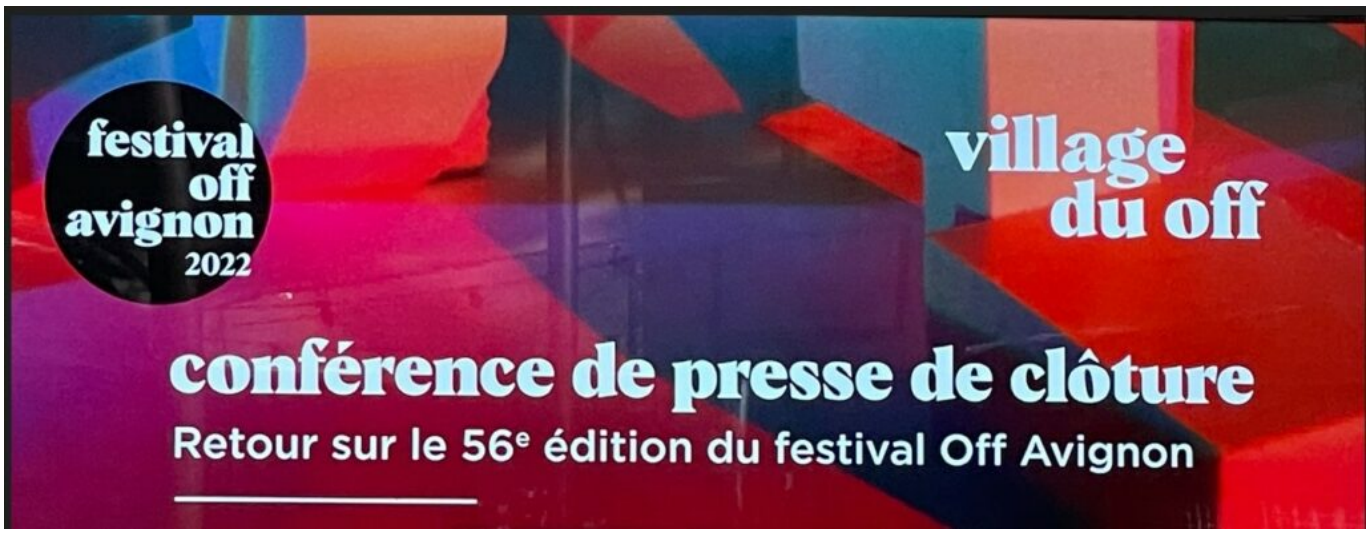
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Mireille Hurlin le 3 août 2022

56e édition du Festival Off d'Avignon, tout sur le bilan 2022



La 56e édition de 2022 du Festival off d'Avignon a signé le retour de 1 570 spectacles dans 138 lieux. En 2021 les spectacles étaient au nombre de 1 070 dans 116 lieux. En revanche la fréquentation du plus grand théâtre du monde a chuté passant de 300 000 à 270 000 spectateurs. Un chiffre à mettre en rapport avec la désaffection des salles culturelles au niveau national impacté de 20 à 30% pour certains, par les alertes canicules et la propagation du covid pour d'autres et, sans doute aussi, d'une inflation galopante de 6,1% en juillet 2022 contre 2,2% en 2021.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Mireille Hurlin le 3 août 2022



Les membres du bureau d'AF&C, de gauche à droite Raymond Yana, Laurent Rochut, Laurent Domingos, Harold David, Hugues Leforestier, Jérémy Bourges

La fréquentation du Festival Off

«En 2019 AF&C avait estimé à 300 000 le nombre de spectateurs venus assister aux spectacles pour 1,7 million de billets délivrés resitue Harold David co-président de AF&C. Bien que les chiffres ne soient pas encore remontés des théâtres d'Avignon et des compagnies, puisque nous n'y avons pas accès. Si on s'appuie sur le nombre de cartes off nous pensons que 270 000 spectateurs étaient au rendez-vous de cette 56e édition pour 1,5 million de billets délivrés.»

La carte off

«Nous avons vendu cette année 59 000 cartes du off contre 67 000 (-8 000) en 2019, déplore Laurent Domingos, co-président du Festival off. Près de 16% des détenteurs de cette carte résident dans le Vaucluse et 11% ont entre 12 et 25 ans. Cette carte off permet de bénéficier d'un tarif réduit de 30% sur les spectacles, d'entrer dans des lieux culturels et patrimoniaux de la Ville à petit prix, d'assister aux concerts, au bar du off ainsi qu'à d'autres événements sur le territoire national. Ce chiffre fait écho, en 2022 à la baisse de fréquentation des scènes sur l'ensemble du territoire de l'ordre de 20 à 30%.»

