LES PUBLICS DU FESTIVAL DE LA PELOUSE

56% 44%

Contrairement aux résultats observés lors des festivals de musiques actuelles en Languedoc Roussillon, les hommes ne sont pas majoritaires.

Une moyenne d'âge de 35 ans

Avec une médiane de 32 ans,
nos résultats sont proches de ceux observés
sur les autres festivals de musiques actuelles.

44% de diplômés de l'enseignement supérieur mais...

S'ils sont toujours très nombreux au regard de leur poids
dans la population, les diplômés de l'enseignement supérieur
sont moins bien représentés que lors de l'étude nationale
sur les publics des festivals au profit des personnes faiblement diplômées.

Un public de proximité et... d'estivants

Si le festival a un fort ancrage territorial,
il attire 27% de personnes habitant en dehors
du département des Pyrénées Orientales dont 2% d'étrangers.

Habitation principale

Dans un rayon de 20 km	58%
Autre Pyrénées Orientales	15%
Région LR hors P.O	6%
France hors LR	19%
Autres	2%

28% d'employés contre 16% de cadres

Si on observe un rééquilibrage en faveur des PCS populaires,
les PCS supérieures sont encore surreprésentées
au regard de leur poids dans la population du département.

Profession et Catégorie Socioprofessionnelle

PCS populaires	32%
PCS moyennes	34%
PCS supérieures	20%
Elèves/étudiants	14%

Des revenus moyens modestes...

71% des foyers ont des revenus inférieurs ou égaux à
2000 euros net/mois. Ce résultat renvoie à la distribution des publics
en fonction des PCS mais s'oppose à celle sur les diplômes.

Données sociodémographiques...

53.8% de nouveaux spectateurs

Alors que l'étude sur les publics des festivals en France
enregistrait un taux moyen de renouvellement de 39%,
le festival de La Pelouse se positionne
comme un espace ouvert pour de nouveaux publics.

Motivations des publics (note sur 20)

La modalité "venu en fonction de l'artiste" n'arrive
qu'en 3ème position derrière le cadre et le prix.
Le festival a su se tenir une image positive au delà
de la programmation artistique.

La cadre, l'ambiance	17/20
Le prix	16/20
Les artistes	16/20
Les conseils des amis	14/20
La proximité	13/20

Motivations et renouvellement

De nouveaux spectateurs plus sensibles aux conseils des amis.
Des anciens spectateurs plus sensibles au cadre et à l'ambiance.
Les fidèles, surreprésentés chez les PCS populaires
et habitant à proximité.

L'accompagnement

Si les amis sont de bons prescripteurs pour le festival,
on sort aussi de façon privilégiée avec eux.
Par ailleurs 1/4 des publics vient en famille,
confortant ainsi l'idée d'un festival avant tout familial...

Les modalités d'information

Une communication basée sur du Street Marketing,
relayée par la bouche à oreille.
On conseille le festival pour son cadre, l'ambiance...

Un membre de la famille	8%
Les amis, le bouche à oreille	44%
Les affiches, les flyers	35%
Les réseaux sociaux, internet	9%
La presse	5%

Renouvellement, accompagnement, motivations...

Lors de leurs sorties culturelles dans l'année...

68% des publics en profitent
pour boire un verre

24% vont au restaurant

14% vont visiter
des lieux culturels

Le festival, une pratique plébiscitée

48% des personnes choisissent le festival
comme cadre de sortie contre 32%
dans une salle de spectacle

66% ont participé à un autre festival (en 1 an)

75% de ces festivals se sont déroulés
en région Languedoc Roussillon et
89% d'entre eux concernaient les musiques actuelles.

Habitudes de déplacement

Les habitudes des festivals sont ceux qui se déplacent
le plus loin pour aller voir un spectacle.

Pour aller voir un spectacle,
les personnes déclarent parcourir en moyenne...

Moins de 20 km	31%
Entre 20 et 50 km	42%
Entre 50 et 100 km	16%
Plus de 100 km	11%

Les publics et le spectacle vivant

Le concert est la seule forme plébiscitée par les publics.

Ceux n'ayant pas une pratique de festival sont plus sensibles
à des formes liées au geste, au corps (danse, cirque),
alors que les autres sont plus sensibles au rapport direct à
l'artiste ou à l'oeuvre (musée, expo).

Les publics sortent moins en famille durant l'année
que lors du festival de La Pelouse.

Des publics et des pratiques ...

Profil moyen de pratiques culturelles chez les publics du festival de La Pelouse

A partir
du profil moyen,
nous avons calculé les
variations de pratiques chez
les plus assidus de chaque
esthétique et ainsi fait
ressortir les traits
saillants.

"Les concerts"

On trouve dans ce groupe un public jeune,
plutôt masculin, avec de faibles revenus.
Les demandeurs d'emploi y sont bien représentés.
Il s'agit d'une pratique exclusive.

"Les théâtres"

Ce public se singularise par des personnes
plutôt âgées, diplômées de l'enseignement
supérieur, avec des revenus confortables.
Leurs pratiques sont supérieures à la moyenne
sur l'ensemble des esthétiques
avec une mention particulière pour le théâtre.

"Les musées"

Sont surreprésentés dans ce groupe,
les femmes de plus de 50 ans, titulaires
d'un diplôme de l'enseignement supérieur
et appartenant aux PCS supérieures.
On se trouve à un carrefour de pratiques
où on laissera à distance le spectacle vivant
au profit des oeuvres plastiques.

