

Covid-19 et festivals. «*Rassemblements de plus de cent personnes interdits jusqu'à nouvel ordre.*» Depuis cette annonce du 13 mars, les organisateurs de festivals ont vécu des périodes de doute, d'incertitude, mais aussi de résilience et d'émulation collective pour se réinventer et adapter cette édition 2020 si particulière. Reportage au cœur des festivals d'Annecy, des Papillons de nuit et de Jazz in Marciac.

CHRONIQUE D'UNE *adaptation*



© FRANCIS VERNHET

«**N**ous étions en pleine conférence de presse de présentation du festival quand le président de la République a fait sa première allocution, le 12 mars dernier», se souvient Pierre-Olivier Madelaine, directeur du festival Papillons de nuit (dit aussi «P2N»), qui se déroule chaque année à la Pentecôte, à Saint-Laurent-de-Cuves, dans la Manche. «*Dès le lendemain, en petit comité, on s'est dit qu'il fallait commencer à réfléchir à un plan B. Ça nous semblait des montagnes à dépla-*cer», poursuit-il.

Une semaine plus tard, la décision de reporter le vingtième anniversaire du festival à la troisième semaine d'août est prise. «*80% de la programmation initiale était maintenue. Les sociétés de production nous suivaient, les partenaires aussi. Il y avait encore très peu de demandes de remboursement, deux ou trois cents sur les soixante mille billets vendus. Localement, tous les acteurs étaient d'accord. L'obsession était de sauver le festival*», explique Pierre-Olivier Madelaine. À l'époque, il s'estime chanceux, très peu de festivals ont réussi à décaler leurs dates.

Un tour de force plus aisé pour un festival au fonctionnement très associatif. P2N est une organisation essentiellement composée de bénévoles; jusqu'à mille quatre cents pendant le festival pour trois salariés à l'année.

Faire le deuil

Au festival d'animation d'Annecy, Mickaël Marin sent les choses changer dès «*début mars, à Cartoon Movie, à Bordeaux; on voyait déjà beaucoup de changements au niveau sanitaire. Et puis certains studios étrangers commençaient à annuler leur venue*».



© S. MATTER

Ci-dessus: Le Cristal, trophée décerné lors du festival, au bord du lac d'Annecy. *Page de gauche*: L'Astrada, salle de spectacles de jazz, à Marciac.

LES CHIFFRES (1)

2 640
festivals de musique annulés
cette année (estimation).

11,02 millions
de personnes fréquentent
un festival chaque année.

De **1,53 à 1,8** milliard
d'euros de pertes économiques
négatives générées par
l'annulation des festivals
de musique à cause de la crise
du Covid-19 (estimation).

De **101 000**
à **157 229**
engagements artistiques annulés
du fait de l'impossibilité pour les
festivals de musique de se tenir
entre avril et août 2020.

(1) «*Festivals annulés – estimer la perte économique et sociale*», étude réalisée par Emmanuel Négrier et Aurélien Djakouane avec Damien Potier et Marion Vidal dans le cadre de l'étude SoFEST! initiée par France Festivals.

À partir de là, l'idée de devoir adapter la soixantième édition du festival d'animation commence à faire son chemin.

Malgré tout, pendant les premières semaines du confinement, les équipes continuent à plancher sur l'organisation d'un événement physique. En parallèle, plusieurs scénarios alternatifs sont envisagés: un report en juillet, un report en septembre ou une annulation pure et simple. Mais «*ces solutions ne sont pas satisfaisantes*», pour Mickaël Marin. «*Tout le mois de mars, on reçoit énormément de messages de tout le secteur, le Marché international du film d'animation (Mifa) est extrêmement important, sans lui, il n'y avait aucun rendez-vous avant octobre. Et puis la sélection était quasiment arrêtée... Le suspense ne pouvait pas durer éternellement*, poursuit-il. Le 7 avril, nous avons donc annoncé l'annulation physique du festival et son organisation en ligne.» Le plus dur, selon le directeur du festival d'animation, a été d'amener «*l'équipe à faire le deuil de l'événement prévu et à avancer sur la suite*». D'autant plus que «*cette soixantième édition s'annonçait particulièrement réussie*».

«*La mort dans l'âme*», Jean-Louis Guilhaumon, directeur du festival Jazz in Marciac et maire de la commune du Gers qui accueille depuis quarante-trois ans cette institution du jazz, s'est lui aussi résolu à annuler l'édition 2020, peu avant les annonces du Premier ministre. «*Nous n'arrivions pas à nous résigner. Nous avons été parmi les derniers à renoncer, après avoir attendu, en vain, une décision claire du ministère*», se souvient-il. Aujourd'hui, il n'a pas encore totalement perdu l'espoir d'organiser quelques événements «*si les contraintes ne sont pas trop fortes*».

