



LES FESTIVALS DE MUSIQUE DU QUÉBEC : RÉSULTATS D'UNE ENQUÊTE

par Claudine Audet, MCC,
et Diane Saint-Pierre, INRS¹

Quelques faits saillants

- Sur une liste établie de 65 festivals de musique québécois admissibles, **43 festivals ont accepté de participer à l'enquête**. Ces répondants se répartissent comme suit: 16 festivals de Pop/Rock, 10 de Jazz/Blues, 7 de musique classique, 7 de World/Trad (musiques du monde et traditionnelles) et, enfin, 3 festivals classés Multi styles.
- Des contrastes importants sont observables quant au **nombre de spectacles** offerts lors de la tenue de ces festivals (édition 2011). La palette va de 10 à 600 spectacles, la moyenne se situant autour de 95. Les très gros festivals se concentrent dans les régions centrales et concernent surtout les musiques Pop/Rock et Jazz/Blues.
- Les **revenus des festivals** fluctuent considérablement d'un festival à l'autre, tout comme l'importance relative des différentes sources dans le montage financier. Les commandites et le mécénat combinés génèrent la plus grande portion du revenu total de tous les répondants réunis, suivis par la billetterie puis par les subventions gouvernementales. Toutefois, en moyenne, les subventions représentent 40 % des revenus d'un festival, ce qui les place alors au premier rang des sources de revenus. La part relative des subventions tend cependant à diminuer à mesure que le budget du festival augmente.
- Les frais artistiques et les honoraires arrivent au premier rang des **postes de dépenses** des festivals. L'importance relative de certains postes varie selon le genre musical dominant. Ainsi, les frais techniques pèsent plus lourdement dans le budget des festivals de Pop/Rock et de Jazz/Blues que dans celui des autres genres musicaux.

¹ Les auteures remercient les répondants des 43 festivals de musique québécois qui ont participé à l'enquête ainsi que Christelle Paré, étudiante au doctorat et assistante de recherche à l'INRS. Toute notre gratitude va également à Nathalie Vachon, analyste-statisticienne de l'INRS, pour son travail fort apprécié. Sont également remerciées Alexandra Roy et Karine Latulippe, du ministère de la Culture et des Communications (MCC), et Christine Routhier de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ), pour leur relecture de cet article.

Dans ce numéro :

Quelques faits saillants	1
Introduction	2
Éléments de contexte	3
Aspects méthodologiques	5
Le paysage festivalier québécois selon l'enquête	7
Les enjeux et le projet artistique des festivals	19
La fréquentation des festivals et les stratégies de communication	25
Les ressources humaines des festivals	37
Conclusion	41
Bibliographie	43

- Parmi les enjeux principaux auxquels ils se disent confrontés, les festivals mentionnent d'abord ceux relatifs à la recherche de **financement public** et de **partenaires privés**. Malgré tout, les objectifs de nature artistique arrivent en tête de leurs priorités.
- En 2011, les répondants estiment avoir attiré un peu plus de **5,5 millions de spectateurs**, ce qui représente une moyenne de 128 000 spectateurs par événement. D'un festival à l'autre, la fréquentation oscille entre 3 000 et près de 1,9 million de spectateurs.
- Une majorité de festivals estiment qu'au moins 50 % de leurs spectateurs sont **issus de la localité ou de la région** où ils se déroulent, ce pourcentage pouvant être beaucoup plus élevé pour certains.
- En 2011, les **entrées gratuites** à des spectacles représentent en moyenne 55 % du total des spectateurs des festivals.
- Les répondants réunissent un nombre considérable de **travailleurs**, estimé à 7 974 personnes au total. Leur nombre varie beaucoup selon les festivals, soit de 10 à 1 012 travailleurs, la moyenne se situant autour de 190 personnes. Il fluctue aussi considérablement selon certaines variables, comme la taille du budget des festivals et la période de l'année, une grande majorité de personnes ne travaillant que durant la tenue de l'événement.
- Les **bénévoles** constituent une part très élevée de la main-d'œuvre, puisqu'ils comptent pour plus de la moitié de l'ensemble des travailleurs.
- Les festivals de Pop/Rock et de Jazz/Blues ont en moyenne des parts plus importantes de **travailleurs rémunérés** (salariés et indépendants) que ceux des autres genres musicaux. C'est le cas aussi des festivals des régions centrales, comparativement à ceux des autres types de régions.
- La **coopération** est présente dans la vie de la majorité des festivals québécois, une pratique en augmentation. Elle se fait surtout avec d'autres organismes culturels (62 % des répondants), mais aussi, dans une moindre mesure, avec des organismes d'autres secteurs.

Introduction

Depuis quelques décennies, les festivals culturels connaissent une importance grandissante dans bon nombre de pays, tant du point de vue de leur nombre et des publics touchés que de celui de leur potentiel économique et touristique à l'échelle locale, régionale et nationale. Ils sont également perçus comme ayant un caractère névralgique en raison de l'ampleur des ressources et des partenaires qu'ils sollicitent, mais aussi de l'intérêt croissant que leur portent les pouvoirs publics. Or, malgré leur développement fulgurant, peu de recherches ont été réalisées à ce jour sur les festivals en général et, plus particulièrement, sur les festivals de musique qui, pourtant, occupent une place dominante parmi les événements culturels.

C'est ce double constat de l'essor des festivals et du peu de connaissances et de recherches empiriques et comparatives sur cet univers culturel qui a constitué le point de départ d'une étude internationale sur les festivals de musique dont nous livrons dans ce numéro du bulletin *Survolt* les résultats du volet québécois². Après un rappel des grandes étapes de l'évolution des festivals de musique et des quelques avancées récentes de la recherche dans ce domaine, cet article présente les principaux aspects méthodologiques pour ensuite mettre l'accent sur les résultats et analyses issus de cette enquête menée auprès d'une quarantaine de festivals de musique du Québec.

2 Cette étude a été menée sous la coordination générale de France Festivals, fédération française des festivals de musique et spectacle vivant, et sous la direction scientifique d'Emmanuel Négrier, directeur de recherche au CNRS-CEPEL à l'Université Montpellier 1 (France), de Michel Guérin, directeur de l'Observatoire des Politiques Culturelles de la Fédération Wallonie-Bruxelles (Belgique), et de Lluís Bonet, professeur d'économie à l'Université de Barcelone (Catalogne, Espagne). Pour le volet Québec, l'équipe nationale était dirigée par les auteurs du présent article. Pour prendre connaissance des éléments détaillés de la démarche et des analyses spécifiques et comparées découlant de l'enquête européenne et québécoise, consulter Négrier, Guérin et Bonet (2013) et Audet et Saint-Pierre (2013).

Éléments de contexte

D'abord un peu d'histoire...

Les premières décennies du 20^e siècle sont celles où les festivals de musique acquièrent une certaine popularité au Québec tout comme dans le reste du Canada. Ils ont souvent à cette époque comme objectif de mettre en valeur un grand compositeur ou un groupe de compositeurs, un genre de musique ou encore les artistes d'une ville ou d'une région. Ainsi en est-il du premier festival de l'Association des fanfares amateurs de la province de Québec en 1929, un événement itinérant qui se déroule dans différentes villes québécoises, avant de « s'établir » définitivement dans la ville de Sherbrooke en 1988. Il faudra cependant attendre le contexte d'après-guerre et surtout les années 1960 pour que les activités festives connaissent une croissance plus significative. Pendant les décennies 1960 et 1970, les festivals, du moins ceux de certains genres musicaux comme le jazz, se présentent surtout comme des « événements uniques ou de durée éphémère » (*Encyclopédie de la musique au Canada*, 2012), et cela, jusqu'à la création du Festival International de Jazz de Montréal en 1980.

À compter des années 1980, les festivals et plus largement les événements culturels en tous genres se multiplient à la faveur des objectifs de démocratisation de la culture et de démocratie culturelle, et grâce à de nouveaux programmes de soutien public issus des différents paliers de gouvernement. Des stratégies de développement économique et touristique régional, de plus en plus sensibles à la dimension culturelle, y contribuent également. Ce mouvement semble alors devenir indissociable de l'évolution

de préoccupations liées au développement des territoires et des municipalités québécoises. En fait, au Québec comme dans plusieurs pays occidentaux, plus particulièrement dans les grandes villes, on assiste à partir de cette période à une sorte de « festivalomanie », pour paraphraser Inez Boogaarts (1993). La ville de Montréal témoigne d'ailleurs très bien de cette tendance, elle qui a connu un essor événementiel particulièrement considérable au cours des vingt dernières années. Avec la mise sur pied du Bureau des festivals et des événements culturels en 1987, puis le lancement du projet de Quartier des spectacles en 2002³, concrétisé neuf ans plus tard par l'inauguration de la place des Festivals et de la Maison du Festival Rio Tinto Alcan, Montréal cherche ainsi à favoriser le développement des festivals, à encadrer leur tenue sur le territoire de l'île, mais aussi à se positionner à l'étranger en tant que métropole culturelle et festive. De nos jours, il est possible de dénombrer pas moins d'une centaine de festivals et événements culturels par année à Montréal seulement⁴, dont cinq grands festivals d'envergure internationale⁵.

Cela dit, il est difficile de comptabiliser avec certitude le nombre de festivals de musique en activité au Québec. Non seulement les définitions varient, mais il est probable que plusieurs festivals, trop « jeunes », à courte durée de vie, de petite taille ou peu médiatisés, échappent aux statistiques. Tout indique cependant que leur croissance s'est manifestée sur l'ensemble du territoire québécois au fil des décennies, à la fois dans les grands centres et leurs périphéries, ainsi que dans la plupart des autres régions, y compris dans celles dites éloignées. Ces dernières y voient – peut-être encore plus qu'ailleurs – un moyen de renforcer l'identité locale et régionale, de mobiliser leur population autour d'un projet

3 L'idée a été officiellement lancée lors du *Sommet de Montréal 2002*.

4 Une bonne partie des activités festives sont concentrées dans le Quartier des spectacles – 80 % selon Émilie Julie Simard (2010: 78) – et sont extérieures et gratuites.

5 Soit le Festival International de Jazz de Montréal, les Francofolies de Montréal, le festival Juste pour rire, le Festival des films du monde et le festival Montréal en lumière.

commun, d'accroître l'offre culturelle, de soutenir les artistes locaux et de favoriser le développement touristique et économique.

Un bref survol de l'état des connaissances...

Le caractère relativement récent de l'essor des festivals se reflète dans la production scientifique et empirique sur le sujet qui ne connaît, elle aussi, un développement notable qu'à compter des années 1990. Selon Philippe Poirrier, qui dirige l'ouvrage *Festivals et sociétés en Europe, XIX^e-XXI^e siècles* (2012), peu de connaissances historiques auraient en effet été produites à ce jour sur les festivals européens, bien que les sciences sociales s'y intéressent de plus en plus. Pour Emmanuel Négrier, Michel Guérin et Lluís Bonet, codirecteurs de l'ouvrage *Festivals de musique[s]. Un monde en mutation* (2013), la « situation de rareté » des travaux scientifiques en ce domaine aurait cependant pris fin, « de façon spectaculaire », vers le milieu de la décennie 2000, alors que les recherches sur les festivals se sont multipliées à la faveur de trois grands mouvements ou incitatifs.

D'abord, les festivals seraient devenus des objets accrus de « curiosité académique », engageant la communauté scientifique à multiplier autant les approches (historiques, politiques, économiques, administratives, etc.) et les thématiques que les projets de recherche et les types d'investigation, notamment pour en mesurer les retombées économiques, touristiques et culturelles. Puis, la question des festivals aurait suscité un intérêt grandissant au regard même des transformations profondes des politiques publiques de la culture :

à la marge de celles-ci, les festivals seraient maintenant l'objet de « réelles politiques festivalières » dans plusieurs pays. Enfin, les festivals seraient devenus intéressants aux yeux des chercheurs pour l'analyse comparative car, outre la notion même de festival qui serait « digne d'observation comparée », les activités festivalières elles-mêmes seraient désormais « un terrain particulièrement fertile pour observer les politiques culturelles des différents niveaux d'action publique » (Négrier, Guérin et Bonet, 2013 : 29-35), mais également entre différents pays.

Le Québec ne fait pas exception quant à la relative rareté de la production scientifique à ce jour. À part quelques études et analyses sur des festivals ou des genres musicaux particuliers⁶, notons quelques thèses de doctorat et mémoires de maîtrise, souvent en sociologie et en géographie, surtout depuis une vingtaine d'années⁷, ainsi que cette étude produite par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec : *Rapport d'enquête sur 32 festivals et événements culturels du Québec, 2000-2001* (Québec, OCCQ, 2002). Soulignons aussi que les festivals montréalais (mais non essentiellement musicaux) ont été l'objet d'une certaine attention de la part des chercheurs⁸. Cet intérêt pour la métropole n'est guère étonnant, puisque la réalité des festivals, comme nous l'avons vu, y est imposante. Enfin, outre les études réalisées par le Regroupement des événements majeurs internationaux (REMI), la Société des Attractions Touristiques du Québec (SATQ) et Festivals et Événements Québec (FEQ), lesquels produisent à l'occasion des études sur leur secteur d'activité, il convient de mentionner quelques sites Internet d'organismes festivaliers, parfois très détaillés

6 Il y a celles d'Andrée Fortin (1995) sur le Festival de musique actuelle de Victoriaville, de Manon Ouellet et Richard Saracchi (1995) sur les festivals du domaine Forget et de Lanaudière, et d'Alain Lavallée et C. Lafond (1998) sur le cas d'un festival mondial de folklore au Québec. Soulignons également ce texte de Martine Rhéaume (2005) : « Réflexions sur les festivals, la musique contemporaine et l'identité culturelle québécoise ».

7 Mentionnons les Sophie Morisset (1997), A. M. Beauchamp (1999), Janin Huard (2001), Anne Robineau (2005), Eva Kammer (2006), Olivier Lapointe (2009), Geneviève Aubry (2009), Émilie Julie Simard (2010) et Yanick Barrette (2011).

8 À ce titre, soulignons les quelques auteurs suivants : Stéphane Leclerc (2007), Anouk Bélanger (2007), François Colbert et Jacques M. Boisvert (2011), Yannick Barrette (2013).

quant à leur histoire, ou encore celui de l'*Encyclopédie de la musique au Canada* (<http://www.thecanadianencyclopedia.ca/fr/article/encyclopedie-of-music-in-canada/>) qui publie une soixantaine d'articles, dont certains très fouillés, sur des festivals québécois et canadiens.

Aspects méthodologiques

L'étude internationale

Au total, huit pays européens et un regroupement de sept festivals de musique isolés issus d'autant de pays⁹, en plus du Québec, ont participé à cette étude paneuropéenne et québécoise – baptisée FeStudy par le comité international de direction et de coordination. Chaque équipe nationale a réalisé sur son territoire la même enquête par questionnaire auprès d'organisateur de festivals de musique. Outre le Québec, avec 43 festivals de musique enquêtés, ces pays sont l'Espagne (97), la France (92), la Belgique, avec la Flandre (18) et la Fédération Wallonie-Bruxelles (52), la Suède (23), l'Irlande (21), la Finlande (20), la Norvège (10) et la Suisse (7). Au total, 390 festivals de musique ont répondu au questionnaire.

S'appuyant sur une méthode d'investigation destinée à cerner la réalité des festivals à l'étude et d'appréhender les divers phénomènes les opposant ou les rapprochant, cette recherche internationale visait à :

- produire une connaissance commune sur les objectifs et finalités des festivals, sur les grands indicateurs de leurs activités artistiques, culturelles et économiques ainsi que sur leurs stratégies de gestion et de développement sur les différents territoires concernés;
- fournir des repères quantitatifs et qualitatifs contribuant à éclairer la variété des contextes

dans lesquels se déploient les festivals, à dégager des éléments de comparaison et à identifier les variables exerçant une influence sur leurs réalités.

Afin de permettre ultimement l'analyse comparée, une définition commune et opérationnelle des festivals de musique à enquêter a été retenue, soit en être au moins à la troisième édition en 2011, avoir une programmation à dominante musicale (70 % et plus), avec un minimum de sept spectacles et au moins deux jours de programmation¹⁰. Dans la mesure du possible, il devait aussi y avoir un souci de diversité quant aux genres musicaux, à la taille des festivals (celle-ci se définissant principalement par le nombre de représentations données), à la situation géographique (à dominante urbaine, rurale ou encore avec une diversité des sites; en zone touristique ou patrimoniale) et à l'importance du financement public. Mentionnons enfin que le choix a été fait de ne pas rechercher la représentativité des échantillons dans les divers États participants, mais plutôt de s'assurer d'appuyer l'analyse comparative sur un nombre considérable d'événements (Négrier, Guérin, Bonet, 2013 : 36-37).

Le questionnaire

Rédigé dans un premier temps en version anglaise, le questionnaire d'enquête a fait l'objet d'une traduction par les équipes nationales et d'adaptations – minimales, afin de préserver la comparabilité des résultats tout en étant applicable à tous les États et festivals à l'étude. Au Québec, partant de la version française utilisée par les équipes de France et de Belgique, nous avons procédé à des ajustements conceptuels, contextuels et terminologiques qui s'avéraient nécessaires, en plus d'ajouter quelques questions visant à cerner des réalités pertinentes pour

9 Cette dernière catégorie porte sur sept festivals produits en autant de pays : Bulgarie, Danemark, Islande, Lituanie, Luxembourg, Pologne et Portugal.

