

# PLAIDOYER POUR DES FESTIVALS INDÉPENDANTS

## Une exception culturelle française en danger ?

Lancée par plus de 100 festivals indépendants en 2022, la campagne *Vous n'êtes pas là par hasard* a pour objectifs d'informer sur la situation des musiques actuelles, d'objectiver le contexte et de faire la transparence pour que chaque personne - citoyen-ne, public, artiste, élu-e, partenaire - puisse se faire sa propre opinion et opérer ses choix en toute connaissance de cause, parce que la culture n'est pas une marchandise comme une autre.

## PROPOSITIONS

Pour préserver la diversité dans l'écosystème des festivals, lutter contre l'uniformisation des événements et soutenir un modèle garant de l'exception culturelle française, de la cohésion sociale, de l'intérêt général, de l'ancrage territorial, nous demandons :

- **La mise en place d'une veille régulière et active** pour surveiller, analyser, documenter les phénomènes de concentration et leurs conséquences, à l'échelle nationale et européenne. Celle-ci pourrait être confiée à un Observatoire Européen de la Musique qui s'appuierait sur les études du CNM parallèlement à un suivi récurrent par l'Autorité de la concurrence ;
- **L'encouragement des initiatives d'intérêt général dans toute leur diversité** et donc leur bonification par l'octroi d'aides publiques ;
- **Un encadrement des aides publiques à destination des festivals portés par les groupes**, ceux-ci ayant vocation à exister sans le soutien de la puissance publique et donc du contribuable, que ce soit par le Gouvernement ou les collectivités territoriales ;
- **L'ouverture et/ou l'élargissement des espaces de dialogue et de concertation avec nos partenaires pour élaborer ensemble des mesures** permettant d'envisager sereinement l'avenir des festivals.

## CONSTATS

1

### Les projets des festivals indépendants sont portés par un engagement et des valeurs fortes.

Véritables projets culturels de territoires, ils participent activement à l'émergence de nouveaux artistes, au renforcement du lien social et de la cohésion avec un réseau actif de bénévoles et de prestataires locaux, à la création d'emplois, à la dynamique d'actions artistiques et culturelles toute l'année... Ils travaillent sur la réduction de leur impact environnemental, l'égalité et l'inclusion, l'ouverture sur le monde, l'accessibilité. À l'inverse, les propriétaires ou actionnaires majoritaires de certains groupes sont parfois investis dans des initiatives dont les valeurs sont à l'opposé de celles d'ouverture et de partage que les festivals indépendants défendent. La motivation de ces « nouveaux » acteurs doit donc nous questionner collectivement.

2

### Les festivals indépendants participent fortement à la démocratisation culturelle et à l'accessibilité.

L'unique objectif de gains financiers qui motive certains projets ne prend en aucun cas en compte la démocratisation culturelle ou l'accessibilité des publics, au détriment de prix de billets abordables. Les festivals indépendants accordent une forte importance à la mise en place d'actions culturelles tout au long de l'année afin de créer du lien avec les citoyen-es, les bénévoles, les voisin-es, les fournisseurs locaux, etc. Les histoires de ces festivals sont intrinsèquement liées à celles des territoires et de leurs habitant-es. À noter également, l'apparition de pratiques étrangères qui amènent à une différenciation entre publics et ne favorisent aucunement l'accessibilité et la mixité.

### Et dans les autres secteurs culturels ?

Les secteurs de l'édition de livres, des médias ou encore de la musique enregistrée sont eux-aussi traversés par ces problématiques de rachats et de concentration, de manière nettement plus avancée que le secteur des concerts de musiques actuelles. Ce sont d'ailleurs en partie les mêmes groupes qui y opèrent, mettant à mal la diversité et la pérennité des entreprises indépendantes de ces secteurs.