Au début du confinement, les organisateurs de Papillons de nuit s'étaient donné jusqu'à mi-juin pour prendre la décision finale. Mais face à l'épidémie grandissante, les espoirs se sont amenuisés. Pierre-Olivier Madelaine garde en mémoire la «*psychose qui sévit sur*

les réseaux sociaux à cette période-là. Peu à peu, la décision de maintenir le festival fin août apparaissait comme irresponsable». Le 28 avril, le Premier ministre Édouard Philippe annonce l'annulation de tous les grands événements jusqu'en septembre. «*Il a pris la décision à notre place, finalement*», constate le directeur de Papillons de nuit. Cette année, pour le week-end de la Pentecôte, la petite commune normande est restée silencieuse. «*Là, ça a été vraiment dur. La météo était au top, nous avions l'une de nos meilleures fréquentations; pour ces 20 ans, la fête aurait été totale*», regrette-t-il.

Le soutien du public et des partenaires

Le public, lui, reste présent. Aux dates du festival, les fidèles se sont réunis entre eux et ont partagé sur les réseaux sociaux les photos de leurs #P2NàlaMaison. Pierre-Olivier Madelaine se sent aussi soutenu par ses partenaires: «*Toutes nos subventions institutionnelles, comme celle de la Sacem, ont été maintenues. Tous nous ont envoyé des messages de soutien, mais il reste une inconnue sur leur capacité de soutien financier pour l'an prochain*», estime-t-il. Malgré cela, la perte de budget dépasse 90%. Sur les 3 millions d'euros de budget, plus de 80% relèvent de la billetterie ou des recettes annexes. Le président de Jazz in Marciac, ému par «*les très nombreux et touchants messages des festivaliers*», apprécie la relation particulière qui lie le festival à son public. «*Nos partenaires ont été nombreux à maintenir leur participation*», relève-t-il aussi. L'organisation a pu bénéficier du maintien de ses subventions publiques, notamment celle de la Sacem, ce qui «*a permis de pondérer les pertes*», selon Jean-Louis Guilhaumon, qui loue «*une réaction à la hauteur des enjeux*». Les huit salariés de l'association sont aujourd'hui au chômage partiel et la centaine d'intermittents mobilisés habituellement sur le festival ne viendront pas.



Forte de ses quarante-trois années d'archives, l'association gersoise prépare en ce moment un festival virtuel pour conserver le lien avec son public. « Nous proposerons chaque jour un rendez-vous différent pour vivre la musique et le jazz à travers des reportages et des retransmissions », explique le président de Jazz in Marciac.

De son côté, Mickaël Marin se réjouit de l'accueil des professionnels du secteur pour le festival d'Annecy en ligne: « Nous n'aurions pas pu le faire tout seuls, nous savions que tout le monde allait jouer le jeu ». La totalité de la sélection est accessible sur la plateforme de vidéo à la demande créée pour l'occasion moyennant un pass à 15 euros, accessible au grand public. Le Mifa, quant à lui, se tiendra intégralement en numérique; rendez-vous en visio, conférences en live sur internet, notamment les leçons de cinéma comme celle avec le compositeur Bruno Coulais ou les rendez-vous professionnels en face-à-face entre réalisateurs et compositeurs. La durée du festival a, de plus, été allongée « pour permettre aux festivaliers de prendre le temps de voir tout le contenu ». À une semaine de l'ouverture, la plupart des rencontres professionnelles étaient déjà pleines et trois mille accréditations étaient déjà demandées pour le Mifa, contre quatre mille cent l'an dernier. Là aussi, le soutien des partenaires a été total. « Ce soutien, estime le directeur, allié à l'organisation de l'édition en ligne, devrait nous permettre de limiter le déficit. » Sur les 6,4 millions d'euros de budget du festival, 60 % proviennent de ses recettes propres. Le directeur attend la fin du mois de juillet pour estimer réellement les pertes liées à la crise sanitaire, même si, à ce stade, sa « priorité, c'est d'organiser un bel événement en ligne. La dimension financière vient après ».

Des impacts au-delà du festival

Cela ne compensera pas, malgré tout, l'absence des douze à quinze mille accrédités pour la ville d'Annecy. Comme



L'affiche de l'édition 2021.