10 Mentionnons cependant que le comité scientifique international a admis dans l'échantillonnage européen quelques exceptions quant au nombre limite de spectacles. Par exemple, 20 festivals européens, soit 5 %, avaient finalement moins de 7 spectacles en 2008, alors qu'ils étaient 15 en 2011, soit 4 % ou 12 festivals français et 3 espagnols.

le Québec et destinées à nos propres analyses¹¹. Comportant au total une cinquantaine de questions, le questionnaire était divisé selon les quatre grandes sections suivantes.

La première section s’attardait à des caractéristiques de base, telles que le statut du festival, sa localisation, son nombre d’éditions depuis sa création, son type d’édition (annuelle, biannuelle), ses dates de déroulement, son appartenance à une fédération ou à une association de festivals et ainsi de suite. Elle s’intéressait également à la programmation : le nombre d’artistes et de groupes invités, l’origine géographique des publics et des artistes, les styles musicaux (dominants et secondaires), les sources d’inspiration lors de la préparation de la programmation, mais aussi les principaux objectifs au cœur des choix artistiques. Des questions portaient sur la présence d’autres disciplines programmées (théâtre, danse, etc.), le nombre de premières mondiales et nationales, le nombre de spectacles payants et gratuits, l’âge moyen des festivaliers, etc. Enfin, une dernière série de questions se préoccupaient des changements intervenus – ou perçus comme tels par les répondants – entre 2008 et 2012 (soit dans le contexte de la crise financière mondiale de cette période) quant à l’assistance, au financement public, au développement du mécénat et des commandites, à la concurrence entre les offres culturelles, ou encore à la coopération entre les festivals.

La deuxième section mettait l’accent sur la communication et les relations avec les médias. Par exemple, des questions visaient à documenter la gestion interne ou externe de la stratégie de communication du festival et ses relations avec la presse. D’autres demandaient des précisions quant aux types de médias utilisés pour la publicité, au nombre de journalistes accrédités, aux langues de communication à destination

des publics étrangers, au site Web du festival et aux différents moyens ou plateformes pour faire connaître les activités du festival.

La troisième section s’intéressait aux ressources humaines des festivals, en s’attardant au nombre de personnes engagées, selon la période de l’année, selon le type ou le statut d’emploi (salariés, bénévoles, etc.) et selon le domaine d’activité au sein de l’organisation. Là aussi, on cherchait à savoir ce qui avait changé (ou pas) en quatre ans relativement à la présence des femmes, des bénévoles et des étrangers, tant parmi l’équipe du festival que plus particulièrement dans des fonctions de direction. Enfin, à partir d’une liste préétablie, il fallait déterminer les qualités essentielles pour pouvoir assumer les fonctions de responsable artistique, de responsable de la gestion et de la production, de responsable des activités de communication et, enfin, de responsable de la technique.

La quatrième et **dernière section** du questionnaire était consacrée aux finances des festivals, essentiellement en ce qui a trait à la répartition des dépenses (artistiques, techniques et autres) et des recettes du festival (billetterie, subventions, etc.), à la politique de prix du festival et au recours (ou non) à des politiques tarifaires. La plupart des questions portaient sur l’édition 2011, mais quelques-unes ont aussi retenu l’année 2008 à des fins de comparaison avec 2011.

L’enquête québécoise

Au Québec, l’activité de collecte de données a eu lieu à l’été et au début de l’automne 2012. Cette étape a été précédée de celle, incontournable, de dresser une liste des festivals correspondant à la population visée par l’étude. Cet exercice fut assez complexe, puisqu’il n’existe pas, au Québec, de liste exhaustive et surtout à jour des festivals

11 Pour un article traitant des enjeux et défis méthodologiques pour le Québec de l’étude internationale sur les festivals de musique, voir Saint-Pierre et Audet (2014).

de musique ou à dominante musicale. Grâce à la combinaison de plusieurs sources d'information, une première liste d'environ 75 festivals a été constituée qui, après des vérifications plus poussées quant à leur admissibilité, a été ramenée à 65 festivals. Finalement, de ce nombre, et malgré la période peu propice – alors que la très grande majorité des festivals sont dans leur haute saison –, 43 (66 %) ont accepté de participer à l'enquête. Cet échantillon répondait au souci initial de diversité quant au style musical dominant, à la taille et à la localisation des événements, presque toutes les régions administratives du Québec étant couvertes. Rappelons que l'échantillon des 43 festivals ayant participé à l'étude n'est pas statistiquement représentatif de l'ensemble des festivals de musique du Québec, dont le nombre est supérieur à 43. Les résultats présentés dans cet article ne témoignent donc que de la situation des festivals à l'étude et ne peuvent être généralisés à la population totale des festivals de musique.

Le paysage festivalier québécois selon l'enquête

Cette partie se consacre à la présentation générale des festivals ayant participé à l'enquête québécoise qui, comme dans les autres États participants, a porté principalement sur leur édition 2011. Elle s'attarde tout d'abord aux grandes caractéristiques des organisations faisant l'objet de l'enquête – statut, style musical, région, ancienneté, durée, saison et nombre de spectacles – pour ensuite examiner la question des finances des festivals. Ce premier portrait donne déjà la mesure de la diversité et des contrastes qui caractérisent l'univers des festivals de musique et qui ressortent tout au long de ce texte.

Présentation des organisations enquêtées

Le statut. Les 43 festivals de musique ayant participé à l'enquête sont des organisations à but non lucratif (OBNL). Ce constat n'est pas surprenant, puisque ce statut correspond à une situation courante chez les organisations culturelles québécoises¹². D'ailleurs, certains ministères, sociétés d'État, municipalités et autres institutions publiques en font une condition d'attribution de l'aide financière¹³. C'est le cas des deux principaux responsables du soutien financier à l'échelle du gouvernement du Québec. En effet, selon sa loi constitutive, le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) peut octroyer des aides financières seulement à des organismes « qui ne poursuivent pas le but de réaliser des bénéfices pécuniaires à partager entre leurs membres respectifs » (L.R.Q., 1992 [à jour 1^{er} mai 2014], chap. C-57.02, art. 19). De son côté, bien qu'elle n'ait pas une telle restriction générale dans sa loi, la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) inscrit le statut d'OBNL comme une « condition particulière » d'admissibilité à son programme Aide aux événements nationaux et internationaux visant les festivals¹⁴. Cela n'empêche pas certains organismes d'être rattachés à des entreprises à but lucratif qui, elles, sont alors en mesure de se qualifier pour d'autres modes de financement public (des crédits d'impôt, notamment) ou de prendre en charge certains types d'activités (vente de produits dérivés, captation de spectacles, etc.).

Cette caractéristique n'est pas unique au Québec, mais elle diffère considérablement selon les pays examinés dans le cadre de l'étude FeStudy.

12 Rappelons que nos sources d'échantillonnage reposaient en grande partie sur les données du ministère de la Culture et des Communications, du CALQ, de la SODEC et du ministère du Tourisme du Québec. Il est donc probable que ces sources aient directement influencé la constitution de notre échantillon.

13 Ce n'est pas le cas du ministère du Tourisme du Québec : les entreprises admissibles à son programme Aide financière aux festivals et aux événements touristiques peuvent être à but lucratif ou non (Québec, Gouvernement du Québec, ministère du Tourisme, 2014).

14 Il s'agit du volet 1 du programme Aide à la diffusion en variétés (Québec, Gouvernement du Québec, SODEC, 2014).

La forme juridique des festivals, à laquelle se rattachent souvent des modèles de financement particuliers, serait, en effet, indissociable des aspects culturels et politiques du pays ou de la nation concernés (Négrier, Guérin et Bonet, 2013 : 47). Pour illustrer les contrastes possibles entre les pays, mentionnons seulement l'exemple de l'Espagne, dont les festivals se caractérisent par leur forte dépendance institutionnelle et économique à l'égard des gouvernements locaux et régionaux. Dans ce pays, 28 % des festivals enquêtés sont des organisations publiques, 53 % sont à but non lucratif et 20 % des entreprises privées. Toutefois, dans le cas de ces deux dernières catégories, une bonne partie seraient quand même la propriété directe des institutions publiques locales – une situation somme toute très éloignée de la réalité québécoise (Bonet et Carreno, 2013 : 185-186).

Le genre musical dominant et le territoire.

Une hypothèse centrale de cette étude internationale était que le genre musical constituait une variable clé de différenciation ou de rapprochement des festivals, et ce, plus encore que la variable nationale. Une question détaillée sur ce sujet a donc été posée aux répondants. À la suite des premiers traitements des données, quatre grandes traditions musicales dominantes dans la programmation musicale des répondants ont

été identifiées – soit le classique (de toutes les époques), le Pop/Rock, le Jazz/Blues, le World/Trad (musiques du monde et traditionnelles) –, auxquelles s'est ajouté un cinquième genre, appelé Multi styles (lorsque le style vraiment dominant ne pouvait être identifié). Cette classification, bien qu'imparfaite, respectait la parenté de styles musicaux et permettait de croiser le genre musical avec d'autres variables du questionnaire afin de dégager certaines tendances.

Les résultats montrent que, parmi les 43 festivals québécois à l'étude, ceux de Pop/Rock sont les plus nombreux, suivis de ceux de Jazz/Blues, puis ex æquo de classique et de World/Trad, alors que trois festivals ont été classés Multi styles. Cette déclinaison, qui reflète vraisemblablement leur ordre d'importance au Québec, diffère quelque peu du portrait européen (voir tableau 1). La définition large retenue de la catégorie Pop/Rock pourrait influencer ces résultats, puisqu'elle inclut la chanson, un genre très présent au Québec depuis les années 1960 (Renaud, janvier 2013) et qui n'a pas nécessairement son équivalent ailleurs. Le Festival d'été de Québec, fondé il y a plus de 40 ans, est un exemple, tout comme le Festival de la Chanson de Tadoussac, ou encore Coup de cœur francophone, respectivement créés en 1984 et en 1987.

Tableau 1 Répartition des festivals de musique selon leur genre musical dominant, Québec et Europe, 2011

Genre musical dominant	Québec		Europe ¹	
	n	%	n	%
Classique	7	16	134	39
Jazz/Blues	10	23	43	12
Pop/Rock	16	37	88	25
World/Trad	7	16	65	19
Multi styles	3	7	17	5
Total	43	100	347	100

1- FeStudy sans le Québec

En plus de se différencier selon leur genre musical dominant, les festivals québécois font face à des réalités distinctes selon le type de régions où ils exercent leurs activités, d'où le recours à cette variable pour présenter les résultats. Le tableau 2 répartit les festivals selon la typologie des régions d'appartenance élaborée par Fernand Harvey et Andrée Fortin (1995¹⁵), reprise depuis dans différentes études et analyses.

Sans grande surprise, les régions centrales et leurs périphéries, qui sont aussi les plus peuplées, regroupent 70 % des festivals, dont le tiers est situé dans la métropole. Les régions intermédiaires sont les moins bien représentées parmi nos répondants (seulement trois festivals pour quatre régions incluses dans cette catégorie), ce qui reflète peut-être les difficultés particulières de ces territoires en matière de développement culturel. Bien qu'elles soient dotées d'équipements, l'on

sait que leur proximité géographique avec les villes de Québec, de Montréal et d'Ottawa peut nuire à la visibilité et à l'attractivité de leurs activités et événements culturels¹⁶. À la différence, les régions éloignées sont très bien représentées au sein des répondants avec 10 festivals (23 % de l'ensemble de l'échantillon). Certains festivals, pourtant « loin de tout », ont même réussi à traverser le temps et à se construire une solide réputation à l'échelle nationale et internationale. Pensons seulement au Festival en chanson de Petite-Vallée et au Festi Jazz international de Rimouski, fêtant respectivement leur 33^e édition et leur 29^e édition en 2014. On peut supposer que la présence de plusieurs de ces festivals est liée à la volonté de ces régions et de leur population de s'affirmer et de développer une vie culturelle dynamique dans leur communauté, mais aussi d'attirer des publics et des touristes d'ailleurs au Québec et de l'étranger¹⁷.

Tableau 2 Répartition des festivals de musique selon leur genre musical dominant et le type de régions, Québec, 2011

Genre musical dominant	Type de régions				Total
	Centrales	Périphériques	Intermédiaires	Éloignées	
	n				
Classique	4	2	0	1	7
Jazz/Blues	3	2	2	3	10
Pop/Rock	9	2	0	5	16
World/Trad	4	3	0	0	7
Multi styles	0	1	1	1	3
Ensemble des festivals	20 (47 %)	10 (23 %)	3 (7 %)	10 (23 %)	43 (100 %)

15 Selon cette typologie, les régions centrales englobent les deux grands centres urbains de Montréal et de la capitale nationale (ville de Québec); les régions périphériques sont à proximité de Montréal et de Québec (Montérégie, Laval, Laurentides, Lanaudière, Chaudière-Appalaches); les régions intermédiaires sont situées entre les régions centrales ou périphériques et les régions éloignées (Mauricie, Centre-du-Québec, Outaouais et Estrie); enfin, les régions éloignées se trouvent aux limites est, nord et ouest du Québec (Abitibi-Témiscamingue, Bas-Saint-Laurent, Côte-Nord, Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine, Nord-du-Québec, Saguenay-Lac-Saint-Jean).

16 Cette problématique, qui touche à des degrés variables les régions couvertes par cette catégorie, est évoquée dans les Portraits statistiques régionaux en culture du ministère de la Culture et des Communications, notamment celui sur la Mauricie (Québec, Gouvernement du Québec, MCC, 2011-2012).

17 La région de l'Abitibi-Témiscamingue, par exemple, qui compte plusieurs festivals de musique de renom, mais aussi d'autres événements culturels forts, « a su se doter de mécanismes de mobilisation et de concertation propices à l'entrepreneuriat local, mais aussi au réseautage du milieu culturel » (Gouvernement du Québec, 2011 :14), ce qui semble avoir des retombées probantes.

La réalité territoriale semble influencer sur les tendances musicales les plus fréquentes. Ainsi, si les régions centrales et périphériques présentent souvent de tout, les festivals de World/Trad, quant à eux, du moins ceux de l'enquête, sont plus concentrés à Montréal et dans les régions périphériques, là où la diversité ethnoculturelle de la population est la plus importante. Les quelques festivals de musique classique s'y concentrent aussi. Dans les régions éloignées, on semble miser davantage sur des musiques grand public avec le Pop/Rock et le Jazz/Blues.

L'âge, la durée et la saison des festivals. Les festivals québécois ayant participé à l'enquête ont en moyenne 18 ans d'existence (l'âge médian étant de 14 ans¹⁸) et présentent une assez bonne répartition au chapitre de l'ancienneté (voir tableau 3): 13 festivals (30 %) ont moins de 10 ans, 17 (40 %) se situent dans la tranche d'âge intermédiaire des 10 à 20 ans et 13 (30 %) ont plus de 20 ans, dont quelques-uns dépassant

les 30 ans. Comparativement à l'ensemble des répondants de FeStudy (390 festivals¹⁹), le Québec compte davantage de festivals de moins de 20 ans (30 % par rapport à 24 %) et un peu moins de « vieux » (33 % comparativement à 47 %). La diversité quant à l'ancienneté se trouve d'ailleurs dans toutes les régions du Québec et dans tous les styles musicaux, sauf chez les 7 festivals à dominante World/Trad, dont aucun n'a moins de 10 ans²⁰. L'absence de jeunes organisations dans ce dernier groupe pourrait s'expliquer par les listes utilisées pour constituer notre échantillon, listes portant pour la plupart sur les festivals qui reçoivent des subventions du gouvernement du Québec. Cela dit, la diversité d'âge des festivals répondants peut être vue comme un signe positif: la présence de jeunes festivals indique un certain dynamisme et un renouvellement de ce milieu, alors que la présence de plus anciens suppose aussi une vitalité, un succès d'une année à l'autre et une pérennité des organisations.

Tableau 3 Répartition des festivals de musique selon leur genre musical dominant et le nombre d'éditions tenues, Québec, 2011¹

Genre musical dominant	Moins de 10 éditions	10 à 20 éditions	Plus de 20 éditions	Total
	n			
Classique	2	3	2	7
Jazz/Blues	4	4	2	10
Pop/Rock	5	5	6	16
World/Trad	0	5	2	7
Multi styles	2	0	1	3
Ensemble des festivals	13 (30 %)	17 (40 %)	13 (30 %)	43 (100 %)

1- À partir de l'année de création du festival jusqu'à 2011 inclusivement

18 La valeur médiane correspond à l'observation qui se trouve au point milieu d'une liste de valeurs; cela signifie que 50 % des valeurs sont supérieures à la médiane et 50 % lui sont inférieures.

19 À moins d'indication contraire, les résultats présentés pour FeStudy tout au long de ce texte incluent tous les États participants, dont le Québec.

20 Il faut rappeler que les festivals devaient en être à leur troisième édition au moins en 2011 pour faire partie de l'échantillon. L'étude excluait donc d'emblée les organisations naissantes.

