

AVANT-PROPOS

À la suite de la fusion des Régions et des structures régionales du livre, le besoin d'une étude approfondie de la filière Livre en Nouvelle-Aquitaine s'est imposé. En effet, les dernières études étaient partielles aussi bien en termes de territoires qu'en termes de métiers de la filière, en outre elles dataient de plusieurs années.

Par sa taille, par la présence d'un écosystème très développé et de nombreux talents, la Nouvelle-Aquitaine est une région remarquable dans le secteur du Livre. Il a semblé nécessaire et stratégique pour l'ensemble des partenaires professionnels et institutionnels qu'Alca coordonne quatre études distinctes pour couvrir la totalité de la chaîne du livre :

- Les autrices et les auteurs
- L'économie du livre : édition, librairie, diffusion-distribution
- Les manifestations littéraires
- Imprimerie édition : des opportunités écoresponsables

Ces études ont été menées de manière collaborative et participative. L'état des lieux ainsi établi permet aux institutions et aux professionnels d'appréhender plus finement les enjeux du livre et leurs évolutions.

C'est aussi un outil précieux pour les partenaires de politiques publiques de soutien et d'accompagnement de la filière : la Région Nouvelle-Aquitaine, la Drac Nouvelle-Aquitaine et le Centre national du Livre.

Il s'agit maintenant d'identifier collectivement les possibilités de réponses aux besoins et aux recommandations qui ont été identifiés au cours de ces études.

Étude des manifestations littéraires en Nouvelle-Aquitaine

ALCA - Agence Culturelle de la Région Nouvelle-Aquitaine

-
Livrable 1 : Catégorisation - Analyse de l'enquête quantitative

Méthodologie proposée

RECENSEMENT - ENTRETIENS

ANALYSE SOCIO-ÉCONOMIQUE

PRÉCONISATIONS STRATÉGIQUES

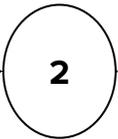
novembre 2021 → janvier 2022 → avril 2022 → juillet 2022 → novembre 2022



Identifier tous les acteurs/porteurs de projets
Collecter les données
Analyser les données

Enquête numérique
en janvier 2022
auprès des 140 manifestations littéraires

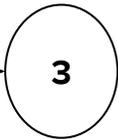
Comité de suivi + Comité de pilotage
28 et 31 mars



Enquêter auprès des porteurs de projets
Analyser les données issues des entretiens

Entretiens avec
16 manifestations littéraires

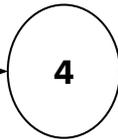
Restitution lors des Rencontres Régionales
15 avril



Enquêter auprès des publics de manifestations littéraires
Analyser les retombées économiques pour le territoire

Enquête terrain
auprès de 3 manifestations entre mai et juin 2022

Comité de suivi + Comité de pilotage
21 et 27 juin



Formaliser des préconisations
Concevoir un outil d'aide à la décision

Comité de suivi + Comité de pilotage
19 octobre

Restitution lors des Rencontres Régionales
14 novembre

Sommaire

1- Précisions méthodologiques sur l'enquête

2- Proposition de catégorisation

3- Résultats problématisés de l'enquête

Chapitre 1 | LIEUX, TEMPS, STATUTS et DOMAINES

- Généralités : statut, type de manifestations, domaine éditorial
- Localisation, contexte territorial, emprise et rayonnement
- Spatialisation : Lieux et espaces des manifestations
- Ancienneté et pérennité
- Les temps des événements : périodicité et durée

Chapitre 2 | PUBLICS, RAYONNEMENT et COMMUNICATION

- Fréquentation et répartition
- Provenance des publics, public souhaité//réel
- Politique tarifaire et fréquentation
- Prospection, connaissance et développement des publics
- Quelle communication ?

Chapitre 3 | GOUVERNANCE, ÉQUIPE et ÉCONOMIE

- Structuration des équipes (synthèse et détail)
- Responsabilité de la programmation et statut du responsable
- Budget de la manifestation, recettes et dépenses
- Structuration et répartition des aides et subventions
- L'importance des partenariats autres que financiers !

Chapitre 4 | PROGRAMMATION, PARTICIPANTS, INTERVENANTS

- Objectifs de la manifestation,
- Diversité de la programmation, statut de producteur, production de contenu
- Auteurs invités, éditeurs et libraires présents
- Rémunération des intervenants

Chapitre 5 | FOCUS SUR TROIS POINTS D'ACTUALITÉ

- Eco-responsabilité
- La crise sanitaire et ses effets.
- Perspectives et attentes, le rôle joué par l'ALCA

1- Précisions méthodologiques

Le périmètre observé/ le champ

- Les **140 destinataires de l'enquête quantitative** sont répertoriés par l'ALCA comme “salons, manifestations et festivals littéraires”, ce qui comprend des organisations dédiées à l'organisation d'un événement, comme des équipements organisant dans le cadre de leurs actions et animations une manifestation littéraire.
- Sans qu'il existe de définition rédigée, ALCA comprend par “manifestations, salons et festivals littéraires” tout événement dédié de rencontre entre le public, le livre et/ ou les éditeurs et/ou les libraires et/ou les auteurs/trices et illustrateurs/trices sur un temps donné à un endroit donné.

La méthodologie employée

- Le questionnaire en ligne comprenait **88 questions avec un temps de réponse d'environ 35 minutes** et ne pouvait être complété qu'une fois par destinataire (adresse IP);
- Les organisateurs ont été informés de la démarche lors des rencontres régionales ALCA à Bordeaux le 9 décembre 2021 puis par mail par ALCA ;
- Le lien a été communiqué par notre agence aux organisateurs le 29 décembre 2021 et clôturé le 30 janvier soit un délai d'un mois ;
- Deux vagues de relances principales, téléphoniques (semaine du 17 janvier) et par mail (le 25 janvier) ont été réalisées.

Des premiers résultats satisfaisants

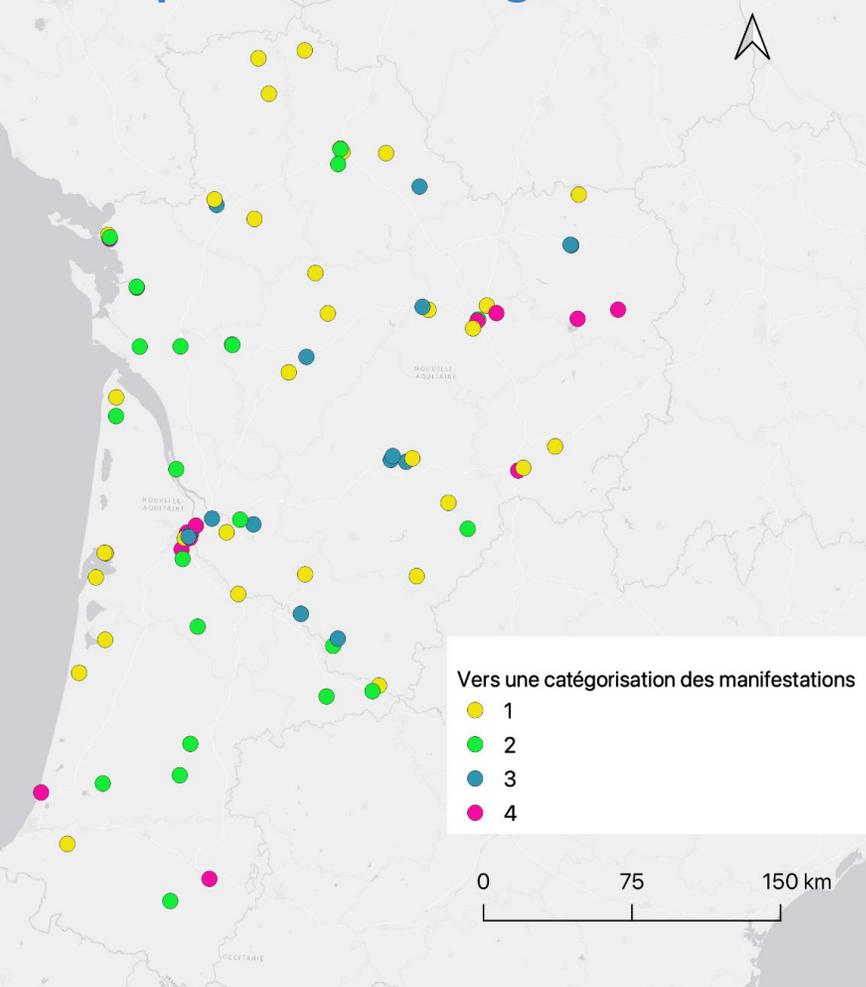
- Taux d'achèvement du questionnaire estimé à 57 %
- Durée moyenne : 37 mn
- Questionnaires envoyés : 140
- Questionnaires achevés : 81
- Questionnaires non terminés : 14
- dont questionnaires non valides : 11 (réponse à aucune question, ou doublons)
- Questionnaires analysés : 95 (68 % des manifestations)
- Parmi les organisateurs n'ayant pas répondu : certaines manifestations emblématiques telles que le Festival International de Bande-Dessinée d'Angoulême, le Festival international de journalisme de Couthure-sur-Garonne.

Un taux de réponse de 68 %
Un taux de réponse exploitables de 60 %
Un taux de complétude de 57 %

Le recours à des points de comparaison

- Le recours à des études actuelles à l'échelle régionale et nationale permet de mettre en perspective la définition mais aussi les formats, et les indicateurs d'une manifestation, d'un festival, d'un salon vis-à-vis d'autres secteurs disciplinaires ou d'autres territoires et de replacer la situation néo-aquitaine dans un contexte national.
- A cet effet, les études et chiffres-clés suivants ont été observées :
 - ◆ *So Fest - empreinte sociale et territoriale des festivals du spectacle vivant*, d'Aurélien Djakouane – Emmanuel Négrier – Damien Potier (240 questionnaires, 100 entretiens) (2020)
 - ◆ Enquêtes régionales : Occitanie, PACA, Bretagne
 - ◆ *Les festivals culturels de Nouvelle-Aquitaine* par l'A, Agence culturelle régionale (2022)
 - ◆ *Le livre face à la pandémie*, le FILL (2020)
 - ◆ *Poids et impact des manifestations littéraires soutenues par le CNL*, Ipsos (2018)

2- Proposition de catégorisation des manifestations littéraires



Dans la mesure où il n'existe pas de définition précise des types de manifestations (salons/foires/rencontres/festivals...), le traitement des données s'est organisé plutôt à partir de catégories élaborées en tenant compte de **plusieurs critères apparus prédominant au fil de la lecture des données brutes** : fréquentation, budget, nombre d'auteurs invités.

→ **Catégorie 1** : 36 répondants

Fréquentation < 1000 visiteurs

Budget < 20 000 €

10 à 20 auteurs invités

→ **Catégorie 2** : 24 répondants

Fréquentation entre 1 000 - 3 000 visiteurs

Budget entre 20 000 € - 50 000 €

20 à 30 auteurs invités

→ **Catégorie 3** : 17 répondants

Fréquentation entre 3 000 - 5 000 visiteurs

Budget entre 50 000 € - 150 000 €

30 à 50 auteurs invités

→ **Catégorie 4** : 12 répondants

Fréquentation > 5 000 visiteurs

Budget > 150 000 €

50 à plus de 100 auteurs invités

Catégorie 1

Fréquentation < 1000 visiteurs

Budget < 20 000 €

10 à 20 auteurs invités

- 35 manifestations
- Rencontres, salons plutôt orientés généraliste, jeunesse ou histoire, patrimoine. Absence de thématique. Gratuite
- Plus de 10 ans ou créations récentes.
- Sur 1 journée ou 2 jours majoritairement.
- Plutôt rurales, déployées sur 1-2 lieux (principalement bibliothèques et librairies)
- Manifestations nombreuses à ne pas rémunérer les auteurs

=> À EXPLORER EN PHASES 3 ET 4 :

- le degré de professionnalisme des équipes
- la part des auteurs régionaux
- le prolongement d'une action culturelle à l'année pour une structure
- isoler la catégorie des "atypiques"

Catégorie 2

Fréquentation entre 1 000 - 3 000 visiteurs

Budget entre 20 000 € - 50 000 €

20 à 30 auteurs invités

- 20 manifestations (dont 6 avec des données encore manquantes, à vérifier)
- Rencontres, festivals, salons. Dominante généraliste, jeunesse, BD/mangas. Existence de thématiques.
- Plus de 15 ans ou créations récentes.
- De 2 jours à 1 semaine.
- Plutôt rurales et déployées sur plus de 2 lieux, parfois en itinérance
- Quelques manifestations qui ne rémunèrent pas les auteurs

=> À EXPLORER EN PHASES 3 ET 4 :

- le degré de professionnalisme des équipes
- les budgets des structures porteuses (confusion avec le budget de la manifestation)
- isoler la catégorie des "atypiques"

Catégorie 3

Fréquentation entre 3 000 - 5 000 visiteurs

Budget entre 50 000 € - 150 000 €

30 à 50 auteurs invités

- 16 manifestations
- Majoritairement festivals, rencontres. Salons plus ponctuels.
- Généraliste, jeunesse mais également poésie, BD/Mangas ou thématiques spécialisées.
- Manifestations qui datent de + 10 ans (mais une majorité de responsables renouvelés - 10 ans).
- Plusieurs manifestations récentes (1 à 3 ans)
- De 2 jours à 1 semaine. Plutôt urbaine.
- Répartie sur 4 à 5 lieux (+ interdisciplinarité culturelle)
- Rémunération des auteurs.
- Des créations produites et plus rarement diffusées.
- Des difficultés budgétaires post-crise sanitaire

=> À EXPLORER EN PHASES 3 ET 4 :

- **l'effet de seuil budgétaire entre catégorie 2 et catégorie 3 au regard d'un gain de visiteurs modeste,**
- **la typologie de financeurs et le montant des aides,**
- **la structuration des équipes et la responsabilité de la programmation**

Catégorie 4

Fréquentation > 5 000 visiteurs

Budget > 150 000€

50 à plus de 100 auteurs invités

- 12 manifestations (dont 3 avec des données manquantes)
- On retrouve aussi bien des festivals, des rencontres que des salons. Majorité de généralistes, jeunesse, BD/mangas
- Manifestations qui datent depuis plus de 10 ans.
- De 3 jours à 1 semaine.
- Majoritairement urbaines.
- Se déploient sur plus de 5 espaces
- Rémunération des auteurs.
- Rôle de producteur et diffuseur.

=> À EXPLORER EN PHASES 3 ET 4 :

- **l'historique et la structuration de la manifestation,**
- **les mesures d'impact et les actions déployées pour capter les publics,**
- **les partenariats et la notoriété,**
- **les intervenants présents.**

Chapitre 1

-

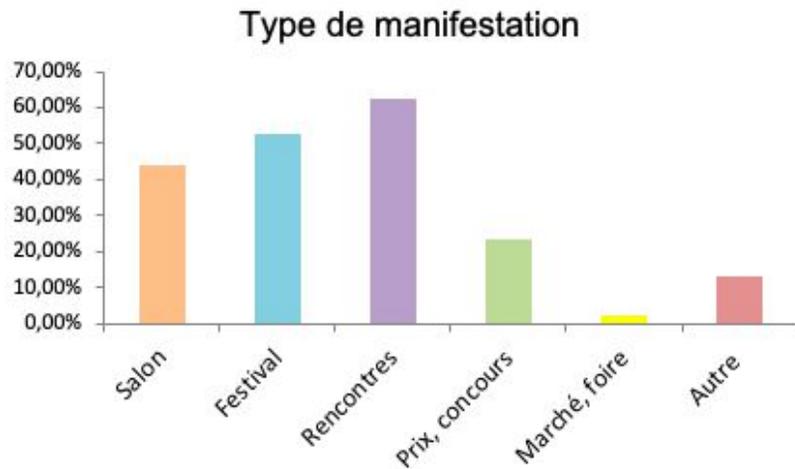
LIEUX et LOCALISATION,
TEMPORALITÉ et DURÉE,
STATUT et TYPOLOGIE d'ÉVÉNEMENT

-

Des festivals, rencontres et salons, portés par des associations. Des manifestations généralistes et jeunesse, à la ville comme à la campagne

Type de manifestations organisées

Festivals, rencontres, salons... un problème de dénomination



- **Salon et festival** sont les deux appellations les plus largement utilisées pour définir les manifestations : 44 % des répondants ont choisi “salon” et 53 % “festival”. 8 manifestations ont néanmoins opté pour les deux appellations à la fois.
- C’est dans la catégorie 3 que l’on trouve proportionnellement le plus de “festivals”.
- Si la plupart des répondants ont souvent également coché “rencontres” et “prix”, c’est plutôt pour indiquer des actions menées pendant la manifestation que pour définir à proprement parler la manifestation comme “Rencontres”. **Seules 9 manifestations se définissent comme “Rencontres” uniquement** et 1 manifestation uniquement comme Prix. Parmi elles, 8 relèvent de fait plutôt **d’animations territoriales** que de salon ou festival à proprement parler. Elles relèvent très majoritairement de catégorie 1.

=> **Une problématique de lisibilité des manifestations littéraires :**

- Hésitation entre festivals / salons / rencontres... Un flou dans les contours et l’appellation de manifestation littéraire.
- De nombreuses « animations culturelles » (dont l’un des traits caractéristiques est de ne pas proposer de vente de livres)

=> **La question se pose d’une délimitation à donner aux manifestations littéraires du territoire ?**

Nommer sa manifestation

Salon, foire, festival : la connotation des appellations

“On se reconnaît dans le terme de “manifestation littéraire” mais pas dans celui de salon ni de festival. [...] Un salon, c’est une foire avec trois conférences pour se donner du sérieux. Avec le terme de rencontres, il y a plus la notion de débat, de partage, de dialogue que dans une manifestation ou un colloque.”

Catégorie 2

“Ça a été nommé salon car il y a 20 ans, on parlait plus de salons, quelle que soit la forme. C’est resté car c’est plus facile de garder un nom auquel on s’identifie. Mais en fait, il s’agit plus d’un festival littéraire : on se rapproche plus d’une manifestation littéraire comme un festival.”

Catégorie 3

“Un festival s’étale sur une plus grande durée, un plus grand territoire, il a une vocation de création artistique plus importante.

Un salon est plus resserré dans le temps et dans l’espace. Volonté avec le terme de Salon de conserver l’idée d’un lieu unique “cocon” où l’on se retrouve sur un temps donné. Même si l’on emprunte au festival avec des lectures spectacles hors les murs par exemple.”

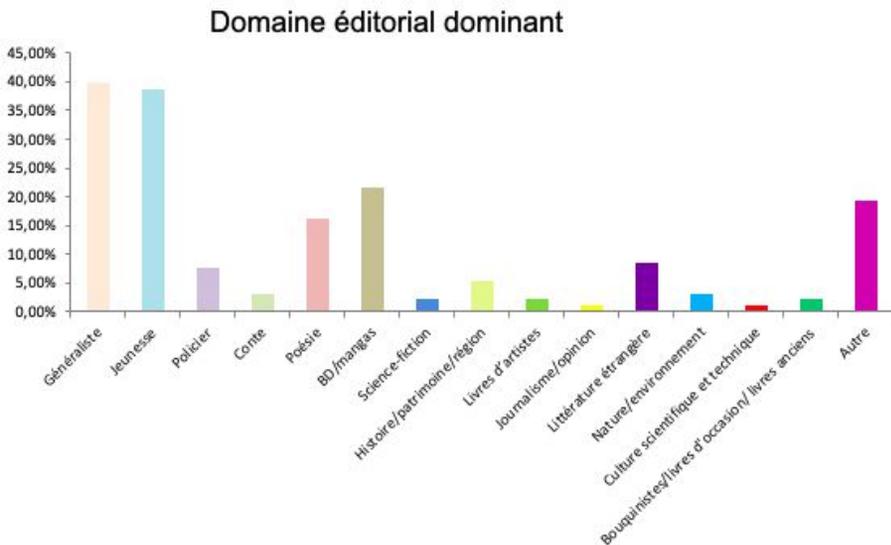
Catégorie 4

Il s’agit d’un marché, d’une foire. On est des paysans : la foire à côté du marché, il y amène son travail, il va vendre son travail pour lequel il a souffert, il s’endimanche, il gagne des sous et fait la fête. On retrouve des gens du métier et les gens de la ville : c’est pour ça qu’on est une foire et pas un salon.

Catégorie 4

Domaine éditorial

Une majorité d'événements généralistes ou jeunesse, et la BD particulièrement à l'honneur

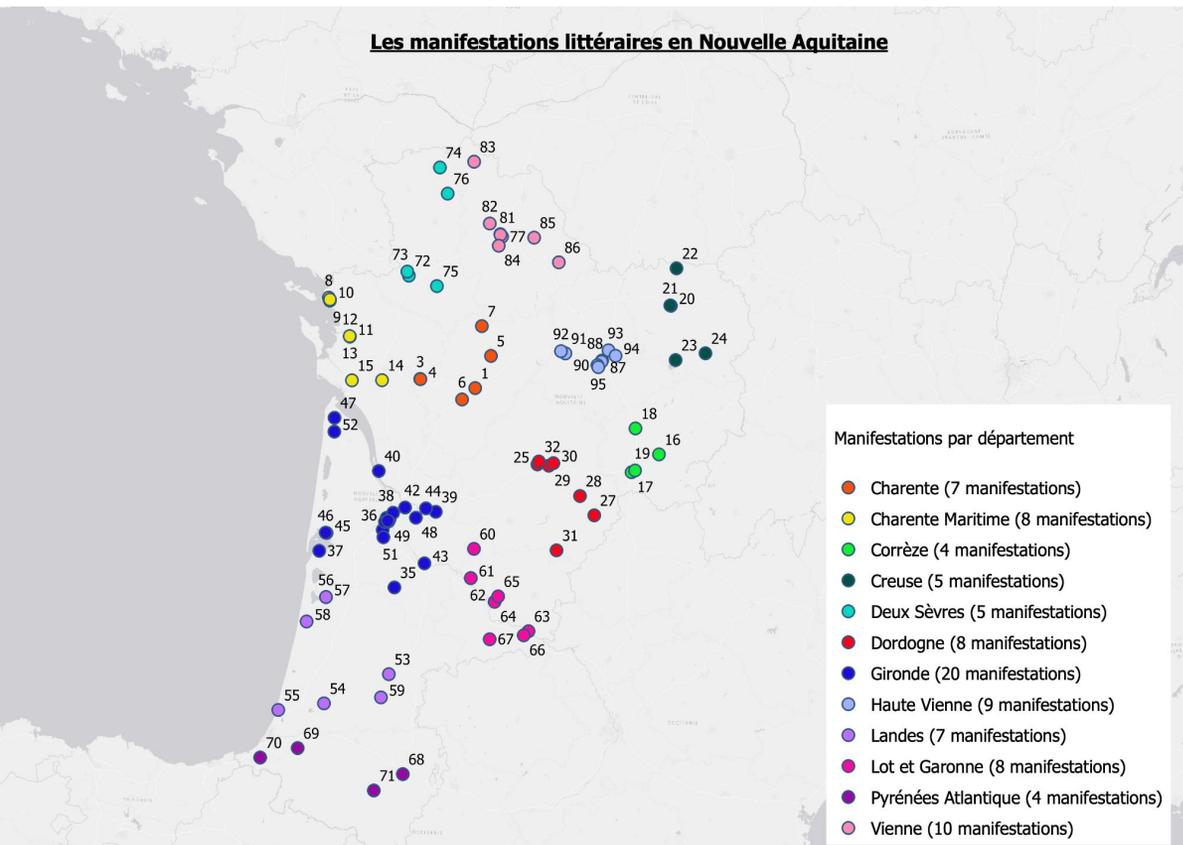


La part des **salons uniquement jeunesse** est légèrement supérieure à ce qu'on trouve dans les autres régions (18 à 20 %). En revanche, la part des **manifestations spécialisées BD** (15 % des répondants) est au-dessus de ce qu'on observe ailleurs (8 à 11 %).

- **Près de 40%** des manifestations littéraires se définissent comme **généralistes** (= tout domaine éditorial confondu) et près de 40 % proposent une programmation **jeunesse** (plusieurs réponses possibles). **23 % des répondants proposent une programmation uniquement orientée jeunesse.**
- Proportionnellement, la catégorie 3 compte beaucoup plus de salons spécialisés (jeunesse et BD). La poésie se trouve essentiellement mentionnée par des salons de catégorie 1.
- De nombreuses manifestations sont **spécialisées autour d'un genre** :
 - 20 manifestations autour de la BD /mangas (dont 14 uniquement BD);
 - 15 autour de la poésie ;
 - 7 autour du genre policier ;
 - 8 de la littérature étrangère ;
 - 5 du patrimoine.
- Quelques manifestations ont choisi un positionnement "de niche" : *littératures sportives, dessin de presse, humour, fanzines, spécialisé sur une région du monde ou lié à un auteur...* Parmi les manifestations de moins de 3 ans, la moitié a choisi une thématique peu conventionnelle.

Localisation des manifestations

Un maillage territorial équilibré, le bordelais premier organisateur d'événements littéraires du territoire



En moyenne, il se déroule 8 manifestations littéraires dans chaque département. La Gironde est largement au-dessus du lot, avec 20 événements.

Fiche Annexe Cartes

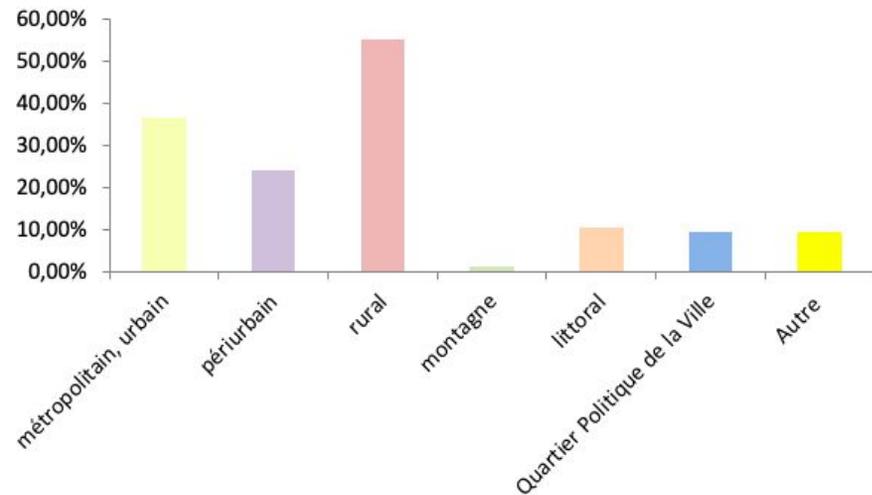
1 Musée Métréoux	50 Festival Driboultis	49 Chalus
2 Fédération Charentaise des Oeuvres Laïques	51 Marçay-Pagé	50 Festival Driboultis
3 Littératures Européennes Cognac	52 SOA33	51 Marçay-Pagé
4 Et derrière le livre	53 Médiathèque départementale des Landes	52 SOA33
5 Les Amis de Jean-Hugues Malmeu	54 Ville de Dax	53 Médiathèque départementale des Landes
6 Services départementaux de la lecture	55 Lire sur la vague	54 Ville de Dax
7 Réveurs de prose	56 Marie de Parentis en Born	55 Lire sur la vague
8 Neodras	57 Hôtel de ville - RWCC	56 Marie de Parentis en Born
9 Festival International du Film et du Livre d'Aventure de La Rochelle	58 Médiathèque de Mimizan	57 Hôtel de ville - RWCC
10 Taver & Lettres	59 Communauté de communes chaloise rursan	58 Médiathèque de Mimizan
11 Didies en pages	60 Association Marguerite Duras	59 Communauté de communes chaloise rursan
12 Les forts en bulles	61 ABC CULTURE	60 Association Marguerite Duras
13 Cinéma des Adhéars	62 KIT CULTURE	61 ABC CULTURE
14 L'écriture prend le large	63 Association "A livre ouvert"	62 KIT CULTURE
15 au La Moline	64 Assos des Arts de Chalais	63 Association "A livre ouvert"
16 Les Bistrot Théâtre	65 Association Marge-Livres	64 Assos des Arts de Chalais
17 Villages-Bivie	66 Mairie de Boé	65 Association Marge-Livres
18 Res Uzarcha	67 Les amis d'Yves Chéland	66 Mairie de Boé
19 Bibliothèque du Mameort	68 Un aller-retour dans le Non	67 Les amis d'Yves Chéland
20 Les lecteurs de Marcel Jouhadou et des amis de Chamadinort	69 Bibliothèque Libier et Itiroze	68 Un aller-retour dans le Non
21 Conseil départementaux de la Conée et de la Creuse	70 Bilzarz des écrivains du Pays Basque	69 Bibliothèque Libier et Itiroze
22 Les relations montagnaises	71 Livres sans Frontières	70 Bilzarz des écrivains du Pays Basque
23 Conte en Creuse	72 Nioit en bulles	71 Livres sans Frontières
24 Félécis le glorieux de l'ère	73 Dispositif - Médiathèque départementale des Deux-Sèvres	72 Nioit en bulles
25 Férocé Marquis	74 Communauté de Communes du Thouarsais (Médiathèque de Thouars)	73 Dispositif - Médiathèque départementale des Deux-Sèvres
26 Festival de contes du Périgord-La Libériou	75 Abbaye royale de Clairmar-sur-Belle	74 Communauté de Communes du Thouarsais (Médiathèque de Thouars)
27 Amicale laïque de Sarlat	76 Animations en Annuaire	75 Abbaye royale de Clairmar-sur-Belle
28 Association Les plaines de Léon	77 Maison de la Poésie de Poitiers	76 Animations en Annuaire
29 Amicale laïque de Bassillac	78 D'Us Livres L'Us	77 Maison de la Poésie de Poitiers
30 Humour et Culture	79 Maison de la poésie de Poitiers	78 D'Us Livres L'Us
31 Médiathèque Monastier	80 La Francophonie	79 Maison de la poésie de Poitiers
32 Livre en fête	81 Médiathèque François-Mitterrand et son réseau	80 La Francophonie
33 Ecoles Mémoires Bordeaux Aquitaine	82 Maison de la Poésie de Poitiers	81 Médiathèque François-Mitterrand et son réseau
34 Lettres du monde	83 Communauté de Communes du Pays Loudunais	82 Maison de la Poésie de Poitiers
35 Vers d'ailleurs mots	84 Bô Lebô	83 Communauté de Communes du Pays Loudunais
36 Mairie de Gradignan	85 MJC Jean Vasca	84 Bô Lebô
37 Bibliothèque municipale	86 Ville de Montmorillon	85 MJC Jean Vasca
38 Ville de Lormont	87 BNA	86 Ville de Montmorillon
39 Idées Nouvelles	88 Les Francophonies - Des écritures à la scène	87 BNA
40 Association Pédale	89 Ville de Lencqes	88 Les Francophonies - Des écritures à la scène
41 Point en cabanes	90 Mairie d'Isle	89 Ville de Lencqes
42 Communauté de Communes Les Rives de la Laurence	91 Les amis de la bibliothèque et la municipalité de St Martin de Jusac	90 Mairie d'Isle
43 Centre François Mauriac de Malagar	92 Association "Fables des Livres"	91 Les amis de la bibliothèque et la municipalité de St Martin de Jusac
44 Le bouc et ses éditions	93 MASA Productions Animations	92 Association "Fables des Livres"
45 Gramicci	94 Saint Just culture Animations	93 MASA Productions Animations
46 Médiathèque d'Andermos-les-Bains	95 Bibliothèque Le Bateau Livre	94 Saint Just culture Animations
47 Escromed		95 Bibliothèque Le Bateau Livre
48 Scitensemb		

La Nouvelle-Aquitaine compte parmi les 4 régions où se déroulent le plus de manifestations littéraires en France. [Poids et impact des manifestations littéraires soutenues par le CNL, 2018, p.12]

Environnement et contexte territorial

Un juste équilibre entre événements des villes et événements des champs !

Contexte dans lequel se déroule les manifestations



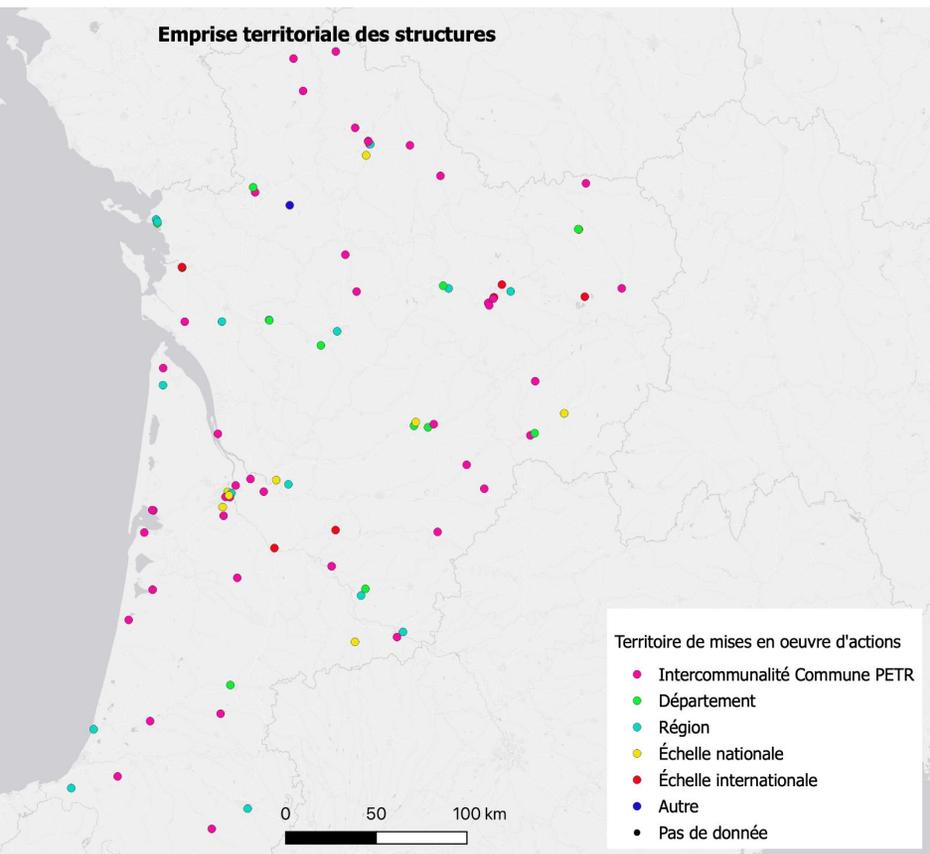
Au niveau national, 65 % des manifestations culturelles se déroulent soit en milieu à dominante urbaine, soit sur des territoires mixtes urbains/ruraux [Etude So Fest! "Indicateurs d'activités", p. 8].

En Nouvelle-Aquitaine, les festivals de spectacle vivant se déroulent à 72 % en milieu urbain [Festivals de spectacle vivant en Nouvelle-Aquitaine].

- **La moitié des manifestations littéraires se déroulent dans un contexte rural**, ce qui est conforme à la répartition de la population sur le territoire. [En 2018, environ 3 millions d'habitants, soit 51% de la population néo-aquitaine réside dans une commune rurale.]
- **L'autre moitié se déroule dans un contexte urbain ou péri urbain :**
 - 54 manifestations ont lieu en ville ;
 - 7 manifestations se déroulent dans des quartiers défavorisés.
- Parmi les répondants, 15 se déroulent **sur plusieurs types de territoire (urbain/rural), surtout dans la catégorie 2.**
- Une dizaine de manifestations se déroulent spécifiquement dans un **contexte littoral** ("balnéaire", "au bord d'un lac") et tiennent à décrire cette spécificité ; 1 manifestation se déroule en montagne.
- Une manifestation se déroule en milieu carcéral.
- Proportionnellement, **ce sont les catégories 1 et 3 qui comptent le plus de manifestations en milieu rural uniquement.** La catégorie 4 ne compte qu'une manifestation (/12 répondants) uniquement en territoire rural.

Rayonnement et visibilité des manifestations

Des événements locaux, peu de visibilité (inter)nationale



- **72 % des manifestations ont un rayonnement à l'échelle de la commune, de l'intercommunalité et du bassin de vie** (64 répondants): c'est vrai pour toutes les catégories de manifestations
- 53 % rayonnent à l'échelle du département (47 répondants) proportionnellement plus dans les catégories 2 et 3 ;
- 39 % rayonnent à l'échelle régionale (35 répondants) : surtout parmi les catégories 3 et 4 ;
- **Seulement 28 % déclarent rayonner à une échelle nationale et internationale** (25 répondants) : parmi les catégories 2 certaines manifestations atypiques ou réunissant des auteurs connus, en revanche proportionnellement très peu dans la catégorie 3. La catégorie 4 n'est pas non plus si présente à cette échelle.

Des résultats en cohérence avec les réponses apportées à la question de la "visibilité" de la manifestation :

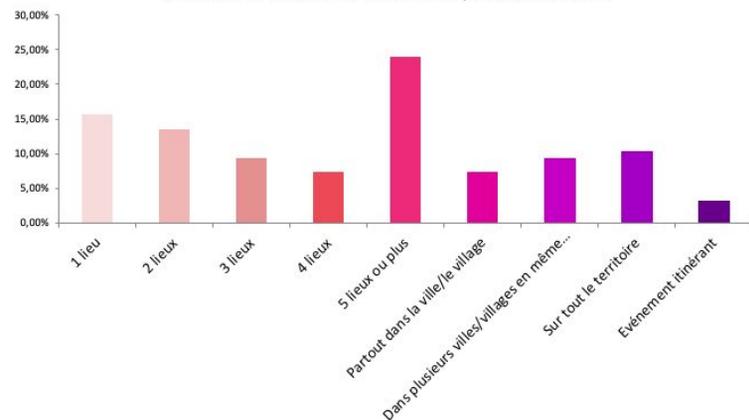
- **$\frac{2}{3}$ des manifestations ont une visibilité locale**
- $\frac{1}{2}$ sont visibles à l'échelle départementale et régionale
- $\frac{1}{3}$ sont "connues" ou reconnues à l'échelle nationale ou internationale.
- Très peu déclarent être reconnus à l'échelle internationale : *Les estivales de la Bande Dessinée de Montalivet, Les rencontres de Chaminadour, Biennale Marguerite Duras, Biltzar des écrivains du pays basque, le festival Rochefort Pacifique Cinéma et Littérature, le festival BD de Ligugé et Polar'encontre.*

Nombre de répondants à la question 6, 39, 80 : 94, 89, 81

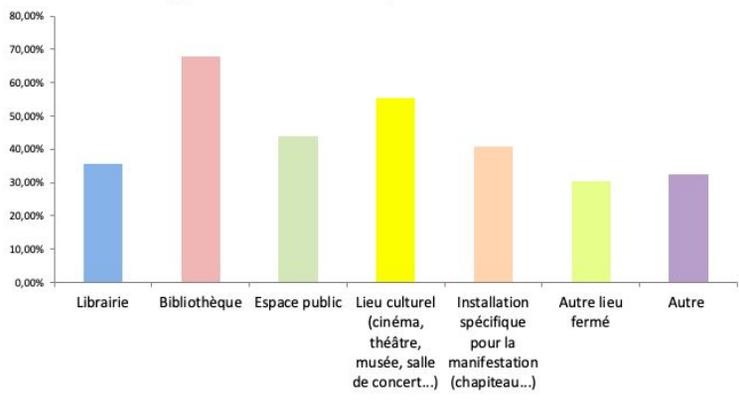
Lieux et espaces des manifestations

Une multitude de lieux, une appropriation des espaces non dédiés au livre

Nombre de lieux sont concernés par l'évènement



Type de lieux concernés par les manifestations



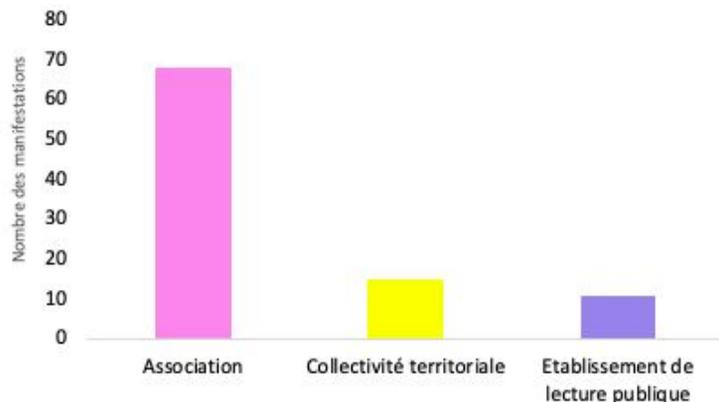
- **En moyenne, les manifestations se déroulent sur 3 espaces.**
- Uniquement ¼ des manifestations se passent dans 1 ou 2 espaces physiques seulement. **La moitié des manifestations littéraires ont tendance à se déployer dans une multitude d'espaces distincts :** ¼ des répondants mentionnent plus de 5 lieux, ¼ des répondants (cumulés) mentionnent la tenue de la manifestation sur un territoire plus élargi (autres communes, département, etc.).
- **2/3 des manifestations littéraires se déroulent dans une bibliothèque et 1/3 dans une librairie,** les lieux classiques de ce type de manifestations.
- Les **autres lieux culturels** (cinémas, théâtres...) accueillent également les manifestations littéraires pour 50 % d'entre elles.
- Plus insolite et signifiant : **plus de 30 manifestations se déroulent sur l'espace public ou dans des installations spécifiques à l'évènement.**
- **Autres lieux investis** largement cités (1/3) : cafés et restaurants, établissements scolaires, lieux religieux, Tiers-Lieu, arènes !

Les manifestations littéraires envahissent tous les lieux et typologie de lieux ! Une tendance particulièrement forte parmi les manifestations récentes (moins de 5 ans) : 8/13 se déroulent sur plus de 4 sites distincts.

Statut des structures organisatrices

La prédominance des associations

Statut des structures



La part des associations parmi les organisateurs est tout à fait conforme à ce qu'on retrouve partout en France (71 % étude CNL; 74 % étude Occitanie ; 82 % So Fest). Seule la région PACA a une part plus importante de collectivités publiques parmi les organisateurs (42 %).

Parmi les structures porteuses de manifestations littéraires :

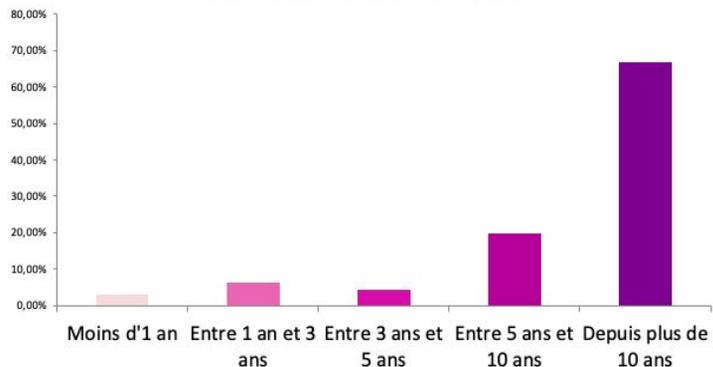
- **2/3 des manifestations** sont organisées par des **associations**
- **1/3 des manifestations littéraires** sont organisées par des **collectivités ou des établissements de lecture publique** (médiathèques, bibliothèques) dont :
 - 10 communes
 - 4 communautés de communes
 - 2 départements ou réseau départemental
 - 9 bibliothèques et médiathèques
- Ces proportions se retrouvent quelles que soient les catégories de manifestations, sauf pour la catégorie 3 dont les événements sont beaucoup plus portés proportionnellement par des associations.
- **Aucune manifestation** (parmi les répondants) n'est organisée "directement" par des **structures à but commercial**, mais certaines associations sont en fait initiées ou animées par des libraires (parfois des éditeurs). Le recours à cette solution leur permet d'organiser des événements dissociés de l'entreprise principale, afin de pouvoir mobiliser d'autres forces vives et demander des subventions différentes de celles sollicitées pour l'entreprise. C'est le cas pour 6 manifestations du panel.

=> L'implantation (rurale ou urbaine) ne joue aucun rôle dans la répartition des statuts des structures porteuses : on trouve autant d'associations dans les deux types de territoire.

Ancienneté et pérennité

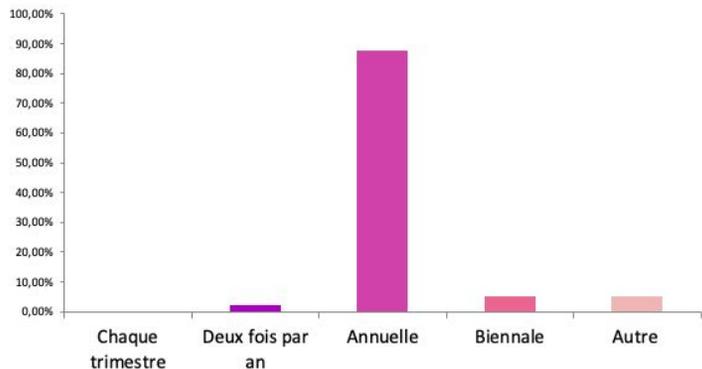
Des manifestations ancrées dans le paysage depuis longtemps

Durée d'existence de la manifestation



- $\frac{2}{3}$ des manifestations littéraires ont plus de 10 ans, signe de la pérennité des événements. Parmi les plus anciennes, 10 ont tenu 30 éditions depuis leur création.
- Depuis leur création, les manifestations ont réalisé en moyenne 15 éditions.
- 90 % des événements littéraires ont lieu **chaque année** => contrairement à d'autres secteurs (notamment les arts visuels), il y a peu de logique de "Biennale".

Périodicité de la manifestation



En Nouvelle-Aquitaine, la moyenne d'âge des festivals de spectacle vivant constaté est de 13 ans [Etude Festivals de spectacle vivant en Nouvelle Aquitaine, impact covid 19, p. 9]

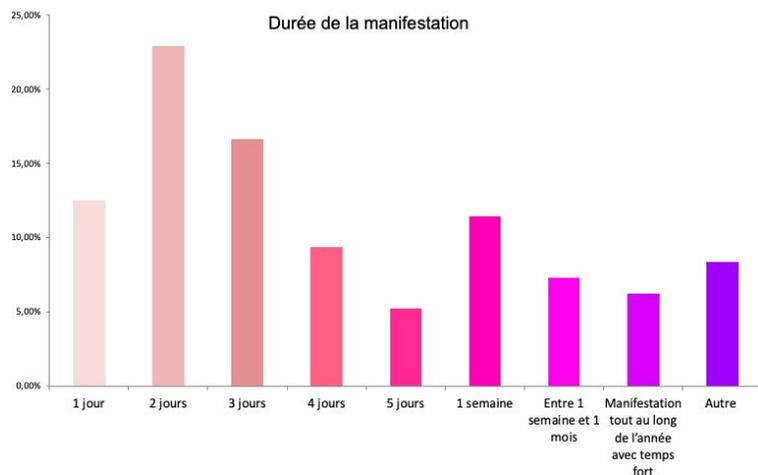
Au niveau national, 72 % des manifestations culturelles avaient plus de 15 ans [en 2020].

[Etude So Fest! "Indicateurs d'activités", p. 7].

En revanche, en PACA en 2019, 58 % des manifestations littéraires avaient moins de 10 ans.

Périodicité et durée

Des événements plutôt courts, se déroulant surtout en mars et mai



Au niveau national, la majeure partie des manifestations observées durent entre 3 à 5 jours. Il y a peu de manifestations de 2 jours [Étude CNL, p. 11]. En Occitanie, la majorité des événements sont courts (une journée ou un week-end) [Étude manifestations 2018].

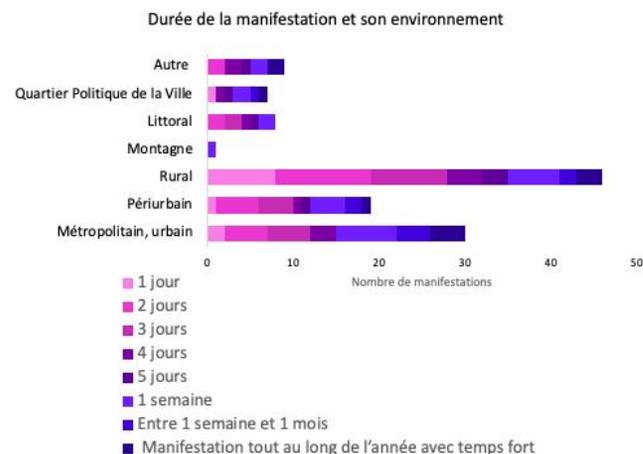
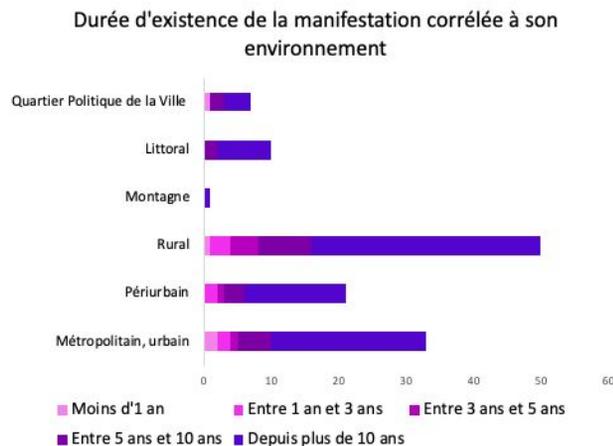
Il n'y a pas de durée type. Cependant :

- près de la moitié des manifestations durent entre 1 et 3 jours ;
- le week-end est plébiscité (¼ des événements) ;
- on note une vraie différence entre les salons et les festivals : 8 salons se tiennent sur 1 seule journée, contre 1 festival et 5 rencontres ;
- **¼ des manifestations ont des durées longues (entre une semaine et toute l'année)** => tendance à l'allongement et à l'étalement d'une programmation ?

Une saisonnalité très marquée

- Sur 132 manifestations recensées par ALCA pour lesquelles l'information a pu être collectée, 20,5 % se déroulent au premier trimestre (très essentiellement en mars), 34 % au 2^e trimestre (surtout en mai), 21,5 % au 3^e trimestre (surtout en septembre) et 24 % au 4^e trimestre (octobre et novembre).
- Les mois de décembre à février sont presque exempts de manifestations.

Focus : ancienneté, durée et type éditorial de la manifestation au regard de leur contexte territorial



- **1/3 des manifestations rurales ont plus de 10 ans contre 1/4 des manifestations urbaines => pérennité des événements littéraires créés à la campagne ;**
- Les manifestations les plus récentes sont tout autant créées en ville qu'à la campagne => renouvellement des manifestations aussi en milieu rural ;
- Proportionnellement plus d'évènements urbains et périurbains durent longtemps (plus de 4 jours) qu'en milieu rural ;
- **Il n'y a pas de spécificité éditoriale par typologie de territoires.**

Chapitre 2

-

PUBLICS, RAYONNEMENT & COMMUNICATION

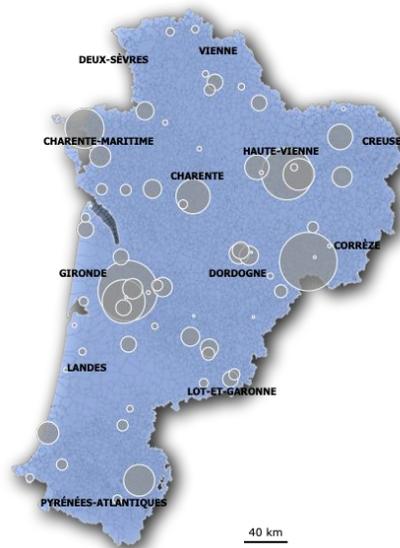
-

Des publics locaux et fidèles, des moyens limités pour rayonner

Fréquentation et répartition

Une majorité de petites manifestations et quelques “locomotives” captant des publics nombreux

Fréquentation des manifestations littéraires organisées entre 2019 et 2020 en Nouvelle Aquitaine



En Occitanie [Etude manifestations 2018], 46 % des manifestations enregistraient moins de 1000 visiteurs et 9 % plus de 5000. Des chiffres très éloignés des fréquentations moyennes constatées sur les festivals de façon générale [Etude Sofest : 72 % des festivals dépassaient 5000 visiteurs]

La fréquentation des manifestations littéraires (*chiffre indicatif, peu de manifestations réalisant une étude des publics*) laisse apparaître des résultats significatifs* :

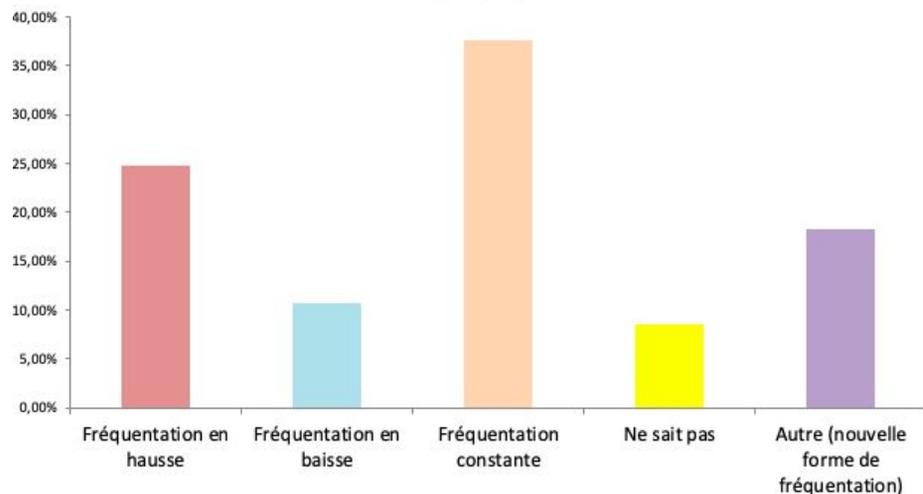
- En moyenne, les manifestations ont enregistré 6 742 visiteurs lors de leur dernière édition ;
- La moitié des manifestations répondantes ont compté moins de 1500 visiteurs lors de leur dernière édition (médiane) ; 30 % des répondants n'atteignent pas 500 visiteurs ;
- Moins de 10 manifestations accueillent plus de 10 000 visiteurs. Les plus fortes fréquentations sont observées pour les événements littéraires ayant lieu dans des villes et des agglomérations (les 5 premiers) : Foire de Brive (41 525), Lire à Limoges (32 000), Lire en poche (23 000), Escale du livre (20 000) auxquels il faudrait ajouter le FIBD, non répondant (plus de 200 000 visiteurs).

*Dans le questionnaire était demandé le chiffre de fréquentation en année normale, mais une partie des répondants a indiqué les chiffres 2021, ce qui peut tirer vers le bas les moyennes constatées).

Evolution de la fréquentation

Un public au rendez-vous

Évolution de la fréquentation depuis les trois dernières éditions

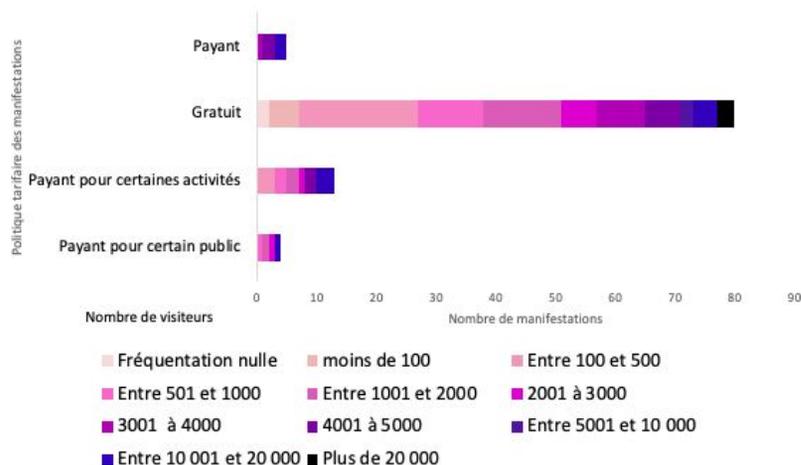


- **Plus d'1/3 des répondants indiquent que la fréquentation de leur manifestation est constante sur les 3 dernières éditions** (*chiffres indicatifs puisque peu de manifestations comptabilisent réellement leur public*)
- 1/4 des organisateurs témoignent cependant d'un public en hausse (malgré le contexte défavorable)
=> vitalité des manifestations littéraires et fidélité des publics ?
- **Autres** : certains organisateurs témoignent d'une baisse "exceptionnelle" en raison des conditions sanitaires et ayant donc pour corollaire une réduction de leur programmation.

Politique tarifaire & fréquentation

Une gratuité quasi généralisée, qui ne génère pas plus de visites

Fréquentation de la dernière manifestation en date corrélée aux conditions d'accès de la manifestation



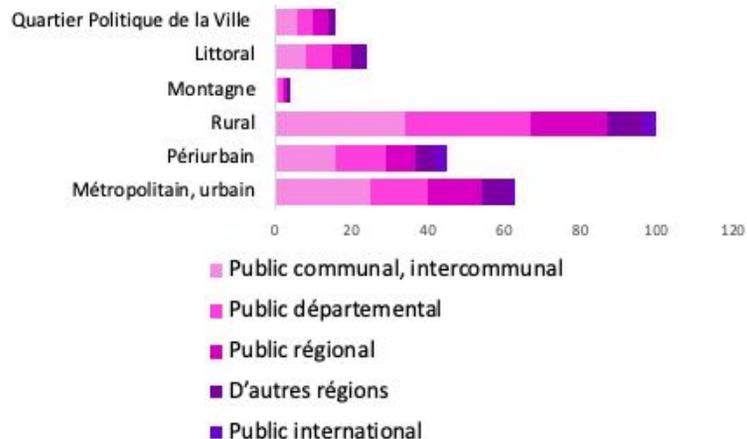
- Une très large majorité d'événements sont gratuits. Seules quelques manifestations exercent une entrée payante (moins d'une vingtaine sont payantes : 4 en totalité ou 17 partiellement).
- La fréquentation n'est pas directement corrélée à la gratuité de la manifestation : 4 manifestations payantes reçoivent cependant entre 3000 et 15 000 visiteurs : *Le salon international de la caricature, du dessin de presse et de l'humour* (12 156 visiteurs), *le festival BD en Périgord* (4500 visiteurs), *le Festival itinérant du conte en Corrèze et en Creuse "Coquelicot"* (3243 visiteurs) et *Littérature métisses* (4500 visiteurs).
- A contrario, plus de 50 % des manifestations gratuites reçoivent moins de 5000 visiteurs.
- On retrouve légèrement plus d'activités payantes parmi les manifestations thématiques, notamment autour du conte, de la BD, de l'environnement, de la littérature étrangère, du journalisme ou du livre d'occasion.

Si la gratuité est de mise très majoritairement dans les manifestations littéraires [Etude manifestations Occitanie 2018], PACA 2019], ce n'est pas le cas de toutes les manifestations [50 % "seulement" des festivals étudiés dans l'étude CNL (p. 16)] et sans corrélation avec la fréquentation. En revanche, c'est une pratique "confidentielle" parmi les festivals de spectacles vivants [SOFest "Indicateurs d'activités", p. 26].

Provenance des publics

Des publics de proximité, mais plus mobiles en milieu rural

Origine du public et environnement de la manifestation



En revanche, on peut parler d'une **spécificité des publics des manifestations rurales** : l'audience est plus fortement départementale ou régionale (on se déplace de plus loin). L'origine des publics des manifestations littéraires urbaines reste plus locale.