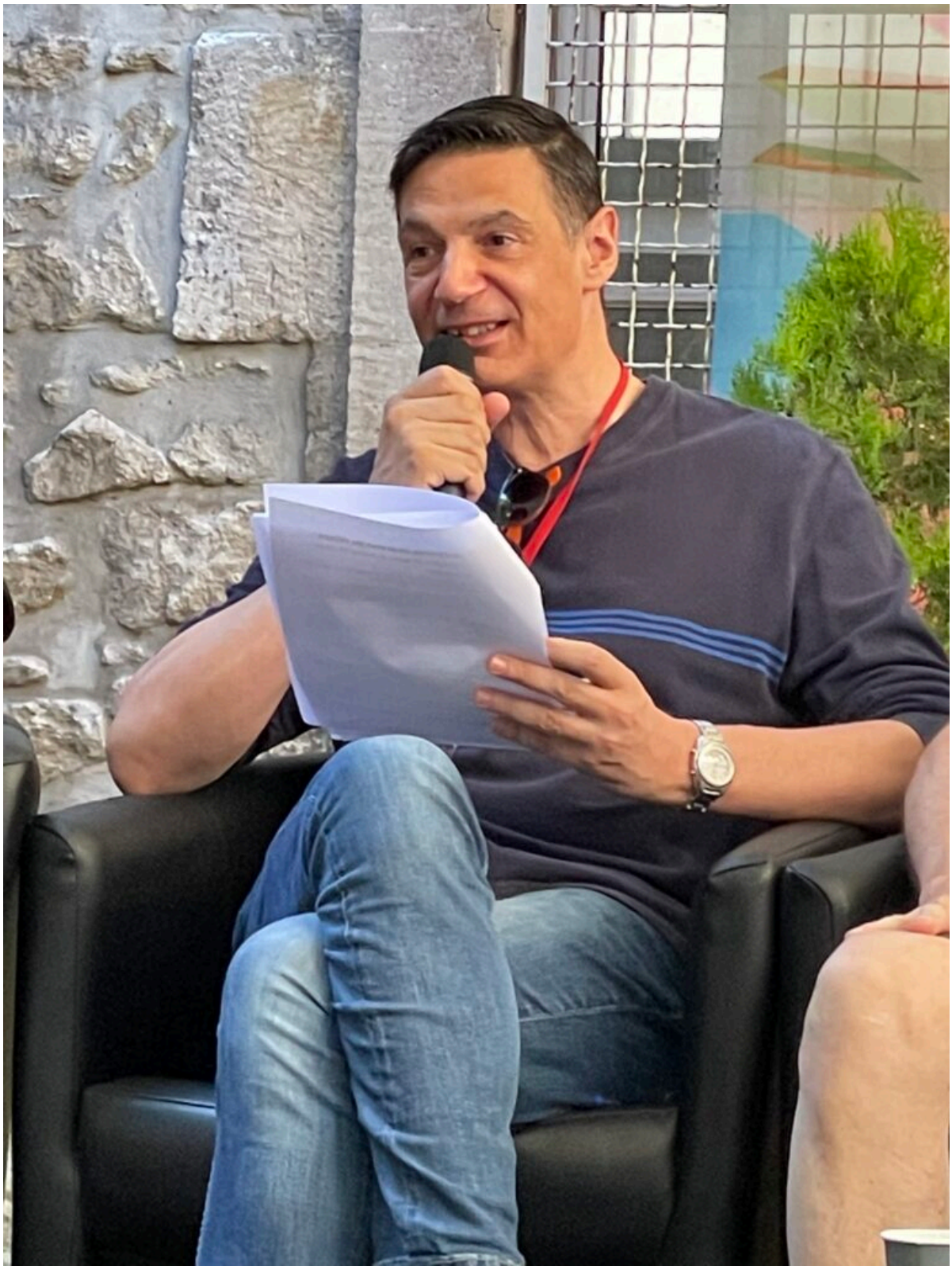
+15% de Ticket'Off

«L'année est record pour les Ticket'off –la billetterie solidaire- avec 116 268 places achetées ce qui a permis d'abonder le Fonds de soutien à la professionnalisation à hauteur de 116 268€ pour les années 2022 et 2023, a entamé Harold David, précisant que 90% des spectacles présentés y figuraient. C'est aussi l'endroit où les spectateurs peuvent faire leur choix de spectacles. Nous pensons que cette hausse du nombre d'utilisateurs de Ticket'off est due à de nouvelles pratiques préférant le digital en réaction à la crise sanitaire.»