Au Québec, la majorité des festivals durent moins de dix jours (25/43 ou 58 %), dont un bon nombre (16 festivals) ont moins de cinq jours. Plusieurs autres festivals essaient de combiner deux fins de semaine et s'étendent donc sur une dizaine de jours (6/43 ou 14 %). La durée moyenne, comparable à l'ensemble des répondants de FeStudy, est de 10,3 jours. Quelques-uns vont cependant au-delà de deux semaines (6/43 ou 19 %); ce sont souvent des événements qui comportent aussi un volet éducatif ou de formation (classe de maîtres, par exemple).

Le climat québécois influence le moment où se tiennent les événements. Puisque leur popularité repose pour une bonne part sur leur caractère festif et sur la gratuité de scènes extérieures, on remarque une concentration très forte durant les mois de juin à septembre (84 %) (tableau 4). Si cette période de pointe est observable pour l'ensemble des répondants de FeStudy, elle est particulièrement marquée au Québec, comme c'est le cas dans d'autres pays aux longs et rudes hivers, tels que la Finlande (95 %) et la Suède (82 %), comparativement à l'Espagne (61 %) par exemple (Négrier, Guérin et Bonet, 2013 : 85)²¹.

Le nombre de spectacles. L'univers des festivals se caractérise par des contrastes importants quant à la taille des événements, que l'on illustrera de différentes manières tout au long de cet article, mais dont on fait état dans cette partie en examinant le nombre de spectacles offerts. Ainsi, des petits festivals offrant moins de 25 spectacles par édition (16 % des répondants) en côtoient d'autres en proposant au moins une centaine (23 %). En réalité, la palette va de 10 à plus de 600 spectacles. Entre ces deux pôles, se rangent une majorité de festivals (61 %) qui en programment entre 25 et 99. Le nombre moyen quant à lui est de 95, dépassant considérablement la moyenne de l'ensemble des répondants de FeStudy avec 45 spectacles (Négrier, Guérin et Bonet, 2013 : 87). La présence de quelques très petits et très gros festivals influence fortement ce résultat, ce dont témoigne un écart-type²² à 136, pour un nombre médian de spectacles par festival de 50 (comparativement à une médiane de 25 du côté de FeStudy).

Comme l'indique le tableau 5, ce sont chez les festivals de Jazz/Blues et de Pop/Rock que le nombre moyen de spectacles est le plus

Tableau 4 Répartition des festivals de musique selon la période de l'année où ils se tiennent, Québec, 2011

Mois de début du festival	n	%
Juin	10	23
Juillet	15	35
Août	6	14
Septembre	5	12
Octobre à mai	7	16
Total	43	100

21 L'absence d'événement culturel à rayonnement international en hiver est d'ailleurs l'une des raisons ayant conduit les autorités municipales à créer Montréal en lumière, un festival se déroulant en février et dont la première édition a eu lieu en 2000.

22 L'écart-type mesure la dispersion autour de la moyenne.

élevé et que les écarts-types sont particulièrement grands, puisque ce sont là que se trouvent les très gros festivals de notre échantillon. Enfin, sans grande surprise, ce sont les 20 festivals des régions centrales qui obtiennent les nombres moyens de spectacles et les médianes les plus élevés, soit 118 et 64 spectacles en 2011²³. Les festivals des régions périphériques et des régions éloignées ont pour leur part une moyenne respective de 66 et de 34 spectacles (avec des médianes de 50 et de 40).

La situation financière des festivals

Les finances sont l'un des aspects névralgiques de la vie des organisations culturelles et elles témoignent très fortement de la diversité caractérisant l'univers des festivals de musique. Les écarts budgétaires, parfois énormes, comme c'est le cas entre les petits et les quelques très gros festivals, traduisent des réalités contrastées qui ne peuvent que se répercuter sur toutes les facettes de la vie de ces organisations. Cela a d'ailleurs conduit Négrier, Guérin et Bonet (2013 : 57) à parler de différences de « nature », du moins sur cet aspect des finances, entre les très gros festivals et les autres, comme nous le verrons dans cette section.

Tableau 5 Nombre de spectacles présentés par les festivals de musique selon leur genre musical dominant, Québec, 2011

Genre musical dominant	Festivals	Nombre de spectacles		
	n	Moyenne	Écart-type	Médiane
Classique	7	37	17	30
Jazz/Blues	10	114	199	36
Pop/Rock	16	91	84	59
World/Trad	7	59	21	58
Multi styles	3	266	301	127
Ensemble des festivals	43	95	136	50

Tableau 6 Nombre de spectacles présentés par les festivals de musique selon le type de régions, Québec, 2011

Type de régions	Festivals	Nombre de spectacles		
	n	Moyenne	Écart-type	Médiane
Centrales	20	118	150	64
Périphériques	10	66	41	50
Intermédiaires	3	220	339	25
Éloignées	10	39	23	40
Ensemble des festivals	43	95	136	50

23 Un même festival faisant partie à la fois des catégories « Multi styles » et « Régions intermédiaires » a déclaré un très grand nombre de spectacles, ce qui peut expliquer la moyenne très élevée observée dans chacune de ces catégories (respectivement 266 et 220 spectacles).

La taille des revenus. Globalement, les festivals ayant fourni des données sur cette question (39/43 répondants) ont déclaré 83,6 M\$ en revenus pour l'année 2011, toutes sources confondues, pour une moyenne se situant à 2,1 M\$ par festival. Cet aperçu général masque évidemment des disparités considérables entre les festivals, ce qu'indiquent un écart-type à 5,2 M\$ et un revenu médian de 445 702 \$. Cette variabilité ressort également lorsqu'on observe la répartition des festivals selon la taille de leurs revenus: 21 % des répondants (8/39) ont des revenus de plus de 1 M\$, tandis que 26 % (10/39) ne dépassent pas 250 000 \$, les autres se situant entre ces deux extrémités (tableau 7).

Les revenus moyens fluctuent selon le genre musical des festivals (tableau 8), ce qui est sans doute lié à l'étendue très variable de leurs publics et des revenus de commanditaires qu'ils peuvent attirer. Ainsi, les festivals de Jazz/Blues et de Pop/Rock ont les revenus moyens les plus élevés, soit de près de 3 M\$, tandis que ceux de musique classique et de World/Trad recueillent respectivement autour de 1 M\$ et d'un peu plus de 800 000 \$. Dans tous les cas, les écarts-types sont élevés – particulièrement dans le Jazz/Blues et le Pop/Rock où se situent justement les plus gros festivals. Les revenus médians par festival sont beaucoup plus bas que les revenus moyens et ils se rapprochent davantage de la situation de la majorité des festivals. Par exemple, dans le

Tableau 7 Répartition des festivals de musique selon la taille de leurs revenus totaux, Québec, 2011

Revenus totaux	Festivals	
	n	%
Moins de 250 000 \$	10	26
250 000 \$ à 500 000 \$	11	28
500 001 \$ à 1 M\$	10	26
Plus de 1 M\$	8	21
Total	39	100

Nombre de festivals n'ayant pas répondu à la question : 4

Tableau 8 Revenus totaux des festivals de musique selon leur genre musical dominant, Québec, 2011

Genre musical dominant	Festivals	Revenus totaux		
	n	Médiane \$	Moyenne \$	Écart-type \$
Classique	6	570 917	1 008 387	1 329 530
Jazz/Blues	9	198 500	2 992 870	8 240 090
Pop/ Rock	14	609 935	2 890 571	5 653 962
World/Trad	7	438 171	801 333	678 827
Multi styles	33	735 584	1 516 228	1 528 413
Ensemble des festivals	39	445 702	2 143 901	5 157 698

Jazz/Blues, la moitié des répondants ont un revenu n'atteignant pas les 200 000 \$, soit la médiane la plus basse parmi les genres musicaux.

Des écarts importants sont observables également selon le territoire. Ainsi, dans les régions éloignées, les festivals disposent en moyenne de 449 638 \$, comparativement à 3,6 M\$ dans les régions centrales, à 1,4 M\$ dans les régions périphériques, puis loin derrière à 271 262 \$ dans les régions intermédiaires²⁴. Les écarts-types sont particulièrement élevés dans les régions centrales, ce qui traduit une fois de plus de grandes disparités sur ces territoires : on y trouve, surtout à Montréal, un grand nombre de petits festivals, certains de taille moyenne et quelques mégafestivals. Ici aussi, les médianes sont nécessaires pour avoir une meilleure idée de la situation financière des festivals dans chacun des types de régions. À la différence, de tels contrastes ne semblent pas exister dans les régions éloignées.

Les sources de revenus. Les festivals recourent à plusieurs sources de revenus pour financer leurs activités et assurer leur développement. Le portrait que l'on peut dégager de la situation se présente différemment selon la façon de traiter les données, ce qui nous conduit à considérer plusieurs angles pour un meilleur éclairage.

Tout d'abord, si l'on additionne l'ensemble des revenus des festivals de l'échantillon (soit 83,6 M\$ pour les 39 répondants réunis), on constate que ce sont les commandites et le mécénat²⁵ qui génèrent la plus grande part des sommes recueillies (27 M\$ ou 33 %), devant la billetterie (22,6 M\$ ou 27 %); les subventions n'arrivent qu'en troisième place (20,4 M\$ ou 24 %, tous paliers de gouvernement confondus), suivies par les « autres revenus », soit ceux venant de la publicité, d'associations d'amis des festivals, de dons de membres, de la vente de biens et de services, de contributions reçues sous forme de services, de droits de diffusion, d'intérêts, etc.,

Tableau 9 Revenus totaux des festivals de musique selon le type de régions, Québec, 2011

Type de régions	Festivals	Revenus totaux		
	n	Médiane \$	Moyenne \$	Écart-type \$
Centrales	19	627 000	3 611 335	7 119 302
Périphériques	7	438 171	1 383 803	1 493 151
Intermédiaires	3	198 000	271 262	236 561
Éloignées	10	424 256	449 638	312 212
Ensemble des festivals	39	445 702	2 143 901	5 157 698

Nombre de festivals n'ayant pas répondu à la question : 4

24 Rappelons que les régions intermédiaires ne sont représentées que par trois répondants, ce qui rend l'interprétation de cette donnée difficile.

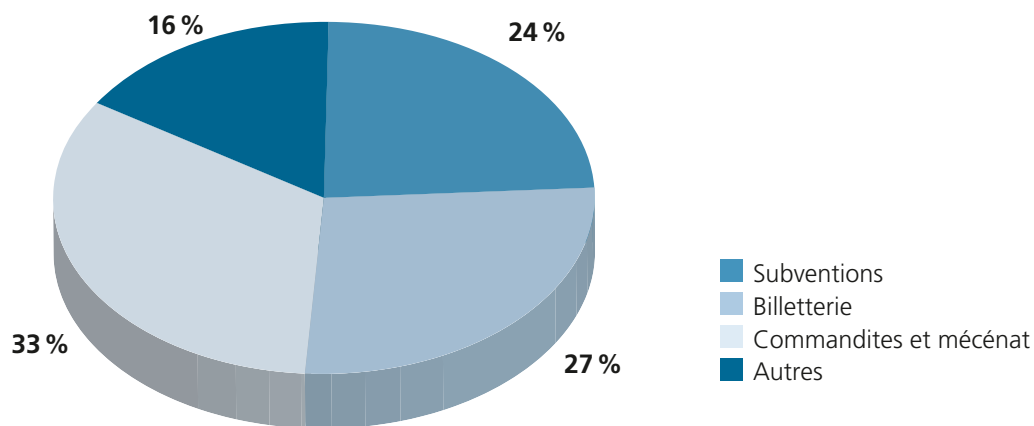
25 Dans le questionnaire d'enquête, les commandites et le mécénat étaient combinés. Cependant, comme l'a confirmé le rapport du Groupe de travail sur la philanthropie culturelle (Québec, Gouvernement du Québec, 2013 : V), le mécénat culturel est relativement faible au Québec, celui-ci accusant des retards par rapport au reste du Canada et de l'Amérique du Nord. Les sommes indiquées par les festivals dans cette catégorie peuvent donc certainement être attribuées en très grande partie aux commandites et non au mécénat.

lesquels constituent finalement des revenus non négligeables (2,1 M\$ ou 16 %) (figure 1). Cette hiérarchie correspond à celle dégagée par une étude de FEQ portant sur l'année financière 2012, avec des pourcentages très proches de ceux-ci (2014: 8)²⁶.

C'est le cas aussi de la part respective des différents paliers de gouvernement d'où proviennent les subventions reçues en 2011. Celles du gouvernement du Québec occupent la plus grande portion (45 %), suivies de celles du gouvernement fédéral (30 %) et, enfin, de celles venant des paliers local (21 %) et régional (4 %). Les répondants tirent leurs subventions d'au moins deux paliers, mais le plus souvent de trois (19/38 festivals) ou même des quatre paliers (15/38 festivals)²⁷.

Un regard sur les pourcentages moyens de revenus venant de chacune des quatre catégories de sources donne une autre image de leur importance relative (voir tableau 10). En effet, les subventions représentent en moyenne 40 % des revenus d'un festival, arrivant ainsi en première place, suivies par les commandites/mécénat avec une moyenne de 27 % et en troisième lieu par la billetterie avec 15 % (tableau 10). Soulignons qu'il s'agit de moyennes et que la part de chaque source dans les revenus totaux varie considérablement d'un festival à l'autre. Ainsi, comme on pouvait s'y attendre, on observe que les subventions occupent une part plus importante des revenus pour les festivals à plus petit budget que pour ceux à gros budget, les pourcentages passant de 47 % à 27 % (tableau 11). La situation est inversée lorsqu'il s'agit des commandites, dont la part moyenne va respectivement de 24 % à 36 %.

Figure 1 Répartition des revenus totaux (83,6 M\$) de 39 festivals de musique, Québec, 2011



Nombre de festivals n'ayant pas répondu à la question : 4

26 Rappelons que cette association ne regroupe pas que des festivals de musique, ni même que des événements culturels. L'étude s'adressait à l'ensemble de ses membres.

27 En tout, 38 festivals sur 43 ont fourni l'information détaillée sur les différents paliers de qui ils obtenaient leurs subventions en 2011.

Tableau 10 Parts des revenus d'un festival de musique selon la source, Québec, 2011

Catégorie de source	Part moyenne	Part médiane
	%	%
Billetterie	15	13
Subventions ¹	40	39
Commandites/mécénat	27	25
Autres recettes	18	15
Total des revenus	100	...

Nombre de festivals n'ayant pas répondu à la question : 5

1- Les montants venant d'organisations internationales ou de gouvernements étrangers (en moyenne 1 % des recettes) sont exclus des subventions et intégrés dans la catégorie « Autres recettes ». Dans FeStudy, cette catégorie de recettes a été incluse dans les subventions.

Tableau 11 Parts des subventions et des commandites reçues selon la taille des revenus des festivals de musique, Québec, 2011

Taille des revenus	Festivals	Part moyenne des subventions	Part moyenne des commandites
	n	%	%
200 000 \$ ou moins	9	47	24
200 001 \$ à 500 000 \$	12	49	19
500 001 \$ à 1 M \$	9	35	31
Plus de 1 M \$	8	27	36
Total	38	40	27

Nombre de festivals n'ayant pas répondu à la question : 5

Il est utile de signaler quelques différences avec les résultats de FeStudy quant à la ventilation des sources de revenus. La place que prend en moyenne la billetterie y est moindre chez les répondants québécois (15 %) que chez l'ensemble des répondants de FeStudy (26 %) (Négrier, Guérin et Bonet, 2013 : 63). À l'opposé, les commandites/mécénat y sont passablement plus importants en moyenne au Québec (27 % comparativement à 14 % pour FeStudy). On peut penser que la relative faiblesse de la billetterie au Québec, liée peut-être à la gratuité de bon nombre de spectacles, explique en partie la part

plus importante des commandites dans le montage financier des festivals.

En outre, l'importance relative des sources de revenus connaît des variations selon le genre de musique (tableau 12). Par exemple, la part moyenne des revenus venant des commandites est la plus forte du côté des festivals de World/Trad (33 %), alors que chez ceux de musique classique cette source arrive en dernier (19 %). En contrepartie, les premiers comptent moins sur la billetterie ou sur les subventions que les seconds. L'aide publique constitue

d'ailleurs la première source de revenus pour les festivals de musique classique (49 %), suivis de près par les festivals Jazz/Blues (46 %), soit les pourcentages moyens les plus élevés parmi les genres musicaux. Ces variations traduisent les équilibres que réussissent à trouver les festivals des différentes catégories musicales entre la vente de billets, le recours aux subventions et la capacité d'attirer des commanditaires, ceci selon leurs réalités propres. Ainsi, les festivals à plus large public peuvent souvent attirer plus de commanditaires et ainsi se permettre d'offrir davantage de spectacles gratuits. À l'inverse, les festivals à plus petites audiences, par exemple ceux de musique classique et de jazz, souvent perçus plus élitistes et ou plus érudits, doivent compter davantage sur les subventions.

Des variations sont également observables selon le type de régions (tableau 13). Ainsi, les subventions représentent une part plus grande en moyenne des revenus dans les régions éloignées (45 %) comparativement aux autres régions (de 35 à 40 %), tandis que la billetterie constitue la portion la plus importante dans les régions centrales (18 %) et la plus petite dans les régions périphériques (9 %). Les commandites/mécénat comptent pour 36 % en moyenne des revenus dans les régions périphériques, comparativement à 27 % dans les régions centrales et à 21 % dans les régions éloignées et intermédiaires. Les contrastes entre les régions centrales et éloignées quant aux parts respectives des différentes sources sont certainement liés en partie à la densité de la population et au potentiel touristique, et peut-être aussi à la notoriété de certains gros festivals dans les régions centrales.

Tableau 12 Parts moyennes des revenus d'un festival de musique selon la source de revenus et selon le genre musical dominant du festival, Québec, 2011

Genre musical dominant	Sources de revenus					
	Festivals	Billetterie	Subventions ¹	Commandites/mécénat	Autres sources ²	Total
	n	Parts moyennes (%)				
Classique	7	18	49	19	14	100
Jazz/Blues	10	12	46	26	16	100
Pop/Rock	16	18	37	24	21	100
World/Trad	7	11	38	33	18	100
Multi styles	3	15	26	41	19	100
Ensemble des festivals	43	15	40	27	18	100

1- Les subventions provenant d'organisations gouvernementales internationales ou de gouvernements étrangers (1 %) ont été envoyées dans la catégorie « Autres sources ».

2- La catégorie « Autres sources » correspond à la somme de « Autres revenus autonomes » (publicité, etc.) (10 %) et de « Autres revenus » (dons, fondations, revenus d'intérêts, ventes de biens et services, revenus d'intérêts, etc.) (8 %).

Tableau 13 Parts moyennes des revenus d'un festival de musique selon la source de revenus et selon le type de régions, Québec, 2011

Type de régions	Festivals	Sources de revenus				Total
		Subventions	Billetterie	Commandites/ mécénat	Autres sources	
	n	Parts moyennes (%)				
Centrales	20	40	18	27	15	100
Intermédiaires	3	35	14	21	30	100
Périphériques	10	35	9	36	20	100
Éloignées	10	45	15	21	19	100
Ensemble des festivals	43	40	15	27	18	100

Les dépenses des festivals. La taille des dépenses totales des festivals suit évidemment les tendances reflétées par les revenus et elle présente elle aussi des écarts très importants entre les festivals. Atteignant 87 M\$ en 2011, les dépenses des 43 festivals sont en moyenne de 2 M\$, alors que la médiane est à 500 000 \$ et l'écart-type à 4,8 M\$. Parmi l'ensemble des répondants de FeStudy, la situation particulière du Québec à cet égard mérite d'être soulignée : le budget moyen y est le plus élevé, mais avec une moyenne de plus de quatre fois la médiane. Le gigantisme de deux festivals québécois, qui ont pu être comparés à seulement deux autres festivals de l'échantillon européen et qualifiés tout comme eux de « hors norme budgétaire » (Négrier, Guérin et Bonet, 2013 : 160-162), joue fortement dans ces résultats.

L'examen de la structure des dépenses nous en apprend davantage sur les réalités organisationnelles des festivals et sur les liens qu'elle peut avoir avec certaines variables. Le tableau 14 fait état de la part moyenne des dépenses allant aux différents postes budgétaires, ceux-ci ayant été divisés en six grandes catégories. Ainsi, les dépenses consacrées aux frais artistiques et aux honoraires arrivent clairement en tête avec une moyenne de 31 % du budget des festivals.

Ce poste est suivi par les dépenses en communication et en administration, qui représentent en moyenne, dans les deux cas, 21 % du budget, et enfin par les frais techniques, avec 18 %. Il est difficile de dire si ces résultats confirment ou pas l'une des idées courantes selon laquelle les dépenses en communication des festivals seraient particulièrement importantes en raison de leur durée limitée et des efforts de visibilité qui pourraient en découler. Cependant, à la différence des répondants de FeStudy chez qui ce poste budgétaire arrive en dernière position, il se place au deuxième rang au Québec (mais très près des suivants).

On remarque par ailleurs que des variations notables sont observables entre les familles musicales quant à l'importance de certains frais. Ce constat n'est guère étonnant étant donné les exigences de production et de logistique propres à chacune d'elles. Par exemple, les festivals de musique classique sont ceux qui consacrent la part la plus grande aux frais artistiques et aux honoraires (40 %) et la moindre aux frais techniques (11 %), comparativement aux festivals de Pop/Rock et de Jazz/Blues qui sont dans une situation inverse avec des frais artistiques moindres (respectivement 28 % et 34 %) et des frais techniques plus élevés (autour

de 20 % en moyenne dans les deux cas). À noter également que ce sont les festivals de Pop/Rock qui réservent la plus grande portion de leur budget aux frais de communication (30 %), ceux-ci dépassant d'ailleurs la part allant aux frais artistiques et aux honoraires. D'autres différences sont observables mais plus difficiles à interpréter avec les seules données de l'enquête. Si l'on ne peut expliquer ces variations, évoquons, à l'instar de Négrier, Guérin et Bonet (2013 : 59-61), certains facteurs pouvant influencer les dépenses, comme l'ancienneté du festival et le coût des salaires en découlant, le fait d'avoir ou non des activités tout au long de l'année, le type de contraintes techniques ou artistiques, la présence de scènes extérieures ou non, etc.

La hiérarchie entre les catégories de dépenses suit à peu près les mêmes tendances d'une région à l'autre, en particulier en ce qui a trait à la place prépondérante des frais artistiques.

Les enjeux et le projet artistique des festivals

L'effervescence que connaît le secteur des festivals et événements culturels depuis les années 1980, avec les attentes des pouvoirs publics qui y sont associées en termes de retombées touristiques, économiques, culturelles, incite à s'intéresser aux enjeux et aux priorités qui retiennent l'attention des organisateurs de festivals. La recherche de financement, alors que le nombre de «joueurs» croît sans cesse et que le soutien public, quant à lui, se fait limité, est l'un de ces enjeux indéniables; s'y ajoute l'obligation de répondre à des exigences ou des critères très divers venant des organismes publics de financement, des commanditaires ou des autres bailleurs de fonds. Comment les festivals réussissent-ils à concilier ces attentes avec leurs propres objectifs ou missions? La forte concurrence dans leur domaine pèse-t-elle sur leur projet artistique? Si l'enquête ne permet pas directement de répondre à ces questions, quelques données portant sur la perception qu'ont les festivals de leurs réalités nous mettent sur la piste de défis auxquels ils font face.

Tableau 14 Parts moyennes des dépenses d'un festival de musique selon la catégorie de dépenses et selon le genre musical dominant du festival, Québec, 2011

Genre musical dominant	Festivals	Catégorie de dépenses					Total
		Artistiques et honoraires	Mission et réception	Techniques	Communication	Administration	
	n	Parts moyennes (%)					
Classique	7	40	8	11	20	22	100
Jazz/Blues	10	34	9	20	23	16	100
Pop/Rock	16	28	9	20	30	21	100
World/Trad	7	24	15	15	24	18	100
Multi styles	3	40	7	20	17	19	100
Ensemble des festivals	43	31	10	18	21	21	100

Les enjeux majeurs. Pour cerner les enjeux auxquels sont confrontés les festivals, le questionnaire demandait d'en classer six, par ordre d'importance. L'obtention de financement public et le nombre de partenaires privés (certes lié à la question du financement, mais pas seulement) ressortent clairement comme les principaux enjeux pour bon nombre de festivals (tableau 15), alors que le développement des publics arrive loin derrière et que la concurrence entre les offres culturelles n'est pas perçue comme un enjeu majeur pour la quasi-totalité des festivals. C'est donc la question de trouver plus de financement et de générer des ouvertures du côté des partenaires privés, dans le contexte d'une stagnation appréhendée ou vécue des fonds publics, qui est vue comme névralgique par les festivals.

Les objectifs prioritaires. L'enquête a permis d'aborder un autre élément important lié aux perceptions des répondants, soit celui des objectifs auxquels les festivals accordent le plus de valeur sur une liste initiale de 17 propositions. C'est le soutien aux artistes émergents, suivi

de la découverte de nouveaux répertoires et œuvres qui sont arrivés en tête des mentions, soit des objectifs de nature artistique, comme c'est également le cas chez les répondants européens. Des objectifs liés à la question du territoire viennent ensuite, soit le soutien à la production locale, ex æquo avec le développement de l'attractivité touristique (tableau 16). On observe d'ailleurs une différence notable avec la compilation issue de FeStudy quant à la valeur accordée à l'objectif de « soutenir la production locale », qui se trouve au troisième rang chez les Québécois, alors que les répondants européens privilégient plutôt de « rendre la culture plus accessible » – un objectif que l'on peut qualifier de « culturel ». Au Québec, cette catégorie d'objectifs dits culturels²⁸ se situe au dernier rang des mentions.

Les objectifs artistiques arrivent en tête quel que soit le genre musical dominant, sauf chez les festivals Multi styles qui, rappelons-le, ne comptent que trois répondants. Ils sont également prioritaires quel que soit le type de régions, sauf pour les festivals en régions périphériques qui

Tableau 15 Classement des principaux enjeux selon le nombre de mentions par les festivals de musique (n=43), Québec, 2011

Enjeux	Total des mentions	Mentions en tant que 1 ^{er} enjeu	Mentions en tant que 2 ^e enjeu
	n	n	n
Plus de financement public	36	21	15
Plus de partenaires privés	33	13	20
Plus de publics	11	5	6
Publics plus variés	4	2	2
Moins de coûts des spectacles/concerts	1	1	0
Moins de concurrence entre les offres culturelles	1	1	0

28

Elle comprenait aussi ces propositions : « encourager le dialogue interculturel », « stimuler les échanges entre professionnels et amateurs », « encourager l'éducation du public » et « donner l'occasion de se distraire ».

Tableau 16 Classement des objectifs auxquels les festivals de musique accordent le plus de valeur en fonction du nombre de mentions, Québec et Europe, 2011

	Rang au Québec	Rang en Europe ¹
Soutenir des artistes émergents	1 ^{er}	1 ^{er}
Découvrir de nouveaux répertoires et œuvres	2 ^e	2 ^e
Soutenir la production locale	3 ^e	8 ^e
Développer l'attractivité touristique	3 ^e 2	11 ^e 3
Rendre la culture plus accessible	4 ^e	3 ^e

1- Europe : Répondants de FeStudy sans le Québec.

2- « Soutenir la production locale » et « Développer l'attractivité touristique » sont ex æquo au Québec.

3- Ex æquo avec « Encourager et renforcer le dialogue interculturel » qui, au Québec, se trouve au 6^e rang.

accordent plus d'importance aux objectifs territoriaux, en particulier celui de développer l'attractivité touristique. On peut comprendre que, situées près des grands centres, ces régions puissent considérer l'attractivité de l'offre en matière de culture et de divertissement venant de la métropole ou de la capitale comme un enjeu et vouloir déployer des efforts particuliers pour se tailler une place à côté d'elles. Les régions éloignées, dont on aurait pu s'attendre à ce qu'elles mettent aussi en tête de liste la préoccupation territoriale, accordent tout de même la faveur aux objectifs artistiques, en particulier celui de soutenir les artistes émergents. Cela dit, les objectifs territoriaux suivent de près et concernent d'abord le développement de la région.

Ces résultats tendent à renforcer l'hypothèse de Négrier, Guérin et Bonet (2013 : 72) selon laquelle les festivals, malgré la forte concurrence à laquelle ils font face, maintiennent le cap sur leur ambition et leur projet artistiques, mais au prix sans doute de beaucoup d'efforts d'innovation et de renouvellement afin de se démarquer.

Les sources d'influence et la diversité de la programmation.

La programmation musicale constitue l'une des clés du succès d'un festival. Son élaboration est un travail certainement complexe, qui s'appuie sur la considération de plusieurs éléments : l'actualité musicale, la signature voulue par le festival, la disponibilité des artistes, les contacts et réseaux, les questions budgétaires, etc. L'enquête a voulu en creuser un aspect, soit les sources d'inspiration privilégiées au moment de choisir la programmation. Pour les organisateurs de festivals, l'observation de l'actualité musicale ressort comme le moyen le plus fréquemment mentionné pour s'inspirer; arrivent ensuite l'accueil de propositions venant de groupes artistiques et, un peu plus loin derrière, les discussions avec d'autres professionnels.

La grande diversité de cette programmation, du moins quant aux styles musicaux, est sans doute plus éclairante sur la réalité des festivals québécois. Évoquée dans la section précédente, elle peut être illustrée davantage ici en considérant les réponses détaillées à la question portant sur les genres musicaux dominants et secondaires présents dans la programmation de 2011. En

Tableau 17 Classement des sources d'inspiration principales des festivals de musique pour décider de la programmation, selon le nombre de mentions¹, Québec, 2011

Sources d'inspiration	Mentions
Observation de l'actualité musicale	22
Accueil de propositions venant de groupes artistiques	20
Discussion avec d'autres professionnels	15
Collaborations ou contacts antérieurs	11
Information par l'intermédiaire des agents de distribution	10
Participation à des spectacles dans l'année	9

1- Jusqu'à trois mentions possibles par festival

effet, nos données indiquent qu'une majorité de festivals (26 ou 60 %) programment de quatre à six genres musicaux (dominants et secondaires confondus), alors que trois festivals seulement (7 %) n'en présentent qu'un.

La place des musiques du monde est un autre élément à noter, puisqu'elles sont mentionnées par le plus grand nombre de festivals en tant que genre secondaire (13 festivals ou 30 %) et arrivent en troisième place parmi les styles dominants, ex æquo avec les musiques traditionnelles et folk (11 festivals ou 26 %) (tableau 18). Ce portrait reflète vraisemblablement la présence grandissante de ce style sur la scène culturelle québécoise, surtout montréalaise²⁹.

Enfin, à cette diversité musicale s'ajoute la pluridisciplinarité de plusieurs festivals qui, rappelons-le, devaient pourtant être à dominante musicale pour pouvoir être visés par l'enquête. En effet, la grande majorité des festivals (79 %) présentent des activités dans d'autres disciplines, qu'il s'agisse de la danse, des arts visuels ou du cinéma et de l'audiovisuel, une tendance plus

forte que chez l'ensemble des répondants de FeStudy. La plupart des festivals intègrent une ou deux disciplines supplémentaires. C'est la danse qui est mentionnée le plus souvent (16 festivals), suivie des arts visuels (14 festivals) puis de l'audiovisuel et du cinéma (13 festivals) et enfin du théâtre (5 festivals). On peut faire l'hypothèse que la multidisciplinarité est une tendance croissante au sein des festivals, comme dans d'autres événements culturels.

La coopération artistique et territoriale. L'obligation d'ouverture sur le monde constitue certainement un trait incontournable de la réalité des organisateurs des festivals et elle se manifeste de multiples façons, notamment dans les relations avec les autres pays (médias, artistes, publics étrangers) et dans les collaborations dans lesquelles s'engagent régulièrement les festivals, à des fins diverses et avec différentes catégories d'acteurs.

Les résultats de l'enquête confortent cette idée, puisqu'ils révèlent que la grande majorité des répondants (33 festivals sur 43 ou 77 %)

29 Comme le souligne Philippe Renaud (Janvier 2013 : 13), cette « grande soupe de références musicales », que l'on appelle le « World » ou les musiques du monde, est bien représentée au Québec et particulièrement à Montréal depuis les années 1980.

Tableau 18 Nombre de festivals de musique selon les genres musicaux¹ dominants et secondaires présents dans leur programmation, Québec, 2011

Type de régions	Festivals où ce genre est dominant		Festivals où ce genre est secondaire	
	n	%	n	%
Pop, rock	16	37	6	14
Jazz, blues	14	33	5	12
Musiques traditionnelles, folk	11	26	7	16
Musiques du monde (« World »)	11	26	13	30
Autres	9	21	7	16
Classique (18 ^e siècle à 1950)	6	14	5	12
Baroque	5	12	1	2
Rap, hip-hop	4	9	9	21
Musique contemporaine	3	7	6	14
Techno, électro	3	7	9	21
Métal, hardcore	2	5	4	9
Musique médiévale et renaissance	1	2	4	9
Lyrique	1	2	4	9
Reggae, ska	1	2	4	9

1- Les répondants pouvaient cocher jusqu'à trois genres musicaux dans chacune des catégories « dominants » et « secondaires ».

affirment avoir eu des activités de coopération avec d'autres festivals entre 2008 et 2011. Cette pratique s'avère plus répandue que du côté des répondants de FeStudy (56 %) et elle est considérée comme étant en augmentation par 61 % des festivals québécois enquêtés (tableau 19). Les

coopérations mentionnées sont le plus souvent avec des festivals canadiens (78 % des mentions), mais aussi parfois avec l'Europe (14 %) – surtout la France – et, malgré la proximité géographique, plus rarement avec les États-Unis (6 %).