Jazz in Marciac et Papillons de nuit, le festival d'Annecy est très ancré dans son territoire. Il est organisé par Citia, un établissement public de coopération culturelle fondé par la ville d'Annecy, localement très actif. Toute une économie s'est créée autour de l'animation à Annecy. Les retombées économiques du festival ont été estimées à 20 millions d'euros pour le secteur, selon une étude commandée par l'association. Les restaurateurs et hôteliers, eux aussi durement touchés par la crise, ne pourront s'appuyer sur la manifestation pour repartir.

Vingt millions d'euros, c'est l'estimation des retombées économiques de Jazz in Marciac. Dans la commune du Gers, l'absence des deux cent quarante mille festivaliers laissera des traces. Pour tenter d'enrayer cette « perte sèche » pour les commerçants locaux, Jean-Louis Guilhaumon a eu l'idée de proposer les « pique-niques musicaux de Jazz in Marciac »: des paniers à commander en ligne, composés de produits locaux (porc noir de Bigorre, vin blanc ou encore foie gras...) et à consommer en musique devant les retransmissions de concerts du festival. Également maire de Marciac, Jean-Louis Guilhaumon anticipe aussi « une baisse des recettes pour la commune ». L'annulation du report de Papillons de nuit a été « une terrible nouvelle pour les commerçants locaux, qui avaient l'espoir d'une reprise économique fin août », explique Pierre-Olivier

Madelaine. Il estime que la moitié du budget du festival, soit 1,5 million d'euros, va à des entreprises régionales. « Tout ce qui peut être fait par des entreprises régionales l'est », assure le directeur de P2N. Un exemple? « Les huit mille baguettes utilisées pour les vingt mille sandwiches vendus pendant le festival proviennent de douze boulangeries situées autour de Saint-Laurent-de-Cuves! ».

Aujourd'hui, tous ont les yeux rivés sur 2021. À Marciac, on prédit une édition 2021 « éblouissante ». Le festival d'Annecy promet d'enrichir ses futures éditions de contenus hérités de l'édition numérique. Mais des incertitudes subsistent. P2N anticipe d'ores et déjà une baisse de 20 % de son budget pour l'an prochain. Après cet épisode sanitaire, tous s'inquiètent d'une possible baisse de la fréquentation du public et des contraintes que l'on pourrait faire peser sur les salles. Le concert organisé à la Laiterie, à Strasbourg, respectant strictement les jauges sanitaires fait figure de repoussoir. Pour Pierre-Olivier Madelaine, « c'est économiquement insoutenable; nos modèles sont rentables à partir de 90 % de remplissage! Nous imposer une jauge à 50 % de nos capacités, c'est notre mort ». Le président de Jazz in Marciac y voit, lui, des contraintes « incompatibles avec la chaleur humaine qui caractérise le festival ».

PHILIPPINE DONNELLY



La musique, outil de retour à une vie normale

Alors que l'activité commerciale reprend peu à peu, que magasins, bars et restaurants rouvrent leurs portes progressivement, beaucoup se demandent comment faire revenir les clients. La musique y contribue grandement. Depuis les années 80, les commerces ont compris les bienfaits de la musique d'ambiance y compris sur leur chiffre d'affaires. Pour les magasins mais aussi pour les marques, la fabrication des playlists est devenue une affaire de professionnels.

Rue du Temple, Paris. Il est 10 heures, l'enseigne de cosmétique Nyx ouvre les portes de sa boutique. Soigneusement maquillée, l'équipe de vente accueille ses premiers clients le sourire aux lèvres. Rouge à lèvres, fards à paupières, vernis à ongles... les

aficionados du maquillage déambulent dans les rayons, et s'autorisent un petit déhanché sur le titre mondialement connu de Pharrell Williams, *Happy*. Dans un contexte post-confinement, c'est de bon ton. « Nous souhaitons accueillir nos clients dans un univers sain et sécurisé, mais aussi dans une ambiance sonore qui change un peu de notre playlist habituelle », explique

Sabine Depardon, chef de projet retail chez Nyx. Pour cela, nul besoin de composer sa propre playlist « réouverture post-Covid ». La marque de cosmétique a fait appel à Mood Media, l'un des plus importants créateurs de playlists musicales pour les commerces, les hôtels ou encore les restaurants.

À découvrir dans son intégralité sur La Fabrique culturelle : la-fabrique-culturelle.sacem.fr



La Fabrique culturelle recense chaque jour le meilleur du web pour décrypter les coulisses de la création artistique. Lire La Fabrique culturelle, c'est à la fois s'informer, s'étonner, s'inspirer et se projeter pour alimenter sa réflexion!