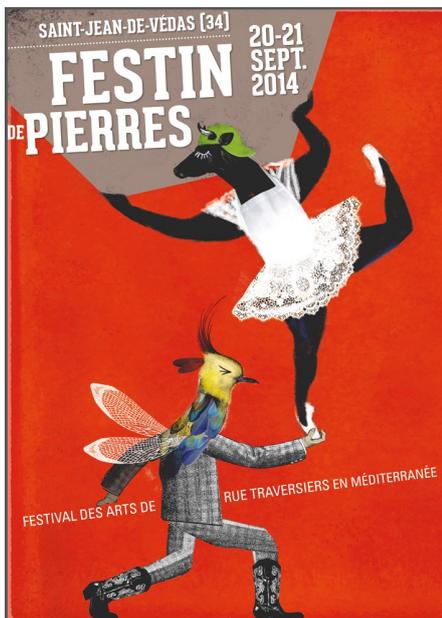
Vidéos

- « Financer c'est pas festoche : Un documentaire sur le financement alternatif des festivals », Documentaire de 42 min réalisé par Lucile Chambon et Sylvain Thomasson, 2016
<https://cultureveille.fr/financer-cest-festoche/>
- « Une histoire des festivals », par Jeanne Menjoulet, avec Pascale Goetschel et Julie Verlaine, co-directrices de l'ouvrage *Une histoire des festivals*, Centre d'Histoire Sociale, mars 2014.
<https://www.youtube.com/watch?v=Z2iFYUfzesg>
- « La rue un théâtre à 360° », Documentaire Société, Licence YouTube standard, septembre 2016
- « Yves Citton, La crise de l'attention : un enjeu stratégique », Émission *Paroles d'auteur*, septembre 2014
<https://www.youtube.com/watch?v=UGaxeztvH4>

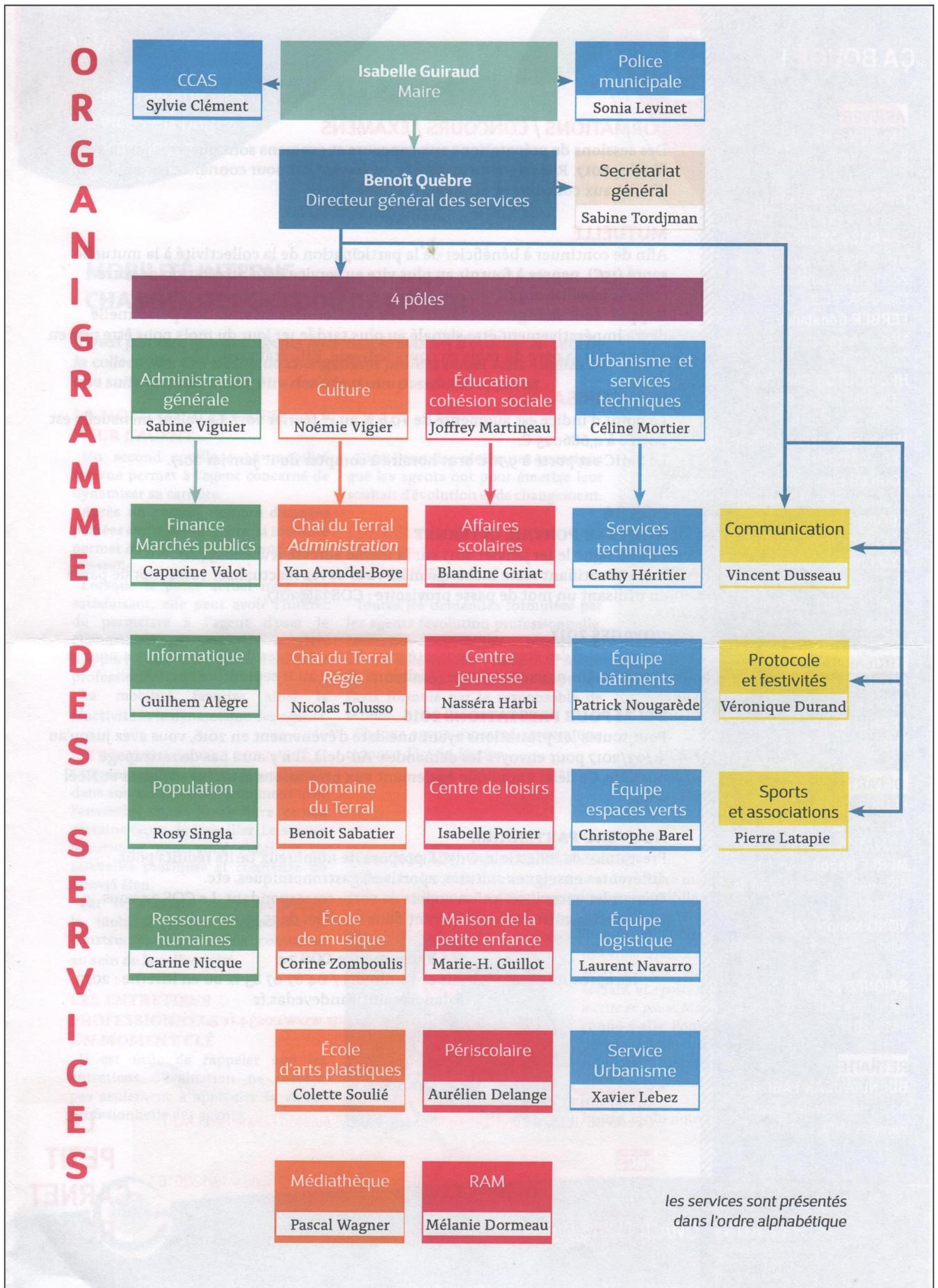
Colloque et entretien

- Projection-Débat « Arts de rue, entre institutionnalisation et volonté d'indépendance » (cf I.N.A), réalisé par les étudiants de Université Jean Jaurès. Le 01/06/2017, de 14h à 17h, Centre culturel de Bellegarde - Toulouse. Avec Pierre Boisson et Marion GUYEZ.
- Entretien avec Pierre Boisson, directeur d'Arto depuis 2013 et du festival d'arts de rue Ramonville. Le 01/06/2017, Centre culturel de Bellegarde – Toulouse.