Le danger y est aussi idéologique dans la mesure où certains des actionnaires aux positions politiques parfois extrêmes profitent de leur position dominante pour influencer sur les lignes éditoriales de leurs entreprises allant jusqu'à pratiquer une forme de censure, plusieurs cas ayant déjà été relevés par l'ARCOM. Comme un parallèle avec les dynamiques en cours dans les secteurs de l'agro-alimentaire ou du cinéma, l'objectif est que les initiatives dans toute leur diversité puissent continuer d'exister et ne se fassent pas les unes au détriment des autres, mais de manière complémentaire.

3

### La pérennité des festivals indépendants est en danger.

Les festivals indépendants n'ont pas d'actionnaires à rémunérer et leurs modèles économiques reposent sur la non-lucrativité. Or, le contexte actuel d'inflation touche à la fois les publics mais aussi les structures qui voient la totalité de leurs dépenses augmenter (énergie, prestataires, masse salariale, sécurité, cachets des artistes etc.). La priorité des festivals engagés dans la campagne est de ne pas répercuter ces hausses sur les prix des billets afin de rester des événements accessibles. Effectivement, l'indépendance a un prix, celui de ne pas bénéficier de la puissance d'un groupe aux capacités financières importantes permises notamment par des grandes jauges, la maîtrise d'un marché en 360, des stratégies d'exclusivités. Un ensemble de pratiques qui participent entre autres à l'alimentation d'une bulle spéculative au niveau de l'augmentation des cachets artistiques.

4

### Les phénomènes de concentration opérés par les grands groupes industriels et capitalistiques sont toujours en cours.

Ces groupes - à but lucratif et exogènes au secteur - sont actifs dans le secteur des festivals, et plus généralement dans la filière des musiques actuelles, à l'échelle nationale mais également internationale. Ils bouleversent les équilibres en place et déstabilisent les initiatives indépendantes.

5

### La détention de solutions de billetteries par ces mêmes acteurs est un enjeu majeur.

Plusieurs groupes disposent en effet de leur propre solution de billetterie et ont donc la main sur les données collectées qui leur permettent d'affiner leurs stratégies et d'ajuster leurs programmations afin de concentrer davantage les publics et les capitaux. De plus, la possession de médias par ces groupes permet une mise en avant privilégiée de leurs propres festivals.

6

### Les stratégies des groupes alimentent les pratiques de marketing territorial.

La tendance à recourir à ce type de stratégies, souvent financées *in fine* par le contribuable, séduit de plus en plus de collectivités. Elle se traduit par exemple par la réplique de festivals à l'image forte, la duplication d'affiches et de programmations, la mise en concurrence des territoires entre eux au risque de réduire l'expression de la diversité culturelle. Cette volonté de faire exister son nom sur la carte de France se répercute sur les entreprises indépendantes implantées sur le territoire.

7

### L'événementialisation et la surenchère ont un fort impact environnemental.

Les nouvelles formes de spectacles qui s'approchent sans cesse du divertissement ne mettent pas au cœur du projet la relation intime entre les personnes et les artistes. L'objectif est d'être spectaculaire, peu importe les conditions de production du concert. Cette surenchère technique et énergétique des grands shows augmente sans cesse l'impact environnemental de ces événements. Les festivals continuent donc de croître en matière de jauge, se lançant dans une course aux chiffres, en dépit de l'impact environnemental des déplacements de publics, et alimentant la tendance haussière des cachets artistiques des artistes internationaux.



© Joris Couronnet

## LA CAMPAGNE

Dès 2019, les festivals adhérents du SMA alertent sur la nécessité d'agir ensemble pour promouvoir et préserver **l'indépendance des projets culturels sur les territoires comme une garantie de la diversité des expressions**. La prise de contrôle de festivals par des groupes capitalisés, français ou internationaux, exogènes au secteur, accentue et fausse la concurrence entre les événements, provoquant un phénomène de concentration qui amplifie les conséquences des crises sécuritaires, sanitaires et économiques.