"Les spectacles de rue"

Chez eux, les concerts et le théâtre sont
mieux appréciés que la danse et le cirque.
On retrouve des personnes appartenant
aux PCS moyennes et supérieures.

"Les expos"

Les cadres et les diplômés de l'enseignement supérieur
sont les mieux représentés dans ce groupe.
Ils plébiscitent autant les concerts que les expos
alors que cela n'est pas vrai dans l'autre sens.

Des profils de pratiques...

Les "classiques et chansons"

Surreprésentation des hommes,
des PCS supérieures, des plus de
60 ans et donc des retraités.
Ils sont motivés par le cadre et
l'ambiance de La Pelouse.
Ils ont une pratique accrue du
spectacle vivant et des musées.
Ils sortent en couple, à
proximité du domicile.

Les "jazz et musiques du monde"

On retrouve dans ce groupe des
personnes âgées de 45 ans et
plus, habitant le département,
appartenant aux PCS moyennes
et supérieures, diplômées de
l'enseignement supérieur dont
les revenus sont compris entre
1000 et 2000 euros net par mois.
Habitués de La Pelouse, ils sont
amateurs de festivals.
Ils sont motivés par la
programmation artistique et la
proximité du festival.
Ils sortent entre amis et se
déplacent sur de longues distance.
Ils ont une pratique plus élevée
quelque soit l'esthétique hormis
pour les expos.

Les "rock, pop et métal"

Surreprésentés chez les hommes
de 15 à 29 ans, habitant les P.O.
Ce sont des actifs appartenant aux
PCS moyennes dont le niveau
d'étude est inférieur ou égal au Bac.
Ce sont des fidèles du festival,
motivés par la programmation,
la date et l'habitude.
Ce sont des amateurs de festivals
et de concerts.
Ils ont une pratique exclusive.

Les "reggae et hip hop"

On trouve beaucoup d'hommes
jeunes dans ce groupe, étudiants
dont les revenus sont inférieurs à
1000 euros net par mois.
Pas de distinction sur les
motivations par rapport à la
moyenne.
C'est un public de festival qui
saisit toutes les opportunités.
Le mode privilégié d'accompa-
-gnement est la sortie entre amis.

Des profils de goûts...

(Profils déterminés en fonction des écarts au profil moyen)

(Données extraites de l'étude "FESTUDY" - Négrier, Djakouane - 2013)

MOYENS FINANCIERS

Le site du festival n'est pas équipé à priori et demande donc de déployer de gros
moyens pour être en mesure d'accueillir cet événement dans de bonnes conditions
pour les publics et les artistes. Ce fort investissement pour une durée de festival réduite
a forcément un effet sur le budget global.
On notera par ailleurs, la faible poids de la programmation artistique au regard
des autres festivals étudiés. On privilégiera l'image du "groupe qui a marqué les mémoires"
à celle du "buzz mainstream".

Si le poids de la billetterie est du même ordre de grandeur que les moyennes
observées sur les différents territoires, les parts des subventions et du
mécénat sont inversement proportionnelles à celles constatées sur ces
mêmes espaces. Les ressources propres constituent la première source
de recettes du festival.
Le renforcement qualitatif du festival passe donc par un rééquilibrage des
ressources et donc une augmentation de la part des subventions.

MOYENS HUMAINS

Une équipe et des bénévoles...

La Pelouse fonctionne avec une petite équipe de projet.
120 bénévoles participent à la mise en place du festival :
équipement du site, accueil du public, loges, bar...
Profil moyen du bénévole : une femme de 25 ans, active,
étudiante ou employée, habitant les P.O. dont les revenus
sont légèrement supérieurs à 1000 euros net par mois.
Le taux de renouvellement est de 66%. La majorité des
bénévoles participe à 2 ou 3 éditions.
On ne vient pas seul au festival (entre amis, en famille).

Temps accordé au festival par les bénévoles :

Une journée	51%
Deux journées	21%
Trois journées	19%
Plus de trois journées	5%

Soit 1700 heures
ou
1,1 E.T.P

L'économie du festival...

Les outils

- Un questionnaire composé de vingt questions fermées,
pouvant être rempli en moins de 8 minutes. 3 grandes parties :
- le rapport au festival (renouvellement, motivation, information etc)
- les pratiques culturelles et les goûts musicaux
- les données personnelles (âge, sexe, résidence, situation sociale etc)

Le questionnaire a été proposé aux personnes de 15 ans et plus.
Il a été testé en amont afin de garantir la fiabilité du dispositif.
- Un carnet de bord et des observations afin de consigner les
discussions en off et permettre une interprétation plus fine lors
de l'analyse des résultats.

Administration - passation

- Le questionnaire a été proposé aux publics sous une forme
autoadministrée assistée par les enquêteurs (7 bénévoles et
un responsable d'étude). Chaque personne s'est vu remettre
un questionnaire papier, une tablette pour écrire et un stylo.
Les enquêteurs restaient à proximité des enquêtés pour être
en mesure de répondre à leurs interrogations.
- La passation du questionnaire s'est déroulée dans la file
d'attente avant d'entrer sur le site.

L'échantillon

- L'échantillon a été constitué à partir d'une méthode par
échantillonnage aléatoire simple en prenant garde de ne pas
limiter la passation aux seules personnes les plus volontaires.
- L'équipe a recueilli 377 questionnaires valides entre 18h et
21h30 pour un public de 3000 personnes à cette heure. Avec
un taux de 12% de personnes interrogées, nous pouvons dire
que notre échantillon est représentatif.

Méthodologie

Responsable de l'étude : Hervé Parent - rv66000@gmail.com