Annexe 1:



Annexe 2:



NUMÉRO SPÉCIAL
retrouvez le nouvel
organigramme des services
en pages intérieures

BIP

LE MAGAZINE INTERNE
DU PERSONNEL

N°15

DEUX NOUVEAUX RESPONSABLES DE PÔLES

Suite au départ de Jean-Denis Laffon et de Vincent Roche-Lecca, deux nouveaux responsables de pôles ont été nommés. Une présentation rapide s'imposait.

JOFFREY MARTINEAU



Son parcours

Originaire du Vaucluse, il arrive à Montpellier pour ses études en STAPS. Jusqu'à l'obtention de sa maîtrise en enseignement sportif, il travaille en tant qu'étudiant à l'ALSH, sur le périscolaire et les séjours ici, à Saint Jean de Védas. En 2003, il devient directeur adjoint de la structure puis chef du service périscolaire.

NOÉMIE VIGIER



Son parcours

Titulaire d'un master 2 en politique culturelle, elle travaille d'abord pour les Hivernales d'Avignon et le Centre dramatique national de Dijon avant de rejoindre la ville d'Epemay. Chargée des événements, elle coordonne notamment *Habits de lumière*, une manifestation rassemblant 40 000 personnes sur trois jours.

BUDGET 2016

Des efforts de gestion indispensables

Dans un contexte de réduction massive des dotations de l'Etat, le budget 2016 traduit les efforts d'économies de gestion de la collectivité permettant ainsi de maintenir un niveau d'investissement nécessaire, sans recours à l'emprunt et sans augmentation de la fiscalité des ménages. Le budget a été voté quasiment à l'unanimité le 21 janvier par le Conseil municipal. Les charges à caractère général connaissent une baisse de près de 5,76% par rapport à 2015. Ce résultat est atteint suite à des choix forts dont la suspension de Festin de pierres, la suppression d'un séjour à l'ALSH et au centre jeunesse et la réduction des dépenses des services. Sans hausse des taux d'imposition et sans recours à l'emprunt, le volume des investissements s'établit néanmoins à 1,4 millions d'euros.

Retrouvez le budget en détail
dans le le Védazine, et sur :
www.saintjeandevédas.fr

*Un grand merci à tous
pour votre soutien!*

GRANDS MÉCÈNES
Terres du Soleil
Carrefour Saint Jean de Védas

PARTENAIRES OFFICIELS

KAUFMAN  BROAD

 **OCEANIS**
promotion immobilière

MÉCÈNES OFFICIELS

Groupe Angelotti,
FDI promotion, GGL,
Hélénis, Icade,
Pragma, Vinci Immobilier

MÉCÈNES

Bacotec, Bouygues Immobilier,
Corim, Groupe Spag,
Kalelithos, Malet, NG Promotion

PARTENAIRES



Annexe 5:



Annexe 6:

DÉROULÉS DEFINITIFS

FESTIN DE PIERRES 2017

Samedi 16 Septembre					
Horaire	Spectacle	Durée	Site	Compagnie	Observation
15h	Ateliers Cirque	180'	Avenue Clémenceau	Kerozen et Gazoline	Ateliers enfants
15h	Le Cacophonium	180'	Allée Jean Vilar	Cie Le Bastringue	Manège musical à pédales
15h	Ateliers Jeux	180'	Parking au dos de l'Église	L'Ouvre-Boîtes	Ateliers enfants
15h	MamaSound	30'	Esplanade de l'Ortet	MamaSound	Fanfares : Bate&Folia et Les Judas
15h	La Ultima Lagrima	60'	Espace Mavit	Colectivo Carretel	Collectif colombien
15h	Électre	60'	Domaine du Claud	Humani Théâtre	Micro-Déambulation
15h30	Premier Cri	70'	Centre ville	Action d'espace	Déambulation
15h30	Danse Hip-Hop	45'	Esplanade de l'Ortet	Danseurs Conservatoire Avignon	Danse
16h	Conteuse	60'	Médiathèque	Naziha Chamot	Contes
16h	Cours Florent	60'	Espace Mavit	Cours Florent	A DEFINIR
16h	The King of the Kingdom	60'	Place Victor Hugo	Cie Bruitquicourt	Structure de Cirque
16h30	Du Plomb dans le gaz	50'	Esplanade de l'Ortet	La Famille Goldini	Installation scène
17h	Ça roule ma boule	55'	Espace Mavit	La tête sur les étoiles	Cirque
17h30	Le bonheur est dans le chant	75'	Centre ville	Les Grooms	Déambulation
17h30	MamaSound	45'	Esplanade de l'Ortet	MamaSound	Fanfares : Bate&Folia et Les Judas
17h30	La Soif	30'	Amphithéâtre	Corps itinérants	Danse
17h30	Karlotta	40'	Allée Jean Vilar	Cie Roberte & Robert	Déambulation
18h	The Sagittarians	120'	Place du Puits de Gaud	The Sagittarians	Concert
18h30	Sortie de Secours	75'	Service jeunesse	Théâtre de Caniveau	Structure
18h30	Danse Hip-Hop	45'	Esplanade de l'Ortet	Danseurs Conservatoire Avignon	Danse
19h30	MamaSound	90'	Esplanade de l'Ortet	MamaSound	Fanfares : Bate&Folia et Les Judas
19h30	Gospel	90'	Espace de l'Endurant	Gospel	Concert
19h30	La Peña	90'	Espace Mavit	La Peña	Concert / Fanfare
20h15	Magic Sporting Club	45'	Amphithéâtre	Kerozen et Gazoline	Cirque
21h30	Mù	50'	Prairie Médiathèque	Transe Express	Gros spectacle
22h30	Afro Rockerz	90'	Scène Musicale	Afro Rockerz	Concert

FESTIN DE PIERRES 2017

Dimanche 17 Septembre					
Horaire	Spectacle	Durée	Site	Compagnie	Observation
14h30	Ateliers Cirque	180'	Avenue Clémenceau	Kerozen et Gazoline	Ateliers enfants
14h30	Le Cacophonium	180'	Parking de la Médiathèque	Cie Le Bastringue	Manège musical à pédales
14h30	Ateliers Jeux	180'	Parking de la Médiathèque	L'Ouvre-Boîtes	Ateliers enfants
14h30	Danse Hip-Hop	60'	Esplanade de l'Ortet	Danseurs Conservatoire Avignon	Danse
14h30	Les Barocades	45'	Église	Les Barocades	Concert
15h	Ça roule ma boule	55'	Espace Mavit	La tête sur les étoiles	Cirque
15h	Premier Cri	70'	Centre ville	Action d'Espace	Déambulation
15h	Balaphang	60'	Scène Musicale	Balaphang	Concert
15h30	Du plomb dans le gaz	50'	Esplanade de l'Ortet	La Famille Goldini	Structure
16h	The King on the Kingdom	60'	Place Victor Hugo	Cie Bruitquicourt	Implantation décors
16h	Conteuse	60'	Médiathèque	Naziha Chamot	Contes
16h	La Ultima Lagrima	60'	Espace Mavit	Colectivo Carretel	Collectif Colombien
16h	La Soif	30'	Amphithéâtre	Corps itinérants	Danse
16h30	MamaSound	45'	Esplanade de l'Ortet	MamaSound	Fanfares : Bate&Folia et Les Judas
16h30	Baro Bialo	60'	Scène Musicale	Baro Bialo	Concert
16h30	Sortie de Secours	75'	Service jeunesse	Théâtre de Caniveau	Structure
17h	Karlotta	40'	Allée Jean Vilar	Cie Roberte & Robert	Déambulation
17h	Cours Florent	60'	Espace Mavit	Cours Florent	A DEFINIR
17h	Impact	40'	Parking dos Église	(Rêve) ²	Structure avec Bascule
17h15	Danse Hip-Hop	45'	Esplanade de l'Ortet	Danseurs Conservatoire Avignon	Danse
17h30	La Soif	30'	Amphithéâtre	Corps itinérants	Danse
18h15	The Color Of Time	75'	Centre Ville	Artonik	Déambulation
19h30	MamaSound	60'	Esplanade de l'Ortet	MamaSound	Fanfares : Bate&Folia et Les Judas

Légende :

IN
OFF
Implantations
Temps musicaux

Annexe 7:

SEMAINE DU FESTIVAL

	MERCREDI 06/09/17	LUNDI 11/09/17	MARDI 12/09/17	MERCREDI 13/09/17	JEUDI 14/09/17	VENDREDI 15/09/17	SAMEDI 16/09/17	DIMANCHE 17/09/17	LUNDI 18/09/17
8h	Réunion Générale Coordination	déménagement Salle des Granges +			Départ Nico Valence	Arrivée Grué + Installation « Mu » cie Transe Express	Réunion équipe	Arrivée cie : Antonik, Baahang, Baro-Balo, Révé'	Départ cie : Antonik, AssoSept, Baro-Balo, Révé'
9h	Installation tables, mange-debouts avec nappes et chaises			Installation scène musicale	Installation loge « Mu » Médiathèque + Mise en place catering		Arrivées cie : Action d'Espace, AssoSept, Goldini, Bruitquicourt, Sagittarians, Afrockerkz	Répetition Générale Antonik « Color of Time »	Départ matos Valence +Retour ARTDA
10h									Ramener vaisselle écolés
11h	Montage scène + installation son et lumières	Réunion Direction Technique	Installations loges salle des Granges (x7) + Courses CATERING (Benoit/Mailys)			Installation loges : Services jeunesse (x6), RAM + Ouvre-Boîte, Domaine du Claud, Salle du Pradet		Balanoé scène musicale	
12h							Arrivée Kerozen & Gazoline	Départ cie : Afrockerkz, Grooms, Transe Express	Rangement
13h									
14h	Arrivée des techniciens Big Band			Installation éléments de Comm' & signalétique + Récupération matériel ARTDA Laurent et Nicolas	Installation Vélums			Départ cie : Goldini	
15h									
16h									
17h	Arrivée des musiciens + BALANCES					Arrivée cie : Grooms, Humani Théâtre			
18h	Installation équipe Accueil			Installation Catering Véronique Salle des Granges	Arrivée cie Transe Express				
19h	Soirée Privée Chai du Terral								
20h	450 personnes				Répetition « Mu » Gymnase Mirallès ou Prairie de la Médiathèque		19h Pot des élus au Domaine du Claud		
21h	Animation musicale : Big Band Montpellier					Répetition Générale « Mu » cie Transe Express			
22h	Traitleur Grand								
23h									
00h									
01h						Prise de services : 1 Agent de sécurité 1 Maître chien (00h – 8h)	Départ cie : Humani Théâtre, Sagittarians,	Départ cie : Action d'Espace, Balaphang Bruitquicourt, Kerozen&Gazoline	

Arrivées cie
 Départs cie
 Pots privés
 SPECTACLES
 Répétitions / Balances
 Équipes coordination / technique
 Équipes logistiques / technique / communication

Annexe 8:

SAMEDI 16 SEPTEMBRE.

COORDINATION

	COORDINATION										ANIMATEURS					COMM'	
	Benoît	Maitlys	Carole	Noémie	Yan	Anne	Sonia	Corinne	Nelly	Rizléne	Laurie	Julie	Max	Info-Com'	COMM'		
8h	Réunion d'équipe	Réunion d'équipe	Réunion d'équipe	Réunion d'équipe	Réunion d'équipe	Réunion d'équipe											
8h30																	
9h																	
9h30	Accueil compagnies Les Grooms Bruliquicourt	Accueil compagnies Action d'espace K.&Gazoline	Accueil compagnies Goldini Sortie de secours		Accueil compagnies Sagittariens Afronoliers Corps itinérants	Accueil compagnies Humani Théâtre L'ouvre-boîtes	Accueil compagnies OFF Collectivo, Cours Flo. ça roule ma bouille, Gospell/Pena	Accueil compagnies OFF CREPS, Karlots, Mamas, Cacophon.									
10h																	
10h30																	
11h																	
11h30																	
12h																	
12h30																	
13h																	
13h30																	
14h																	
14h30																	
15h	Renfort « Electre »																
15h30																	
16h	« The King of the K. » Bruliquicourt																
16h30																	
17h																	
17h30	« Le bonheur est dans le chant » Les Grooms																
18h																	
18h30	Préparation pot des élus																
19h																	
19h30																	
20h	POT DES ÉLUS																
20h30																	
21h																	
21h30	« Mû » Transe Express																
22h																	
22h30																	
23h																	
23h30																	
00h																	
00h30																	
01h																	