En avril 2022, plus de **100 festivals regroupés dans cette dynamique collective** lancent la campagne *Vous n'êtes pas là par hasard* avec un double objectif :

- **déclencher une prise de conscience des publics et des artistes** pour leur indiquer que les événements qu'ils fréquentent, indépendants et alternatifs aux rassemblements guidés essentiellement par des logiques de profit, ne sont pas définitivement acquis
- **sensibiliser les pouvoirs publics et les politiques** aux enjeux du contexte actuel

Un an plus tard, le sujet a été abordé dans **près d'une vingtaine de débats et événements professionnels**, notamment lors de six tables rondes organisées spécifiquement dans le cadre de la campagne partout en France, pour décrypter, analyser et embrasser largement toutes les dimensions des enjeux : effets des rachats, comparaisons entre filières culturelles (édition, médias, musique, live), impact du marketing territorial, transition écologique et éco-responsabilité, situation à l'échelle européenne, solutions politiques possibles, etc. Tous les débats ont été publiés sous la forme de podcasts et de synthèses.

Elles et ils sont intervenus lors des temps forts au Printemps de Bourges, à Pause Guitare, aux Suds, à Arles, aux Rencontres Trans Musicales, au MaMA, à Woodstower, aux BIS de Nantes... : Matthieu BARREIRA, Lisa BÉLANGEON, Pablo BELIME, Igor BOÏKO, Nicolas CARDOU, Laurent DECÈS, Xavier DELOCHE, Jean-Paul DENIAUD, Aurélien DJAKOUANE, Sophian FANEN, Claire FITA, Eric FOURREAU, Marjorie GLAS, Guillaume GOUZY, Audrey GUERRE, Aurélie HANNEDOUCHE, Frédéric HOCQUARD, Stéphane KRASNIEWSKI, Romain LALEIX, Jack LANG, Valérie MARTIN, Christopher MILES, Maxime MOLÉ, Dominique MULLER, Emmanuel NEGRIER, Maxime NOLY, Françoise NYSSSEN, Coline PANHALEUX, Nathalie PERRIN-GILBERT, Jean PERRISSIN, Emmanuel PIDOUX, Edwy PLENEL, Armando RUAH, Christophe SABOT, Corinne SADKI, Gwendolenn SHARP, Philippe TEILLET, Jean-Philippe THIHELLAY, Isabelle WEKSTEIN...

Deux **cartographies** réalisées par Matthieu Barreira ont été publiées afin de représenter visuellement la présence des grands groupes dans le secteur des musiques actuelles en France et au niveau des festivals à l'échelle européenne :

- *Festivals de musiques actuelles en Europe : qui possède quoi ?*
- *Le poids des six plus grands opérateurs privés dans la filière des musiques actuelles en France*

La revue NECTART éditée par Les Editions de l'Attribut est partenaire de cette campagne. Les différentes cartographies ont été publiées dans la revue accompagnées d'analyses du contexte par Emmanuel Négrier, directeur de recherches au CEPCL-CNRS et Matthieu Barreira.



### Vous n'êtes pas là par hasard c'est aussi :

- Un logo identifiable sur tous les supports de communication des festivals à l'initiative de la campagne
- Une dynamique collective et fédératrice d'acteurs sur tout le territoire
- Une vidéo qui synthétise le contexte actuel des festivals indépendants en deux minutes
- Des coups de projecteurs sur les initiatives engagées des festivals indépendants
- La compilation de nombreuses ressources sur les festivals, l'indépendance et la diversité
- L'ouverture d'espaces de discussions et de débats pour avancer ensemble sur l'avenir

Pour en savoir plus et retrouver l'ensemble des ressources : [www.vousnetespaslaparhasard.com](http://www.vousnetespaslaparhasard.com)

# LES FESTIVALS DU SMA EN CHIFFRES



**Plus de 170 festivals adhérents**

Plus de **350** bénévoles en moyenne

**9 ans** âge moyen des festivals (la moitié a moins de 10 ans)

## Quand ont lieu les festivals ?

**72%** de Juin à Août

**14%** de Septembre à Novembre

**12.5%** de Mars à Mai

**1.5%** de Décembre à Février

## Où ont lieu les festivals ?

**43%** en milieu urbain

**40%** en milieu rural

**17%** en milieu péri-urbain

**6 800** jauge moyenne par jour, allant d'une capacité de 300 à 26 000. Sur la durée globale des festivals, la jauge est en moyenne de 23 000 personnes, allant jusqu'à 130 000

**38** formations artistiques accueillies en moyenne

## Entre financements publics en berne...

Au niveau des financements publics, les subventions des villes dédiées aux festivals sont en moyenne de 59 000 euros, soit **-29%** par rapport à 2015. Du côté des agglomérations, c'est **une baisse de 34%** qui est enregistrée (moyenne 2022 à hauteur de 20 000 euros). Les aides des départements et des régions suivent la même tendance avec des moyennes respectivement à 23 000 et 41 000 euros, représentant **des baisses de 28% et 19%** par rapport à 2015.

**On observe donc une diminution globale des subventions publiques en faveur des festivals.** Seul le soutien des DRAC s'est affirmé avec une augmentation de 135% au cours des 7 dernières années, qui s'explique notamment par la mise en place du plan Festivals de l'État, qui ne permet toutefois pas de compenser les autres baisses et dont la pérennité n'est pas assurée par ailleurs au-delà de 2024.

**Du côté des autres dispositifs d'aides, les subventions de la Sacem ont quant à elles diminué de 37%.**

59% des membres bénéficient par ailleurs d'aides octroyées par le CNM à hauteur de 35 800 euros en moyenne en 2022. Cela est conséquent, toutefois cette année a été exceptionnelle pour le CNM qui disposait d'une importante enveloppe budgétaire pour soutenir la reprise d'activité compte tenu de la lente sortie de crise sanitaire. L'établissement dispose en effet d'un budget moins conséquent pour 2023 et le doute plane pour les années à venir, dans l'attente des préconisations rendues par la mission Bargeton, ce qui aura nécessairement un impact sur les aides distribuées aux structures du secteur.

Face à ces baisses, les festivals se tournent d'autant plus vers le mécénat et le sponsoring, avec une **augmentation de 72% des financements privés** entre 2015 et 2022 (moyenne : 110 500 euros).



## ...Et inflation des coûts

Le budget artistique des festivals a été quasiment **multiplié par deux** entre 2015 et 2022 (**+95%**).

Les frais de sécurité privée ont également augmenté de **26%**, atteignant en moyenne 48 500 euros. Cela est d'autant plus préoccupant que la « circulaire Collomb » représente toujours une menace et qu'elle pourrait constituer une augmentation supplémentaire des coûts dédiés à la sécurité.

Par ailleurs, à cause des risques grandissants (météorologiques, sanitaires, attentat, etc.), les organisateur·rices sont contraints de souscrire des assurances annulation alors même que leurs montants augmentent fortement, passant de 14 600 euros en moyenne à 22 800 euros, soit **+56% entre 2019 et 2022**.

Globalement, les festivals prévoient de fortes augmentations tarifaires (entre 15 et 20%) sur tous les postes, qu'il s'agisse de la technique, de la logistique, de l'approvisionnement, etc.

Enfin, la législation sonore induit des coûts supplémentaires à assumer, qui viennent alourdir la liste.



## Un équilibre financier difficile à trouver

**1,2 million d'euros** budget global en moyenne, avec une très grande diversité (de 39 000 euros à près de 7 millions d'euros)

**346 926 euros** budget artistique moyen, soit près de **29%** du budget global moyen

**14%** part des financements publics dans le budget global

**191 000 euros** réserves propres moyennes soit **seulement 16%** du budget global moyen

**À l'échelle européenne, selon The European Festival Survey 2022, 90% des festivals considèrent que l'augmentation des coûts de production est un problème majeur et que cela risque à la fois d'affecter les bénéficiaires et d'aboutir à augmenter le prix des billets. La hausse des cachets des artistes est une source d'inquiétude pour 63% des festivals qui considèrent ce sujet comme un défi majeur.**

## Des festivals qui choisissent malgré tout de rester accessibles

**89%** d'entre eux sont en partie ou totalement payants  
**11%** sont totalement gratuits

**29 euros** prix moyen d'un pass journée, soit +2€ par rapport à 2018, ce qui montre que malgré le contexte, les organisateur·rices font le choix de continuer à proposer une offre culturelle accessible

→ D'ailleurs, 72% des festivals payants proposent des tarifs solidaires (par exemple pour les étudiant·es, les demandeur·ses d'emploi, les enfants, les personnes en situation de handicap, etc.)



## Des projets culturels de territoire, fortement implantés localement et vecteurs d'attractivité

→ Si **28%** des festivals accueillent à hauteur de **22%** de la fréquentation globale des personnes venues de toute la France, la totalité de ces événements accueillent très majoritairement des publics locaux (- de 100kms / 1 heure de trajet) mais aussi régionaux (100 à 200kms / 1 à 2 heures de trajet)

→ **81%** des répondants mènent d'autres actions culturelles sur le territoire en dehors de la durée du festival, majoritairement proposées à des publics locaux



## Des engagements et des valeurs au cœur du projet

→ **97%** des festivals accordent une importance particulière à l'**émergence**, accueillant en moyenne **42%** d'artistes en découverte

→ Les **enjeux écologiques** sont au centre des préoccupations des organisateur·rices d'événements : Plus des 3/4 des festivals adhérents ont au moins un·e référent·e écologie au sein de leur équipe. Cet engagement se retrouve dans la restauration, avec une part d'offre végétarienne représentant en moyenne 44% de l'offre de restauration (allant même jusqu'à 100% pour l'un d'entre eux), et une part de productions locales en circuit court (moins de 80kms) à hauteur de 69%

→ Les festivals membres du SMA ont également à cœur **d'aller vers plus d'égalité et de lutter contre les violences sexistes et sexuelles** : 97% d'entre eux ont mis en place des dispositifs tels que des campagnes de communication, des formations (des dirigeant·es mais aussi plus globalement des équipes, des bénévoles ou encore, plus marginalement, des équipes de sécurité), des stands de prévention, des applications de signalement, etc.

## Une crise sanitaire aux conséquences lourdes pour les festivals

La crise Covid a fortement fragilisé la filière du spectacle vivant dans son ensemble. Les festivals adhérents du SMA n'échappent pas à la règle : 84% d'entre eux ont vu leur édition 2020 annulée, et 12.5% en jauge réduite. En 2021, seulement 22,5% ont pu proposer une édition dans sa configuration habituelle.

L'année 2022 ne représente pas encore un retour à la normale en termes de fréquentation, en comparaison avec l'avant crise sanitaire.

On observe en effet chez 38% des festivals membres une baisse de fréquentation de

**25%** en moyenne entre les éditions 2019 et 2022, variant de 18% à 50%.

Ces écarts s'expliquent d'une part par les effets durables de la crise sanitaire sur les habitudes culturelles des Français·es. D'autre part, selon l'étude sur la diffusion des spectacles de musiques actuelles et de variétés en France du Centre national de la musique publiée en 2022, les festivals enregistrent une baisse de 18% des recettes de billetterie entre 2019 et 2022, tandis que le Top 50 des festivals présente à l'inverse un écart positif.

Ces données sont issues :

- des réponses des festivals membres à un questionnaire transmis en février 2023 portant sur l'édition 2022 principalement ;
- d'une précédente étude basée sur des chiffres 2015 et 2018, dont les conclusions ont été publiées en avril 2019 dans un document intitulé Festivals, indépendance et diversité, permettant ainsi de voir les évolutions entre 2015, 2018 et 2022.

Syndicat des Musiques Actuelles

Syndicat des Musiques Actuelles