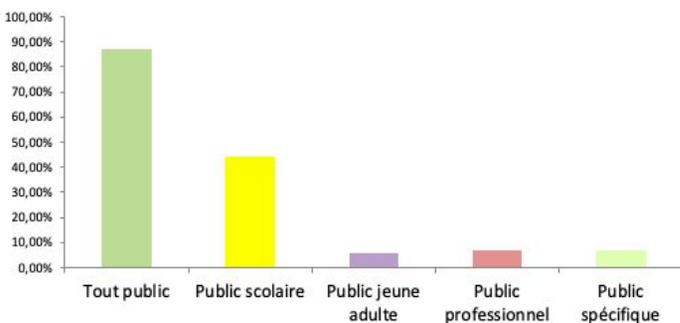
- D'après les manifestations répondant, $\frac{2}{3}$ des publics des événements sont des "locaux" (commune, territoire proche, "bassin de vie") ; une donnée à relativiser par le manque d'étude des publics fiables, mais corroborée par les 3 études terrain menées dans notre phase 3 ;
- Environ la moitié des événements littéraires captent un public du département et seulement $\frac{1}{3}$ des événements font se déplacer un public régional ;
- l'attractivité des manifestations littéraires au-delà de la région reste limitée : moins de 25 événements font se déplacer un public extra régional ou international.

D'après l'étude SoFest, 53 % des publics sont d'origine départementale et 72 % régionale, ce que confirme également l'étude du CNL.

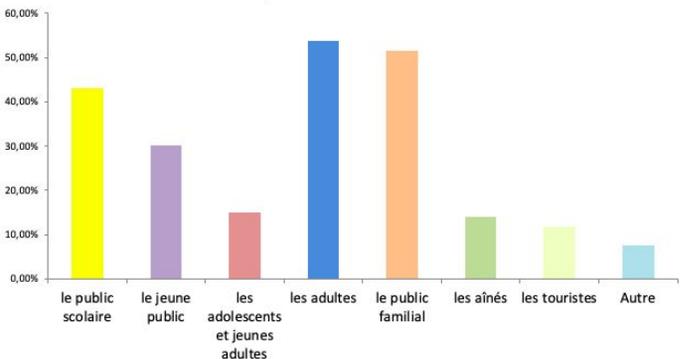
Public souhaité, public réel

Peu de visibilité sur les publics atteints, sauf pour les scolaires

Principal public visé par les manifestations littéraires



Public atteint par les manifestations littéraires



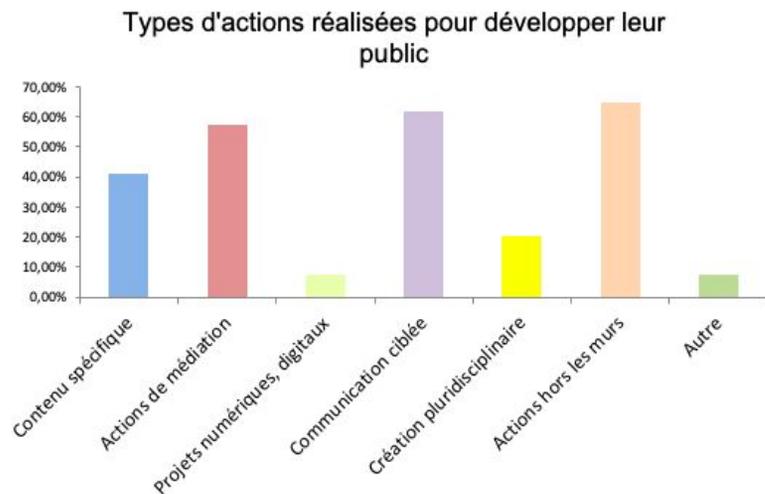
- Les événements cherchent majoritairement à capter un public le plus large possible, sans établir de publics cibles ;
- L'absence d'étude des publics dans la plupart des manifestations ne permet pas de vérifier l'adéquation entre public visé et public touché et souligne en creux le manque d'outils et de moyens dégagés autour de cette question pourtant stratégique ;
- Plus de la moitié des événements littéraires dit atteindre un public familial, cohérent avec la (non) cible "tout public";
- Pour les événements ciblant un public scolaire et/ou un jeune public, il est plus simple de le délimiter et d'analyser du coup la réalisation de l'objectif => un public "captif" qu'il est plus évident de toucher et comptabiliser via une programmation ciblée et un travail avec le Rectorat et les établissements scolaires ;
- Les événements indiquent néanmoins en creux avoir du mal à toucher les jeunes adultes, les aînés et les touristes (qui représenteraient environ 15 % des publics) => un public invisible ? plus difficile à intéresser ?

Le **public scolaire** est visé de façon très importante par les manifestations (41/53 en Occitanie organisent des actions d'EAC visant les scolaires [Etude manifestations 2018], 72 % des festivals [SO Fest "Coopération et partenariats, p. 15], 93 % des manifestations littéraires [étude CNL p. 17]).

De façon plus générale, les **publics dits "empêchés"** sont visés par 67 % des festivals (en très forte augmentation sur une période de 10 ans) [SO Fest "Coopération et partenariats, p. 14].

Prospection et développement des publics

La médiation pour développer les publics



En Occitaine, près d'un tiers des répondants avaient étudié leur public [Etude manifestations Occitanie 2018], PACA 2019], un taux un peu supérieur à celui constaté en Nouvelle-Aquitaine.

- La question de la connaissance de leurs publics est très révélatrice : **80 % des répondants déclarent ne pas mener d'enquêtes de publics**. Mais l'enjeu est réel : 70 % d'entre eux se disent préoccupés par la connaissance et le développement de leurs publics.
- Pour développer leurs publics, très logiquement, plus de **50 % des manifestations réalisent des actions de communication ciblée**.
- Les événements littéraires misent sur le contenu (développement de nouveaux contenus) ou le rapprochement des actions avec les publics pour développer leur fréquentation : plus de **50 % affirment mener des actions hors les murs ou des actions de médiation spécifiques pour développer leur public**.
- Les projets numériques ou pluridisciplinaires menés par les événements littéraires n'apparaissent pas comme des leviers prioritaires pour le développement des publics.

La question des publics - Verbatim

Le public touché est essentiellement constitué de professeurs, issus d'une catégorie d'âge assez élevée. Les organisateurs mènent une politique de développement des publics afin de s'adresser à un public plus jeune, voire scolaire.

On a un public particulier, très fidèle. Il s'est rajeuni depuis que nous invitons des auteurs connus des trentenaires.

Il y a trois tiers : un tiers de locaux habitués, un tiers de régionaux -les limitrophes- et l'autre tiers c'est la France et l'international.

Pour les profils ? Avant, c'était un peu des vieux, des profs à la retraite. Après il y a eu des profs encore en activité, des bibliothécaires. Il y a un rajeunissement réel du public grâce à la programmation qui a évolué.

Catégorie 2

Des femmes, la cinquantaine. Peu d'hommes, peu de 30-45 ans. Les jeunes sont rares, sauf si l'enseignant les a forcés dans le cadre du programme pédagogique. Pas de famille. Des individuels passionnés, qu'on attire grâce à la qualité de la programmation.

Catégorie 3

Le festival a un public déjà acquis, de lecteurs mais pas que. De nombreux visiteurs ne viennent que pour l'action culturelle. [...] La manifestation est bien ancrée aujourd'hui. Mais il y a une envie d'aller plus loin dans les propositions et de proposer des formats qui soient mixés avec du spectacle vivant, de la musique notamment.

Catégorie 1

Le ventre mou, ce sont les 25-35 ans. Et les plus de 60 ans.

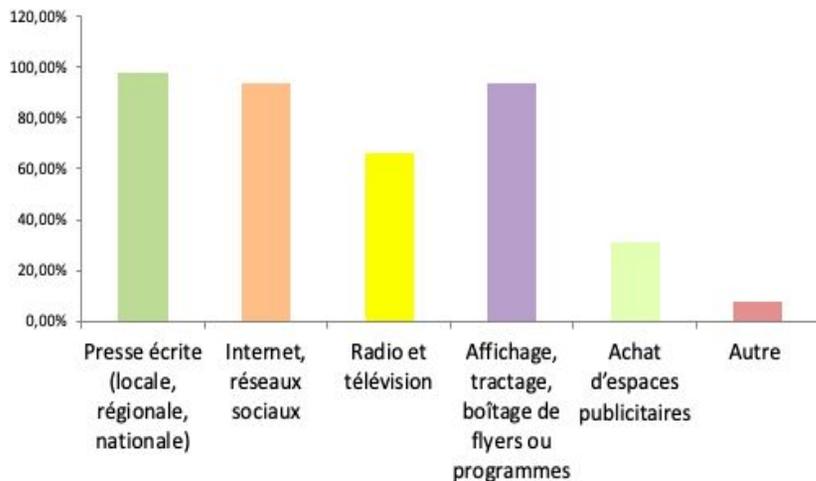
Le maire voulait un événement convivial. La manifestation répond à la commande. Elle n'est pas élitiste et mélange des publics. Ce sont des familles (32 %), qui viennent surtout pour les enfants, participent aux ateliers, aux lectures d'auteurs jeunesse. Les autres publics touchés : retraités... CSP+ intellectuel (23 %).

Catégorie 4

Communication

Un enjeu prioritaire, mais les réseaux sociaux encore à la traîne

Outils et supports utilisés pour la communication



La presse

La presse locale a le plus d'impact sur la fréquentation d'après les organisateurs de manifestations et représente la part la plus importante des articles parus [74 %, étude CNL, p. 73].

L'usage des réseaux sociaux est encore peu développé mais se développe très rapidement [28 % des manifestations ont un site internet, une page Facebook, un compte Twitter et une page Wikipédia, étude CNL, p. 75].

- Plus de 80 % des événements, quelle que soit leur taille, disposent d'un budget de communication.
- La moitié des événements disposent d'une personne au sein de la structure (salariée ou bénévole) qui prend en charge la communication. C'est également le service de la communication de la collectivité qui porte ce volet. Très peu d'événements ont recours à des agences ou prestataires extérieurs (moins de 10 %). Ce sont les catégories 1 et 2 qui proportionnellement internalisent le plus la communication (surtout la 2).
- Près de 100 % des répondants utilisent 3 canaux principaux : la presse écrite, internet et le support papier (affiches, tracts...). Elles sont 60 % à avoir recours aux médias radio et TV pour leur communication et ¼ seulement réalisent des achats d'espaces (principalement les catégories 3 et 4) => une communication assez classique.
- 90 % des manifestations se sont mises en revanche aux réseaux sociaux. Un résultat à nuancer toutefois : si elles sont plus de 2/3 à utiliser Facebook, elles ne sont plus qu'1/3 sur Instagram et très peu sur des réseaux sociaux plus porteurs auprès du jeune public comme TikTok. 47 % des répondants n'utilisent qu'un seul réseau (Facebook), 19,5 % en utilisent 2, 23 % 3 ou plus. 10 % ne sont présentes sur aucun réseau (dont 1 parce qu'elle se déroule en prison) => une pratique encore émergente, peut-être liée à la constitution des équipes (âge moyen) ou aux contraintes propres aux structures (collectivités publiques).

Chapitre 3

-

GOUVERNANCE, ÉQUIPE,
et MODÈLE ÉCONOMIQUE

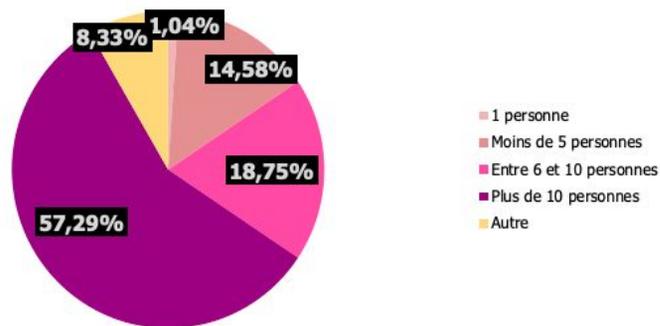
-

*Entre équilibre fragile, investissement local,
solidité et fiabilité des partenariats*

Ressources humaines

Des équipes nombreuses, mais à géométrie variable

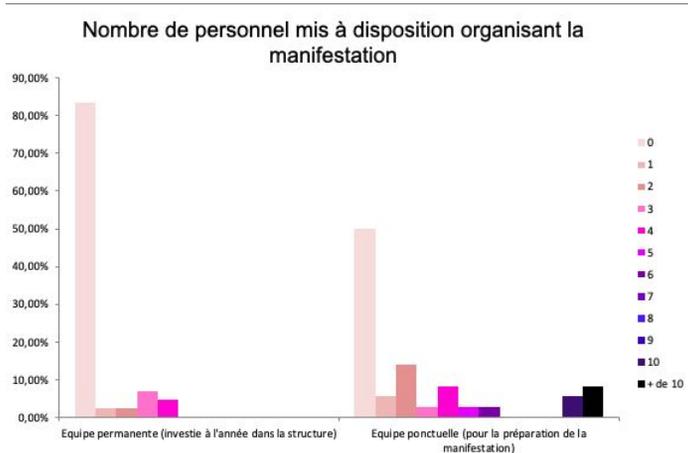
Moyenne du nombre de personnes mobilisés pour l'organisation et le déroulement de la manifestation



**Le questionnaire induit une limite méthodologique : il permettait de remplir de façon précise le nombre de personnes impliquées par catégorie (bénévole, salarié etc.) mais au-delà de 10 personnes, il ne proposait que "+ de 10 personnes" sans précision. Nous avons donc pris en compte pour ces réponses le nombre de dizaines indiquées, mais c'est un chiffre forcément pessimiste. ex. les plus petites manifestations répondant (catégorie 1) ont déclaré 210 personnes impliquées dans l'équipe permanente + 5 x "+ de 10" donc 50 personnes en plus minimum, soit 260 pour 35 répondants, soit 7 personnes en moyenne "basse".*

- **Près des 2/3 des manifestations littéraires répondantes mobilisent plus de 10 personnes pour l'organisation de leur manifestation** (équipes permanente et ponctuelle).
- La très grosse majorité des manifestations compte plus de 6 personnes impliquées en équipe permanente.
- **59 % des personnes impliquées travaillent de façon ponctuelle sur les manifestations.**
- **En moyenne basse*, on compte 9 personnes impliquées dans l'équipe permanente et 14 personnes en appui ponctuel. Mais d'une catégorie à l'autre de manifestation, les différences sont fortes :** les plus grandes manifestations (cat. 4) mobilisent plus de permanents (11 en moyenne basse* contre 7 pour les manifestations de cat. 1) et plus de ponctuels (28 en moyenne basse* contre 8 pour les plus petites).
- La part des **toutes petites équipes** est néanmoins loin d'être négligeable : 16 % des événements sont tenus par moins de 5 personnes.
- **41 % des événements ont une équipe permanente composée uniquement de bénévoles, 55 % compte au moins un salarié (ou personnel mis à disposition) dans l'équipe permanente** (3 événements ne déclarent pas d'équipe permanente). Les événements les plus importants (catégorie 4) n'ont aucun bénévole dans l'équipe permanente.

Focus : les types de contrats



Une part importante de travailleurs ponctuels

Sur les festivals, 11% des personnes impliquées travaillent toute l'année, 72% ne travaillent que pendant les dates du festival *SoFest "Indicateurs d'activité", p.28*. En Occitanie, 58 % des personnes impliquées sont des membres actifs bénévoles ponctuels [*Etude manifestations 2018*].

- Parmi les 55 % de manifestations qui emploient des salariés dans l'équipe permanente, $\frac{1}{3}$ n'ont qu'un seul salarié et $\frac{2}{3}$ disposent de 1 à 3 salariés permanents. Il s'agit de CDI (un seul cas de CDD, en fait intermittence du spectacle).
- Parmi les 14 structures indiquant employer plus de 4 personnes en équipe permanente, outre 4 manifestations de catégorie 4 (dont 2 portées par des collectivités), on trouve des structures gérant d'autres activités (compagnie de théâtre, maison d'écrivain...) ou des collectivités territoriales.

=> une majorité de petites équipes de salariés dédiés.

- 13 structures ont recours à des personnes rémunérées sous forme de **prestation de service** dans l'équipe permanente (dans 4 cas c'est la seule personne rémunérée de l'équipe permanente).
- Le recours à du **personnel mis à disposition** (et donc salarié d'autres structures) pour venir grossir les équipes d'organisation ponctuellement concerne 17 structures. 6 en bénéficient également pour l'équipe permanente. Il s'agit surtout d'associations.

Des équipes “comme on peut”

La composition a évolué. Cette année, il y a eu une stabilisation autour du commissaire. On a quatre grandes thématiques, pour lesquelles il y a des salariés dédiés : pour l'organisation, la programmation, la communication, la technique. Ils sont 6 à 7 (4,5 ETP). Sans compter les renforts pour le salon lui-même : il y a 3 phases. Les renforts sont ici de septembre à novembre pour la logistique, la technique, la compta. Il y a un recrutement de ceux qui seront mobilisés pendant les 3 jours : ce qui fait 5-6 personnes en plus, ça double.

On compte un directeur salarié depuis 1-5 ans, un comité de pilotage et un comité de programmation.

Catégorie 4, au sein d'une collectivité

C'est la fondatrice, présidente de l'Association qui gère toute seule, avec l'aide d'une trésorière et d'un secrétaire.

Elle a un bon réseau personnel d'auteurs car elle a été scout littéraire pendant 6 ans.

En avril dernier, une personne l'a rejointe pour la programmation et la communication: elle la paye en honoraires. Pour le site aussi, elle fait appel à un prestataire de service. Et depuis cette année, elle a eu recours à un photographe professionnel pour la première fois, à prix d'ami, car les smartphones, ça n'est pas suffisant.

Catégorie 1, au sein d'une association

Normalement, l'Education nationale dégage des heures pour le salon du livre. Ça se réduit un peu au fur et à mesure des années : maintenant, c'est 1 heure par semaine et depuis un an il n'y a plus rien.

On est le seul salon à réunir 60 classes du département, mais c'est difficile de bosser avec l'Inspection !

On va essayer de prendre rendez-vous avec des inspecteurs pour les mettre dans le projet. Les enseignants qui ont besoin d'être remplacés pendant le salon, les enseignants membres du CA, galèrent beaucoup.

Le factotum de la mairie aide pendant le salon et la mairie embauche deux personnes une semaine pendant le montage. Elle ne fournit pas de subvention mais propose une mise à disposition de toutes les salles en plus de ces embauches.

Catégorie 3, au sein d'une association

Focus : Les bénévoles en force

Un recours plus important qu'ailleurs au bénévolat

61 % des manifestations en PACA fonctionnaient avec des bénévoles [Etude manifestations 2019, p.16], 54 % des festivals culturels [Etude SoFest "Bénévoles, p. 9].

"Nous espérons, en fonction des moyens attribués, pouvoir cette année dédommager de ses frais un.e bénévole, ainsi que rémunérer pendant quelques semaines une personne pour le travail de communication et d'organisation."

Une manifestation de catégorie 1, équipe de bénévoles.

- **87 % des manifestations travaillent avec des bénévoles.** 72 % des manifestations ont des bénévoles dans leur équipe permanente et 72 % également dans leur équipe ponctuelle.
- **Le recours aux bénévoles est plus massif pour les tâches ponctuelles :** 54 % des manifestations utilisent plus de 10 bénévoles de façon ponctuelle, contre 30 % des manifestations côté équipe permanente.
- Très peu de manifestations ont recours à des **étudiants** ou des jeunes scolarisés au sein de l'équipe permanente, en revanche **21 % des manifestations ont recours à des étudiants lors du déroulement de la manifestation**, dont près de la moitié les font venir en nombre (+ de 10) notamment pour tenir les stands.
- De la même manière, très peu de manifestations ont recours à **des stagiaires ou services civiques rémunérés.**

Des bénévoles à tous les étages

On dispose de 90 bénévoles, ce qui est un peu juste : ce sont surtout des habitants, locaux, très fidèles, mais certains viennent de très loin, des profs, c'est un rendez-vous. Des bus viennent de Toulouse, de Lyon. Ils nous aident pour l'accueil, la sécurité des files d'attente, les transports d'auteurs. Il y a très peu d'étudiants, les libraires peuvent en embaucher. Le personnel municipal vient travailler trois jours en plus. Ça représente des heures sup' et de la fierté: c'est toujours les mêmes qui reviennent.