Lieux :

- Domaine du Claud
- Avenue Georges Clémenceau
- Place Victor Hugo
- Espace Mavit
- Espace de l'endurant
- Centre Jeunesse
- Esplanade de l'Ortet
- Salle des Granges
- Puits de Gaud

Hotel B & B

Hébergements Festin de Pierres 2017

Hôtel B&B

Contact Mme Axelle SI ABDALLAH - 04.99.51.30.78

Adresse Parc d'Activités La Peyrière, Rue Robert Schuman - 34430 St Jean de Védas

Petits Déjeuners Compris dans la nuit d'hôtel

MOIS	SEPTEMBRE												Nombre de personne pendant la durée du festival		
	AVRIL		MAI		JEUDI		VENDREDI		SAMEDI		DIMANCHE				
JOURS	JEUDI		MARDI		14/09/17		15/09/17		16/09/17		17/09/17				
Dates	18/04/17		31/05/17		14/09/17		15/09/17		16/09/17		17/09/17				
COMPAGNIES	Single		Single		Twin	Single	Twin	Single	Double	Twin	Single	Double	Twin	Single	
Antonik	1		1									2	7	2	20
(Rêve) ²										3	1		3	1	7
Les Grooms								10			10				10
Transe Express					9		9			9					18
Afro-Rockeriz								7			7				7
Baro-Bialo														4	4
Théâtre de caniveau									1	1	1				5
Le Bastingue											2				2
TOTAL	1		1		9	0	9	17	1	13	21	2	10	7	73

Annexe 10:

Récapitulatif Repas Catering Festin de Pierres Septembre 2017

	JEUDI		VENDREDI		SAMEDI		DIMANCHE		TOTAL REPAS
	Déjeuner	Dîner	Déjeuner	Dîner	Déjeuner	Dîner	Déjeuner	Dîner	
COMPAGNIES									
Action d'Espace					6	6	6	6	24
AfroRockerz				9	9	9			27
Artonik							20	20	40
Balaphang							4	4	8
Baro Bialo							4	4	8
les Barocades							12		12
Bruitquicourt					4	4	4	4	16
Cacophonium					2	2	2	2	8
Colectivo Carretel					6	6	6	6	24
Conservatoire danse Avignon					15	15	15		45
Corps itinérants					3	3	3	3	12
Cours Florent					20	20	20		60
Gospel						20			20
les Grooms				10	10	10			30
Humani Théâtre				9	9				18
Kerozen et Gazoline					8	8	4		20
La Famille Goldini					4	4	4	4	16
La tête sur les étoiles					3	3	3	3	12
La Peña						15			15
(Rêve) ²						7	7	7	21
Roberte & Robert					2	2	2	2	8
The Sagittarians						8			8
Théâtre de Caniveau					5	5	5	5	20
Transe Express		18	18	18	18	18			90
STAFF				10	10	10	10	10	50
TECHNIQUES					16	16	16	16	64
POLICE					7	7	7		21
SÉCURITÉ / GENDARMES					6	6	6		18
SECOURS					4	4	4		12
ANIMATEURS					8	8	8	8	32
BÉNÉVOLES					30	30	30	30	120
Chorales						35			35
Bénévoles Mù				20	20	20			60
Bénévoles Artonik							20		20
TOTAL REPAS	0	18	18	76	225	301	222	134	994

9 940,00 €

Danseurs bénévoles Artonik	150/200 pers	prévoir catering Jean Baptiste Mirallès	500,00 €
----------------------------	--------------	---	----------

Budget Catering Festin de Pierres 1 500,00 €

Annexe 11:

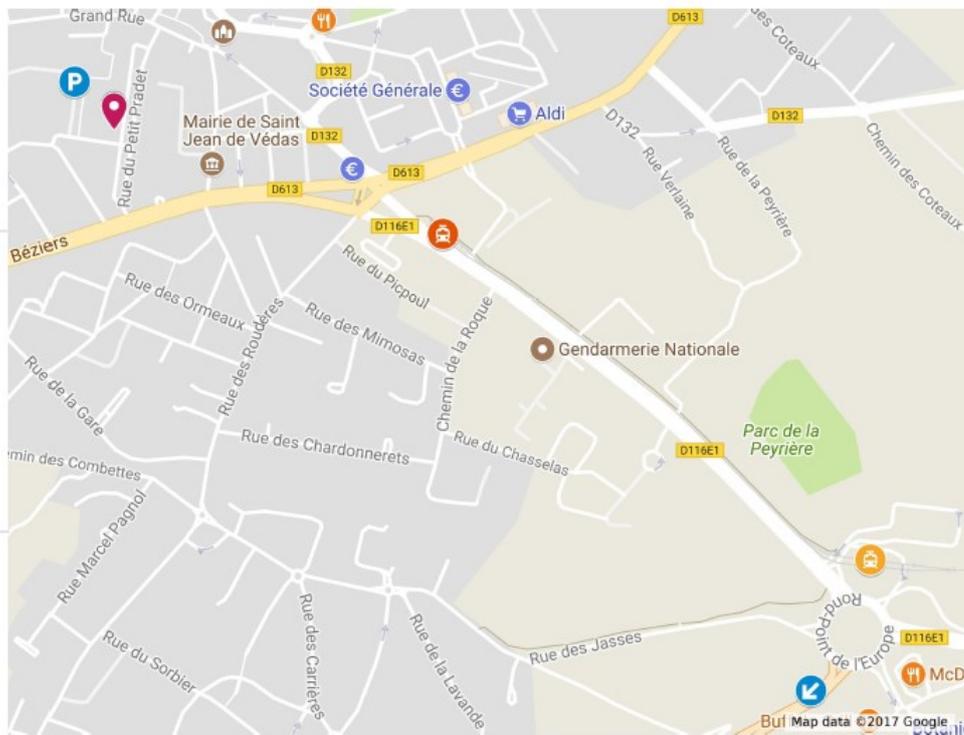
Accès au Festival - Festin de Pierres

Repères implantation festival

-  QG du festival (Salle des Granges)
-  Parking véhicules équipés et artistes

Accès & transports

-  Tramway - Arrêt St Jean de Védas Centre
-  Tramway - Arrêt St Jean le sec
-  Direction autoroute A9?
-  Direction Hôtel B&B





FESTIVAL FESTIN DE PIERRE – 8ème édition
SAMEDI 16 ET DIMANCHE 17 SEPTEMBRE 2017

FEUILLE DE ROUTE
Accueil Cie Artonik le 31/05/2017
Atelier d'apprentissage des chorégraphies « The Color of Time »

Représentation lors du Festival	
Date & heure	Dimanche 17 Septembre 2017 à 18h15
Lieu	Déambulation dans les rues du centre-ville et final sur l'Esplanade de l'Ortet
Durée	1h15

Accueil de la compagnie en amont	
Bureau de Coordination des événements culturels	Domaine du Chai du Terral, Allée Joseph Cambon 34 430 Saint-Jean-de-Védas

CONTACTS :

Nicolas TOLUSSO	Directeur Technique	n.tolusso@saintjeandevédas.fr	04.06. <input type="text"/>
Benoît SABATIER	Coordinateur général	b.sabatier@saintjeandevédas.fr	04.06. <input type="text"/>
Maïlys OLIÉ	Assistante de coordination	stagiaire-culture@saintjeandevédas.fr	06. <input type="text"/>

Planning	
mercredi, 31 mai 2017	
14h53	Arrivée de Kader Mahammed Gare St Roch - Montpellier Accueil Récupéré en gare par Benoît SABATIER
18h à 21h	Atelier de transmission de la chorégraphie Lieu École René Cassin, Allée du Val des Garrigues 34 430 Saint-Jean-de-Védas
21h30	Repas au restaurant Fourchette et tire bouchon Z.A.C. La Peyrière, 6 Rue Robert Schumann, 34 430 Saint-Jean-de-Védas

Repas et Hébergement		
	31/05/17	01/06/17
Petit Déjeuner		1
Dîner	1	
Nuit	1	

REPAS

Dîners pris en charge au restaurant, petit-déjeuner compris dans la nuit d'hôtel.

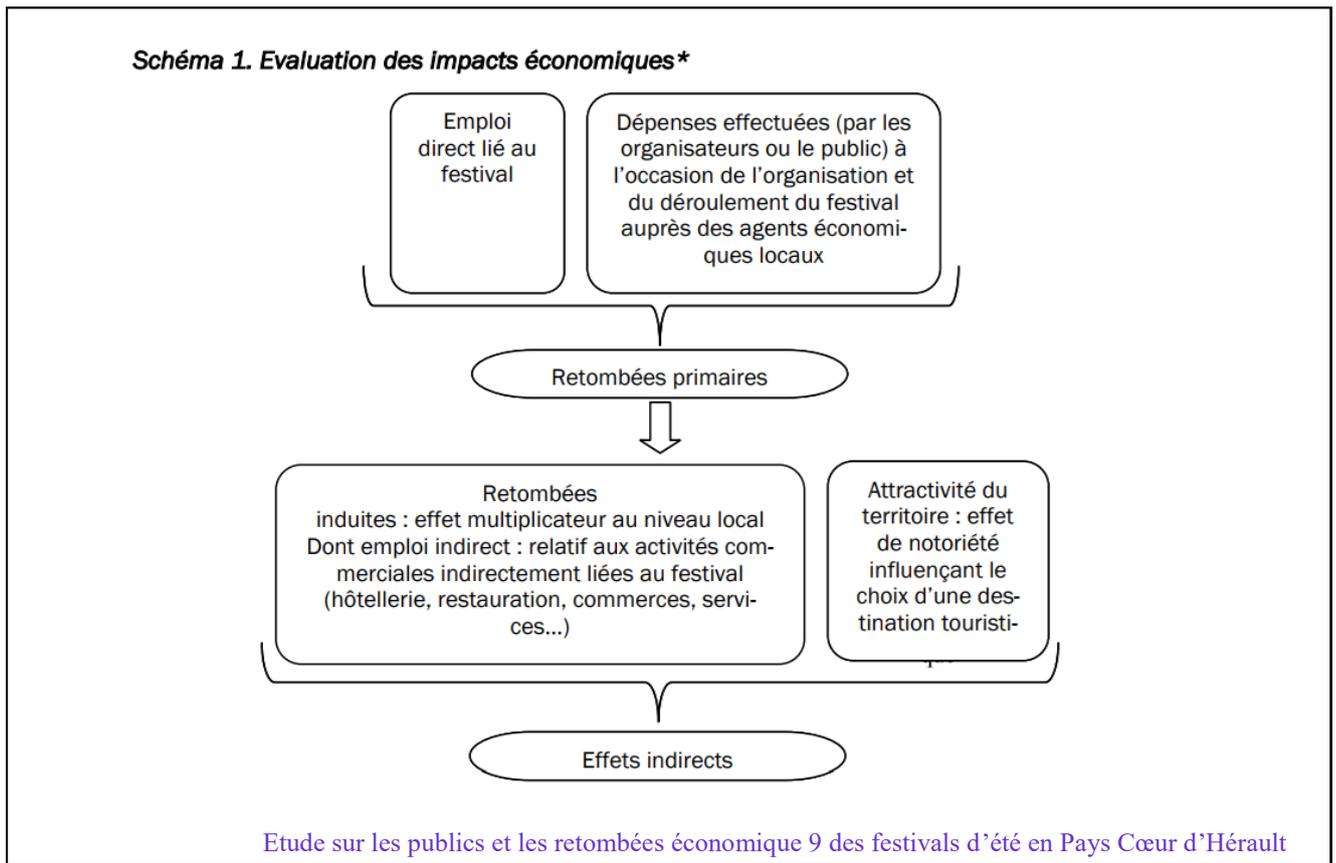
HÉBERGEMENT**Hôtel B&B**

Mme Axelle SI ABDALLAH - 04.99.51.30.78

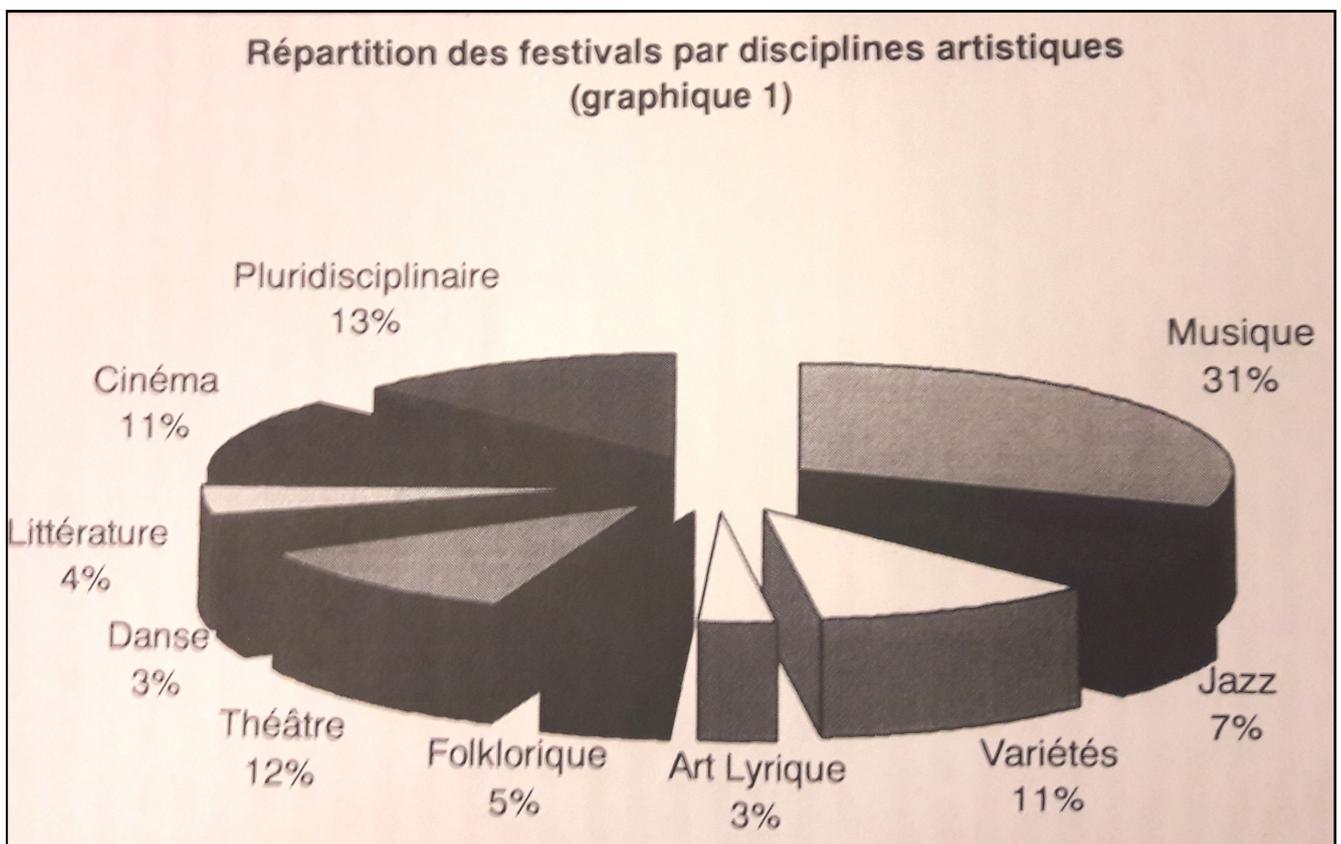
Parc d'Activités La Peyrière, Rue Robert Schuman - 34430 St Jean de Védas

Contacts Compagnie Artonik			
Danseur	Cyril LIMIOUSIN	07. <input type="text"/>	
Danseur	Kader MAHAMMED	06. <input type="text"/>	
Directeur Technique	Alain BEAUCHET	06. <input type="text"/>	
Administration		04. <input type="text"/>	

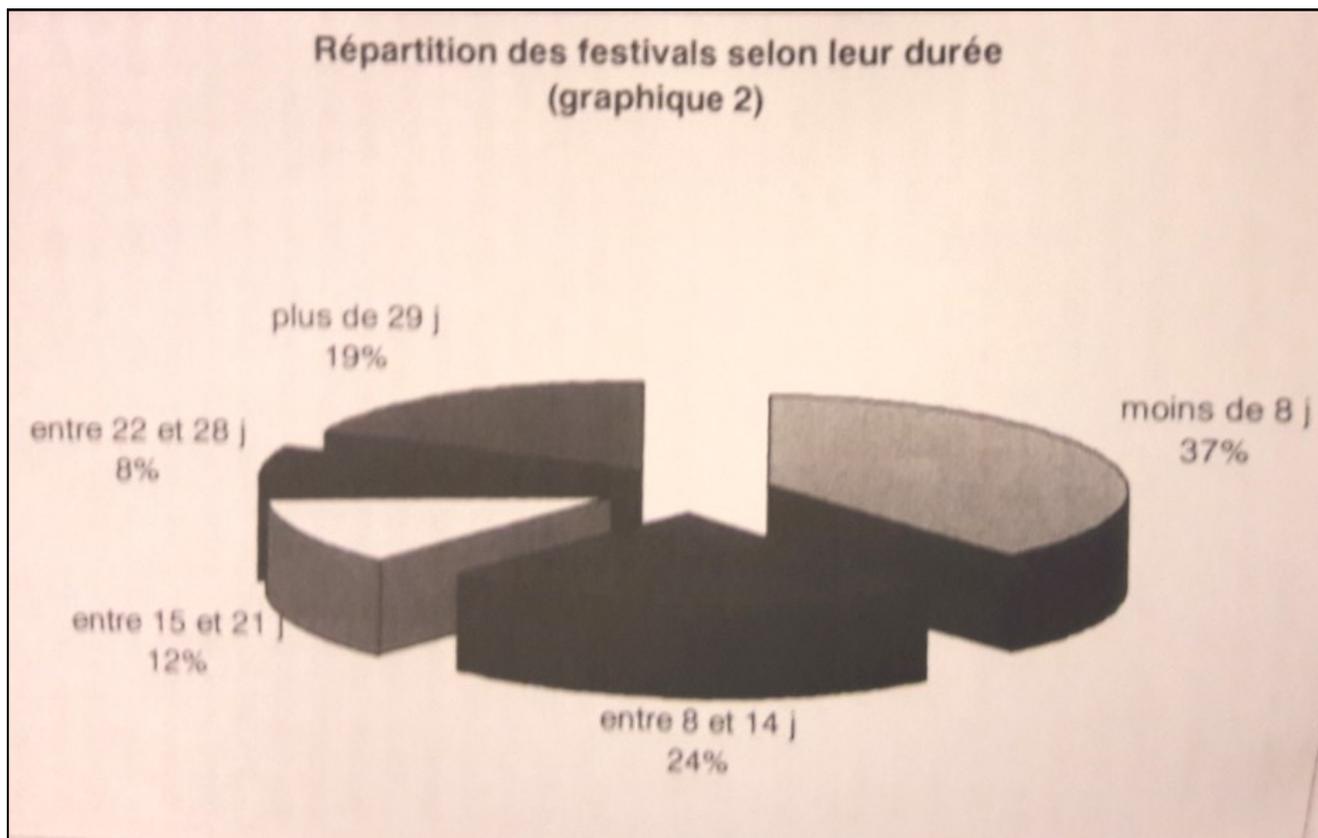
Annexe 14:



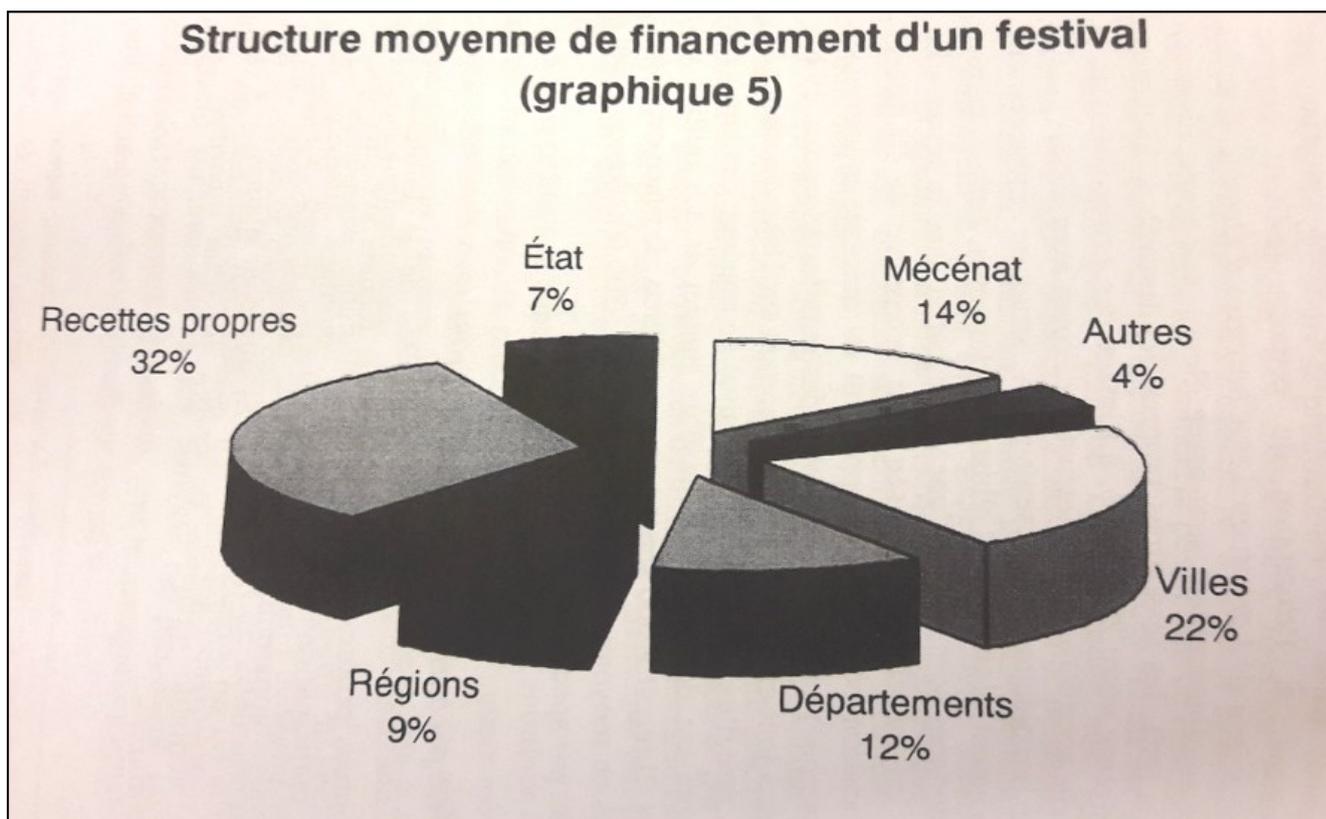
Annexe 15:



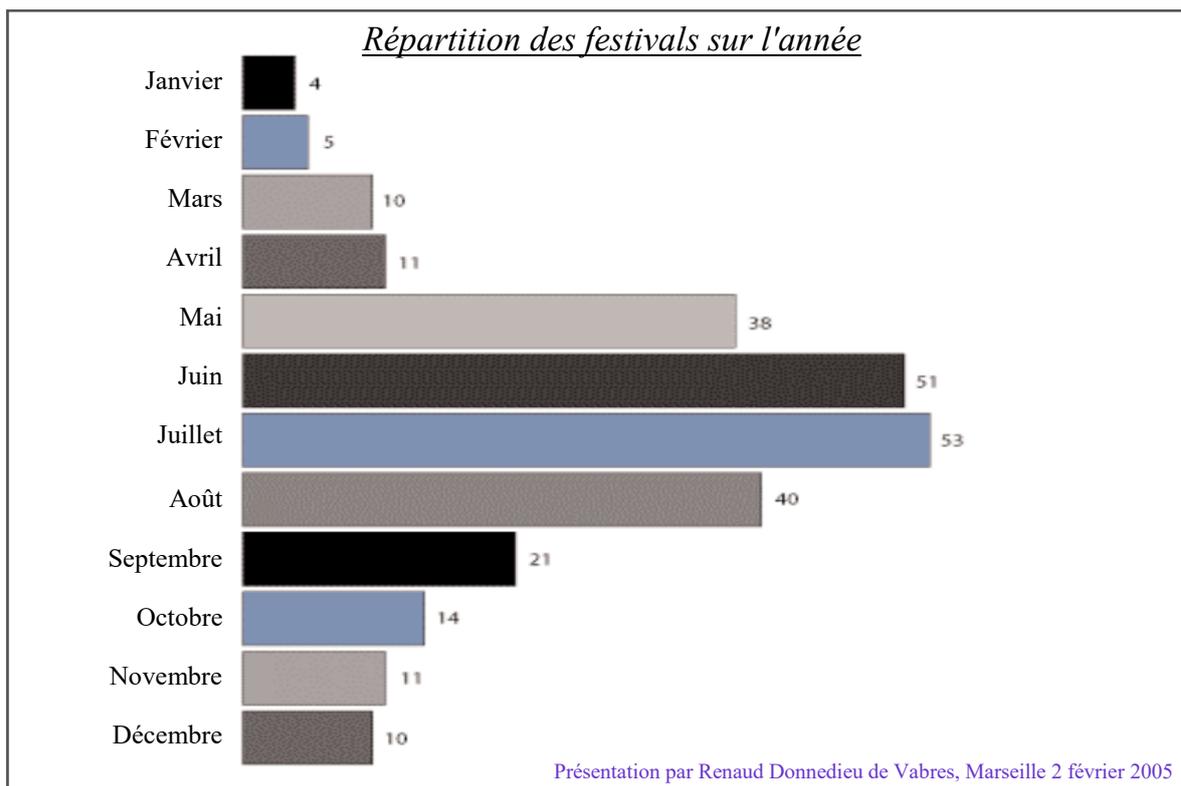
Annexe 16:



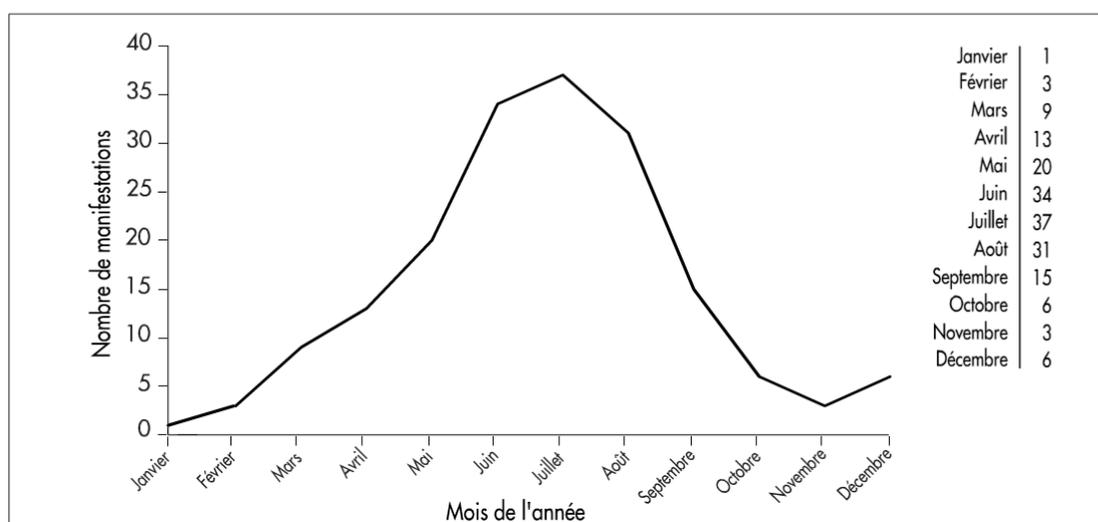
Annexe 17:



Annexe 18:



Graphique 30 – Répartition des festivals sur l'année



Graphique établi sur 179 manifestations. Une manifestation ayant une programmation de spectacles de rue sur une saison entière d'hiver n'a pas été considérée dans le graphique. D'autres manifestations se déroulant à cheval entre deux mois ont été casées dans un mois ou dans l'autre.

Source : LES-DEP

Les festivals d'art de rue en France :

Vers un fonctionnement/financement alternatif ?

Illustration avec le cas de Festin de Pierres, festival des arts de la rue
à Saint Jean de Védas

Mots clés :

Arts de rue

Festivals

Spectacle vivant

Politique culturelle

Financements alternatifs

Résumé :

Les festivals d'arts de rue en France connaissent des difficultés financières du fait des nombreuses restrictions des budgets alloués aux collectivités territoriales par le gouvernement. Cette situation tendue se cristallise en 2015 avec la « crise des festivals » qui marque la disparition ou la suspension de nombreux festivals partout en France. Face à ces difficultés, de nouveaux enjeux se présentent aux structures culturelles organisatrices de festivals de rue.

Ce travail propose de s'intéresser à la situation des festivals d'arts de rue en France ces dernières années, en s'appuyant sur l'analyse de l'émergence de ces festivals depuis les années 70. Nous verrons quelles nouvelles stratégies sont développées pour pallier le manque de subventions et comment les festivals des arts de la rue se réinventent en proposant un nouveau modèle d'organisation pour les acteurs culturels.

Cette étude s'appuie sur le cas du festival des arts de la rue de Saint Jean de Védas « Festin de Pierres », dans l'Hérault, qui renaît en 2017 pour une huitième édition, après une année d'interruption.