Tableau 19 Répartition des festivals de musique selon leur perception de l'évolution de la coopération entre festivals entre 2008 et 2011

	n	%
Est en augmentation	26	61
Est en baisse	1	2
Il n'y a pas de réel changement	16	37
Total	43	100

Les actions de coopération menées entre les festivals peuvent concerner différents objets. Six ont été proposés dans le questionnaire. Parmi ceux-ci, la coproduction d'une œuvre et le partage d'informations stratégiques ont été les plus souvent mentionnés comme motifs du partenariat, suivis de près par le partage des coûts de diffusion, puis de plus loin par la définition d'une stratégie commune, le partage de ressources humaines et le partage de ressources techniques (figure 2). Cette hiérarchie correspond à celle qui ressort de FeStudy (Négrier, Guérin et Bonet, 2013 : 115).

Les festivals entretiennent aussi des liens avec d'autres catégories d'organismes, souvent au sein de leur territoire, et ce, que ce soit durant la tenue de l'événement ou à d'autres moments de l'année. Ces collaborations peuvent avoir différents objets: partage de locaux, organisation d'activités ou autres. Elles se font le plus fréquemment avec d'autres organismes culturels (autour de 62 % des festivals), ce qui témoigne d'affinités naturelles. Mais on observe aussi qu'une proportion non négligeable de festivals ont des pratiques de coopération avec les secteurs éducatif et social (respectivement 43 % et 36 %).

Figure 2 Nombre de festivals de musique ayant mentionné au moins une coopération dans ces domaines, Québec, 2011

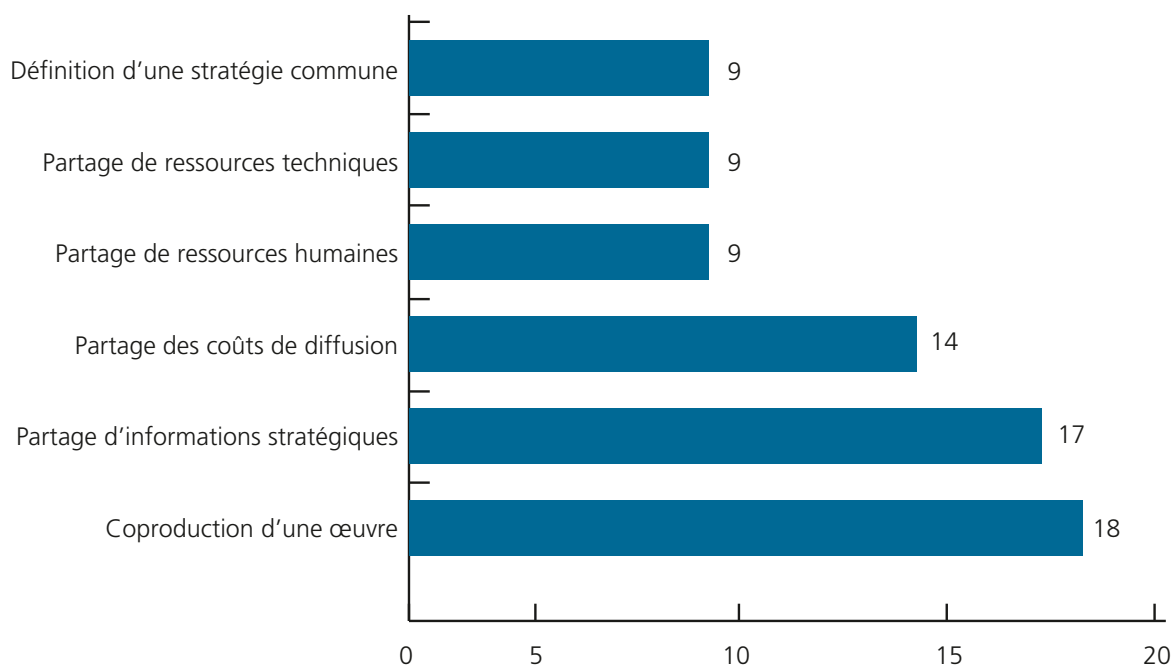


Tableau 20 Nombre de festivals de musique qui organisent une activité, partagent des ressources ou coopèrent avec d'autres organismes, selon le type d'acteurs concernés, Québec, 2011

Types d'acteurs	n	%
... avec un lieu de spectacle permanent	26	62
... avec une institution ou un organisme culturel	26	62
... avec un organisme éducatif (scolaire ou universitaire)	18	43
... avec un lieu d'enseignement musical	16	38
... avec un organisme du secteur social, de la santé, etc.	15	36
... avec d'autres types d'acteurs	10	24

Nombre de festivals n'ayant pas répondu à la question : 1

La fréquentation des festivals et les stratégies de communication

La fréquentation des festivals

Les publics et la question de la fréquentation sont cruciaux pour la réussite et le développement d'un festival. Sa popularité croissante au fil du temps est très souvent liée à la capacité de l'organisation à se renouveler, à proposer d'une édition à une autre une programmation toujours plus attrayante, mais aussi et surtout à y attirer de nouveaux festivaliers grâce, notamment, à des tarifs et à des prix d'entrée perçus par les publics comme abordables et concurrentiels.

Les effets de la crise financière. L'une des préoccupations de cette étude était de savoir si la popularité des festivals avait fluctué au cours des dernières années, en particulier depuis la crise financière de 2008. Cette dernière a-t-elle eu des effets sur les activités festivalières et surtout sur les loisirs festivaliers des publics? Voilà une question d'intérêt, pour ne pas dire centrale pour nombre d'équipes nationales européennes. Pour l'équipe québécoise de recherche, elle semblait cependant moins cruciale de prime abord. Diverses raisons peuvent expliquer cette

perception. Rappelons seulement que, à la fin des années 2000, Montréal s'impose de plus en plus comme métropole culturelle en réaffirmant ce rôle grâce au Quartier des spectacles, créé en 2007. De son côté, Québec, la capitale nationale, est particulièrement choyée par l'ensemble des Québécois et par un nombre record de touristes étrangers à l'occasion des fêtes du 400^e anniversaire de sa fondation. Cette année 2008 est donc exceptionnelle en événements culturels innovateurs et en activités festives de toutes sortes.

Les données de l'enquête montrent effectivement que les festivals québécois semblent plutôt bien s'en sortir. Soulignons d'abord qu'un seul des 36 répondants québécois ayant fourni des données à la fois pour les éditions de 2008 et de 2011 mentionne avoir constaté une diminution de son nombre de spectateurs au cours de cette période. Puis, comme l'indique le tableau 21, alors que 75 % des festivals se situaient dans les catégories de 6 000 à 79 999 spectateurs en 2008, ils ne sont plus que 59 % en 2011. Parallèlement, et signe d'une croissance appréciable, 30 % des 43 festivals répondants se trouvent dans la catégorie des 80 000 spectateurs et plus en 2011, comparativement à 19 % quatre ans plus tôt (et ce, pour les 36 festivals répondants). Quant à l'accroissement

Tableau 21 Répartition des festivals de musique selon le nombre de spectateurs en 2008 et en 2011, Québec et Europe

Nombre de spectateurs	Québec		Europe (n=347) ¹	
	2008	2011	2008	2011
	n	%	n	%
Moins de 3 000	-	-	21	16 ↓
3 000 - 5 999	6	12 ↑	25	22 ↓
6 000 - 19 999	42	33 ↓	22	25 ↑
20 000 - 79 999	33	26 ↓	24	26 ↑
80 000 et plus	19	30 ↑	8	10 ↑
Total (%)	100	100	100	100
Nombre de festivals n'ayant pas répondu à la question	7 (n=36)	0 (n=43)

1- Source: FeStudy sans le Québec

Tableau 22 Nombre de spectateurs des 43 festivals de musique, Québec, 2011

Assistance moyenne n	Écart-type	Assistance...		
		... la plus petite	... la plus élevée	... totale
128 224	340 744	3 000	1 867 135	5 513 646

de 6 à 12 % des festivals à petites audiences (3 000 à 5 999 spectateurs) entre 2008 et 2011, il pourrait simplement être dû, par exemple, à l'apparition de nouvelles organisations festivalières. Au regard des données européennes présentées dans le tableau, mais aussi des analyses de Négrier, Guérin et Bonet (2013 : 102), les festivals de musique du Québec ne semblent donc pas avoir vécu les effets de la crise financière de 2008, comparativement à ceux de bien des pays européens.

L'assistance aux spectacles. Attardons-nous maintenant à la fréquentation des festivals et à leurs publics pour l'édition de 2011, et aux liens entre ceux-ci et le style musical principal, les groupes d'âge dominants des festivaliers et l'origine géographique de ces derniers. En 2011, les 43 répondants estiment avoir attiré un peu

plus de 5,5 millions de spectateurs (ou entrées / visites), ce qui représente une moyenne de 128 000 spectateurs par événement (tableau 22). Cependant, la fréquentation varie beaucoup d'un festival à l'autre, puisqu'elle oscille entre 3 000 et près de 1,9 million de spectateurs. La présence de quelques très gros festivals influence fortement ce résultat, ce dont témoigne un écart-type de 340 744 spectateurs.

En fait, comme le démontre le tableau 23, près de la moitié des festivals ayant participé à l'enquête (20/43) ont une audience totale de moins de 20 000 spectateurs ou entrées en 2011. En croisant certaines données, on constate que ces plus petits festivals – dont 9 sont de Pop/Rock – sont généralement de « jeunes » festivals de musique, c'est-à-dire de création plutôt récente, ou des festivals situés surtout hors

Tableau 23 Répartition des festivals de musique selon le genre musical dominant et selon le nombre de spectateurs, Québec, 2011

Genre musical dominant	Nombre de spectateurs				Ensemble des festivals
	3 000 à 5 999	6 000 à 19 999	20 000 à 79 999	Plus de 80 000	
	Nombre de festivals (n)				
Classique	2	1	4	0	7
Jazz/Blues	3	1	4	2	10
Pop/Rock	3	6	0	7	16
World/Trad	0	4	0	3	7
Multi styles	0	0	1	2	3
Total	8	12	9	14	43

des grands centres. Quant aux festivals à plus fortes audiences, 9 comptent de 20 000 à 79 999 spectateurs et sont surtout concentrés dans la musique classique et le Jazz/Blues, alors que 14 autres se situent dans la catégorie des « gros festivals » (80 000 à 200 000 spectateurs), voire des « très gros festivals » (plus de 800 000 spectateurs). Surtout concentrés dans le Pop/Rock, ces gros festivals se tiennent, pour la très grande majorité, à Montréal et à Québec ou à proximité.

L'âge et l'origine des spectateurs. Les publics des festivals s'avèrent relativement âgés, puisque 25 des 43 festivals situent leur âge dominant à 41 ans et plus³⁰, alors que 4 festivals seulement, dont 3 de Pop/Rock, mentionnent que les 18-25 ans constituent leur principal public³¹. Ces résultats vont d'ailleurs dans le sens des tendances révélées plus généralement par les enquêtes sur les pratiques culturelles, soit celle du vieillissement des publics du spectacle et celle des publics plus jeunes aux spectacles de musique rock – avec un âge moyen de 38,7 ans en 2009 – qu'aux

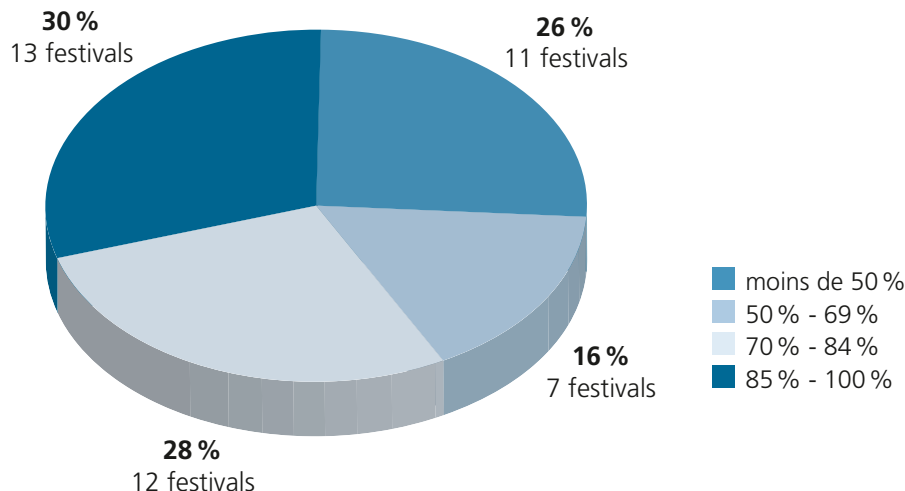
spectacles des autres genres musicaux, le jazz et le blues arrivant en deuxième place (45,4 ans) (Québec, Gouvernement du Québec, MCCCCF, Avril 2011 : 14).

Un regard sur l'origine géographique des spectateurs permet, quant à lui, de voir si les festivals ont un caractère plus local ou plus touristique, par exemple, et si ceci peut avoir un lien avec le genre musical ou encore le lieu où se déroulent leurs activités. De nos jours, on connaît le caractère exceptionnel de certains spectacles à grand déploiement et les répercussions de tels événements sur l'attractivité des publics. Mais il y a aussi, dans presque toutes les régions du Québec, ces festivals de musique qui mettent d'abord et surtout à la disposition de leurs publics « de proximité » les prestations des artistes et des groupes locaux et régionaux. Avec le temps et à mesure qu'ils acquièrent une notoriété, ces festivals réussissent-ils à attirer des adeptes d'autres régions du Québec, du Canada et de l'étranger ?

30 De fait, c'est le lot de la très grande majorité des festivals de musique classique (6 des 7 festivals répondants), Jazz/Blues (8 des 10 festivals) et World/Trad (5 des 7 festivals).

31 Pour une analyse plus approfondie de l'âge dominant des publics, selon les genres musicaux, et réalisée dans le cadre de l'enquête internationale, consulter Négrier, Guérin et Bonet (2013). Ces auteurs mentionnent, en parlant des tranches d'âge, que « [l']examen par pays donne globalement une répartition comparable », hormis quelques écarts plus importants en France et en Suède (catégorie des plus de 60 ans « plus importante ») et en Fédération Wallonie-Bruxelles (population jeune « mieux représentée ») (ibid. : 106-107).

Figure 3 Répartition des festivals de musique selon la part de leurs spectateurs qui sont d'origine locale et régionale, Québec, 2011



La figure 3 montre que 32 des 43 festivals de musique (74 %) ont au moins 50 % de leurs spectateurs issus de la localité ou de la région même où se déroulent leurs activités, 13 d'entre eux ayant même 85 % au moins de leurs publics qui sont d'origine locale ou régionale. En cela, les festivals québécois ne diffèrent guère des festivals français, norvégiens, espagnols ou suisses qui, de leur côté, sont fréquentés à plus des deux tiers par des publics locaux et régionaux (Négrier, Guérin et Bonet, 2013 : 104). On comprendra dès lors que les gestionnaires des festivals prendront en considération, notamment à l'occasion de la préparation de leur programmation, cet ancrage du festival dans sa région et surtout auprès de son principal public, qui est celui de proximité.

Le tableau 24 permet cette fois-ci de déterminer l'origine géographique des festivaliers selon la typologie des régions d'appartenance. D'abord, mentionnons que les 20 festivals des régions centrales ont un public composé à 84 % de festivaliers québécois (dont 50 % de festivaliers locaux) et à 16 % de festivaliers canadiens (hors Québec) et étrangers, alors que ces derniers sont beaucoup moins présents en région (c'est-à-dire à

l'extérieur des villes de Montréal et de Québec). Ces spectateurs canadiens et étrangers demeurent minoritaires (respectivement 5 %) pour l'ensemble des 43 festivals. Puis, signe d'une notoriété acquise et d'un rayonnement de leurs activités au-delà de leur territoire, les festivals des régions périphériques et éloignées (20 au total) attirent dans les deux cas un nombre très appréciable de spectateurs québécois venant de l'extérieur de leur région immédiate, puisque ceux-ci constituent respectivement 43 % et 31 % de leurs publics totaux. Enfin, même s'ils ne sont que trois répondants, notons que les festivals des régions intermédiaires semblent attirer peu de festivaliers de leur localité immédiate (à peine 29 %) et beaucoup plus de la région (soit 43 %), comparativement aux festivals des autres régions.

La politique tarifaire des festivals de musique

La question de la gratuité s'inscrit habituellement dans une perspective de démocratisation de la culture et d'accessibilité à des activités artistiques, alors que celle non moins importante de la tarification, essentiellement de nature économique,

Tableau 24 Répartition des spectateurs selon leur origine géographique et selon le type de régions des festivals de musique, Québec, 2011

Origine géographique des spectateurs	Pourcentage des spectateurs (%) des festivals des...				Ensemble des festivals
	régions centrales	régions intermédiaires	régions périphériques	régions éloignées	
Locale (ex. : Montmagny)	50	29	39	53	47
Régionale (ex. : Bas-Saint-Laurent)	17	43	11	11	16
Nationale (c.-à-d. québécoise)	17	27	43	31	27
Canadienne (hors Québec)	7	1	5	2	5
Étrangère (hors Canada)	9	-	2	3	5
Total (en %)	100	100	100	100	100
(Nombre de festivals)	(20)	(3)	(10)	(10)	(43)

demeure liée au développement et à la pérennité du festival, surtout lorsque l'offre culturelle en général ne cesse de croître. Cette question de la gratuité, qui entre dans le cadre plus large de la politique tarifaire, a d'ailleurs fait l'objet de nombreuses enquêtes en Europe, et particulièrement en France et au Royaume-Uni, notamment dans le théâtre, mais plus encore dans les musées.

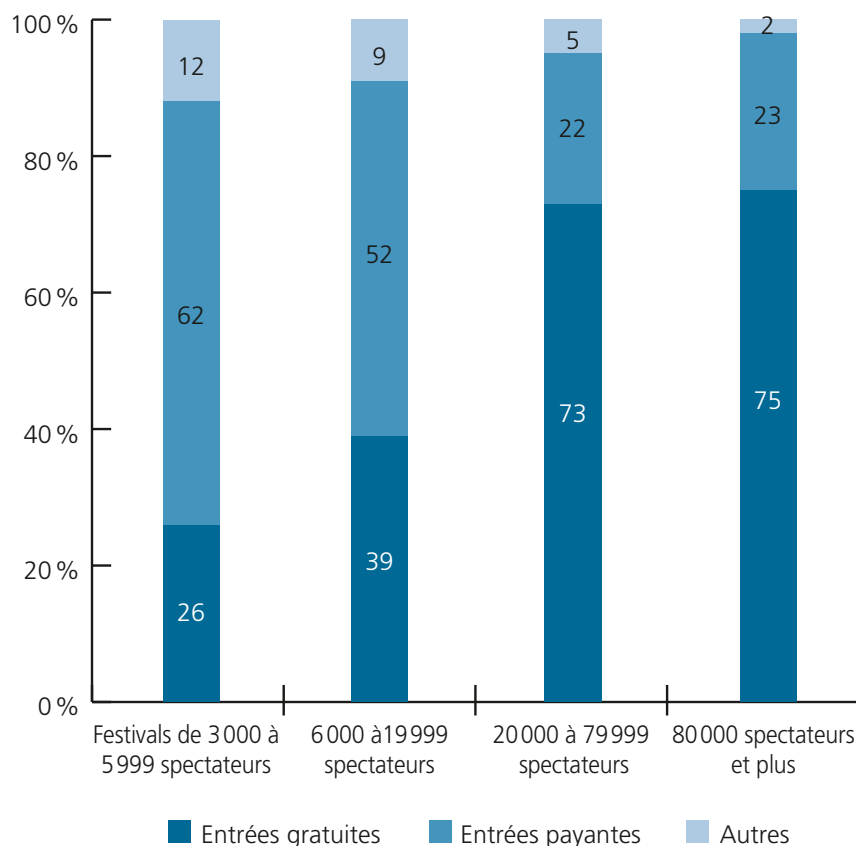
La gratuité et les entrées payantes. Du côté québécois, les résultats de l'enquête montrent que les entrées gratuites à des spectacles représentent en moyenne 55 % du total des spectateurs des 43 répondants. La gratuité est donc omniprésente au sein des festivals de musique ayant participé à l'étude³². Comme en témoigne la figure 4, ce sont les festivals à plus forte audience (80 000 spectateurs et plus) qui ont la plus grande proportion d'entrées gratuites, soit

75 %, alors que les plus petits (moins de 20 000 spectateurs) se retrouvent en-deçà du 40 %, voire à 26 % d'entrées gratuites pour ceux totalisant moins de 6 000 spectateurs. Pour ces derniers, l'offre gratuite est probablement plus difficilement contrebalancée par des spectacles payants à forte audience. Quant à la catégorie « Autres » de cette figure (pour l'essentiel des entrées exonérées – clientèle privilégiée (VIP), médias, etc.), elle est plus importante dans les plus petits festivals (moins de 20 000 spectateurs) et représente, toutes tailles d'audience confondues, 1,8 % des entrées totales (ou 100 200 entrées).

Un regard sur le type de régions et le genre musical dominant du festival permet une analyse plus fine de la répartition des entrées gratuites et payantes, selon quatre tailles de festivals basées sur le nombre de spectateurs (tableaux 25 et 26).

32 Rappelons que l'on dénombre plus de 1 600 spectacles gratuits, tant pour l'édition de 2008 que pour celle de 2011. C'est du côté des spectacles payants que l'on observe une croissance importante (plus de 35 %), passant de 1 360 spectacles en 2008 à 1 694 en 2011. L'assistance, quant à elle, subit durant cette même période une légère baisse (9 %).

Figure 4 Répartition de l'assistance selon les catégories d'entrées et selon la taille des festivals de musique, Québec, 2011



À la lumière des données présentées, on constate que la majorité des festivals ayant des entrées payantes (35/42) sont des festivals à petites audiences (moins de 20 000 spectateurs) et qu'ils sont relativement bien répartis entre les différents types de régions³³. De son côté, la pratique de l'entrée gratuite est aussi très présente au sein des festivals à petites audiences, et ce, pour tous les genres musicaux confondus (26/42). Les festivals Jazz/Blues et Pop/Rock se démarquent cependant de l'ensemble, toujours en ce qui a trait aux festivals avec petites audiences. Quant

aux festivals ayant de très grandes audiences, soit plus de 80 000 spectateurs, ils sont une dizaine, dans presque tous les styles musicaux (sauf en musique classique) et dans divers types de régions du Québec (sauf dans celles dites intermédiaires), à offrir des spectacles gratuits à leur public. Rappelons également que ces festivals à très grandes audiences, même s'ils sont beaucoup moins nombreux, sont aussi ceux qui comportent la plus grande proportion d'entrées gratuites, soit 75 %.

33 Mentionnons que, parmi les 33 festivals répondant à la question sur la politique de prix, seulement 2 soulignent avoir un prix fixe à 8 \$ le billet en 2011, alors que les prix du billet les plus élevés se situent entre 15 et 318 \$ (avec une moyenne de 69 \$) et les plus bas entre 3 et 55 \$ (avec une moyenne de 13 \$). Dans l'étude internationale (FeStudy), laquelle inclut les données du Québec, il est mentionné que ce sont les festivals Multi styles (33 euros ou 49 \$ [au taux de change en date du 22 mai 2014: <http://www.xe.com/fr/>]) et Pop/Rock (28 euros ou 42 \$) qui ont les prix moyens les plus hauts (Négrier, Guérin et Bonet, 2013 : 108). C'est également le cas, mais de façon moindre et inversée, pour les 13 festivals québécois Pop/Rock (31 \$) et les 2 festivals Multi styles (28 \$) qui ont accepté de répondre à cette question. Quant aux prix moyens des billets les plus chers, ils se situent aussi dans ces deux catégories (87 \$ et 73 \$) et pourraient se justifier par les coûts élevés sur les plans technique et artistique.

Tableau 25 Répartition des festivals de musique à entrées payantes et à entrées gratuites selon le type de régions et le nombre de spectateurs, Québec, 2011

	Moins de 6 000 spectateurs	6 000 à 19 999 spectateurs	20 000 à 79 999 spectateurs	80 000 spectateurs et plus	Ensemble des festivals
Festivals ayant des entrées payantes (n)					
Centrales	7	7	3	2	19
Périphériques	2	0	1	0	3
Intermédiaires	8	1	1	0	10
Éloignées	7	3	0	0	10
Total	24	11	5	2	42
Festivals ayant des entrées gratuites (n)					
Centrales	10	3	2	4	19
Périphériques	1	1	1	0	3
Intermédiaires	2	1	2	5	10
Éloignées	5	3	1	1	10
Total	18	8	6	10	42

Nombre de festivals n'ayant pas répondu à la question : 1

Tableau 26 Répartition des festivals de musique à entrées payantes et à entrées gratuites selon le genre musical dominant et selon le nombre de spectateurs, Québec, 2011

	Moins de 6 000 spectateurs	6 000 à 19 999 spectateurs	20 000 à 79 999 spectateurs	80 000 spectateurs et plus	Ensemble des festivals
Festivals ayant des entrées payantes (n)					
Classique	4	2	1	0	7
Jazz/Blues	8	0	0	1	9
Pop/Rock	8	4	3	1	16
World/Trad	4	3	0	0	7
Multi styles	0	2	1	0	3
Total	24	11	5	2	42
Festivals ayant des entrées gratuites (n)					
Classique	4	1	2	0	7
Jazz/Blues	3	1	3	2	9
Pop/Rock	9	2	1	4	16
World/Trad	2	2	0	3	7
Multi styles	0	2	0	1	3
Total	18	8	6	10	42

Nombre de festivals n'ayant pas répondu à la question : 1

La politique tarifaire. Par ailleurs, rappelons que dans un marché devenu de plus en plus concurrentiel au fil du temps, les festivals sont vraisemblablement placés devant la nécessité d'adopter une « politique tarifaire » attractive et présentant différentes options susceptibles de plaire à une diversité de publics: abonnement, prévente, laissez-passer, promotion spéciale et ainsi de suite. Une politique tarifaire a nécessairement pour objectif de rendre le festival plus concurrentiel, tout en contribuant à fidéliser les publics, voire à attirer de nouvelles audiences. Cette politique peut s'axer sur différents « produits » à offrir. Le tableau 27 donne un aperçu de diverses options privilégiées par les festivals ayant fourni des réponses à ce sujet.

On remarque que c'est une bonne majorité des festivals (soit 24 des 35 festivals répondant à cette question), principalement des régions centrales et éloignées, qui adoptent la stratégie

du laissez-passer pour toute la durée du festival, alors que les festivals des régions périphériques et éloignées, probablement pour satisfaire certaines clientèles de passage, offrent également, et dans une proportion plus importante, des laissez-passer plus restreints (pour certains spectacles, par exemple). Les tarifs spéciaux (étudiants, personnes âgées et promotions spéciales) sont aussi présents, quoique de façon moindre pour les personnes âgées: seulement le quart des festivals répondants (8/34) ciblent cette catégorie de consommateurs à travers une stratégie de promotion. Sans grande surprise, d'ailleurs, ces tarifs spéciaux sont très utilisés par les festivals de musique classique, comparativement aux festivals Pop/Rock et World/Trad, alors que la moitié des festivals Jazz/Blues répondants favorisent presque essentiellement les étudiants. Quant à la prévente de billets, elle demeure encore marginale: seulement 5 des 35 festivals répondants utilisant cette stratégie.

Tableau 27 Festivals de musique offrant différents types de produits de promotion selon le type de régions, Québec, 2011

Type de régions	Tarifs spéciaux pour étudiants	Tarifs spéciaux pour personnes âgées	Promotions spéciales	Laissez-passer pour tout le festival	Laissez-passer restreint	Achat lors de la prévente
	Nombre de festivals (n)					
Centrales (n=20)	10	6	10	14	5	2
Intermédiaires (n=2)	-	-	-	1	-	-
Périphériques (n=5)	1	-	1	2	3	1
Éloignées (n=8)	4	2	2	7	5	2
Ensemble des festivals (n=35)	15/34¹	8/34¹	13/35	24/35	13/35	5/35

1- Un festival d'une région périphérique sur les 35 festivals répondants à la question concernant les produits de promotion n'a pas traité de l'item « Tarifs spéciaux » (étudiants et/ou personnes âgées), d'où un total de 34 répondants pour ces deux colonnes.

Les stratégies de communication

Le succès d'un festival est lié à ses stratégies de communication destinées aux publics, mais aussi à bien d'autres acteurs clés, tels les médias, les mécènes et les commanditaires, ainsi que les responsables du financement des différents paliers gouvernementaux. D'ailleurs, comme l'ont mentionné nombre de répondants, les stratégies de communication visent souvent à faire valoir l'image de marque de l'événement et à permettre éventuellement d'attirer de nouveaux publics et des partenaires financiers.

Les moyens de communication. La figure 5 témoigne du taux d'utilisation de différents moyens de communication par les festivals. Ainsi, sans grande surprise, la publicité locale et nationale, les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Myspace, etc.), les imprimés et la page Web sont les outils les plus utilisés (soit par plus de 84 % des festivals), alors que les applications au

moyen du téléphone intelligent (Smartphone) le sont beaucoup moins (par seulement 23 % des festivals) et le sont quasi essentiellement par les festivals de musique Pop/Rock (soit 7 des 16 festivals de ce genre musical) et Multi styles (2 des 3 festivals), et par un public généralement plus jeune. Enfin, relativement aux « autres moyens » mentionnés par 44 % des répondants, notons qu'ils sont assez variables et regroupent tant l'achat d'espace publicitaire dans des revues touristiques américaines et européennes, dans des magazines spécialisés, dans des bulletins électroniques et dans des guides touristiques, que l'achat de publicité télévisée pour le Québec, la présence à des événements populaires avec un kiosque, l'échange avec des festivals étrangers et ainsi de suite. On peut penser que le recours à l'un ou l'autre ou à plusieurs de ces moyens de communication dépend de plusieurs facteurs, dont le rayonnement et la taille du festival.

Figure 5 Proportion des festivals de musique qui ont recours aux divers moyens de communication, Québec, 2011

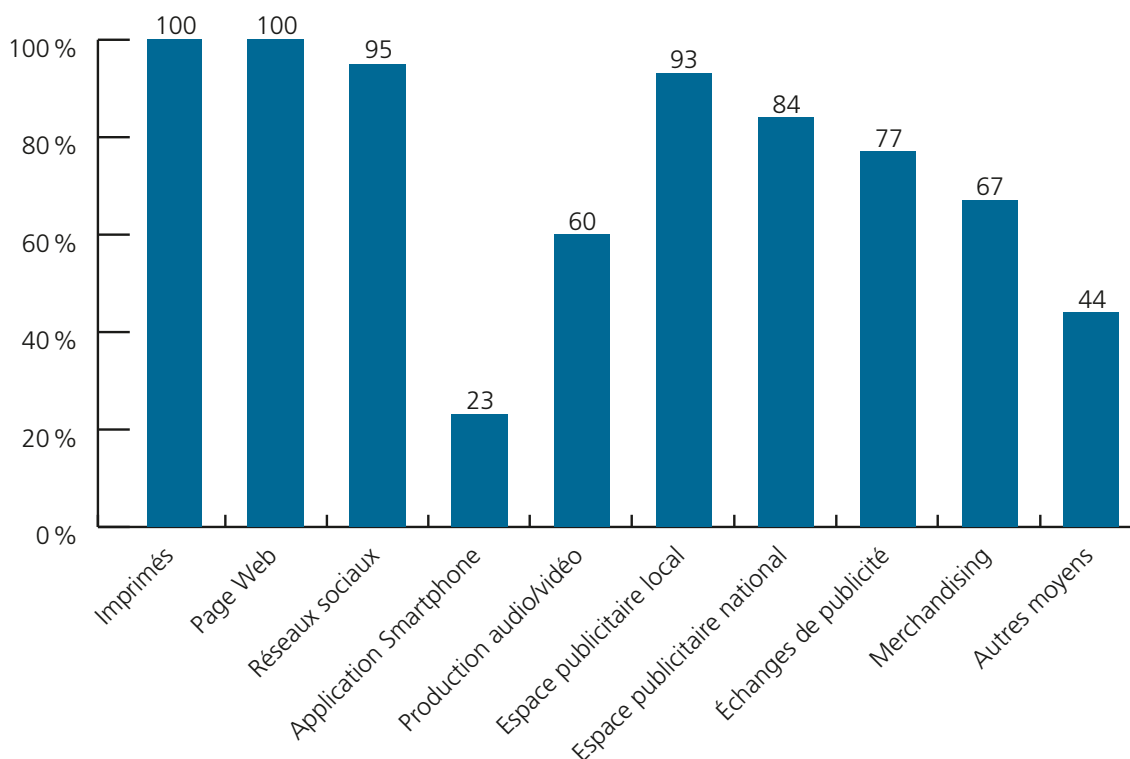


Tableau 28 Proportion des festivals de musique qui utilisent différents médias pour leur publicité selon la taille du budget du festival, Québec, 2011

Budget du festival	Médias locaux	Médias régionaux	Médias nationaux	Médias canadiens	Médias internationaux
200 000 \$ ou moins	90	60	40	10	10
200 001 \$ à 500 000 \$	100	75	83	33	58
500 001 \$ à 1 M \$	91	82	73	64	55
Plus de 1 M \$	100	90	100	90	90
Ensemble des festivals	95	77	74	49	53

Le recours aux médias et aux journalistes.

Les festivals utilisent différents types de médias pour leur publicité, notamment afin de faire connaître leur programmation, leur singularité, les jeunes talents émergents qu'ils soutiennent ou les artistes de renom qu'ils font venir. Selon l'enquête, presque tous les festivals (95 %) recourent aux médias locaux et, dans une moindre mesure, aux médias régionaux (77 %) et nationaux, ici québécois (74 %). Les médias canadiens et internationaux sont, pour leur

part, sollicités par environ la moitié des festivals répondants (soit respectivement 49 % et 53 %).

Un autre phénomène intéressant à observer a trait à la présence de journalistes lors du déroulement des événements. Sur les 40 festivals pour lesquels nous détenons des informations, 3 répondants seulement mentionnent ne donner aucune accréditation, alors que 11 festivals accréditent de 2 à 10 journalistes. Pour le reste, et à l'instar des résultats présentés dans le tableau 29 – mais

Tableau 29 Nombre de journalistes accrédités par les festivals de musique, selon leur genre musical dominant, la taille de leur budget (dépenses totales) et leur nombre de spectateurs, Québec, 2011

		Nombre moyen	Nombre médian
Genre musical dominant	Classique	16	8
	Jazz/Blues	59	12
	Pop/Rock	110	50
	World/Trad	89	12
	Multi styles	59	15
Budget du festival (dépenses totales)	200 000 \$ ou moins	11	9
	200 001 \$ - 500 000 \$	21	9
	500 001 \$ - 1 M \$	34	21
	Plus de 1 M \$	267	220
Nombre de spectateurs	3 000-5 999	21	7
	6 000-19 999	23	14
	20 000-79 999	22	18
	80 000 ou plus	204	164

Nombre de festivals n'ayant pas répondu à la question : 3

aussi de ceux de l'enquête internationale (voir Négrier, Guérin et Bonet, 2013: 126) –, ce sont surtout les festivals majeurs, au chapitre du budget de dépenses et du nombre de spectateurs, et souvent à grand déploiement (Pop/Rock et dans une moindre mesure World/Trad) qui ont le plus grand nombre d'accréditations.

Les stratégies pour joindre les publics hors Québec.

Au sujet des communications destinées aux publics non québécois, c'est-à-dire canadiens et étrangers, soulignons que les stratégies pour attirer cet auditoire sont diverses: parmi les 40 festivals répondants, 5 ont fait une ou des présentations ou conférences de presse à l'étranger en 2011, 14 sont simplement passés par le canal de la presse étrangère, 17 ont procédé à des insertions publicitaires dans les médias étrangers et, enfin, 24 festivals ont un site Web contenant des pages dans une langue autre que le français. Quant aux activités de communication visant en particulier le public étranger, 11 organisations festivalières confirment ne pas en avoir mis en œuvre, alors que les autres festivals répondants soulignent diverses initiatives pour promouvoir leur programmation à l'extérieur du Québec, comme accueillir et accompagner des journalistes et diffuseurs étrangers, travailler en concertation avec des voyagistes ou avec des instances touristiques du Canada et de l'étranger, utiliser les réseaux artistiques existants, soit ceux des tournées des artistes ou d'un domaine musical particulier, ou encore participer à des activités de marketing, des salons touristiques, des congrès ou des festivals étrangers.

La gestion des fonctions de communication.

La popularité croissante des festivals de musique va vraisemblablement de pair avec l'importance grandissante des tâches de communication au sein

de ces organisations. Celles-ci s'acquittent-elles elles-mêmes de ces fonctions ou les confient-elles à des firmes externes? L'enquête montre que, mises à part les relations avec la presse, les tâches liées aux communications sont surtout réalisées à l'interne par les organisations, qu'il s'agisse de la gestion du site Web du festival, des réseaux sociaux, des relations avec les partenaires financiers ou de l'élaboration des stratégies de communication (figure 6).

Les relations avec la presse se démarquent nettement à ce chapitre, signe sans doute de la place prépondérante qu'elles occupent dans le travail de ces organisations, particulièrement autour de la période de déroulement du festival. En effet, près de 40 % des festivals (17/42) privilégient plutôt de faire appel à des firmes de communication externes. La taille du budget du festival influence ses stratégies dans ce domaine. Ainsi, plus une organisation festivalière a un budget de dépenses important, plus elle a tendance à solliciter des ressources professionnelles externes, un ou des consultants, ou encore une firme spécialisée, lesquels prennent alors en charge l'entièreté des relations avec la presse, ou fonctionnent en concertation avec une ou des ressources internes du festival (figure 7). Dans les organismes ayant un budget de dépenses se situant entre 200 000 et 500 000 \$, ce qui est le cas d'une douzaine de festivals, le recours à des ressources externes pour prendre en charge les relations de presse approche les 60 % (7 des 12 festivals répondants de cette catégorie). Cependant, plus le budget, c'est-à-dire les dépenses totales, est « petit » (par exemple de moins de 200 000 \$), plus cet aspect est géré à l'interne, la nécessité d'un recours à des services externes n'y étant tout simplement pas, du fait que le festival est, par exemple, trop petit, trop jeune ou destiné à un public surtout très local.

Figure 6 Répartition des festivals de musique selon que les tâches liées aux communications sont réalisées à l'interne et/ou à l'externe, Québec, 2011

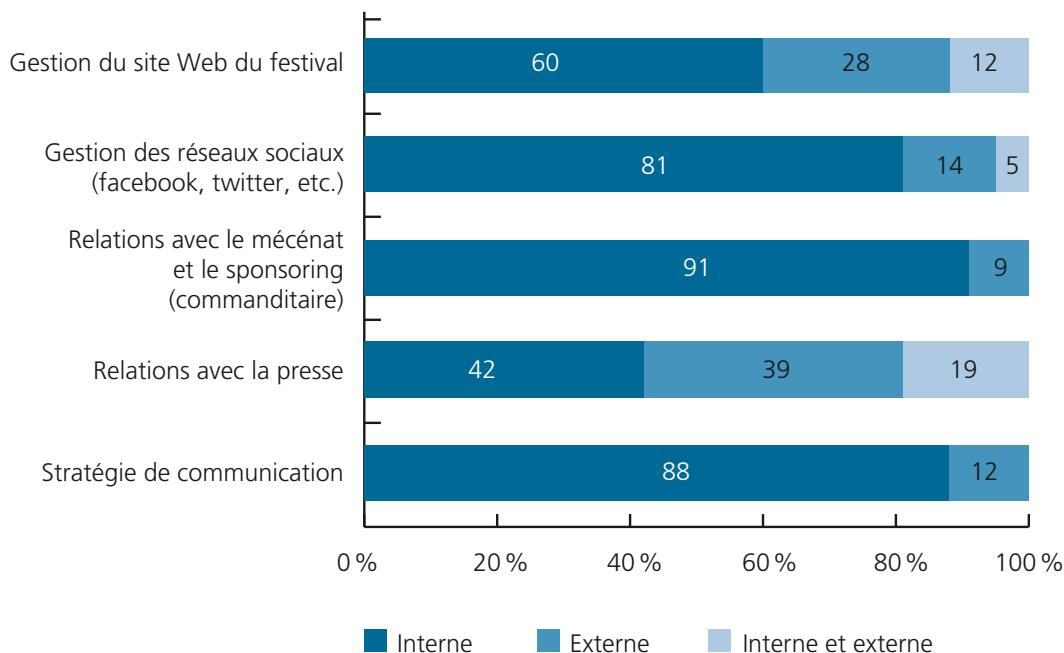
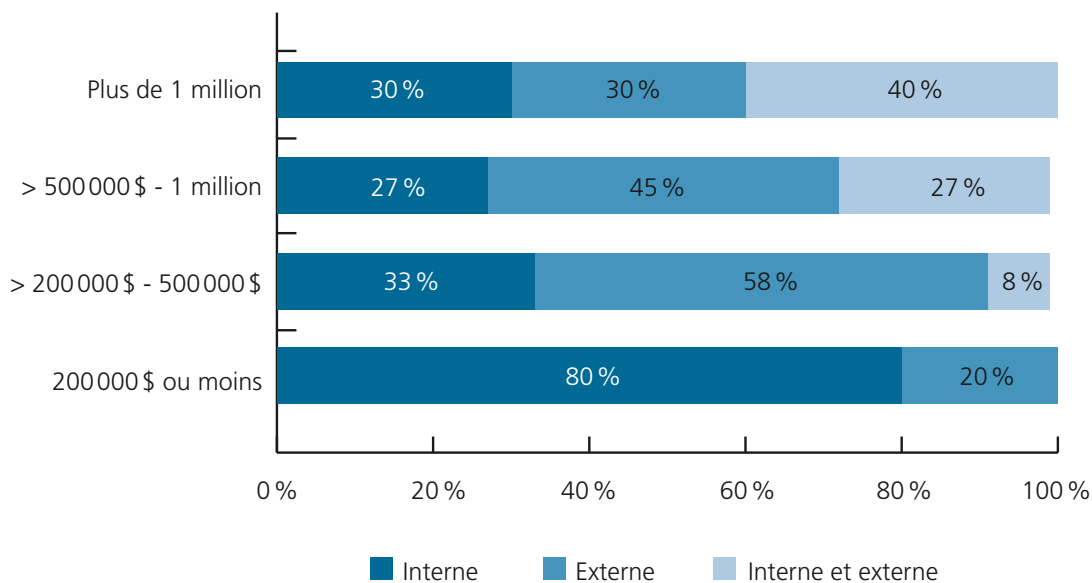


Figure 7 Répartition des festivals de musique selon que les tâches liées aux relations avec la presse sont réalisées à l'interne et/ou à l'externe et selon la taille du budget du festival, Québec, 2011



Les ressources humaines des festivals

La main-d'œuvre est forcément une question importante pour les festivals. Dans bon nombre d'organisations culturelles, les emplois se caractérisent plus souvent qu'autrement par leur caractère saisonnier et précaire : alternance entre le temps partiel et le temps plein, parfois avec des périodes prolongées de non-emploi, faibles possibilités d'avancement ou de promotion. Il convient donc de donner une vue d'ensemble de la main-d'œuvre (rémunérée ou non) des festivals, et ce, en tenant compte de nos variables indépendantes que sont le genre musical dominant et le type de régions. Comme les données issues de l'étude internationale nous le permettent, nous présentons parfois des points de comparaison avec d'autres pays afin de mettre en évidence certaines particularités québécoises au regard de la question des emplois au sein des festivals de musique.

Portrait d'ensemble. En 2011, 7 974 personnes, tous statuts confondus, travaillaient dans les 42 festivals ayant fourni les données sur ce sujet. Les 14 festivals les plus anciens de notre échantillon, c'est-à-dire ceux ayant plus de 20 éditions à leur actif, emploient 52 % des effectifs totaux

engagés dans un festival en 2011, soit 4 178 personnes. La moyenne de travailleurs par festival est, quant à elle, de 190 personnes, mais avec un intervalle de 10 à 1 012, une médiane de 105 et un écart-type de 218 personnes, ce qui témoigne de différences considérables selon les organisations. La taille des budgets (soit les dépenses totales) des festivals en 2011 est évidemment l'une des variables déterminantes à ce chapitre, puisque les plus petits (200 000 \$ ou moins) disposent de 33 travailleurs en moyenne, alors que les très gros (plus de 1 M \$) en comptent 417. Le genre musical de l'événement est également un facteur clé de différenciation, le Pop/Rock ayant les équipes de travailleurs les plus imposantes (205 travailleurs par festival en moyenne), suivi du World/Trad (189), puis du Jazz/Blues (173) et enfin du classique (104). Il y a cependant une grande dispersion à l'intérieur de ces sous-groupes, ce que la médiane beaucoup plus faible (sauf pour le Multi styles) indique (tableau 30). Ces écarts sont également présents à des degrés divers dans chaque type de régions; ils sont particulièrement manifestes dans les régions centrales, où la médiane est de 70 travailleurs, alors que la moyenne y est presque trois fois plus grande, soit 203 travailleurs (tableau 31).

Tableau 30 Nombre de travailleurs (rémunérés et non rémunérés) selon le genre musical dominant, Québec, 2011

Genre musical	Moyenne	Médiane	Total
Classique	104	57	728
Jazz/Blues	173	46	1 727
Pop/Rock	205	112	3 077
World/Trad	189	123	1 322
Multi styles	373	466	1 120
Total	190	105	7 974

Nombre de festivals n'ayant pas répondu à la question : 1

Tableau 31 Nombre de travailleurs (rémunérés et non rémunérés) selon le type de régions, Québec, 2011

Régions	Moyenne	Médiane	Total
Centrales	203	70	3 854
Périphériques	220	141	2 200
Intermédiaires	196	54	589
Éloignées	133	124	1 331
Total	190	105	7 974

Nombre de festivals n'ayant pas répondu à la question : 1

Tableau 32 Travailleurs dans les festivals selon le statut, Québec, 2011

Statut	Nombre total n	Moyenne n	Médiane n	% moyen n
Salariés	2 320	55	4	29
Indépendants	919	22	5	12
Stagiaires	64	2	1	1
Bénévoles	4 280	102	45	54
Mis à disposition	391	9	0	5
Total des travailleurs	7 974	190	105	100

Nombre de festivals n'ayant pas répondu à la question : 1

Le statut des travailleurs. Les nombreux employés sur lesquels s'appuient les festivals n'ont assurément pas tous le même statut et ne sont pas tous rémunérés, loin de là. Ainsi, outre les indispensables bénévoles qui représentent la majorité des travailleurs des 42 festivals répondants (4 280 personnes ou 54 % des travailleurs totaux), ce sont ensuite les salariés qui composent une autre part importante de la main-d'œuvre (29 %), suivis des travailleurs indépendants (12 %); les autres, non rémunérés, sont soit des stagiaires (1 %), soit des personnes mises à disposition (5 %) par d'autres organisations (par exemple, une entreprise privée ou une municipalité) (tableau 32).

Par ailleurs, on observe que, toutes proportions gardées, ce sont les festivals de musique classique qui ont la part de bénévoles la plus importante (78 % en moyenne), comparativement aux festivals de World/Trad, de Pop/Rock et de

Jazz/Blues (avec respectivement 65 %, 45 % et 31 %) (tableau 33). Inversement, les festivals de Jazz/Blues, puis de Pop/Rock et de World/Trad ont une proportion plus importante de travailleurs rémunérés (salariés et indépendants réunis) parmi leur main-d'œuvre (66 %, 47 % et 30 %) que n'en comptent les festivals de musique classique (22 %). Certes, la présence parmi nos répondants de très gros festivals dans le Pop/Rock et le Jazz/Blues influence à la hausse ce résultat.

La place qu'occupent les travailleurs rémunérés et les bénévoles au sein des festivals varie également d'une région à l'autre (tableau 34), les points les plus notables étant la part minime de salariés (entre 1 % et 7 %) et celle prédominante des bénévoles (entre 66 % et 79 %), sauf dans les régions centrales où la situation est inversée, c'est-à-dire que les salariés y sont majoritaires, bien que les bénévoles composent tout de même le tiers de la main-d'œuvre en moyenne.

Tableau 33 Part moyenne de travailleurs selon le statut et le style musical dominant, Québec, 2011

Statut	Classique	Pop/Rock	Jazz/Blues	World/Trad
	%			
Salariés	13	36	61	4
Indépendants	9	11	5	26
Stagiaires	0	1	0	2
Bénévoles	78	45	31	65
Mis à disposition	0	7	2	4
Total	100	100	100¹	100¹

Nombre de festivals n'ayant pas répondu à la question : 1

1- En raison de l'arrondissement des données, le total ne correspond pas à la somme des parties dans cette colonne.

La période de l'emploi. L'une des caractéristiques majeures des organisations festivalières est la forte concentration de la main-d'œuvre pendant une courte période de temps. La très grande majorité des travailleurs de tous statuts (6 393 ou 80,2 %) déclarés par l'ensemble des répondants ne sont présents (ou actifs) que durant la période où se déroule le festival, alors que les autres ont des périodes d'emploi diverses, allant d'une durée d'un mois jusqu'à toute l'année. Rares sont cependant ceux qui ont la possibilité de travailler toute l'année (tableau 35).

Malgré quelques variantes, cette réalité du travail saisonnier se décline d'une façon très semblable, quels que soient le style musical dominant, la région et même la taille du budget de l'organi-

sation. Le contraste entre la part de la main-d'œuvre présente toute l'année et celle active durant la tenue du festival demeure frappant partout. C'est donc dire que cette très forte concentration temporelle, commune à l'ensemble des organisations événementielles, est un élément définissant, voire structurant les festivals. Cette réalité entraîne certainement de nombreux défis de gestion.

Les fonctions exercées. Un dernier regard, cette fois-ci sur la répartition des 3 156 emplois totaux (sans les bénévoles), selon le type d'activité exercé au sein de l'organisation, permet de constater que les secteurs des services ainsi que de la production et de la technique sont ceux qui concentrent le plus d'emplois à temps plein

Tableau 34 Part moyenne de travailleurs dans les festivals selon le statut et le type de régions, Québec, 2011

Statut	Centrales	Intermédiaires	Périphériques	Éloignées
	%			
Salariés	54	1	6	7
Indépendants	8	9	18	11
Stagiaires	1	1	1	1
Bénévoles	34	79	66	79
Mis à disposition	2	11	10	3
Total	100¹	100¹	100¹	100¹

Nombre de festivals n'ayant pas répondu à la question : 1

1- En raison de l'arrondissement des données, le total ne correspond pas à la somme des parties dans cette colonne.

et à temps partiel (2 256 personnes ou près de 72 % des emplois totaux) (tableau 36). Il s'agit généralement d'emplois où les embauches sont tardives dans le calendrier de réalisation des festivals. Les domaines des communications, de l'administration et de la programmation artistique concentrent de leur côté à peine 577 emplois (18 %) des 42 festivals répondants,

l'administration et, dans une certaine mesure, la programmation artistique étant certainement le lot des emplois plus « permanents » et de plus longue durée. D'ailleurs, 5 festivals n'ont mentionné aucun emploi assigné particulièrement à l'administration et 15 en ont mentionné un seul, pour un total de 190 emplois rattachés à ce type de fonctions.

Tableau 35 Nombre de travailleurs (tous statuts confondus) dans les festivals de musique selon la période d'emploi, Québec, 2011

Période d'emploi	Nombre de travailleurs (n)
Toute l'année	324
5-10 mois avant	268
1-4 mois avant	315
1 mois avant	674
Pendant le festival	6 393
Total	7 974

Nombre de festivals n'ayant pas répondu à la question : 1

Tableau 36 Nombre de travailleurs (hormis les bénévoles) dans les festivals de musique selon le type de fonctions occupées, Québec, 2011

Type de fonction ¹	Nombre de travailleurs	Part	Moyenne par festival	Nombre le plus élevé
	n	%	n	n
Programmation artistique	106	3	3	40
Administration	190	6	5	48
Communication	281	9	7	112
Production	692	22	17	220
Technique	574	18	14	152
Services (sécurité, nettoyage, transport, etc.)	990	31	24	355
Autres ²	323	10	7,9	124
Ensemble des travailleurs (excluant les bénévoles)	3 156³	100	77	1 012

1- Le minimum pour chacun des types d'emplois est de 0.

2- La catégorie « Autre » concerne le personnel à l'accueil, à l'aménagement du site, à la billetterie, au marketing, à la coordination des bénévoles et ainsi de suite.

3- Relativement à ces 3 156 « travailleurs », mentionnons que le calcul en « équivalents temps plein » (sur une base annuelle) équivaldrait à 633 emplois en 2011.

Conclusion

Dans cet article, nous avons présenté les résultats de l'étude québécoise sur les festivals de musique menée dans le cadre du projet de recherche international FeStudy. Après une mise en contexte historique et méthodologique, nous nous sommes attardées aux données de l'enquête menée en 2012 et portant principalement sur l'édition 2011 des 43 festivals répondants.

Il convient maintenant de faire état de quelques grands constats et de pistes de recherche prometteuses, et ce, au regard des résultats de cette enquête, mais aussi, plus largement, de l'ensemble des travaux liés à FeStudy. Rappelons qu'outre le fait de consister en un portrait d'une édition particulière, cette étude a joint près de 400 festivals de musique d'Europe et du Québec, ce qui constitue véritablement une première mondiale en ce domaine.

À la lumière des résultats obtenus, plusieurs idées courantes sur les festivals semblent devoir être nuancées. Tout d'abord, les festivals de musique – du moins ceux ayant participé à l'enquête – sont loin d'être des événements homogènes. Leur grande diversité et leurs contrastes ressortent comme des traits dominants. En effet, des écarts entre les petits ou moyens festivals (nombreux) et les quelques très gros (plus rares) se sont révélés importants, par exemple quant au nombre de spectacles offerts (gratuits ou non), au nombre d'artistes et de concerts, à l'envergure du budget, à la taille des ressources humaines, à la capacité de disposer d'une main-d'œuvre salariée et à la participation bénévole. Puis, nous avons pu observer une diversité également dans la programmation des festivals – musicale, bien sûr, mais aussi disciplinaire, puisqu'elle inclut souvent d'autres formes d'art –,

ainsi que dans la durée et l'ancienneté des événements, sans compter les différences parfois notables selon le genre musical dominant, ou selon le type de région dans lequel ils sont ancrés.

Une autre idée préconçue sur les festivals veut qu'il s'agisse d'événements éphémères, mineurs ou essentiellement commerciaux. Or, diverses données suggèrent un portrait différent: ainsi, la majorité des festivals en était au moins à une dixième édition en 2011; l'ensemble d'entre eux accueillait plus de 5,5 millions de spectateurs et totalisait près 85M\$ en revenus. Les festivals de musique apparaissent plutôt comme des acteurs majeurs dans le paysage culturel québécois, et particulièrement au sein des communautés locales et régionales où ils évoluent et dans lesquelles ils puisent la majorité de leurs publics et de leur main-d'œuvre.

Quant aux pistes de recherche, soulignons d'abord que, compte tenu de la relative rareté des connaissances sur le sujet et du développement fort important des festivals sur l'ensemble du territoire québécois, il serait judicieux d'élargir ce genre d'étude à d'autres disciplines artistiques et à d'autres types d'événements culturels. Le portrait ici détaillé, quoique riche et pertinent, ne peut éclairer l'ensemble des festivals et des événements culturels. Ce n'est donc qu'avec le cumul de recherches du genre, mais aussi d'études de cas plus fines, que nous pourrons mieux saisir l'ampleur et la portée de ce phénomène relativement récent et de plus en plus présent dans le paysage culturel.

Un autre aspect évoqué dans cet article consisterait à faire le point sur les diverses politiques et les divers programmes de soutien public

touchant les festivals. Une recherche plus poussée en ce domaine et des comparaisons portant sur les différentes pratiques nationales, mais également sur celles à l'échelle des villes et des communautés locales, seraient appropriées dans un contexte où bon nombre de pays occidentaux connaissent un phénomène de « festivalomanie ». Un tel examen nourrirait la réflexion sur la manière dont les politiques culturelles nationales pourraient prendre en compte ce secteur d'activité dans le contexte d'aujourd'hui.

Bien d'autres facettes ou thèmes mériteraient une plus grande attention. Il en est ainsi du lien entre festival et territoire, surtout s'agissant d'un territoire aussi vaste que le Québec et dans un contexte de transformation du rôle en matière de culture des régions, villes et localités de plus petite taille. La question des publics est aussi au

cœur de bien des préoccupations et pourrait être examinée sous plusieurs angles : par exemple, celui des incidences de la gratuité, notamment sur l'accessibilité, ou celui du bénévolat en tant que forme de participation à la culture et donc en tant que modalité d'accès. La problématique du financement et les réalités organisationnelles des festivals sont d'autres exemples de thèmes abordés par l'enquête et qui invitent à poursuivre les recherches.

Enfin, rappelons que l'étude internationale a permis d'entrevoir un certain nombre de particularités du Québec, notamment en ce qui a trait à la taille de certains festivals (deux festivals québécois sur les quatre dits « hors norme » parmi les quelque 400 répondants) et aux modes de financement (particulièrement la commandite).

Bibliographie

- AUBRY, Geneviève (2009). *Participation et mobilisation dans les évènements culturels: le cas du Festival de musique émergente en Abitibi-Témiscamingue*, Mémoire de maîtrise en gestion de projet, Montréal, Université du Québec à Montréal.
- AUDET, Claudine et Diane SAINT-PIERRE (2013). « Les festivals de musique du Québec: contexte et mise en perspective », dans NÉGRIER, Emmanuel, Michel GUÉRIN et Lluís BONET (sous la direction de). *Festivals de musique[s]. Un monde en mutation*, Paris, Éditions Michel de Maule, pp. 252-262.
- BARRETTE, Yannick (2011). *Spectacularisation et festivisation comme méthode de marchandisation de la ville contemporaine: le cas du Quartier des spectacles à Montréal*, Mémoire de maîtrise en géographie, Montréal, Université de Montréal.
- BARRETTE, Yannick (2013: manuscrit). « Le Quartier des spectacles à Montréal: la consolidation du spectaculaire », Texte d'un article soumis pour publication et gracieusement transmis par l'auteur.
- BEAUCHAMP, A. M. (1999). *Le développement socio-économique régional au Québec par les festivals: analyse comparative des festivals comme dynamique économique et mise en valeur locale à Victoriaville et Coaticook de 1983 à 1997*, Montréal, Université du Québec à Montréal.
- BÉLANGER, Anouk. (2007). « Le Quartier des spectacles: conserver l'ancien en créant du neuf », *Journal de l'UQAM*, vol. XXXIV, n° 2 (Septembre), p. 7 (document aussi « en ligne » : <http://www.journal.uqam.ca/archives/2007-2008/3402.pdf>).
- BONET, Lluís et Tino CARRENO (2013). « Les festivals de musique en Espagne », dans NÉGRIER, Emmanuel, Michel GUÉRIN et Lluís BONET (sous la direction de). *Festivals de musique[s]. Un monde en mutation*, Paris, Éditions Michel de Maule, pp. 182-192.
- BOOGAARTS, Inez (1993). « Festivalomanie », *Les Annales de la Recherche Urbaine*, n° 57-58, « Espaces publics en ville », pp. 114-119.
- COLBERT, François et Jacques M. BOISVERT (2011). *Étude de certaines dimensions économiques des activités à caractère culturel: le cas de l'Orchestre symphonique de Montréal, du Musée des beaux-arts de Montréal et du Festival international de Jazz de Montréal: Rapport de recherche*, Montréal, Bibliothèque et Archives nationales du Québec.
- FESTIVALS ET ÉVÉNEMENTS QUÉBEC (FEQ) (Printemps 2014). *Portrait des revenus des membres de Festivals et Événements Québec. Année financière 2012*.
- FORTIN, Andrée (1995). « L'ancrage improbable de l'international dans le régional: "la musique actuelle" à Victoriaville », dans Fernand Harvey et Andrée Fortin (sous la direction de), *La nouvelle culture régionale*, Québec, Les Éditions de l'IQRC, pp. 153-169.

- HARVEY, Fernand et Andrée FORTIN (sous la direction de) (1995). *La nouvelle culture régionale*, Québec, Les Éditions de l'IQRC.
- HUARD, Janin (2001). *Fête, société et culture: les festivals comme profil culturel de la société québécoise contemporaine*, Mémoire de maîtrise en sociologie, Montréal, Université du Québec à Montréal.
- KAMMER, Éva (2006). *Usages et représentations de l'espace public urbain dans le contexte du Festival International de Jazz de Montréal*, Mémoire de maîtrise en communication, Montréal, Université du Québec à Montréal.
- LAPOINTE, Olivier (2009). *Le discours de patrimonialisation de la chanson canadienne-française: identité, légitimité, valorisation: l'exemple des Festivals de la chanson et des métiers du terroir de Québec (1927, 1928 et 1930)*, Thèse de doctorat (Ph. D.), Québec, Université Laval.
- LAVALLÉE, Alain et C. LAFOND (1998). « Les festivals au Québec: entre économie et identité. Le cas d'un festival mondial de folklore », *Loisir et Société/Leisure and Society*, 21, pp. 213-244.
- LECLERC, Stéphane (2007). *Festivals et événements culturels montréalais. Profil, contexte et enjeux. Rapport final*, Montréal, Gestions des arts, Inc.
- MORISSET, Sophie (1997). *L'exotisme à consommer: tourisme chez soi et identité globale. Le Festival nuits d'Afrique à Montréal*, Mémoire en anthropologie, Québec, Université Laval.
- NÉGRIER, Emmanuel, Michel GUÉRIN et Lluís BONET (sous la direction de) (2013). *Festivals de musique[s]. Un monde en mutation*, Paris, Éditions Michel de Maule.
- OUELLET, Manon et Richard SARACCHI (1995). « Deux stratégies culturelles: le Festival du domaine Forget et le Festival international de Lanaudière », dans Fernand Harvey et Andrée Fortin (sous la direction de), *La nouvelle culture régionale*, Québec, Les Éditions de l'IQRC, pp. 171-184.
- POIRRIER, Philippe (sous la direction de) (2012). *Festivals et sociétés en Europe XIX^e-XXI^e siècles*, Dijon, Centre Georges Chevrier, Coll. « Territoires contemporains », 2012. <http://lectures.revues.org/7616>.
- QUÉBEC, OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC (ISQ/OCCQ) (2002). *Rapport d'enquête sur 32 festivals et événements culturels du Québec, 2000-2001*, Québec, ISQ/OCCQ, http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat_obs/festivals00-01.htm.
- RENAUD, Philippe (Janvier 2013). *Un portrait de la chanson québécoise présenté dans le cadre du Forum sur la chanson québécoise organisé par le Conseil des arts et des lettres du Québec*: http://www.calq.gouv.qc.ca/publications/chanson_portraitrenaud.pdf.
- RHÉAUME, Martine (2005). « Réflexions sur les festivals, la musique contemporaine et l'identité culturelle québécoise », *Circuit: musiques contemporaines*, vol. 15, n° 2, pp. 73-82.

ROBINEAU, Anne (2005). *Étude sociologique de la musique actuelle au Québec : le cas des Productions Supermusique et du Festival international de musique actuelle de Victoriaville*, Thèse (Ph.D.), Montréal, Université de Montréal.

SAINT-PIERRE, Diane et Claudine AUDET (2014). « Les défis d'une étude sur les festivals de musique en Europe et au Québec : leçons d'une enquête de terrain », dans Martin Robitaille et Marc-Urbain Proulx (sous la direction de), *Sciences du Territoire. Tome 2. Défis méthodologiques*, Québec, Les Presses de l'Université du Québec (PUQ), pp. 249-273.

SIMARD, Émilie Julie (2010). *Montréal, ville de festivals entre culture et tourisme culturel : le cas de Montréal en lumière*, Mémoire de maîtrise en sociologie, Montréal, Université du Québec à Montréal.

Sites Internet :

ENCYCLOPÉDIE DE LA MUSIQUE AU CANADA (2012). « Festivals », Mise à jour : 2012, Fondation Historica, Document « en ligne », <http://www.thecanadianencyclopedia.ca/fr/article/festivals-emc/>.

FESTIVALS ET ÉVÉNEMENTS QUÉBEC (FEQ), (2012), Québec. Site Internet : <http://www.attractionsevenements.com/>.

QUÉBEC, GOUVERNEMENT DU QUÉBEC, *Loi sur le Conseil des arts et des lettres du Québec*, L.R.Q., 1992 [à jour 1^{er} mai 2014], chap. C-57.02, art. 19. Document « en ligne » : http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/C_57_02/C57_02.

QUÉBEC, GOUVERNEMENT DU QUÉBEC, MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS (MCCCF) (2011-2012). « Portraits statistiques régionaux en culture » (2012). Québec, MCC. Documents « en ligne » : <http://www.mcc.gouv.qc.ca/index.php?id=2384>.

QUÉBEC, GOUVERNEMENT DU QUÉBEC, MINISTÈRE DE LA CULTURE, DES COMMUNICATIONS ET DE LA CONDITION FÉMININE (Avril 2011). « Enquête sur les pratiques culturelles. Faits saillants 2009 », *Survol, Bulletin de la recherche et de la statistique*, n° 17. Document « en ligne » : <http://www.museologie.uqam.ca/Page/Document/survol17-2011avril.pdf>.

QUÉBEC, GOUVERNEMENT DU QUÉBEC, MINISTÈRE DE LA CULTURE, DES COMMUNICATIONS ET DE LA CONDITION FÉMININE (2011). *Portraits statistiques régionaux. Abitibi-Témiscamingue*.

QUÉBEC, GOUVERNEMENT DU QUÉBEC, MINISTÈRE DU TOURISME DU QUÉBEC (2014). « Aide financière aux festivals et aux événements touristiques 2014-2015 ». Document « en ligne » : <http://www.tourisme.gouv.qc.ca/programmes-services/aide/aide-festivals.html#criteres>, Mise à jour le 14 mai 2014.

QUÉBEC, GOUVERNEMENT DU QUÉBEC (2013). *Rapport du Groupe de travail sur la philanthropie culturelle. Vivement, pour une culture philanthropique au Québec*, Document « en ligne », disponible sur le site du Ministère des Finances du Québec : http://www.finances.gouv.qc.ca/documents/autres/fr/AUTFR_PhilanthropieCulturelle.pdf.

QUÉBEC, INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC / OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC (ISQ/OCCQ) (2014). Site Internet : <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/index.html>.

QUÉBEC, GOUVERNEMENT DU QUÉBEC, SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES CULTURELLES (SODEC) (2014). « Aide à la diffusion en variétés ». Document « en ligne » : http://www.sodec.gouv.qc.ca/libraries/uploads/sodec/complements_programmes/musique/aide_financiere/diff_var/prog_diff_14_15.pdf.

REGROUPEMENT DES ÉVÈNEMENTS MAJEURS INTERNATIONAUX (REMI) (2011), Montréal. Site Internet : <http://www.remi.qc.ca/>.

SOCIÉTÉ DES ATTRACTIONS TOURISTIQUES DU QUÉBEC (SATQ) (2012), Québec. Site Internet : <http://www.satqfeq.com/medias/fr/>.

Le bulletin *Survo* est une publication du ministère de la Culture et des Communications
(sous la responsabilité de la Direction du livre, de la recherche et de l'évaluation)

225, Grande Allée Est

Québec (Québec) G1R 5G5

Rédaction : Claudine Audet, chargée de recherche, ministère de la Culture et des Communications,
et Diane Saint-Pierre, professeure, Chaire Fernand-Dumont sur la culture,
Institut national de la recherche scientifique

Révision linguistique : France Galarneau

Graphisme et édition : Direction des communications et des affaires publiques

Dépot légal 2015

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

ISBN : 978-2-550-72785-9 Imprimé

ISBN : 978-2-550-72786-6 PDF

ISSN : 1711-7712 Imprimé

ISSN : 1920-1680 PDF

© Gouvernement du Québec, ministère de la Culture et des Communications, 2015

La version PDF de ce document est consultable dans le site Web du ministère de la Culture
et des Communications à l'adresse suivante : www.mcc.gouv.qc.ca