«En 2019 nous étions en dessous des 100 000 billets,» a précisé Laurent Rochut.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Ecrit par Mireille Hurlin le 3 août 2022



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Mireille Hurlin le 3 août 2022

Harold David Co-président du off

Les accréditations professionnelles
«En 2019 près de 2 647 personnes avaient été accréditées Festival Off dont 610 pour la presse, détaille Harold David. Cette année nous avons délivré 1 928 accréditations dont 420 accréditations pour la presse. Nous avons reçu moins de programmateurs sans doute à cause du Covid. Le nombre d'accréditation est inférieur à celui de 2019. Cela est volontaire de notre part puisque nous avons voulu sélectionner de manière plus drastique les professionnels qui demandent une accréditation car nous pensons que par le passé, il y a peut-être eu un certain laisser-aller, ce qui fait que beaucoup de cartes étaient données à des personnes qui n'avaient pas forcément de rôle professionnel à jouer vis-à-vis des compagnies. Nous avons comptabilisé pour le moment plus de 2 000 retombées presse ainsi que beaucoup d'articles parus au national et à l'international, dont beaucoup de papiers de fond sur Avignon Festival et Compagnie, notamment sur le projet que nous portons.»

Déplacement géographique du Village du Off
«Le village du off est désormais près d'un axe central d'Avignon à l'école Bouquerie, 6 rue Pourquery de Boisserin (Ndlr : en face de la Scala, ancien Pandora pour cause de travaux dans l'école Simone Veil –ancienne école Thiers, rue des écoles) détaille Laurent Domingos. 7 000 personnes par jour fréquentent le Village du off dont 800 personnes le soir, lors des concerts. Le village du off est devenu une maison commune où public, artistes et professionnels se rencontrent vraiment. 150 évènements y ont été organisés : conférences, tables rondes, ateliers, concerts.» « Il nous reste beaucoup de travail à faire afin de rendre plus uniforme la fréquentation du lieu, notamment pour les tables rondes. Le déplacement géographique du Village du Off a joué en faveur de sa visibilité, notamment envers le public, qui a mieux identifié cet espace et y a passé plus de temps, s'y restaurant, s'y attardant…» a relevé Harold David.

Le fonds de soutien à la professionnalisation
«En 2022, 82 spectacles ont été identifiés comme bénéficiaires, précise Harold David, 262 artistes -126 hommes, 136 femmes et 2 personnes en situation de handicap- soutenus pour 1 569 représentations et un montant total 180 546€.»

Le partenariat avec la Maison Jean-Vilar-BNF
«La Maison Jean Vilar qui est également à l'année l'antenne de la BNF (Bibliothèque nationale de France) collecte, comme chaque année, programmes, dossiers de presse, affiches et autres supports des compagnies du Off et est partenaire avec AF&C du concours de la plus belle affiche.»

La Nouvelle majorité
«Nous sommes issus d'une nouvelle majorité élue en avril 2022, cette édition est donc un test, même un crash test d'après certains, relate Harold David. L'ADN du Off est l'indépendance alliée à l'intelligence collective. Nous voulons valoriser et préserver la richesse et la diversité de la création artistique ; soutenir et accompagner ceux qui font le festival, les acteurs du off et permettre à tous d'accéder au festival.»

L'expérience avignonnaise

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Ecrit par Mireille Hurlin le 3 août 2022

«Ce qui compte, c'est de travailler en amont avec les compagnies pour qu'elles sachent si elles peuvent ou pas faire Avignon, expose Laurent Domingos. Qu'elles puissent être mieux préparées, mieux formées par rapport à leur budget prévisionnel, à l'ensemble des subventions qu'elles pourraient toucher et être parrainées par des compagnies plus expérimentées. Nous mettrons en place ce dispositif dès la rentrée. L'expérience avignonnaise doit devenir positive.»

Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Ecrit par Mireille Hurlin le 3 août 2022



Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Mireille Hurlin le 3 août 2022

Laurent Domingos, co-président du Off

Promouvoir les compagnies étrangères
«J'ai été surpris par le rayonnement du Festival off à l'international, reprend Laurent Domingos. Des compagnies sont venues de Taïwan, de la Corée, du Brésil, de Québec, de la Suisse, de Belgique et des pays frontaliers. » « Nous avons reçu des délégations officielles et d'autres plus informelles, a complété Harold David, venues s'enquérir de la façon de collaborer ensemble dans la durée. Nous avons évoqué la meilleure façon d'accompagner les compagnies étrangères. Si nous voulons être à la hauteur il nous faudra nous donner les moyens pour recevoir de façon beaucoup plus professionnelle ces compagnies de l'autre bout du monde. Nous allons organiser un bureau d'accueil dévolu aux compagnies étrangères pour les accompagner sur les lieux, la réalité du festival, mais aussi sur le franchissement des frontières. Notre rôle sera de lever les difficultés. Nous travaillerons à offrir une meilleure visibilité du théâtre étranger, via un tiré à part et le Village du Off avec un pool 'international'.»