Catégorie 4, au sein d'une collectivité

Les bénévoles sont sollicités uniquement quand les auteurs arrivent, pour faire les navettes. C'est un noyau dur de 4 ou 5 personnes, toujours les mêmes : adorent accompagner les auteurs.

On a pris un stagiaire en octobre pendant 1 mois et demi, issu de la filière IUT, notamment pour la communication.

Catégorie 2, au sein d'une association

Il y a des commissions thématiques : des bénévoles impliqués, avec un des coprésidents qui sont en charge de l'animation, de la restauration, de la technique (informatique), du matériel (installation), de la pédagogie (EAC et cours d'initiation au dessin, fait par des dessinateurs).

Les 250 bénévoles sont en charge de l'hébergement, de la restauration (cuisine, service, plonge), du montage/ démontage, du transport, de la décoration, de la surveillance, tenue billetterie, bar, librairie... Il y a 25 jeunes de la commune qui s'impliquent pour le service sur la base du volontariat. Ils sont fidèles et reviennent chaque année. Il y a des bénévoles de la commune, des anciens de la commune. L'information se transmet par bouche à oreille. Pour les motivations, ce n'est pas le copinage, c'est l'envie de rencontrer des illustrateurs, de lien social, de faire des rencontres, c'est la volonté d'être utile pour un événement sur la commune. On a des bénévoles actifs à l'année : il y a 30 bénévoles sur les commissions et 130 adhérents à l'association..

Catégorie 3, au sein d'une association

"Comment faire lire le jeune" reste une question. Faut-il passer par la BD ? Les mangas ? D'où la volonté de rajeunir l'équipe ! De passer à la relève.

Toute l'équipe est bénévole. La manifestation est portée par ses deux Présidents, les anciens Présidents du Syndicat d'initiative local, à l'origine de la manifestation.

Renfort en bénévoles pour la manifestation : 20 à 25 personnes à l'accueil pour gérer l'entrée (payante), 1 personne pour les repas, 1 personne pour les photos.

Les bénévoles sont fidèles, emmenés par les Présidents qui sont deux personnes respectées

Catégorie 2, au sein d'une association

Focus : la configuration des équipes par catégorie

	Equipe permanente		Equipe ponctuelle	
	équipe uniquement de bénévoles	Taille moyenne basse* (tout statut confondu)	équipe uniquement de bénévoles	Taille moyenne basse* (tout statut confondu)
Catégorie 1 (35)	17/35	7	14/35	8
Catégorie 2 (24)	11/24	9	12/24	15
Catégorie 3 (15)	7/15	9	10/15	18
Catégorie 4 (10)	0/10	11	1/10	28

*Le questionnaire induit une limite méthodologique : il permettait de remplir de façon précise le nombre de personnes impliquées par catégorie (bénévole, salarié etc.) mais au-delà de 10 personnes, il ne proposait que “+ de 10 personnes” sans précision. Nous avons donc pris en compte pour ces réponses le nombre de dizaines indiquées, mais c’est un chiffre forcément pessimiste. ex. les plus petites manifestations répondant (catégorie 1) ont déclaré 210 personnes impliquées dans l’équipe permanente + 5 x “+ de 10” donc 50 personnes en plus minimum, soit 260 pour 35 répondants, soit 7 personnes en moyenne “basse”.

En moyenne les manifestations littéraires s’organisent comme il suit :

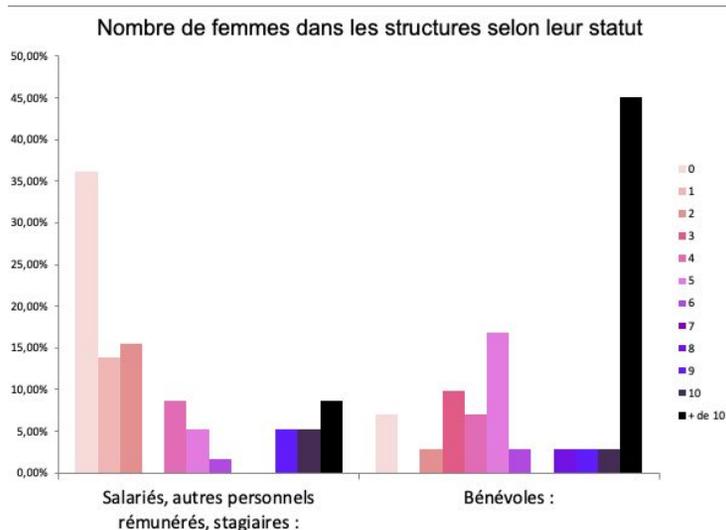
- **Catégorie 1 : une part importante d’équipes permanentes uniquement bénévoles** ; $\frac{1}{3}$ des équipes permanentes composées de plus de 10 personnes ;
- **Catégorie 2 : près de la moitié des équipes ponctuelles et permanentes sont constituées de bénévoles** également ; les équipes ponctuelles s’étouffent beaucoup ($\frac{2}{3}$ ont recours à plus de 10 personnes en plus) ;
- **Catégorie 3 : les équipes uniquement bénévoles sont majoritaires, notamment pour les équipes ponctuelles** ; les équipes permanentes sont majoritairement constituées de plus de 10 personnes ;
- **Catégorie 4 : aucune équipe permanente uniquement constituée de bénévoles** (1 seule équipe ponctuelle) ; des équipes ponctuelles avec beaucoup de renfort, notamment de bénévoles.

Des enjeux de professionnalisation relatifs à chaque catégorie

- renouvellement des équipes permanentes de bénévoles (cat. 1, 2 et 3)
- toucher suffisamment de bénévoles ponctuels pour accompagner le développement des manifestations (cat. 3 et 4)
- professionnaliser les équipes permanentes (cat. 3)

Parité

48 % de femmes : une parité (quasi) respectée !



Verbatim

“L’équipe est soudée, mobilisée, motivée, mixte socialement, intergénérationnelle, engagée dans des processus culturels de diffusion et de création.”

Une manifestation de catégorie 1, équipe de bénévoles et d’étudiants.

Contrairement à une idée reçue, l’équipe d’organisation des manifestations littéraires n’est pas composée essentiellement de femmes :

- lorsque la structure emploie 1 ou 2 salariés, elle emploie plutôt un homme ;
- en revanche, plus la structure emploie de salariés, plus ce sont des femmes ;
- les structures organisatrices qui ont recours à de nombreux bénévoles réussissent plutôt à mobiliser des femmes.

Un taux plutôt important de femmes rapporté aux chiffres nationaux

Selon l’*Observatoire Egalité femme-homme dans les métiers de la culture et de la communication 2022* du ministère de la Culture et de la Communication, “4 personnes sur 10 en emploi dans les professions culturelles sont des femmes” (p.8).

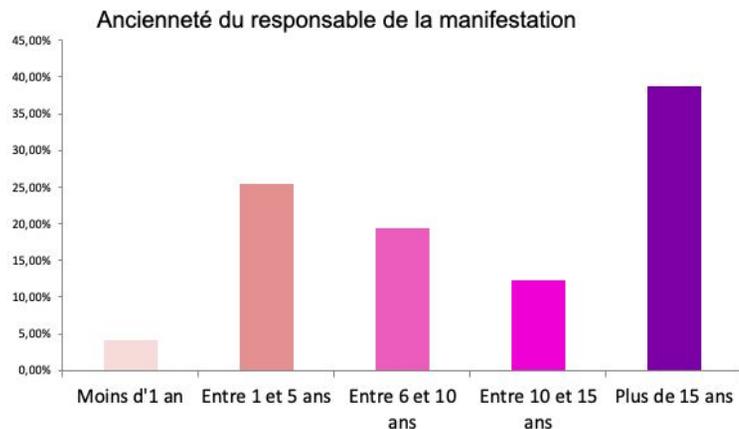
Une préoccupation partagée

Parmi les festivals interrogés, 4 % placent le fait de favoriser l’égalité Femmes/Hommes parmi leurs objectifs sociaux et culturels. [*SoFest “Coopérations et partenariats”, p.9*]

Pour rappel, la Charte nationale des manifestations littéraires recommande l’observation de l’égalité entre les femmes et les hommes.

Statut du responsable

Des organisateurs pérennes et bénévoles, mais un renouvellement à l'œuvre ?



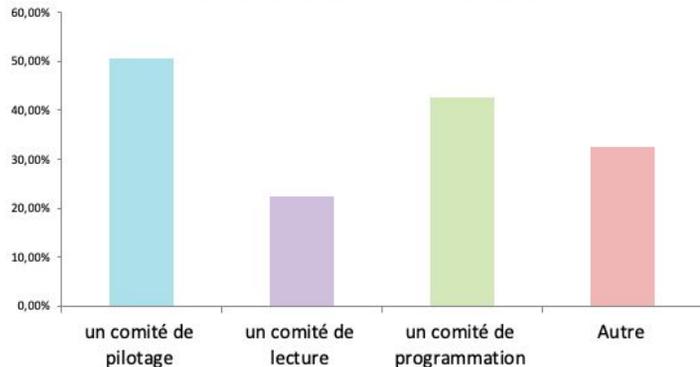
- **56 % des responsables des manifestations sont bénévoles.** Ils ne sont qu' $\frac{1}{3}$ à être salariés.
- Ces mêmes responsables sont aux manettes des événements **majoritairement depuis plus de 10 ans** (62 % des manifestations qui ont plus de 10 ans ont des responsables en poste depuis plus de 10 ans).
- En revanche, **25 % des manifestations de plus de 5 ans ont renouvelé leurs responsables ces 5 dernières années**

=> Un enjeu de renouvellement et de rajeunissement des responsables ?

Responsabilité de la programmation

Une programmation internalisée, de nouveaux modes de gouvernance à l'œuvre ?

Instances encadrant les manifestations



- **La moitié des événements déclarent avoir un comité de pilotage qui décide des orientations de la structure.**
- Seuls 40 % disposent d'un comité de programmation dédié.
- **1/3 des répondants déclarent des modalités différentes de gouvernance** : bureau/CA de l'association principalement ou des modalités collégiales ("*bureau à hiérarchie horizontale*", "*collégialité pour la direction*", "*l'association a une structure très coopérative*", "*équipe de sélection informelle*") => gouvernance ascendante, ouverture

- **Près de 90 % des événements réalisent en interne la programmation de la manifestation.** Seules 9 manifestations déclarent externaliser la programmation, 8 partiellement, 2 en totalité (The place to lire, Rencontres de Montmorillon).
- **Les formes de délégation :**
 - **un programmeur professionnel** ou une agence (Rencontres de Montmorillon, Lire à Limoge) ;
 - **d'autres professionnels du livre et de l'écrit** (Vivre le livre, le Loupiot, Journée du livre des Amis de la bibliothèque et la municipalité de St Martin de Jussac, Champagne-Mouton the place to lire, et Rêveurs de prose) ;
 - **des partenaires associatifs** (Printemps des poètes de Chauvigny, festival itinérant Coquelicontes).

Budget des manifestations littéraires

Des manifestations très modestes...

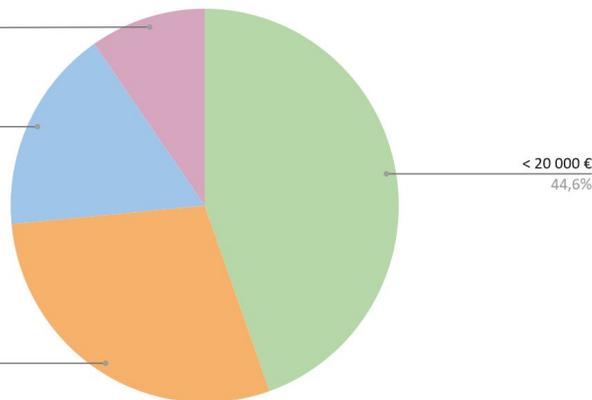
Répartition des manifestations selon leur budget (dépenses)

83 répondants

> 150 000 €
9,6%

Entre 50 et 150 000 €
16,9%

Entre 20 et 50 000 €
28,9%



- **En moyenne, une manifestation littéraire dépense 83 856 €, mais la médiane est bien plus basse, à 23 895€. 73,5 % ont un budget de moins de 50 000 €.** Par catégorie, les réalités sont très variables, mais on constate à nouveau que **la catégorie 3 est celle à qui manque le plus un effet levier réel** (on multiplie par 3,3 les recettes entre les catégories 1 et 2 et la 3 et la 4, mais uniquement par 1,6 entre les 2 et les 3).
- **En cumulé, les recettes des manifestations littéraires en Nouvelle-Aquitaine représentent près de 6,3 millions d'€.**

Catégories	Dépenses cumulées	Dépenses moyennes	Dépenses médiane	Recettes cumulées	Recettes moyennes	Recettes médiane
1	313 748 €	9 508 €	9 900 €	221 132 €	7 625 €	4 000 €
2	788 928 €	34 301 €	28 000 €	733 965 €	31 912 €	24 624 €
3	1 318 963 €	82 435 €	70 417 €	1 206 335 €	75 396 €	59 315 €
4	4 505 346 €	500 594 €	485 313 €	4 038 402 €	448 711 €	463 348 €
Total général	6 960 021 €	83 856 €	23 895 €	6 239 332 €	78 979 €	23 895 €

Budget des manifestations littéraires

Des manifestations très modestes... mais pas plus qu'ailleurs !

Des manifestations légèrement plus importantes que dans d'autres régions

En Occitanie et PACA, les manifestations sont également très modestes : respectivement 25 % et 30% ont un budget de moins de 5000 € (contre 18% en NA) ; 78 % et 80 % ont un budget inférieur à 50 000 €. La médiane est située à 18 094 € en Occitanie [Occitanie Livre et Lecture, *Etude manifestations 2018*, p. 5 ; PACA *Chiffres clés 2019*, p.16].

Ces chiffres sont sans commune mesure avec les montants des festivals de spectacle vivant : 63 % ont un budget de plus de 270 000 € ! [*SoFest "Indicateurs d'activité"*, p.8].

- **15 événements ont un budget extrêmement limité (de moins de 5000 €)** : 6 d'entre elles sont portées par des médiathèques/collectivités publiques, 3 autres par des établissements culturels fortement subventionnés pour l'ensemble de leur activité (abbaye de Celle-sur-Belle, Malagar...), les autres sont des associations. Elles ne dépassent pas les 1500 visiteurs (430 en moyenne) et l'une d'entre elles indique qu'elle va arrêter la manifestation par manque de soutien de la collectivité.
- 15 manifestations ont un budget de dépenses > 100 000 €, mais **4 manifestations seulement ont un budget supérieur à 500 000 €** : le Festival international du film & du livre d'aventure de la Rochelle, L'Escale du livre, Lire à Limoges et la Foire du livre de Brive) [*hors Angoulême*].

La répartition des dépenses

Les frais artistiques d'abord

CHARGES	Catégorie 1			Catégorie 2			Catégorie 3			Catégorie 4		
	TTC / €	Moyenne	% du budget	TTC / €	Moyenne	% du budget	TTC / €	Moyenne	% du budget	TTC / €	Moyenne	% du budget
Frais artistiques - Vie littéraire	13 975,19 €	6 988 €	69,8%	74 933,7 €	18 733 €	51,8%	243 575,4 €	48 715 €	67,6%	1 059 303,4 €	211 861 €	50,9%
1- Rémunération des Auteurs/Modérateurs	8 761 €	4 380 €	43,8%	42 335,5 €	10 584 €	29,3%	106 816,3 €	21 363 €	29,7%	317 927,0 €	63 585 €	15,3%
2- Prestataire extérieur programmation		0 €	0,0%	1 190,0 €	298 €	0,8%	13 000,0 €	2 600 €	3,6%	69 170,0 €	13 834 €	3,3%
3- Spectacles vivants / prix / autres	700,00 €	350 €	3,5%	9 826,9 €	2 457 €	6,8%	28 700,0 €	5 740 €	8,0%	104 548,0 €	20 910 €	5,0%
3- Frais d'accueil intervenants	4 514,53 €	2 257 €	22,5%	21 581,3 €	5 395 €	14,9%	73 875,1 €	14 775 €	20,5%	536 578,4 €	107 316 €	25,8%
Frais techniques et logistiques	2 051,56 €	1 026 €	10,2%	17 394,8 €	4 349 €	12,0%	41 585,5 €	8 317 €	11,5%	549 807,4 €	109 961 €	26,4%
Frais de communication	3 994,91 €	1 997 €	20,0%	23 891,0 €	5 973 €	16,5%	65 095,6 €	13 019 €	18,1%	470 290,6 €	94 058 €	22,6%
Autres frais		0 €			0 €	0,0%	10 000,0 €	2 000 €	2,8%	1 138,3 €		0,1%
TOTAL (€)	20 021,66 €	10 011 €	100,0%	144 581,3 €	36 145 €	100,0%	360 256,5 €	72 051 €	100,0%	2 080 539,6 €	416 108 €	100,0%
CHARGES VALORISEES (aide en nature)	TTC / €			TTC / €			TTC / €			TTC / €		
TOTAL (€)	7 967,00 €	3 984 €	100,0%	49 497,8 €	12 374 €	100,0%	246 680,5 €	49 336 €	100,0%	911 287,3 €	182 257 €	100,0%

- **Les frais artistiques représentent pour chacune des catégories le principal poste de dépense**, principalement pour la rémunération des auteurs, sauf pour les catégories 4, qui voient les frais d'accueil des intervenants être plus conséquents que les rémunérations (plus de signatures non rémunérées sans doute ou des auteurs qui viennent parfois de très loin).
- **Pour la catégorie 4, les frais logistiques prennent plus d'un quart du budget (budget 2021, donc sous-évalués en termes de coût de location de stands pour 2022 et 2023).**
- On ne note que peu de variation entre les catégories 1 à 3 dans la part que chaque poste de dépense principal occupe, en revanche la différence se creuse avec la catégorie 4. Encore une fois, **la catégorie 3 est celle qui voit le plus fort écart de comportement** avec la catégorie suivante, notamment en termes logistique.

Méthodologie : pour 16 des 19 manifestations interrogées dans le cadre des phases 2 et 3 de l'étude et ayant fourni leur budget, nous avons pu analyser les postes de recettes et de dépenses, traitées de façon globale et anonymes.

Déplacements d'auteurs

En Occitanie, les frais de prise en charge des auteurs ne représentent que 8 % du budget total : une somme très en dessous des 24,5 % constatés en Nouvelle-Aquitaine. [Occitanie Livre et Lecture, *Etude manifestations 2018*, p. 6].

La répartition des dépenses

Les aides en nature : indispensables

CHARGES VALORISEES (aide en nature)	TTC / €			TTC / €			TTC / €			TTC / €		
Frais de personnel	5 167,00 €	2 584 €	64,9%	20 495,8 €	5 124 €	41,4%	198 120,4 €	39 624 €	80,3%	704 340,2 €	140 868 €	77,3%
Frais administratifs	300,00 €	150 €	3,8%	3 502,0 €	0 €	7,1%	10 517,5 €	2 104 €	4,3%	9 833,6 €	1 967 €	1,1%
Mise à disposition Lieux	2 100,00 €	1 050 €	26,4%		0 €	0,0%	33 763,7 €	6 753 €	13,7%	93 848,9 €	18 770 €	10,3%
Mise à disposition véhicule et autre matériel	400,00 €	200 €	5,0%		12 374 €	0,0%	2 467,8 €	494 €	1,0%	82 103,0 €	16 421 €	9,0%
TOTAL (€)	7 967,00 €	3 984 €	100,0%	49 497,8 €	12 374 €	100,0%	246 680,5 €	49 336 €	100,0%	911 287,3 €	182 257 €	100,0%
Part des charges valorisée sur le budget total (dépenses + valorisation)	28,5%			25,5%			40,6%			30,5%		

- **Les aides en nature augmentent très fortement d'une catégorie à l'autre** : il s'agit très majoritairement de salaires (personnels mis à disposition) et également de mise à disposition de lieux ou de véhicules.
- Pour les catégories 3 et 4, les aides en nature sont une **condition sine qua non** de mise en œuvre de la manifestation : elles représentent plus de 40 % de leurs dépenses totales. **Ces catégories tout particulièrement sont dépendantes de leurs partenaires.**

Méthodologie : pour 16 des 19 manifestations interrogées dans le cadre des phases 2 et 3 de l'étude et ayant fourni leur budget, nous avons pu analyser les postes de recettes et de dépenses, traitées de façon globale et anonymes.

Les montants dépensés par visiteurs et par auteurs

Coût médian de la manifestation rapportée au nombre d'auteurs invités et au nombre de visiteurs							
	Auteurs invités (médiane)	Dépenses médianes	Public visiteur médian	Dépense médiane rapportée à 1 auteur	Dépenses médiane rapportée à 1 visiteur	Dépense moyenne rapportée à 1 auteur	Dépenses moyenne rapportée à 1 visiteur
Cat. 1 / 35 répondants	14	9 900 €	300	707 €	33 €	485 €	21 €
Cat. 2 / 24 répondants	22	28 000 €	1500	1 273 €	19 €	1 098 €	17 €
Cat. 3 / 16 répondants	30	70 417 €	3700	2 347 €	19 €	2 667 €	21 €
Cat. 4 / 11 répondants	30	485 313 €	15000	16 177 €	32 €	3 452 €	24 €
Total	20	23 895 €	1500	1 195 €	16 €	2 286 €	22 €

Mettre en parallèle les dépenses rapportées au nombre de visiteurs et au nombre d'auteurs invités permet de poser plusieurs constats :

- le **“coût” moyen d’un visiteur varie finalement assez peu d’une catégorie à l’autre.**
- **La catégorie 4** est celle qui voit s’envoler les dépenses, et donc mécaniquement celle qui voit le montant de dépense par auteurs augmenter très fortement. Il faut néanmoins préciser que le groupe est assez disparate : si la médiane d’auteurs invités est à 30, la moyenne est à 118, car 4 manifestations invitent entre 150 et 450 invités : **la moyenne des dépenses par auteur est donc bien moins importante et beaucoup plus proche de la moyenne des dépenses constatées pour le niveau 3.**
- En moyenne, **le niveau 3 est celui qui a l’effet levier le plus faible** (gain de visiteurs par rapport au montant dépensé et au nombre d’auteurs invités).
- Lorsqu’on observe les **dépenses réelles par auteur** (rémunérations et coûts de transport/hébergement) sur les manifestations terrains, **ce sont les catégories 2 et 4 qui s’en sortent le mieux** : 932 €/auteur en catégorie 1, 446 €/auteur en catégorie 2, 1668 €/auteur en catégorie 3 et 946 €/auteur en catégorie 4.

La constitution des recettes

D'une catégorie à l'autre, des modèles différents, mais reposant très essentiellement sur les subventions

PRODUITS	Catégorie 1			Catégorie 2			Catégorie 3			Catégorie 4		
	TTC / €	Moyenne	% du budget	TTC / €	Moyenne	% du budget	TTC / €	Moyenne	% du budget	TTC / €	Moyenne	% du budget
Recettes propres	131 €	66 €	0,4%	20 501 €	5 125 €	17,0%	73 697 €	14 739 €	10,4%	14 025 €	2 805 €	0,4%
Subventions publiques	26 800 €	13 400 €	86,1%	84 777 €	21 194 €	70,5%	298 544 €	59 709 €	42,1%	3 019 376 €	603 875 €	85,1%
Partenariats privés	2 590 €	1 295 €	8,3%	3 500 €	875 €	2,9%	265 250 €	53 050 €	37,4%	437 371 €	87 474 €	12,3%
Billetterie, ventes de livres	1 600 €	800 €	5,1%	11 465 €	2 866 €	9,5%	71 438 €	14 288 €	10,1%	78 347 €	15 669 €	2,2%
TOTAL (€)	31 121 €	15 561 €	100,0%	120 242 €	30 061 €	100,0%	708 930 €	141 786 €	100,0%	3 549 119 €	709 824 €	100,0%
PRODUITS VALORISES (aide en nature)	TTC / €											
TOTAL (€)	17 850 €	8 925 €	100,0%	92 643 €	23 161 €	100,0%	30 750 €	6 150 €	100,0%	230 164 €	46 033 €	100,0%

- **Les modèles économiques des manifestations reposent très essentiellement sur les aides publiques, la part des partenaires privés et des ventes représentant environ 13 % du budget**, sauf dans la catégorie 3, où une manifestation en particulier a développé de très forts partenariats privés qui transforment le modèle classique.
- **Les subventions représentent entre 70 et 85 % des recettes des manifestations**, sauf pour la catégorie 3, pour laquelle elles représentent seulement 42 % sur les terrains observés. Un poids de l'aide publique que l'on retrouve également sur l'ensemble des répondants : en moyenne, une manifestation littéraire touche 33 550 € de subventions. **Plus de 2/3 du budget des manifestations littéraires sont composées de subventions et d'aides.**
- Le financement participatif n'a été actionné que dans la catégorie 4.
- Les aides valorisées sont constituées principalement des salaires des personnes mises à disposition, sauf pour la catégorie 4 où les prêts de salles, de véhicules et d'autres matériels sont aussi conséquents.

Méthodologie : pour 16 des 19 manifestations interrogées dans le cadre des phases 2 et 3 de l'étude et ayant fourni leur budget, nous avons pu analyser les postes de recettes et de dépenses, traitées de façon globale et anonymes.

Des recettes propres assez faibles en Nouvelle-Aquitaine

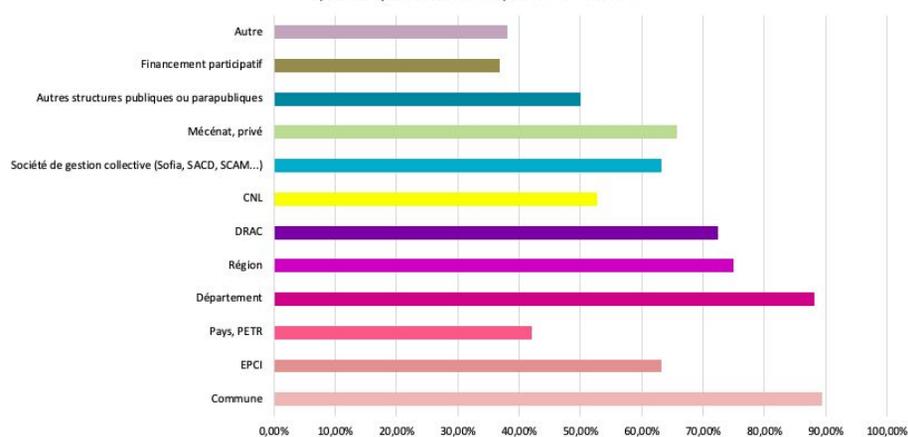
Les recettes propres (ventes, billetterie, location stands...) représentent en moyenne 20% du budget d'une manifestation pour un montant médian de 36 813 € [CNL, *Etude manifestations 2018*, p. 59].

Les festivals en général reposent globalement moins sur les subventions (44 % des recettes). [SoFest, "Indicateurs d'activités", p. 19].

Subventions et aides publiques

Les collectivités locales aux avant-postes

Principaux octroyeurs de subventions pour les manifestations



Un modèle économique reposant sur plus d'interlocuteurs qu'ailleurs

Les manifestations en Nouvelle-Aquitaine ont des budgets construits sur des ressources plus larges que celles constatées dans d'autres études :

-Répartition moyenne des subventions : l'Etat représente 17 % ; les EPCI 10 % ; le Conseil régional 18 % ; le Département 14 % ; la commune 41 % [CNL, *Etude manifestations 2018*, p. 43].

-Provenance des subventions : 33 % intercommunalité (communauté de communes, agglomération ou métropole), 35 % commune, 17 % conseil régional, 14 % conseil départemental, 11 % État (DRAC, CNL) [Occitanie Livre et Lecture, *Etude manifestations 2018*, p. 8]

- 90 % des manifestations littéraires reçoivent des subventions. **Elles sont principalement aidées par les collectivités territoriales : communes, intercommunalités, territoires de projets représentent 31,5 % des recettes des manifestations.** Proportionnellement, ce sont les catégories 4 qui en bénéficient le plus (36 % des recettes).
- **La Région est le 2^e financeur**, elle représente 9,7 % des recettes, un peu plus pour les catégories 2 et 3.
- **D'une catégorie à l'autre, la part apportée par les financeurs autres que les collectivités locales diffère** : pour la catégorie 1, Drac, Département, Région ; catégorie 2, Drac, Région, Département; la catégorie 3 voit ses financements répartis de façon presque équitable entre chaque type de financeur (Région, Département, Drac, CNL) ; la catégorie 4 s'appuie davantage sur le CNL (la Drac s'effaçant) et la Région.
- **Le CNL ne représente que 5,1 % des recettes**, essentiellement pour les catégories 3 et 4.
- En revanche, pour les catégories 3 et 4, **les sociétés de gestion collective** sont une source de financement importante : elles représentent (surtout la Sofia) environ 7 % des recettes.
- 60 % des manifestations ont recours au **mécénat** : **il représente 8,5 % des recettes, surtout pour les catégories 3 et 4.**
- Enfin, $\frac{1}{3}$ des manifestations ont recours à du **financement participatif, mais pour des résultats maigres** (0,3 % des recettes). Pour la catégorie 1, cela reste néanmoins un apport réel (2,4 % des recettes).

Subventions et aides publiques

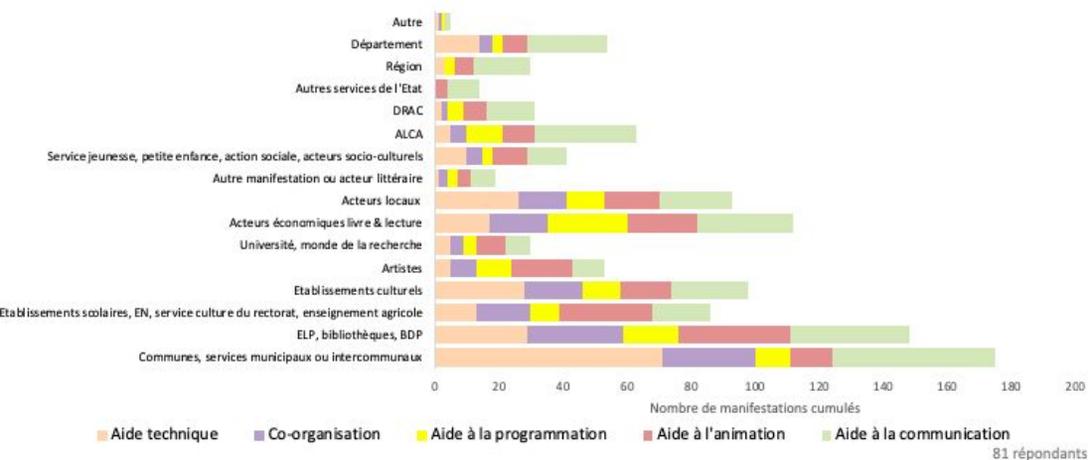
Les collectivités locales aux avant-postes

- La majorité des subventions allouées aux manifestations littéraires sont des montants compris entre 100 et 5000€.
- 60% des communes et des départements versent des subventions jusqu'à 5000 €.
- Les subventions de plus de 5000 € sont majoritairement versées par le CNL, la Drac et la Région.
- Les subventions les plus importantes (plus de 100 000 €) sont versées par les communes ; certaines manifestations reçoivent également de forts montants de la part de mécènes privés.
- Les manifestations ne demandant ou ne recevant pas d'aides sont toutes des bibliothèques, dont les événements relèvent de la catégorie 1.
- **Le contexte environnemental ne joue que très peu sur le montant des subventions accordées** : il y a autant de manifestations rurales qu'urbaines qui reçoivent des subventions de 30 000 € à 100 000 € ou de 100 000 € à 500 000 €.
- **En revanche, ce sont uniquement des manifestations métropolitaines urbaines qui reçoivent plus de 500 000 € d'aides publiques** (Escale du livre de Bordeaux, Foire du livre de Brive, Festival itinérant du film et du livre d'aventure de la Rochelle). *[Rappelons que le FIBD n'a pas répondu].*

Verbatim

Enfin, il faut souligner qu'il n'y a pas de séparation absolue entre événementiel et équipements. Lorsque l'événement s'institutionnalise, la nature des décisions des politiques à son égard tend à se rapprocher de celles qui président au fonctionnement d'équipements culturels permanents dont la dimension de mission de service public est mise en avant. Les événements culturels, essai de typologie, Claude Vaublard, Culture études, mars 2009, ministère de la Culture et de la Communication, p.3

Focus : partenariats de contenu, un soutien indispensable



Des partenaires à tous les étages

Villes, intercommunalités, conseil régional, conseil départemental, Drac, agence régionale du livre apportent avant tout un appui à la communication autour de la manifestation.

Après la communication, le principal poste de soutien :

-Communes : mise à disposition de ressources (RH, matériel, locaux...);

-intercommunalités : mise à disposition de ressources (RH, matériel, locaux...);

-Conseil départemental : mise à disposition de ressources (RH, matériel, locaux...);

- Conseil régional : conception et programmation de la manifestation;

-Drac : conception et programmation

-Agence régionale du livre : conception et programmation.
[CNL, *Etude manifestations 2018*, p. 45].

Au-delà des financements et des financeurs, les collaborations et partenariats viennent également aider, accompagner et appuyer la mise en œuvre des manifestations littéraires : **tous les partenaires proposés ont été cités comme apportant un appui à la manifestation, dans tous les domaines.**

- **Les communes, les bibliothèques, les acteurs locaux et les professionnels du livre et de la lecture sont cités le plus fréquemment comme partenaires.**
- Les autres collectivités ou services de l'Etat apparaissent moins comme des partenaires que comme des relais en termes de communication ou des aides plus ponctuelles sur de l'animation.
- Quelques précisions et indications :
 - les communes, les départements et les acteurs locaux sont majoritairement sollicités pour leur **aide technique et logistique** ;
 - **la programmation** est fortement pensée avec les artistes, auteurs et les professionnels du livre du territoire (libraires notamment) ;
 - **l'animation** est co-portée avec le monde scolaire, universitaire, les bibliothèques et les artistes
 - tous les partenaires sont sollicités comme **relais de communication**.

Partenariats

Création d'un label au nom du festival pour d'autres évènements dans l'année (partenariat avec le cinéma) et pour relayer des sorties de livres, de films, proposer des formations, conférences, publications...

Partenariat avec le CNRS, l'université (aide financière assurée sur le moyen terme). Partenariats solides avec les éditeurs, les libraires, les entreprises de jeux vidéo, les commerçants, la médiathèque... La DRAC nous a fait confiance dès le début, elle nous a aidé pour remplir les dossiers, on a bénéficié de 2 à 3 RV pour des conseils... Côté ALCA, on a juste eu des contacts, mais ils ne jouent pas leur rôle pour les dossiers. La mairie de notre commune est la plus volatile, mais sans doute comme d'autres municipalités ?

Catégorie 3

Nous avons des partenariats avec la CCI, la Chambre des métiers, la Chambre d'agriculture et nous faisons venir des étudiants métiers du livre pour les librairies sur site. Nous avons également des étudiants issus de l'école hôtelière pour le cocktail d'inauguration, l'économat, l'assistance aux chefs pour les ateliers cuisine, ainsi que de l'école de management hôtelier pour l'accueil/conciergerie des auteurs, la gestion du bar; d'un IUT Génie biologique pour l'expérience sur les produits, d'un IUT Tech de comm pour les enquêtes de satisfaction publics et auprès des commerçants ; d'un lycée agricole pour mener des ateliers et des animations dans l'espace jeunesse. Nous organisons des concours cuisine avec la Maison d'arrêt. Certaines émissions radios de France Inter et France bleue ont lieu sur place.

Nous avons un bon suivi mais nous souhaiterions avoir plus de partenaires privés. Catégorie 4

Nous avons un partenariat avec le conservatoire pour un BD concert et plusieurs partenariats avec des acteurs culturels : conservatoire, cinéma d'art et d'essai, libraires, lycées agricoles, Maison familiale rurale, EHPAD...

Nous aimerions engager des partenariats avec d'autres festivals : partager les coûts pour un auteur qui pourrait venir sur 2 dates et mutualiser son déplacement. Les bibliothèques engagées sont dynamiques. Le principal frein est leur investissement (peu structurées, manque de personnel, exigüité des lieux pour un accueil public).

Catégorie 1

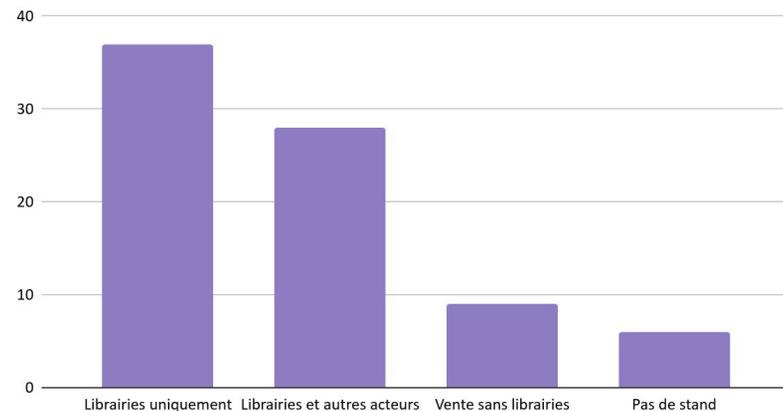
Stands et vente de livres

Des libraires et éditeurs “partenaires” plus que prestataires

- **93 % des manifestations proposent la vente de livres** sur leur événement : les 6 manifestations ne proposant pas du tout de vente de livres relèvent plus de l’animation littéraire ou d’un festival culturel (prix littéraire, festival itinérant de conte, rencontres étalées dans le temps portées par une collectivité...).
- **65 manifestations (sur 80 répondants) ont leurs stands tenus soit uniquement par les libraires, soit par les libraires et d’autres acteurs de la chaîne du livre (éditeurs surtout).**
- Les éditeurs ont des stands de vente directe sur ¼ des événements.
- Certains auteurs vendent en direct leurs livres sur 19,5 % des manifestations, majoritairement des petites manifestations (cat. 1).
- Seules 3 manifestations ne proposent de la vente que via des auteurs.
- **1/3 des manifestations réalisent des ventes d’autres objets que des livres** (affiches, objets d’art, objets d’artisanat, DVD/CD, goodies, autres petits objets, tombola, boissons et nourriture).

Répartition des acteurs tenant les stands sur les manifestations littéraires

80 répondants



Focus : les ventes de livres sur les événements littéraires, une source de recettes peu utilisée par les manifestations

- Le CA livre généré sur la manifestation n'est connu que de 44 structures (les non répondants étant tous des manifestations de catégorie 1).
- La moyenne du CA généré est de 46 476 €, mais **la médiane se situe à 2459 €** : il existe en effet une très forte disparité entre les catégories de manifestations.

	CA moyen	Fourchette de CA
Catégorie 1 (14)	2 737€	80 > 11 000 €
Catégorie 2 (14)	8 473€	1500 > 20 000 €
Catégorie 3 (10)	10 638€	1000 > 20 000 €
Catégorie 4 (6)	204 669 €	16 000 > 652 000 €

Ce sont des adultes (27 %) qui viennent pour acheter les 15 livres de l'année. Ici, ce sont surtout des achats d'impulsion. Beaucoup viennent pour acheter, d'après notre enquête. Catégorie 4

- **Les 2/3 des manifestations proposent des stands gratuits.** Lorsque les stands sont payants, ils le sont (à 3 exceptions près) pour l'ensemble des professionnels présents.
- **Seules 12 manifestations prennent une commission sur les ventes réalisées** (majoritairement entre 5 et 10 % du CA) : pour 8 d'entre elles, cette commission remplace le coût du stand. 4 néanmoins font à la fois payer le stand et une commission sur vente.
- Parmi les 80 répondants, 28 comptent les **fruits des ventes** (commission, ventes directes, billetterie) qui représentent **9,5 % de leurs recettes**. La **location des stands compte pour 3,6 % des recettes** des 18 manifestations concernées. Mais d'une catégorie à l'autre de manifestations, les disparités sont fortes : **les ventes représentent 20 % des recettes des 11 manifestations de catégorie 2**, contre 3,7 % des recettes des 8 manifestations de catégorie 3.
- Les très petites manifestations comptent beaucoup sur les locations (68 % des recettes des 4 manifestations concernées).
- Les manifestations de catégorie 4 ont des stratégies variables : seules 4/12 ne font pas payer les stands, et seules 3 prennent une commission sur les ventes (dont 2 en plus de la location du stand).

Chapitre 4

-

INTERVENANTS, PARTICIPANTS

et

PROGRAMMATION

-

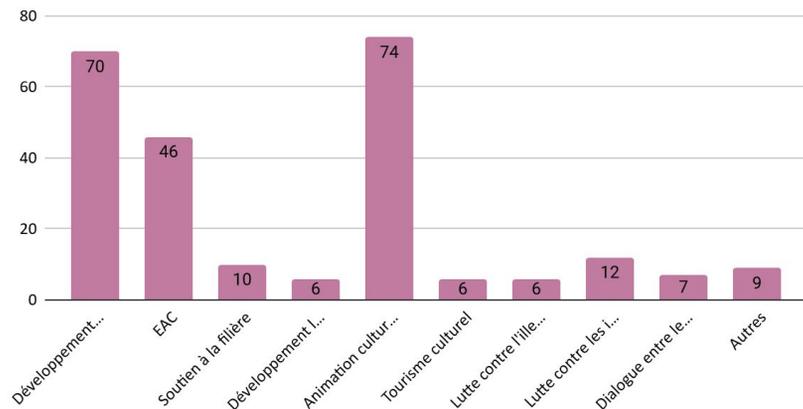
Un rôle culturel, une place de producteur de contenus et un impact pour le territoire

Objectifs de la manifestation

Au service du livre d'abord !

Objectifs prioritaires poursuivis par les manifestations littéraires

94 répondants



- Les principaux objectifs sont *l'animation culturelle du territoire (79 %)*, *le développement et la diffusion du livre et de l'écrit (75 % des répondants)* et *l'éducation artistique et culturelle (49 %)*.
- Proportionnellement, les catégories 1 et 2 de manifestations ciblent plus le développement de la lecture, quand les 3 items sont tout autant cités par les catégories 3 et 4 : **la dimension structurante pour un territoire est un peu plus assumée par les manifestations les plus importantes en taille.**
- Les manifestations jeunesse ne ciblent pas plus que les autres la dimension EAC.
- Les autres objectifs apparaissent secondaires voire anecdotiques. Contrairement aux festivals culturels, le développement du tourisme n'est cité que par 6,5 % des répondants [36 % des festivals, *SoFest 2018, "Coopérations et partenariats", p.9*].

Amener la culture aux publics, premier objectif

"75% des organisateurs déclarent que leur manifestation vise prioritairement l'élargissement du public du livre et de la lecture." [Etude CNL 2017, p.15]

"Parmi les festivals interrogés, 76% placent le fait de rendre la culture plus accessible parmi leurs objectifs sociaux et culturels, 58% le fait d'encourager la culture et les connaissances du public." [SoFest "Coopérations et partenariats", p.9]

Objectifs de la manifestation

Le développement du territoire, point de départ des histoires

Le projet part d'un manque et besoin sur ce territoire éloigné de la culture. Il y a une salle culturelle à proximité, mais il faut prendre sa voiture systématiquement. Avec le salon, le projet c'est de faire venir la culture ici.

Catégorie 1

La manifestation est liée à mon amitié avec Pierre Michon : nous sommes deux amis creusois. Le territoire est très important. On vieillissait et on avait envie de faire quelque chose pour notre département. Pierre, lui, a travaillé longtemps dans l'édition et voulait parler de livres. La manifestation a débuté avec nos amis écrivains : chaque année on fêtait un auteur contemporain, un copain, qui invitait lui-même d'autres amis, des universitaires... Et on travaillait sur l'œuvre de l'auteur invité : Echenoz, Quignard...

Catégorie 2

L'origine a été la volonté du maire de l'époque de prouver, de montrer qu'une petite ville du centre pouvait avoir une politique culturelle ambitieuse.

Catégorie 4

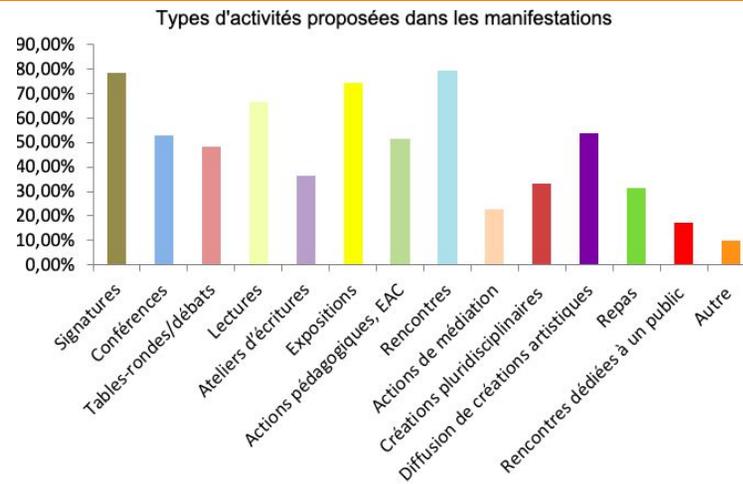
Dans notre département, il y a 20 ans, il n'y avait pas énormément de structures culturelles et notamment dans le livre : il y avait un salon dans la ville principale mais il était très général, c'était plus une foire au livre et il n'y avait rien de spécifiquement adressé à la jeunesse. C'est pourquoi on a essayé de faire ça ici dans notre village de 400 habitants.

Catégorie 3

Diversité de la programmation

Des formats relativement classiques, et des actions tout au long de l'année

- Plus des $\frac{2}{3}$ des manifestations littéraires proposent au sein de leurs activités des temps de *signatures, de lectures, des rencontres avec les auteurs et des expositions*.
- Une vingtaine de manifestations (catégorie 1 surtout) disent ne pas organiser de signatures : ce sont majoritairement des manifestations de type festival (notamment spectacle vivant), ou des manifestations mises en œuvre dans des médiathèques ou des structures culturelles (Maison de la poésie, Malagar...). En revanche ces manifestations sont riches de beaucoup de propositions plus atypiques dans leur programmation (banquets, créations pluridisciplinaires...).
- 1 manifestation sur 2 propose des *conférences, des tables-rondes, la diffusion de créations artistiques et des actions pédagogiques*.
- Elles sont 1 sur 3 à proposer des formats différents comme des *créations artistiques, des repas littéraires ou des ateliers d'écriture*.
- En revanche, moins du quart des manifestations littéraires proposent des *actions de médiation ou des rencontres spécifiques pour un public cible (autre que la jeunesse)*.
- Parmi les autres actions mentionnées : projection cinématographique, ateliers, lectures musicales, édition d'une revue, journée professionnelle, résidences d'artistes...)



- A une très large majorité, les répondants au questionnaire déclarent organiser d'autres activités "en plus" : **moins de 20 manifestations se limitent à l'organisation de la seule et unique manifestation littéraire (essentiellement parmi les catégories 1 et 2) !**

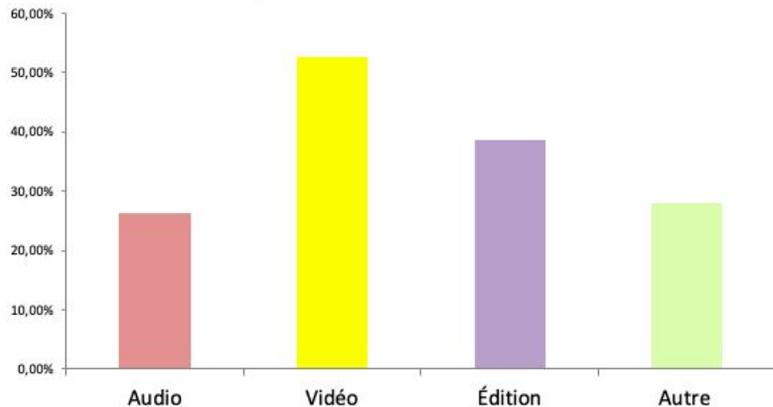
Focus : d'organisateur à producteur ?

Exister toute l'année

74% des festivals interrogés s'adonnent à des activités hors dates de programmation. On note que ceux qui pratiquent le plus d'activités hors programme sont des manifestations plus anciennes [SoFest "Coopérations et partenariats", p.10]

- Dans le cadre des activités organisées pendant la manifestation, les structures organisatrices se déclarent le plus souvent comme **simples diffuseurs**. 26 structures (pour moitié catégorie 1) se définissent comme **producteur** de certaines animations proposées.
- Lorsque les manifestations littéraires produisent des formats dans le cadre de l'événement, **un peu plus d'1/3 réalisent ensuite une diffusion, en dehors de leur événement**.

Type de contenus proposés par les structures organisant les manifestations



Parmi les contenus produits par la manifestation :

- **1 événement sur 2 produit du contenu vidéo**, 1/4 propose un contenu audio (documentaire, ITV radiophonique) ;
- **40 % propose également un contenu éditorial** (revue, texte imprimés, livre) ;
- les autres contenus sont des spectacles et des expositions itinérantes.

=> **La production de contenus dépasse le cadre événementiel de la manifestation littéraire et permet de toucher les publics bien au-delà de la durée de la manifestation elle-même.**

- Il n'y a pas de lien réel entre le format des manifestations et le type de contenus produits. Les contenus vidéos sont légèrement plus développés par les manifestations accueillant plus de 5 000 visiteurs, quand les contenus édités sont plus présents chez les manifestations accueillant moins de 5 000 visiteurs.

Focus : d'organisateur à producteur ?

On a mis en place le "Défilé Haute Lecture" assez rapidement après le début du salon. C'est une spécificité de notre salon. Chaque année, le vendredi à 12h30, toutes les classes qui ont rencontré un auteur défilent comme dans un défilé haute couture pour mettre en scène une œuvre de l'auteur invité. C'est un moment fort. Devant 500 enfants, les auteurs, les illustrateurs, c'est assez émouvant.

Catégorie 3

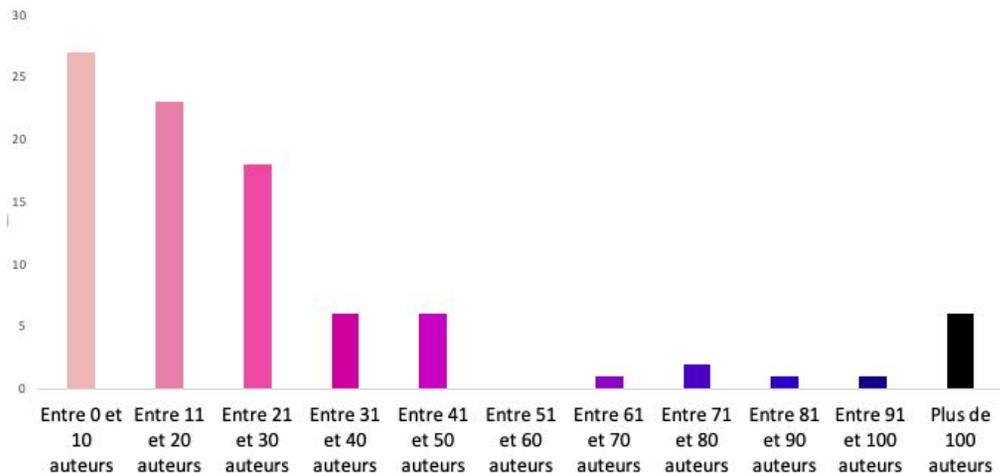
On fait des lectures musicales. Par exemple, les textes de Karine Ferret ont été mis en musique pour le festival et ça tourne sur d'autres scènes. C'est plutôt à l'initiative de l'auteur ou d'un artiste.

Catégorie 2

Les auteurs invités

Un nombre restreint d'auteurs, venus de tous les horizons

Nombre moyen d'auteurs présents lors des manifestations



Une majorité de manifestations invitant peu d'auteurs

En moyenne, en Occitanie, les manifestations font venir 27 auteurs et la plupart des répondants en invitent moins de 15 (4/53 seulement en ont invité plus de 50). 80 % des auteurs invités sont publiés à compte d'éditeurs [Occitanie Livre et Lecture, Enquête manifestations 2018, p. 6].

- En moyenne, une manifestation littéraire invite 36 auteurs, **mais la moitié des manifestations répondantes invite moins de 20 auteurs.**
=> une tendance liée pour partie à la rémunération des auteurs à budget constant et pour partie à la volonté des manifestations de travailler de façon plus fine avec les auteurs invités.
- **¼ des manifestations invitent moins de 10 auteurs.**
- **Les manifestations littéraires qui proposent plus de 50 auteurs sont peu nombreuses :** *le festival Gribouillis, livre en fête, Prix littéraire du pays de Buch, Lire en tursan, Lire en Poche, Biltzar des écrivains du pays basque, L'Escale du livre, le Salon international de la caricature, du dessin de presse et d'humour, Lire à Limoges et la Foire du livre de Brive.*
- **Environ 40 % des manifestations font venir des auteurs auto-édités/édités à compte d'auteur.** Ce sont très majoritairement des manifestations de catégorie 1 et 2, mais également certains salons de catégorie 3 ou 4.
- **Assez logiquement, la question de l'ancrage local des auteurs n'en est pas vraiment une :** 10 % des manifestations ne peuvent dire l'origine géographique de leurs auteurs, 60 % des répondants comptent moins de 25 % d'auteurs néo-aquitains . Seules 4 manifestations ont 100 % d'auteurs locaux.

Les éditeurs et les libraires partenaires

Le local avant tout

- **Les 2/3 des manifestations littéraires organisent la présence d'1 à 3 librairies sur l'événement.**
- En moyenne les manifestations comptent 4 librairies lors de l'événement, mais la moitié des manifestations répondantes invitent moins de 2 librairies.
- **6 manifestations n'ont pas recours à des libraires.**
- En revanche, la quasi-totalité des événements font la part belle aux **librairies indépendantes** (80 % des manifestations font venir uniquement des librairies indépendantes) **et locales** (90 % des manifestations).
- Les éditeurs sont peu présents en direct sur les manifestations : **la moitié des manifestations invite moins de 2 éditeurs.**
- **1/4 des manifestations littéraires ne font pas venir directement d'éditeurs.**
- 12 manifestations indiquent recevoir plus de 10 éditeurs : certains comptabilisent sans doute dans leur réponse le nombre d'éditeurs représentés sur les stands des libraires.
- Parmi celles qui invitent des éditeurs, 70 % des manifestations invitent des éditeurs néo-aquitains pour plus de 25 % des éditeurs invités et 37% invitent plus de 50% d'éditeurs néo-aquitains.

Des partenariats essentiellement locaux

67% des manifestations mobilisent des éditeurs à diffusion locale.

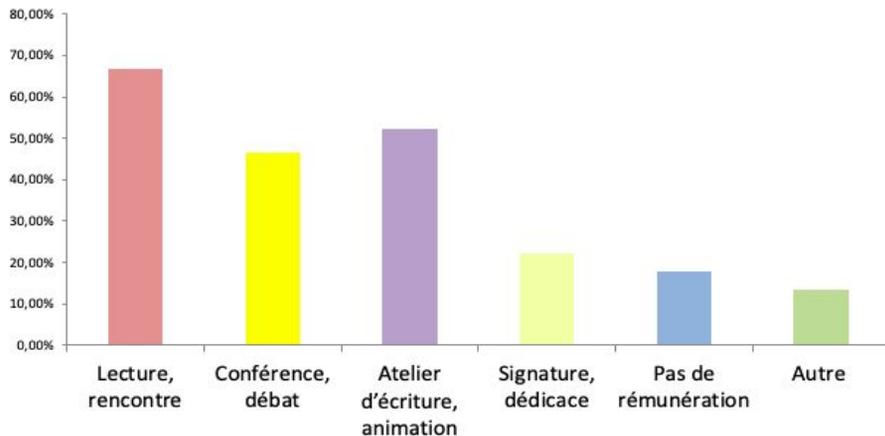
Près de 90 % des manifestations mobilisent des libraires. En moyenne, les manifestations ont 8 librairies partenaires, la médiane se situe à 4. [CNL, 2018, p. 48].

97 % des manifestations s'associent à une ou plusieurs librairies. 69 % pour l'achalandage et la vente des ouvrages pendant la manifestation, 39 % pour des suggestions de programmation. Les librairies sont associées davantage pour leur expertise que pour la participation financière. [Occitanie Livre et Lecture, Etude sur les manifestations 2018, p. 18]

Rémunération des intervenants

Une rémunération quasi-généralisée des intervenants mais pas sur tout et pas pour tout le monde

Interventions entraînant une rémunération pour les auteurs



La rémunération des auteurs

66 % des manifestations rémunèrent 100 % des auteurs invités. La notoriété semble contrebalancer l'absence de rémunération : les manifestations rémunérant moins de 50 % d'auteurs invités (interventions spécifiques ou dédicaces) bénéficient d'une grande notoriété et d'un fort impact médiatique. [CNL, 2018, p. 56]. 72% des personnes répondantes confirment rémunérer les auteurs. 67% d'entre eux appliquent les tarifs recommandés par la profession (CNL ou charte des auteurs-illustrateurs de jeunesse). La rémunération concerne majoritairement les ateliers ou actions d'EAC. [Occitanie Livre et Lecture, Chiffres-clés 2021, p. 17]

- Les auteurs sont majoritairement rémunérés pour les rencontres, les lectures et leurs participations à des actions d'animation, ateliers d'écriture ou conférences.
- 20 manifestations rémunèrent également les auteures pour les **signatures**, de toutes catégories, mais plutôt des manifestations anciennes.
- **16 % des manifestations littéraires ne proposent pas de rémunération aux auteurs présents** : il s'agit très majoritairement de catégorie 1, qui proposent pourtant pour une grande partie d'entre elles des rencontres, lectures, expositions etc.
- La **base de rémunération s'appuie très majoritairement sur la Charte des auteurs jeunesse et le guide de rémunération du CNL**. Quelques manifestations proposent également leur propre grille.
- Les autres intervenants (médiateurs, animateurs...) sont majoritairement rémunérés (73 % des manifestations).
- 21 % des manifestations, très majoritairement de catégorie 1, ne rémunèrent pas du tout les autres intervenants.

Chapitre 5

-

Priorités ou points d'actualité ?

Eco-responsabilité,
crise sanitaire, perspectives de
développement

La démarche de développement durable

Des actions qui se développent, mais a minima

Une question peu prise en compte concrètement

Parmi les festivals interrogés, 19 % placent le développement durable et la protection de l'environnement comme un de leurs objectifs territoriaux. [SoFest, "Coopérations et partenariats", p. 9].

Plus de 25 % des manifestations prônent une collaboration avec les producteurs locaux, plus de 20 % prônent les économies de dépenses, partage, mutualisation, moins de 15 % prônent l'utilisation de papiers recyclés, moins de 15 % promeuvent le covoiturage auprès des visiteurs, plus de 10 % prônent l'utilisation de papier issus de forêts gérées durablement, moins de 5 % prônent l'utilisation d'encres bio ou végétales, moins de 5 % réalisent des collaborations avec des restaurateurs bios, moins de 5 % souscrivent à des entreprises d'énergies renouvelables, moins de 5 % mettent en place des transports en commun. [Occitanie Livre et Lecture, Etude sur les manifestations 2018, p. 17]

Dans les perspectives, presque aucune manifestation ne cite le développement de la démarche écologique. Un signal inquiétant ?

La moitié des événements littéraires se disent engagés dans une démarche éco-responsabilité et ¼ sont en cours de mise en route. ¼ ne sont pas du tout engagés dans cette démarche.

On trouve surtout la catégorie 1 parmi les manifestations ne prenant pas en compte la question écologique : la question des moyens, humains notamment, se pose.

Parmi les actions engagées par les manifestations mobilisées autour de cette question :

2/3 des manifestations mettent en place des protocoles de gestion des déchets et la moitié propose des achats durables et locaux ou la proposition d'une alimentation responsable => les actions les plus classiques et prioritaires

c'est également sur les aspects sociaux que les manifestations se mobilisent : **la moitié engage des actions sur le mieux vivre ensemble ou sur les impacts économiques sur le territoire**

=> ce qui correspond à la priorisation de l'ancrage local

1/3 sont mobilisés sur les solutions alternatives de mobilité, d'énergie ou de sensibilisation

En revanche, peu de réflexion sur des nouveaux modes de gouvernance ("management responsable").

La démarche de développement durable

Des actions qui se développent, mais a minima

La manifestation a suivi le mouvement dans le cadre de l'agenda 21 de la métropole. Mais c'est peu probant. Beaucoup d'actions sont mises en place mais le public n'en a pas grand-chose à faire : pas de tri des déchets, on retrouve les déchets dans le parc, des mégots, ils viennent en voiture et parfois seuls. "Beaucoup de vœux pieux mais les usages ne suivent pas".

Et puis on a un problème interne : il y a des bennes de tri, mais Suez remet tout dans une même benne !

C'est que de la com. On applique les normes, les règles, mais les deux bouts de la chaîne ne suivent pas : ni les utilisateurs, ni le tri.

Catégorie 4

C'est un objectif en soi. On tend à respecter la charte des éco-manifestations.

Catégorie 3

Dans le choix de la programmation, il y a toujours une thématique sur l'écologie. C'est aussi un engagement dans le quotidien du festival : ne pas utiliser de bouteilles d'eau, limiter les transports, proposer d'autres actions en dehors du festival, restauration éco-responsable.

C'est une réflexion.

Catégorie 2

La question de l'éco-responsabilité de la manifestation n'est pas un enjeu : il n'y a pas de mise en œuvre de covoiturage, il y a peu de transports en commun sur un territoire rural. C'est sur l'achat de livres que le Département a mis en place une politique d'achat durable.

Catégorie 1

Les effets de la crise sanitaire en 2020 et 2021

Annulations en 2020, adaptation en 2021

Le contexte de crise sanitaire a entraîné des modifications importantes pour les manifestations en 2020 et 2021 :

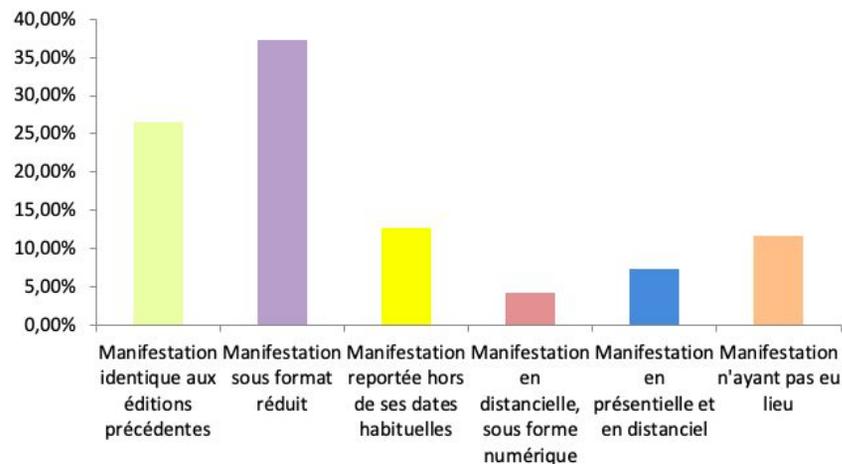
- **En 2020, 1 manifestation sur 2 n'a pas eu lieu.** Lorsqu'elles se sont tenues, leur format a été réduit et les dates ont été reportées.
- **En 2021, 1 manifestation sur 3 a réduit la voilure de sa programmation.** ¼ des manifestations ont pu réaliser un événement identique aux éditions précédentes.

En 2020, les annulations et reports de manifestations ont majoritairement concernées :

- les manifestations recevant moins de 5000 visiteurs ;
- quelques manifestations recevant plus de 20 000 visiteurs.

En 2021, les manifestations de moins de 5000 visiteurs se sont plutôt orientées vers une réduction du format de l'événement plutôt qu'une annulation.

Adaptation des manifestations littéraires face au COVID en 2021



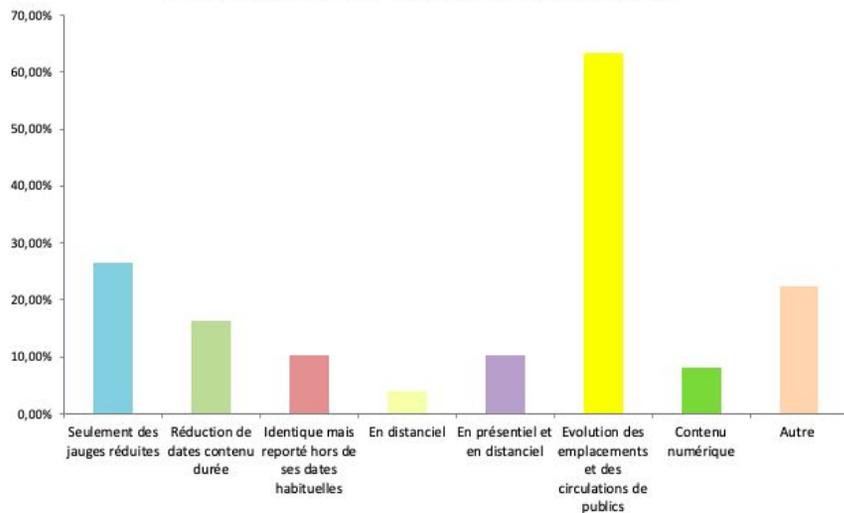
30 manifestations ont vu une hausse des dépenses liées à la crise Covid.

1/3 y a consacré entre 2,1% et 4% de son budget, et 1/3 plus de 10 % de son budget (surtout parmi les catégories 1 avec de petits budgets initiaux). On compte néanmoins une catégorie 4 qui a dépensé 11,5 % de son budget pour cela.

Les effets à long terme de la crise sanitaire

Vers une adaptabilité et une évolution profonde des formats ?

Modifications prévues dans le contexte de la crise sanitaire pour les prochaines éditions des manifestations



Lorsque l'on interroge les manifestations sur les modifications prévues pour les éditions à venir, elles sont 50 % à prévoir des aménagements de programmation ou d'organisation.

Les modifications réalisées dans le cadre du contexte sanitaire entraînent des modifications pérennes de la tenue des événements :

- **plus de la moitié des événements repensent la spatialisation et la circulation des publics ;**
- **¼ des événements pensent réduire les jauges ;**
- **¼ des événements souhaitent réduire la durée et envisagent le report.**

Plus d'1/3 des manifestations entendent faire perdurer ces aménagements et ¼ souhaitent intégrer partiellement ces évolutions dans la production de l'événement.

Les effets de la crise sanitaire en 2020 et 2021

Impact sur la fréquentation. On a essayé une rencontre de 50 minutes filmée : les gens décrochent du live. Or c'est coûteux. Des micro vignettes sur FB réalisées en interne sont plus probantes ! Finalement le numérique conforte la rencontre physique. Les outils numériques sont des reflets, de la communication, du buzz mais ne peuvent constituer une substitution.

Catégorie 4

Lors du confinement, on est passés entre les gouttes. Les rencontres, on a pu les faire avec des gestes barrière et des jauges mais pas plus. Comme beaucoup de vieux n'allaient pas venir, on a pensé, avec la Drac, à une retransmission en direct des rencontres, sur rendez-vous pris, par ex. à la bibliothèque. Au moment des rencontres, les gens pouvaient assister aux rencontres en direct dans plusieurs lieux... Cette retransmission en direct a coûté 3500 euros, mais on a doublé largement notre audience grâce à ça.

Catégorie 2

L'année dernière, à cause du covid, on a dû délocaliser la jeunesse dans une grande salle à 800 mètres de la halle principale. On a eu un bon retour car ça a fait respirer les allées, les jeunes sont venus, les familles sont revenues. C'est plus facile de laisser les enfants dans les allées. Il y a une décongestion. On va le maintenir du coup.

Catégorie 4

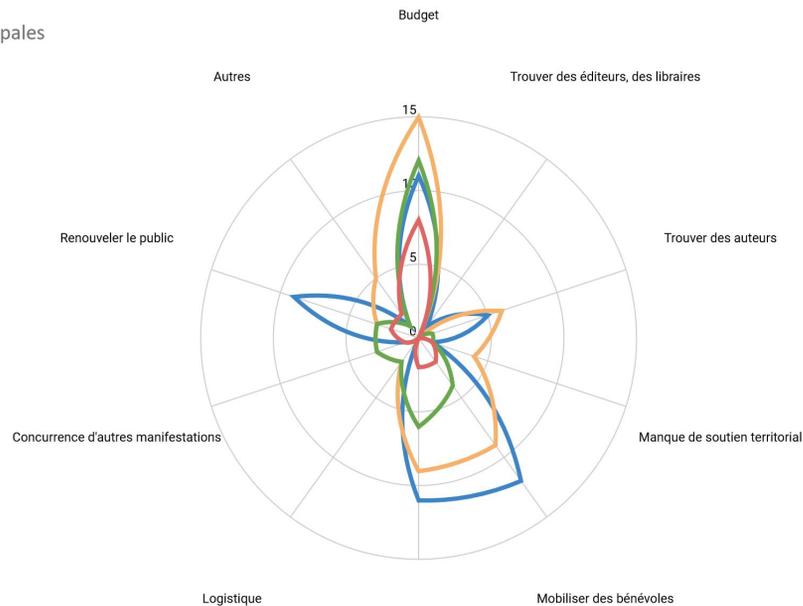
On a réalisé un format réduit en 2020 et 2021. On a prévu des modifications pour 2022 en fonction des directives gouvernementales. Il y a 10 000 € de budget lié à la gestion de crise. On vit l'année 2022 au jour le jour mais on essaye de repartir comme avant. Les dessinateurs étrangers reviennent. On a eu de grosses remises en question sur le coup, pour l'application des mesures, la circulation, les parcours, la réorganisation du site pour le rendre conforme. On a proposé des visites virtuelles, avec des images en basse définition pour éviter le piratage. C'était un aperçu de l'ambiance plus que vraiment une visite détaillée. On a aussi procédé à la location d'une toiture pour faire le vernissage en semi-extérieur. Il y a eu une baisse des bénévoles et de l'hébergement en famille mais il y a eu moins de dessinateurs donc moins de besoins. Donc finalement ça s'est bien passé. Mais on n'a pas encore envisagé d'évolution suite au covid.

Catégorie 4

Les perspectives

Les capacités financières : une inquiétude partagée

Difficultés principales



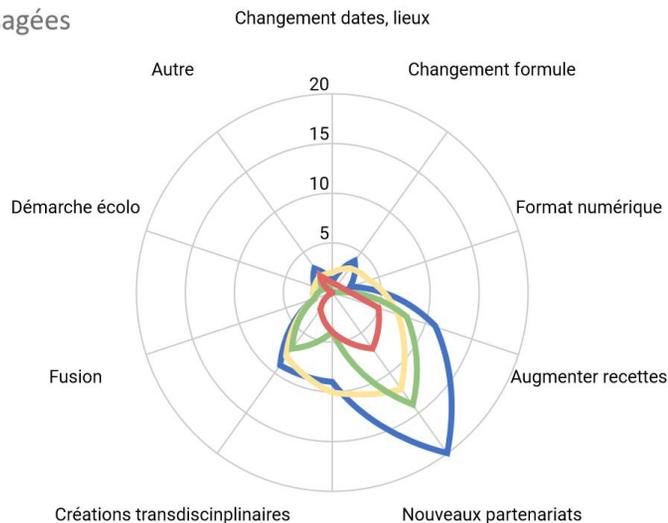
- **La principale source d'inquiétude, toutes catégories confondues, concerne les budgets.** Les perspectives de hausses des matières premières et de l'énergie, déjà connues au moment de l'administration du questionnaire, ont dû jouer dans les réponses. La catégorie 3 est proportionnellement celle qui s'inquiète le plus sur ses ressources financières.
- **Les autres sources d'inquiétudes sont liées à l'organisation interne :** mobilisation des bénévoles, renouvellement de l'équipe organisatrice, surtout pour les catégories 1 et 2 ;
- Les manifestations de catégorie 1 sont également inquiètes de leur capacité à renouveler les publics.
- Parmi les autres inquiétudes citées, les suites des restrictions sanitaires pèsent encore ainsi que les réductions de personnel dans les collectivités.

Les évolutions envisagées

Trouver de nouveaux partenaires

Evolutions envisagées

- Catégorie 1 (36)
- Catégorie 2 (25)
- Catégorie 3 (16)
- Catégorie 4 (12)



Les préoccupations des manifestations littéraires concernent majoritairement leur équilibre budgétaire et leurs moyens de mise en oeuvre des événements :

La réponse à l'angoisse budgétaire passe surtout par l'envie de développer de nouveaux partenariats, plus que par l'augmentation des recettes : **le modèle actuel économique des manifestations n'est pas questionné.** Les manifestations semblent se tourner plutôt vers les partenaires privés.

Mais ce sont également les formats, le contenu qui donnent lieu à des projections : 1/3 des manifestations souhaitent développer les créations transdisciplinaires.

Partenariats privés et publics comme ligne de mire

Le développement des financements privés est une priorité pour 80 % des manifestations interrogées par le CNL [CNL, *Etude sur les manifestations littéraires*, p.78], ainsi que pour les festivals culturels dans leur ensemble [priorité numéro 2 derrière l'augmentation du public, mais, pour rappel, la part des recettes liées à la billetterie notamment est beaucoup plus importante pour les festivals de spectacle vivant que pour le livre ; SoFest, *"Indicateurs d'activité"*, p. 37]. Le lien, notamment financier, avec les institutions publiques, arrive en 3e position pour les festivals [SoFest, *ibid.*] et est cité par la moitié des manifestations interrogées par le CNL.

Les perspectives

Notre objet est d'irriguer le territoire. Je me pose la question : "Comment ça va continuer ?" "Les bibliothécaires vont-elles vouloir continuer ou se recentrer sur la mise à disposition de livres ? Quelle sera notre capacité à poursuivre ?

Nous sommes un vieux festival : 19 ans ! Les librairies font moins de rencontres car elles trouvent difficile de mobiliser les publics pour des rencontres. Si les librairies et/ou les bibliothèques laissent de côté les rencontres, tout s'écroule. Nous avons la volonté de travailler avec les deux. Il y a peu d'offres dans les bibliothèques : concert, conte mais pas de rencontre avec des auteurs étrangers.

Catégorie 3

Aller sur les communes plus rurales. Que les bénévoles s'emparent plus et prennent goût.
Catégorie 1

75 ans ! J'aimerais bien que le festival se passe dans une salle de cinéma. Ouvrir sur la jeunesse. Ateliers adultes. Beaucoup plus de visibilité. Projet de travailler sur la mémoire du festival : livret papier, livret numérique. Traçabilité.
Catégorie 2

Il est possible d'envisager des difficultés budgétaires, des difficultés à renouveler l'équipe organisatrice. Par ailleurs, l'objectif serait d'augmenter les recettes et les subventions, de développer de nouveaux partenariats.

La Foire doit être l'insurrection de toutes les intelligences qu'il y a dans le coin : elle doit être la foire de toutes les intelligences. Il faut être plus ancré sur le territoire, vivre toute l'année. Mais on constate une inquiétude du directeur culturel qui est de ne pas en arriver à une foire au rabais à cause de l'augmentation des coûts des matières premières.

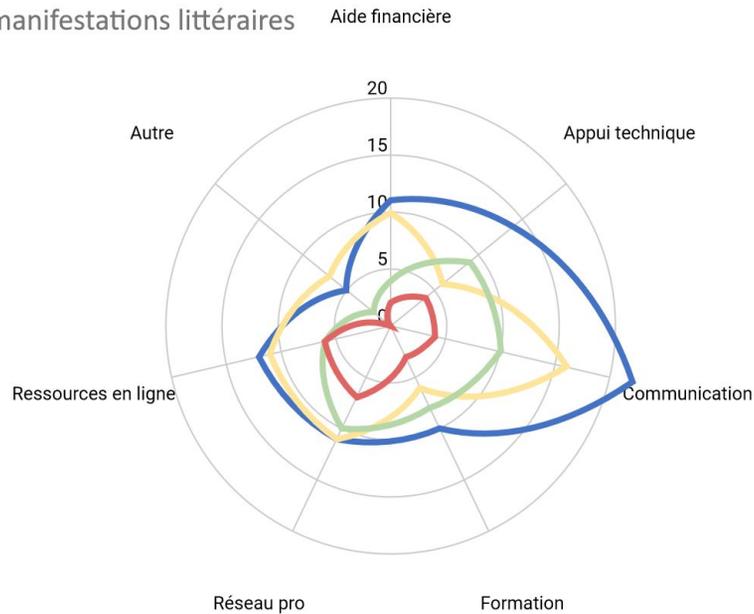
Il faut rendre la foire accessible dans les têtes, par rapport au rugby ou aux festivals de musique. Mais il ne faut pas être dans une approche descendante à l'égard des jeunes.

Catégorie 4

La relation à ALCA

Communication et réseau professionnel

ALCA pour les manifestations littéraires



“La possibilité de faire connaître une manifestation locale de qualité s'appuyant sur le Printemps des Poètes à l'ensemble d'une grande région.”
Catégorie 1

Lorsque l'on interroge les structures organisatrices :

- les $\frac{2}{3}$ plébiscitent ALCA pour son appui et accompagnement en **communication** ;
- les ressources en ligne, la mise en réseau avec les professionnels sont également fortement cités.

Plus les structures sont petites, plus l'appui financier et en communication est proportionnellement important. Pour les catégories 3 et 4 c'est surtout le rôle de réseau qui est souligné.

5 structures déclarent que l'Alca ne leur est pas utile (“trop loin”, “aucune attente”, “ne connaît pas”, “une énigme”).

Ils sont très nombreux à n'avoir pas participé aux activités : 60% n'ont pas participé à des formations, ateliers ou journées professionnelles proposées en 2021.

Ils sont encore plus nombreux ($\frac{2}{3}$) à n'avoir pas bénéficié d'un compagnonnage dans le cadre d'un contrat de filière.

11 manifestations déclarent ne pas être sur l'agenda des manifestations, principalement des catégories 1.

Étude des manifestations littéraires en Nouvelle-Aquitaine

*Traitement des données, cartographies, analyses :
Ninon Bardet, Sabrina Daniel-Calonne, Françoise
Geoffroy-Bernard, Myriam Kerbous, Mathilde Rimaud*

Novembre 2022



RÉGION
**Nouvelle-
Aquitaine**



**PRÉFÈTE
DE LA RÉGION
NOUVELLE-AQUITAINE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

AXIALES
LES CONSULTANTS EXPERTS DU LIVRE

letroisièmepôle

**ALCA
NOUVELLE-AQUITAINE
+33 (0)5 47 50 10 00
www.alca-nouvelle-aquitaine.fr**



AGENCE LIVRE
CINÉMA & AUDIOVISUEL
EN NOUVELLE-AQUITAINE

• Site de Bordeaux :
MÉCA
5, parvis Corto-Maltese
CS 81 993
33088 Bordeaux Cedex

• Site de Limoges :
24, rue Donzelot
87000 Limoges

• Site de Poitiers :
62, rue Jean-Jaurès
86000 Poitiers

• Site d'Angoulême :
Maison alsacienne
2, rue de la Charente
16000 Angoulême