Concevoir un parcours Off à l'export
«Nous pourrions imaginer une réciprocité avec un parcours du Off à l'export, observe Harod David. La question : Comment faire lorsqu' AF&C n'est pas le programmateur du festival off ? Peut-être passer par un appel à projets, à candidatures, entrer dans un dispositif de résidence… Si une vingtaine de pays accueillaient 5 compagnies alors 100 spectacles pourraient partir faire le tour du monde… »

Un projet triennal 2023-2026 pour structurer l'accompagnement du Off
«Nous abordons un projet triennal : 2023-2026 dont nous ferons la présentation à la rentrée, révèle Harold David. Il s'érige autour de 5 piliers en accord avec la nouvelle ministre de la Culture, Rima Abdul Malak, qui nous a rendu visite le 9 juillet dernier ainsi que la Drac Paca (Direction régionale des affaires culturelles Provence-Alpes-Côte d'Azur), les collectivités territoriales et partenaires du Off.»

Les 5 piliers
«Nous voulions un projet structurant de conviction et politique demandant un engagement financier rappelle Harold David. Un tour de table avec les institutionnels et les professionnels sera mis en place à la rentrée pour une charte rédigée avant la fin de l'année. Les 5 piliers sont :
1. Une gouvernance reposant sur l'indépendance et l'intelligence collective ;
2. L'éco-responsabilité et sa phase opérationnelle ;
3. La professionnalisation avec un accompagnement et revisiter le fonds de professionnalisation qui n'atteint pas encore ses objectifs notamment auprès des compagnies émergentes ;
4. Le modèle économique avec comment passer d'une économie saisonnière à une économie hors saison en faisant d'Avignon et de ses territoires une fabrique des arts vivants avec nombre de théâtres qui souhaitent s'ouvrir aux résidences associées, à la réception des publics et travailler à une filière du théâtre indépendant, une Cinecittà d'un théâtre à la française ;
5. La diffusion qui est une vraie problématique du spectacle en France. S'il y a 1 570 spectacles proposés dans le Off c'est qu'il y a un vrai besoin des compagnies de montrer leur travail. Le festival donne un cadre à la relation commerciale avec un équilibre des forces. Cette régulation passera par le développement de nouvelles pistes, notamment en accompagnant mieux et plus les programmateurs au niveau national et international.»

Ecrit par Mireille Hurlin le 3 août 2022



Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Mireille Hurlin le 3 août 2022

Chloé Suchel, responsable de la communication AF&C

Le Plan média

«Nous avons fait le choix de la régionalisation plutôt que de la 'parisianisation' de l'information pour le plan média du festival Off, précise Harold David. Nous travaillons sur deux logiques : en amont et sur la dernière semaine du festival, indique Chloé Suchel, responsable de la communication. Depuis plusieurs années nous organisons un affichage à partir du mois de juin dans les 120km autour d'Avignon : Lyon, Montpellier, Marseille. L'idée ? Toucher les personnes qui peuvent facilement se déplacer, une journée ou deux pendant le festival. Nous nous implantons aussi sur le calendrier d'autres manifestations culturelles comme Les rencontres photographiques d'Arles puisque nous sommes sur les mêmes publics cible, nous recherchons des événements connexes. De début juin à fin juillet nous totalisons 800 faces en affichage urbain. Nous avons un partenariat avec France Télévision lors d'une campagne signée pour la dernière semaine de juillet afin de souligner qu'après le In il y a toujours le off. Nous avons des spots publicitaires avec France Bleu Vaucluse et France Bleu au national. Nous ciblons également les 12-25 ans via des médias spécifiques.»

«Nous avons mis en place des échanges de valorisation avec des supports papiers comme Télérama, Le Parisien, précise Harold David. Pour 2023, la question est prématurée. Nous prendrons en compte les résultats de cette année. Cela fera partie des sujets à aborder à la rentrée.»

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Ecrit par Mireille Hurlin le 3 août 2022



La conférence de presse au Village du off lors du pré-bilan du Festival off d'Avignon

Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !