

# Poids et impact des manifestations littéraires soutenues par le CNL dans les territoires

**Rapport final**  
Décembre 2017



---

# Sommaire

|    |  |    |
|----|--|----|
| 1  | Contexte, objectifs et méthodologie  | 3  |
| 2  | Typologie des manifestations soutenues par le CNL  | 8  |
| 3  | La concrétisation d'un enjeu politique fort pour l'accès de chacun au livre et à la lecture            | 14 |
| 4  | Un outil de « mieux vivre » ensemble   | 29 |
| 5  | Une opportunité de renforcer les complémentarités et les synergies des acteurs locaux et de la filière | 40 |
| 6  | Un apport au dynamisme économique local  | 52 |
| 7  | Un facteur de notoriété et de visibilité pour un territoire et ses partenaires                         | 66 |
| 8  | Perspectives pour les années à venir   | 77 |
| 9  | Points clés à retenir  | 80 |
| 10 | Annexes  | 82 |

---

# Contexte, objectifs et méthodologie

- > LE CNL, UN ÉTABLISSEMENT PUBLIC AU SERVICE DU LIVRE ET DE LA LECTURE
- > UN SOUTIEN EXIGEANT POUR DES MANIFESTATIONS DE QUALITÉ
- > OBJECTIFS DE L'ÉTUDE
- > MÉTHODOLOGIE RETENUE

**1**

## LE CNL, UN ÉTABLISSEMENT PUBLIC AU SERVICE DU LIVRE ET DE LA LECTURE

- Etablissement public à caractère administratif, placé sous tutelle du ministère de la Culture, le Centre national du livre (CNL) a pour missions de **favoriser la création, l'édition, la diffusion et la promotion des ouvrages de qualité.**
- La mise en œuvre de ces missions se traduit principalement par un **soutien aux professionnels de la chaîne du livre**, qu'il s'agisse d'auteurs, de traducteurs, d'éditeurs, de libraires, de bibliothécaires ou d'organisateur de manifestations littéraires





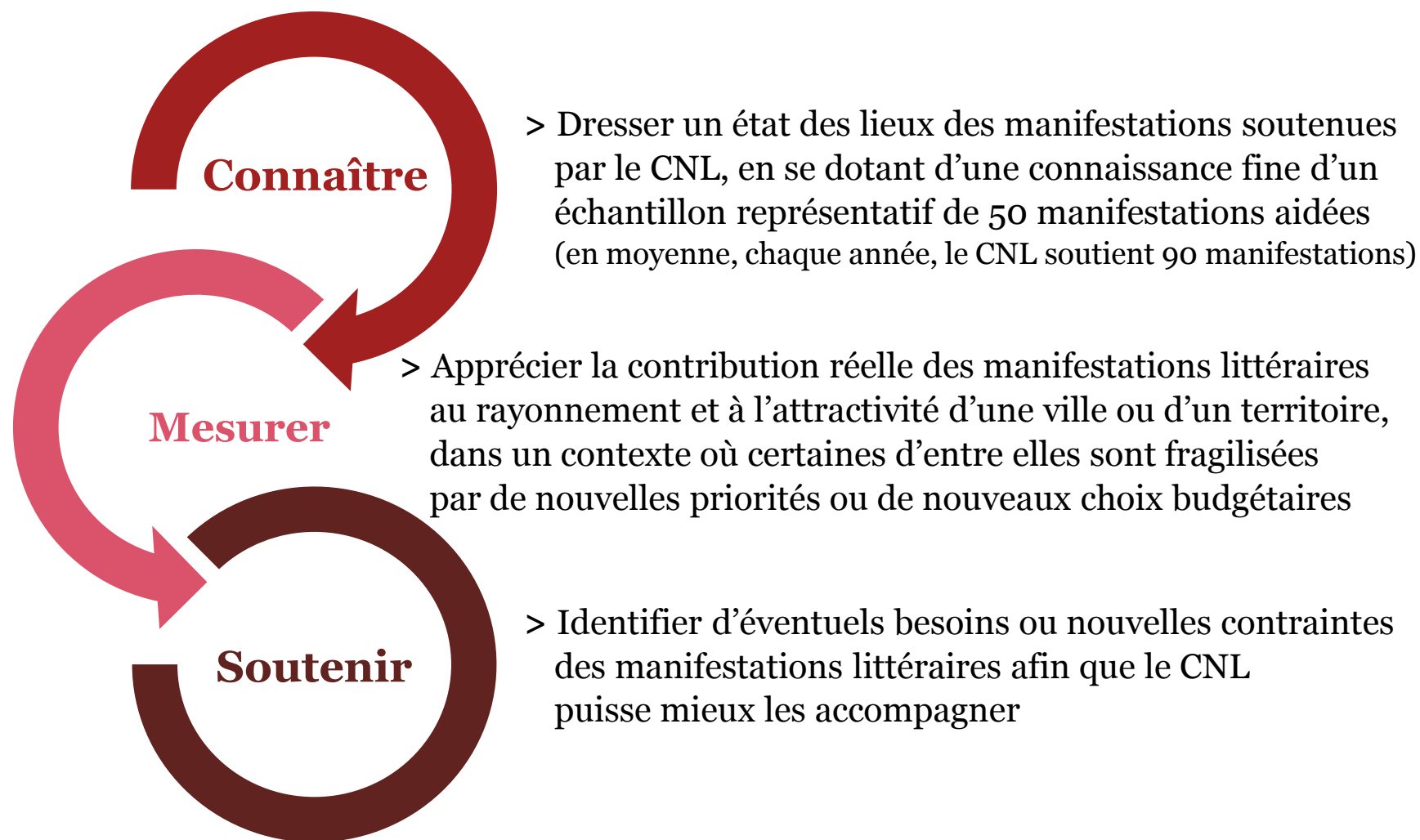
## UN SOUTIEN EXIGEANT POUR DES MANIFESTATIONS DE QUALITÉ

- Essentielles dans la rencontre entre le livre et les publics, les **manifestations littéraires** jouent un rôle majeur en matière d'éducation, de formation de l'esprit critique ou de mieux vivre ensemble, leur permettant de s'inscrire pleinement dans les dynamiques locales.
- Chaque année, le CNL soutient en moyenne **90 manifestations**, de rayonnement national ou international, pour un montant total de **2 M€** et une subvention moyenne autour de **20 000 €**.
- Pourtant, certaines d'entre elles se trouvent parfois fragilisées par de nouvelles priorités ou de nouveaux choix budgétaires.
- Dans ce contexte, aux perspectives mouvantes et incertaines, le CNL a souhaité mesurer le poids et l'impact des manifestations littéraires qu'il soutient dans les territoires pour *in fine* mieux les accompagner.

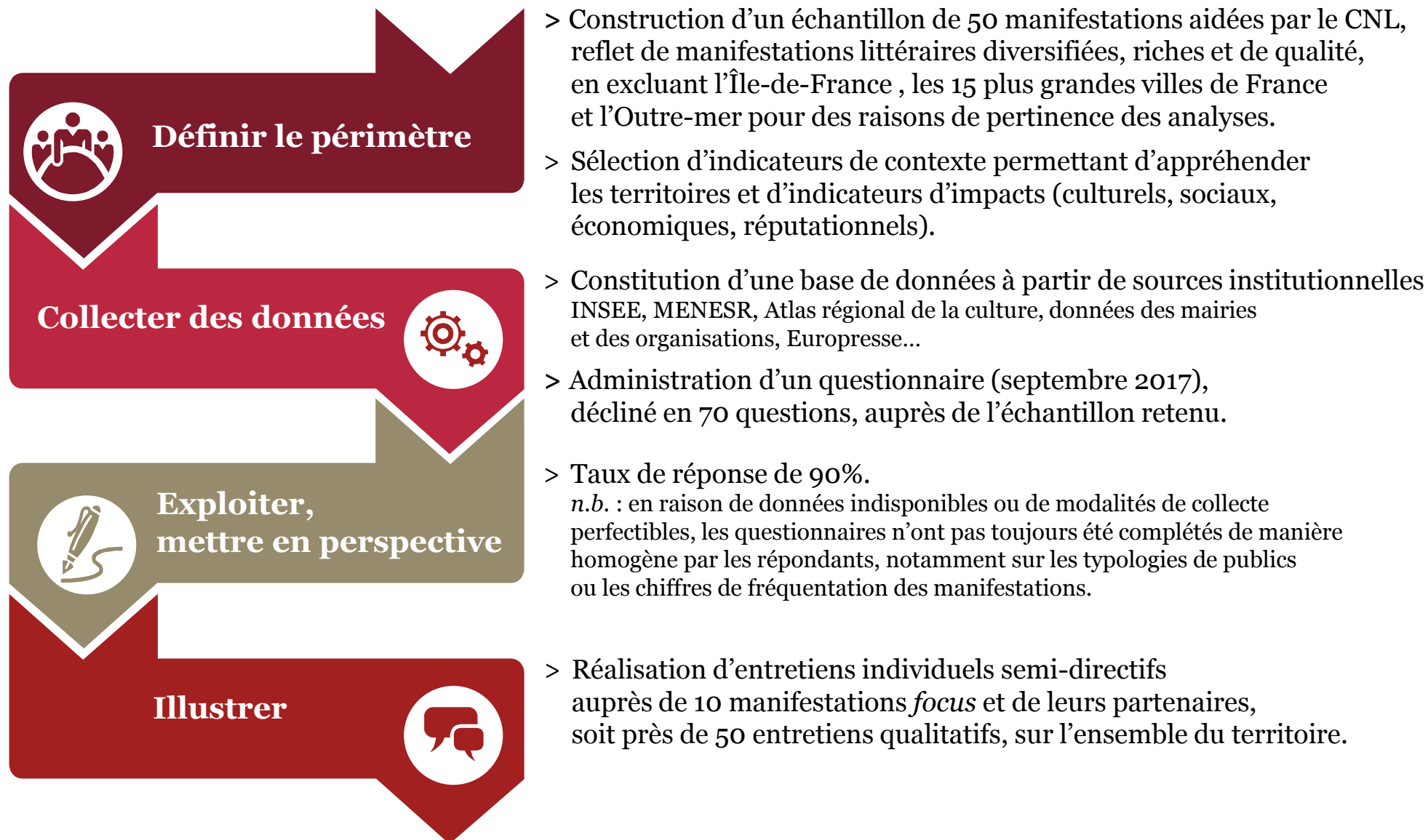
### Les manifestations soutenues par le CNL doivent :

- s'adresser au public le plus large,
- être organisées en partenariat avec les professionnels locaux,
- représenter les genres littéraires soutenus par le CNL,
- présenter un projet littéraire structuré (originalité de la programmation, renouvellement des auteurs...)
- respecter la diversité éditoriale en favorisant la venue d'éditeurs indépendants,
- prendre soin d'ouvrir la programmation aux primo-romanciers ou aux auteurs émergents,
- prendre en compte les formes nouvelles de promotion du livre et de la lecture,
- rémunérer les auteurs qui participent à des rencontres.

## OBJECTIFS DE L'ÉTUDE



## MÉTHODOLOGIE RETENUE



---

# Typologie des manifestations soutenues par le CNL

> FICHE D'IDENTITÉ DE LA MANIFESTATION TYPE SOUTENUE PAR LE CNL

2



## FICHE D'IDENTITÉ DE LA MANIFESTATION TYPE SOUTENUE PAR LE CNL



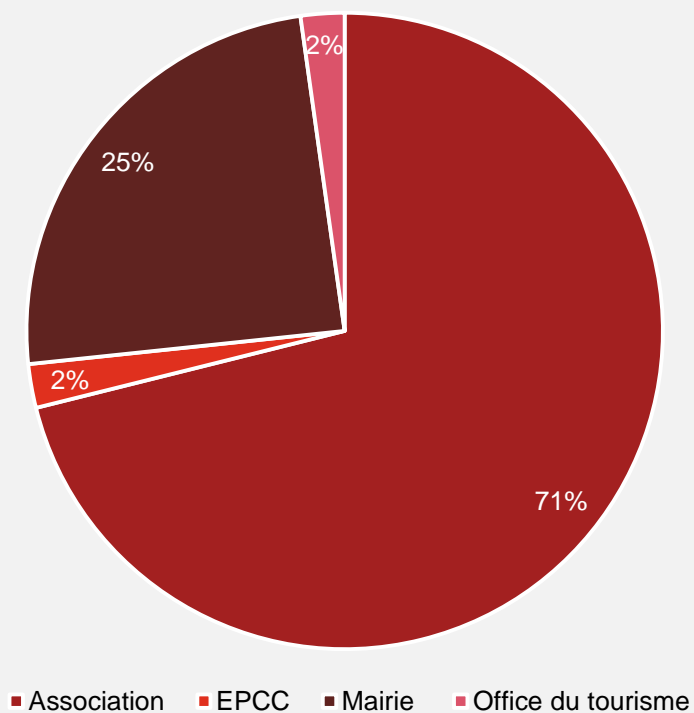


## FICHE D'IDENTITÉ DE LA MANIFESTATION TYPE SOUTENUE PAR LE CNL



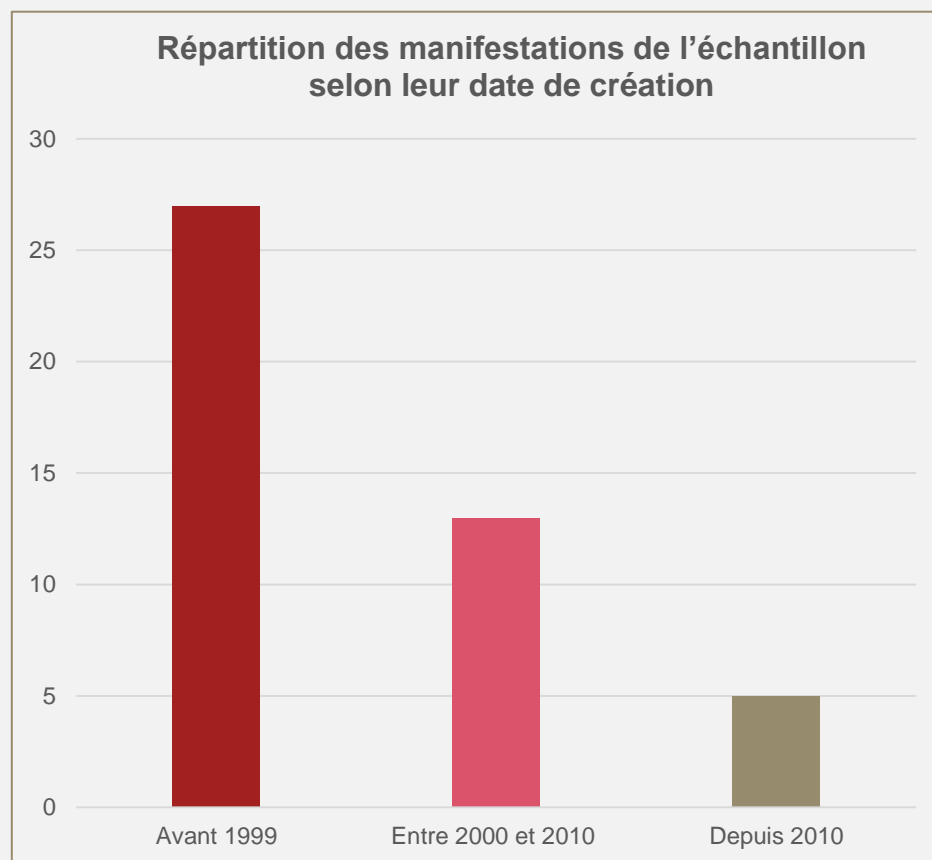
### Organisée par une association

Répartition des manifestations de l'échantillon selon le type de structure organisatrice



### Bien établie (créée avant 1999)

Répartition des manifestations de l'échantillon selon leur date de création

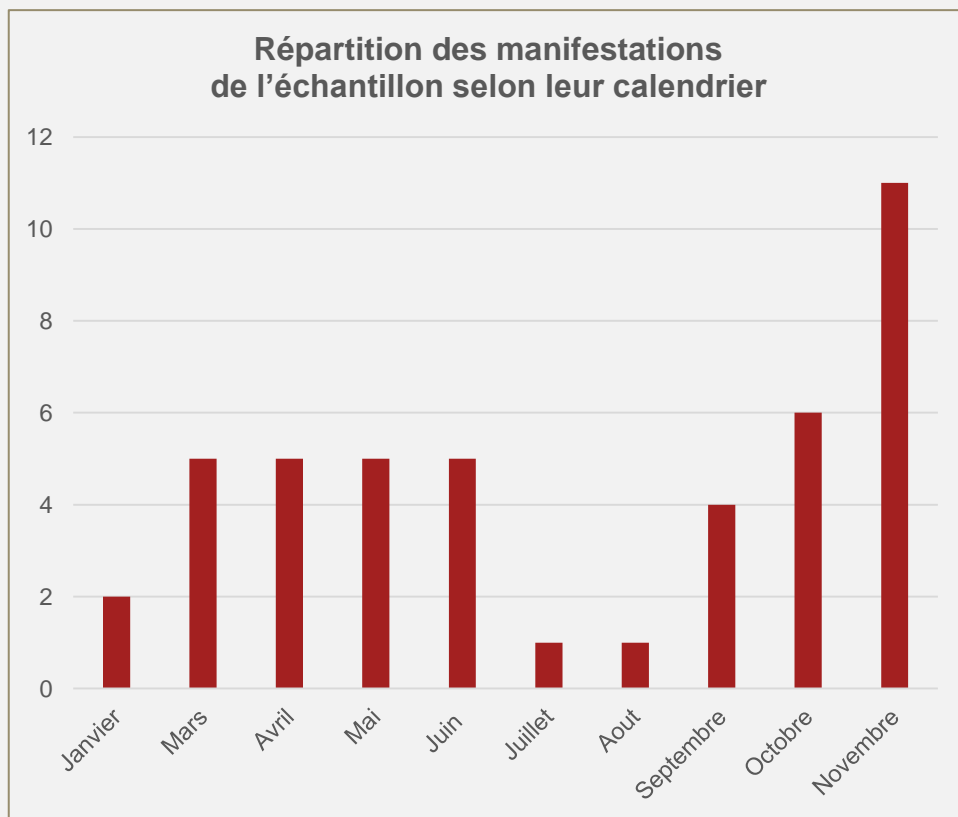




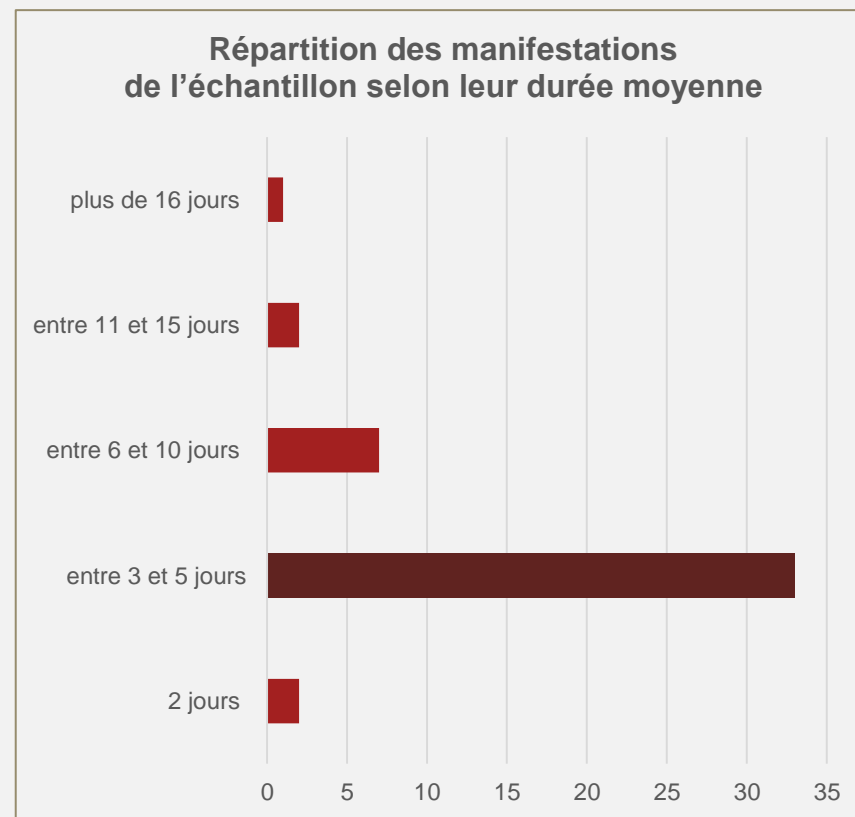
## FICHE D'IDENTITÉ DE LA MANIFESTATION TYPE SOUTENUE PAR LE CNL



**Plutôt organisée au printemps ou à l'automne**



**D'une durée moyenne de 3 à 5 jours**





# FICHE D'IDENTITÉ DE LA MANIFESTATION TYPE SOUTENUE PAR LE CNL

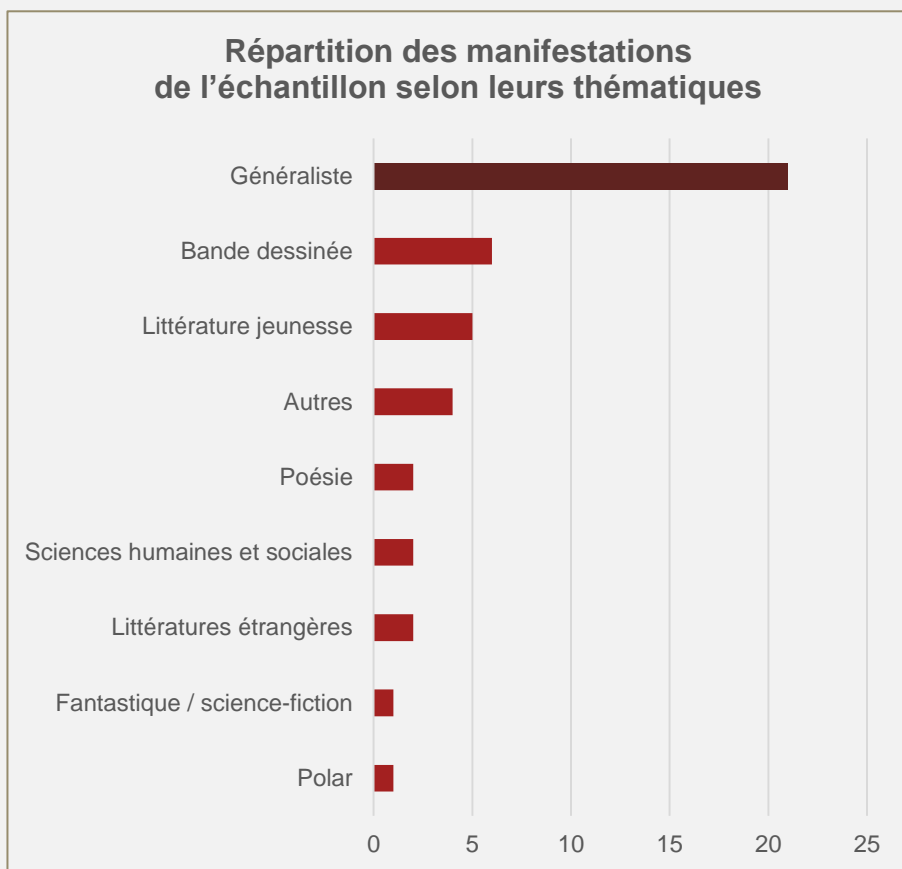


**Plutôt généraliste**

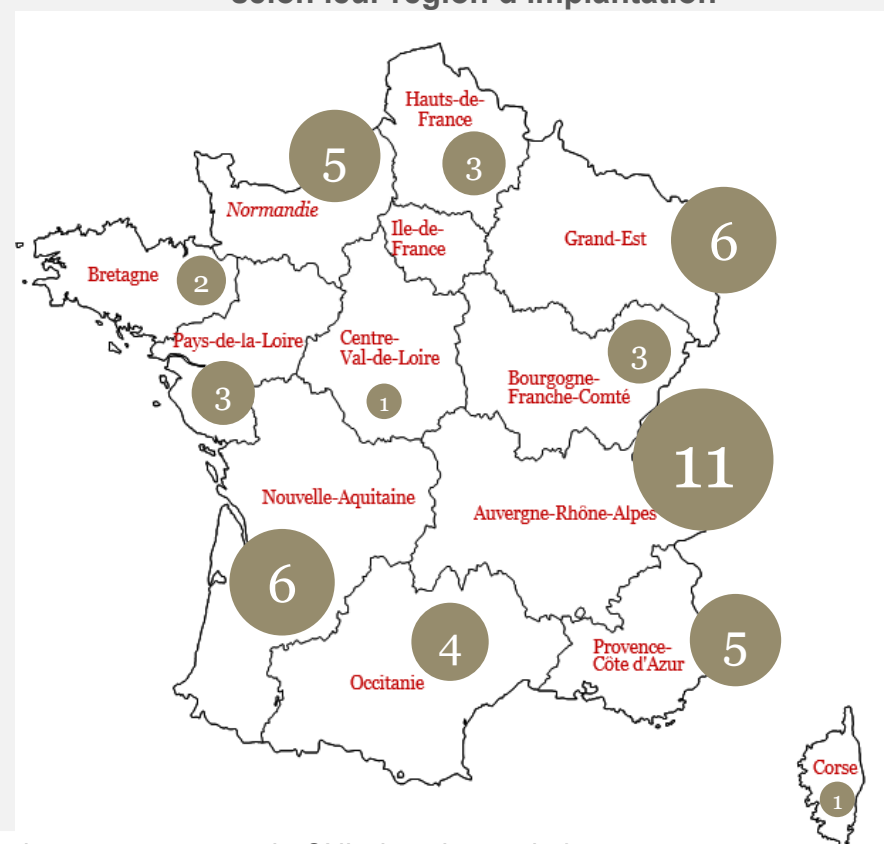


**Située dans les 4 régions comptant le plus de manifestations littéraires**

Répartition des manifestations de l'échantillon selon leurs thématiques



Répartition des manifestations de l'échantillon selon leur région d'implantation





## FICHE D'IDENTITÉ DE LA MANIFESTATION TYPE SOUTENUE PAR LE CNL



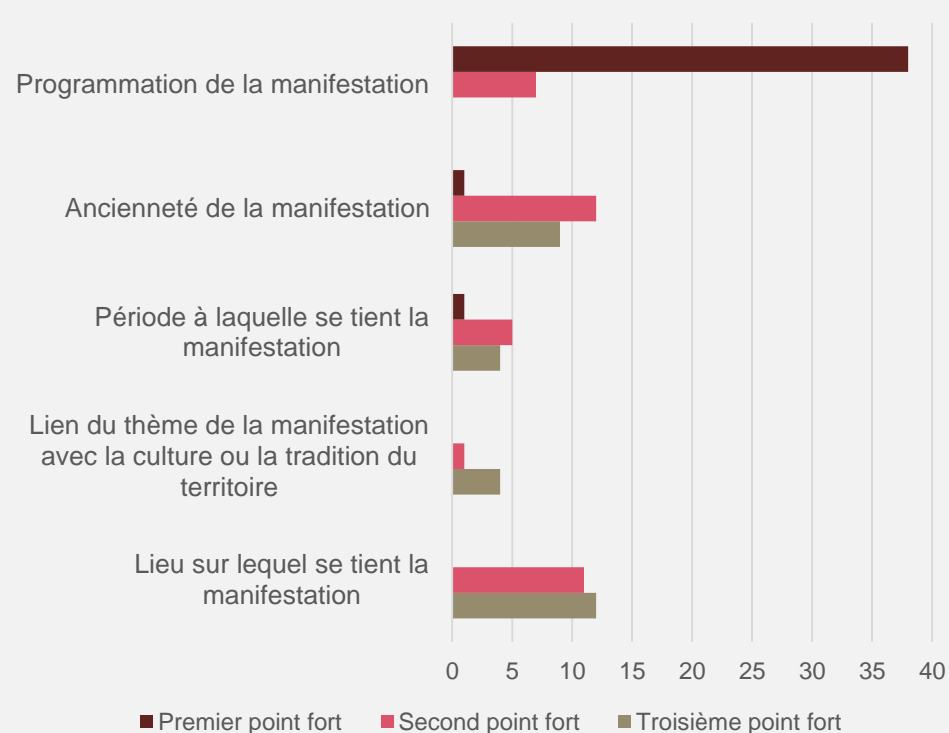
**Prioritairement conçue pour élargir le public du livre et de la lecture**

**Priorités poursuivies par les organisateurs des manifestations de l'échantillon**



**Forte d'une programmation de qualité**

**Principaux points forts identifiés par les organisateurs des manifestations de l'échantillon**



---

# La concrétisation d'un enjeu politique fort pour l'accès de chacun au livre et à la lecture

- > L'ACCÈS AU LIVRE ET À LA LECTURE DE CHACUN, UN ENJEU FORT ET PARTAGÉ
- > LA GRATUITÉ, UNE OPTION SANS INCIDENCE SUR LA FRÉQUENTATION
- > GRAND PUBLIC, SCOLAIRES ET PUBLICS EMPÊCHÉS : 3 PUBLICS CLÉS
- > LE CHOIX ASSUMÉ DU GRAND PUBLIC
- > L'ACCENT MIS SUR LES SCOLAIRES ET L'EAC
- > L'ENGAGEMENT AUPRÈS DES PUBLICS EMPÊCHÉS

3

## L'ACCÈS AU LIVRE ET À LA LECTURE DE CHACUN, UN ENJEU FORT ET PARTAGÉ

### Les objectifs poursuivis par les manifestations littéraires



**75%** des organisateurs, déclarent que leur manifestation vise prioritairement **l'élargissement du public du livre et de la lecture.**

## LA GRATUITÉ, UNE OPTION SANS INCIDENCE SUR LA FRÉQUENTATION

### **50%** des organisateurs font le choix de la gratuité pour faciliter l'accès de chacun à leur manifestation

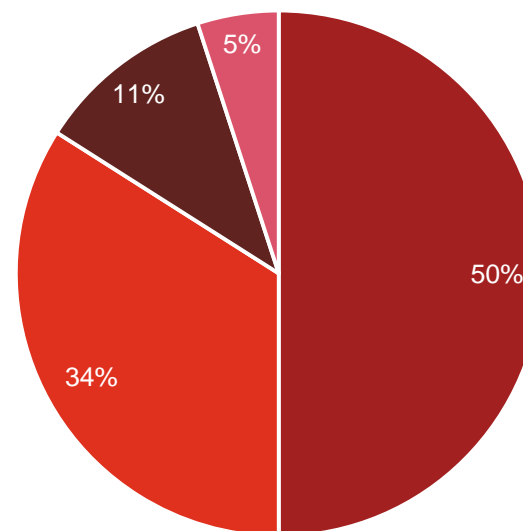
- Cette gratuité n'augure néanmoins pas d'une fréquentation élevée.

De fait, si différentes formules tarifaires ont pu être adoptées par les organisateurs, ces dernières sont **peu corrélées aux chiffres de fréquentation** des manifestations.

Une manifestation peut donc être payante, complètement ou partiellement ; elle n'en verra pas moins - ou pas plus - sa fréquentation diminuer.

- **Parmi les manifestations payantes soutenues par le CNL, 11% pratiquent des prix différenciés par type de public,** les demandeurs d'emploi et les étudiants étant alors les publics privilégiés.

Répartition des manifestations selon leurs modalités tarifaires



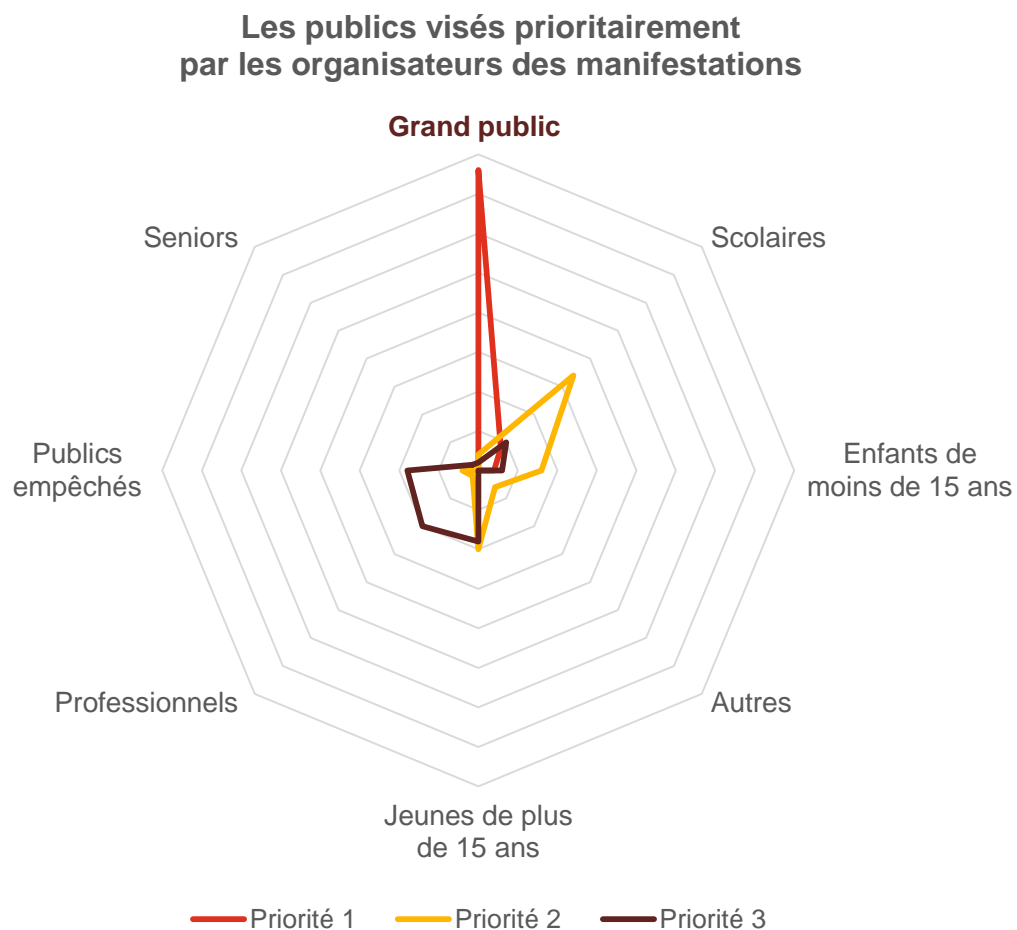
- L'entrée est libre
- L'entrée est libre mais certaines activités sont payantes
- L'entrée est payante avec des tarifs différenciés par public
- L'entrée est payante avec un tarif unique



## GRAND PUBLIC, SCOLAIRES ET PUBLICS EMPÊCHÉS : TROIS PUBLICS CLÉS







# 90% des manifestations visent prioritairement le grand public

- Pour 90% des organisateurs, le **grand public** est le premier public-cible.
- L'accent est ensuite mis sur les **scolaires**, notamment *via* les actions d'éducation artistique et culturelle (EAC) et les **publics empêchés**.



## LE CHOIX ASSUMÉ DU GRAND PUBLIC

### Profil-type du festivalier grand public\*

-  Une femme
-  D'environ 50 ans
-  Habitant la ville de la manifestation ou à proximité
-  Cadre ou retraitée
-  Diplômée, au minimum, d'un bac + 2
-  Disposant d'un large capital culturel

 **Un public plutôt captif**



*\* n.b. : ce profil type est issu des résultats du questionnaire en ligne et des études sur les publics transmises par 9 manifestations. Les données obtenues sont, par ailleurs, contingentées aux pratiques individuelles et sociales vis-à-vis de ce type de démarche ; les femmes et les CSP+ étant les plus enclins à répondre à ces enquêtes.*



ZOOM : TYPOLOGIE DU PUBLIC DES MANIFESTATIONS LITTÉRAIRES



## Un public majoritairement féminin à plus de 65%...

- Cette estimation des organisateurs de manifestations est corroborée par les études que certains ont mené sur leurs publics : en 2014, le Livre sur la Place évalue à 76 % la présence féminine sur la manifestation, les Correspondances de Manosque à 7 femmes sur 10 visiteurs en 2012 et Lire en Poche à 68 % (moyenne des 3 éditions de 2013 à 2015).
- Elle rejoint également les constats récurrents des enquêtes nationales sur les pratiques culturelles des Français, soulignant que les femmes lisent environ deux fois plus que les hommes, toutes catégories d'âges confondues\*.

\* Olivier Donnat, *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique, Enquête 2008*, Département des études, de la prospective et des statistiques, ministère de la Culture, 2009.



## ... Pour une moyenne d'âge située autour de la cinquantaine

- En 2015, les 50-70 ans représentaient 46,5 % aux Regards Croisés de Grenoble, 69,3 % au Premier Roman de Chambéry.
- Les 46-65 ans s'établissaient à 57 % pour Le livre sur la Place à Nancy et 34% au Quai des Bulles à Saint-Malo.

*n.b. : ce profil type est issu des résultats du questionnaire en ligne et des études sur les publics transmises par 9 manifestations. Les données obtenues sont par ailleurs contingentées aux pratiques individuelles et sociales vis-à-vis de ce type de démarche ; les femmes et les CSP+ étant les plus enclins à répondre à ces enquêtes.*



ZOOM : TYPOLOGIE DU PUBLIC DES MANIFESTATIONS LITTÉRAIRES



## Un public plutôt diplômé, issu des catégories socio-professionnelles supérieures et doté d'un important capital culturel

- Le public des manifestations littéraires est **davantage diplômé** que la moyenne de la population française (60 % sont titulaires d'un diplôme équivalent ou supérieur à un bac+3).
- Les **cadres ou professions intellectuelles supérieures et les retraités** sont les catégories socio-professionnelles les plus représentées.
  - > Le livre sur la place, à Nancy, évalue respectivement ces deux catégories à 30% et 27% ;  
Les Correspondances de Manosque à 37% et 45% ;  
Lire en Poche, à Gradignan, à 21% et 17%.
- Le public des manifestations littéraires a plutôt **le goût de la lecture et de la culture**.
  - > Aux Correspondances de Manosque, 59% des répondants déclarent être inscrits en bibliothèque (17% en moyenne nationale).  
A Lire en Poche, 35% des visiteurs déclarent lire plus de 20 livres par an, soit le double de la moyenne nationale.  
Au Festival Regards croisés, 72 répondants sur 101 vont au théâtre plus de 3 fois par an.  
À Nancy, 72% des personnes interrogées indiquent vouloir assister dans l'année à d'autres événements culturels, dont 24% pour le Nancy Jazz Pulsations, 11% pour les journées du patrimoine et 20% pour des concerts ou opéras.
- A l'inverse, la faible participation des représentants du secteur primaire (ouvriers, agriculteurs) est une constante, tant dans les manifestations littéraires qu'au sein des pratiques culturelles des Français.

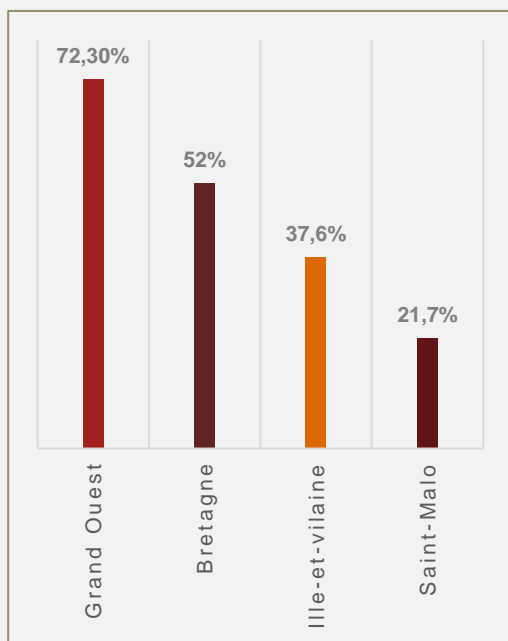
*n.b. : ce profil type est issu des résultats du questionnaire en ligne et des études sur les publics transmises par 9 manifestations. Les données obtenues sont par ailleurs contingentées aux pratiques individuelles et sociales vis-à-vis de ce type de démarche ; les femmes et les CSP+ étant les plus enclins à répondre à ces enquêtes.*



ZOOM : TYPOLOGIE DU PUBLIC DES MANIFESTATIONS LITTÉRAIRES

## Un public essentiellement de proximité, de l'échelle communale à celle de la région

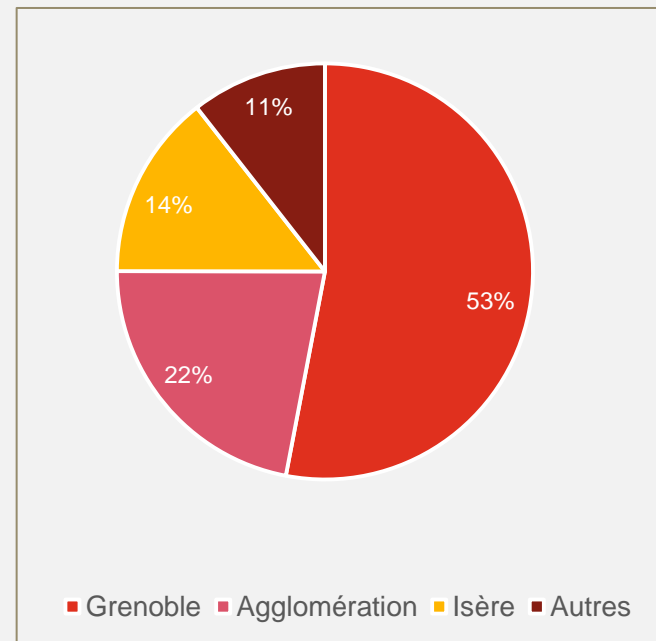
Quai des bulles – 2015



Correspondances de Manosque - 2011



Regards croisés - 2017



*n.b. : les graphiques présentés ici sont issus des enquêtes menées par les manifestations citées.*

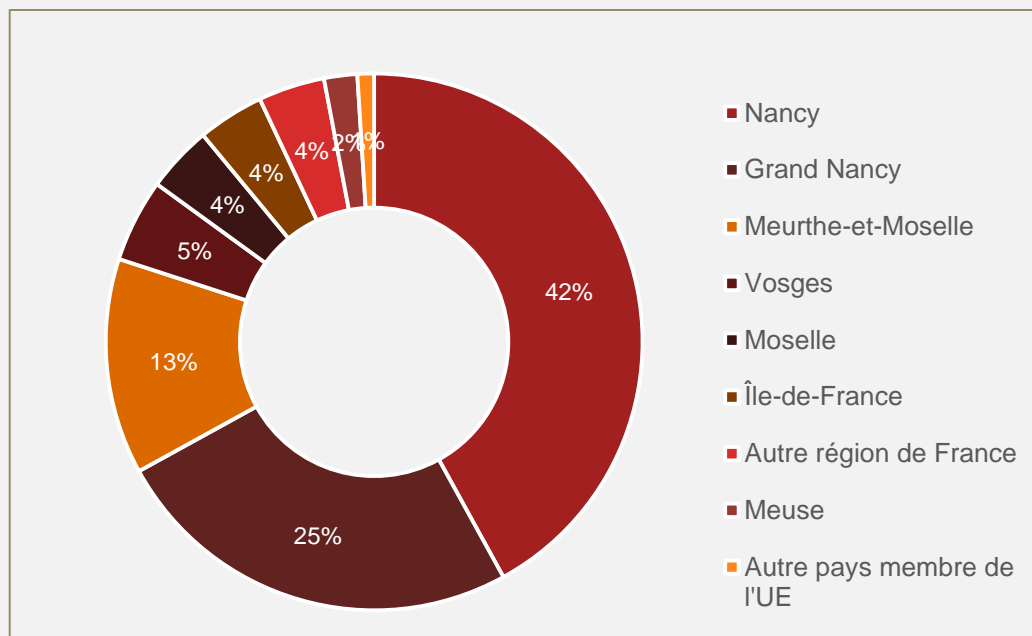


ZOOM : TYPOLOGIE DU PUBLIC DES MANIFESTATIONS LITTÉRAIRES



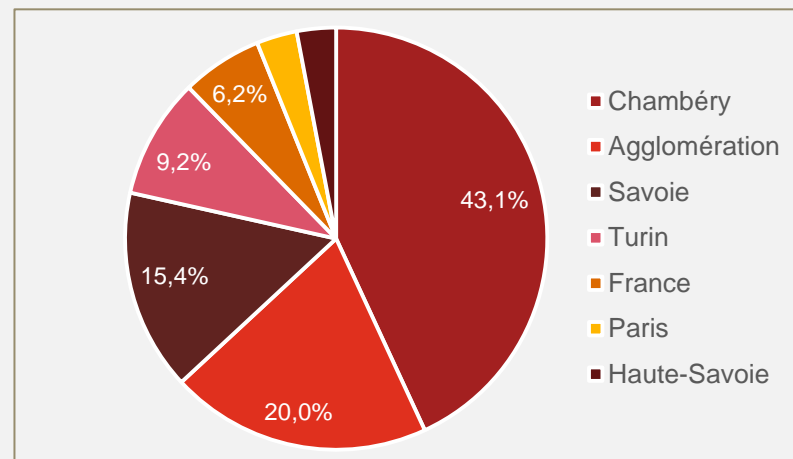
## Un public essentiellement de proximité, de l'échelle communale à celle de la région

*Le Livre sur la Place - 2014* ▼

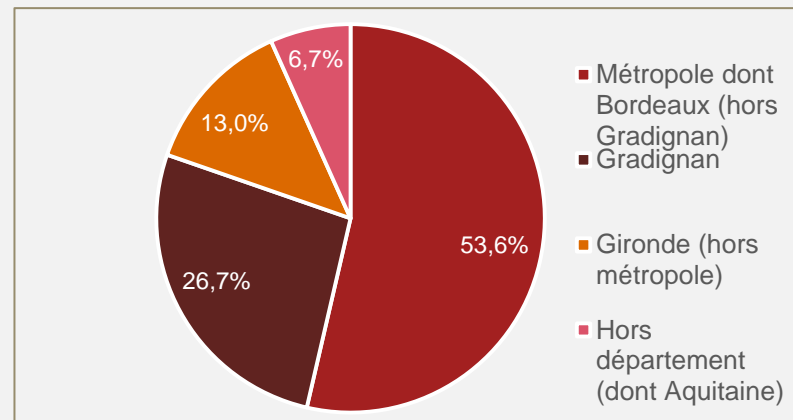


**67%** des visiteurs du Livre sur la place résident dans l'agglomération et près du quart viennent de Lorraine, le public est donc **très grand nancéien**.

*1<sup>er</sup> Roman de Chambéry - 2017* ▼



*Lire en Poche - 2013-2015* ▼



*n.b. : les graphiques présentés ici sont issus des enquêtes menées par les manifestations citées.*

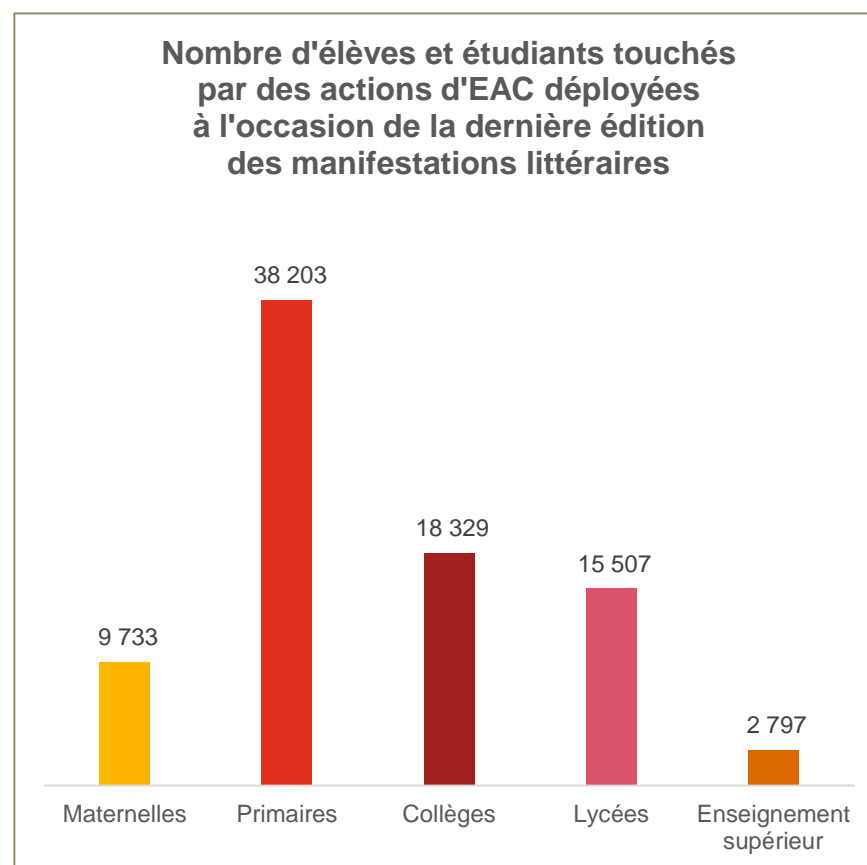
## L'ACCENT MIS SUR LES SCOLAIRES ET L'ÉDUCATION ARTISTIQUE ET CULTURELLE (EAC)\*

**93 %** des organisateurs de manifestations littéraires programment des activités d'éducation artistique et culturelle

Près de **85 000** élèves et étudiants ont été touchés par des actions d'EAC lors de la dernière édition des manifestations littéraires.

- Pour 90% d'entre elles, il s'agit de **favoriser la rencontre d'un ou de plusieurs auteurs** ; pour 60% d'entre elles de proposer des ateliers d'écriture, le temps du festival ou tout au long de l'année.
- En 2016, **plus de 38 000 élèves de primaire ont bénéficié de l'EAC** grâce aux actions dédiées de 35 manifestations littéraires.

*\* L'éducation artistique et culturelle vise à permettre à tous les élèves, tout au long de leur parcours scolaire, de se constituer une culture personnelle riche et cohérente, de développer et renforcer leurs pratiques artistiques, de rencontrer les artistes ou les œuvres et de fréquenter les lieux culturels.*

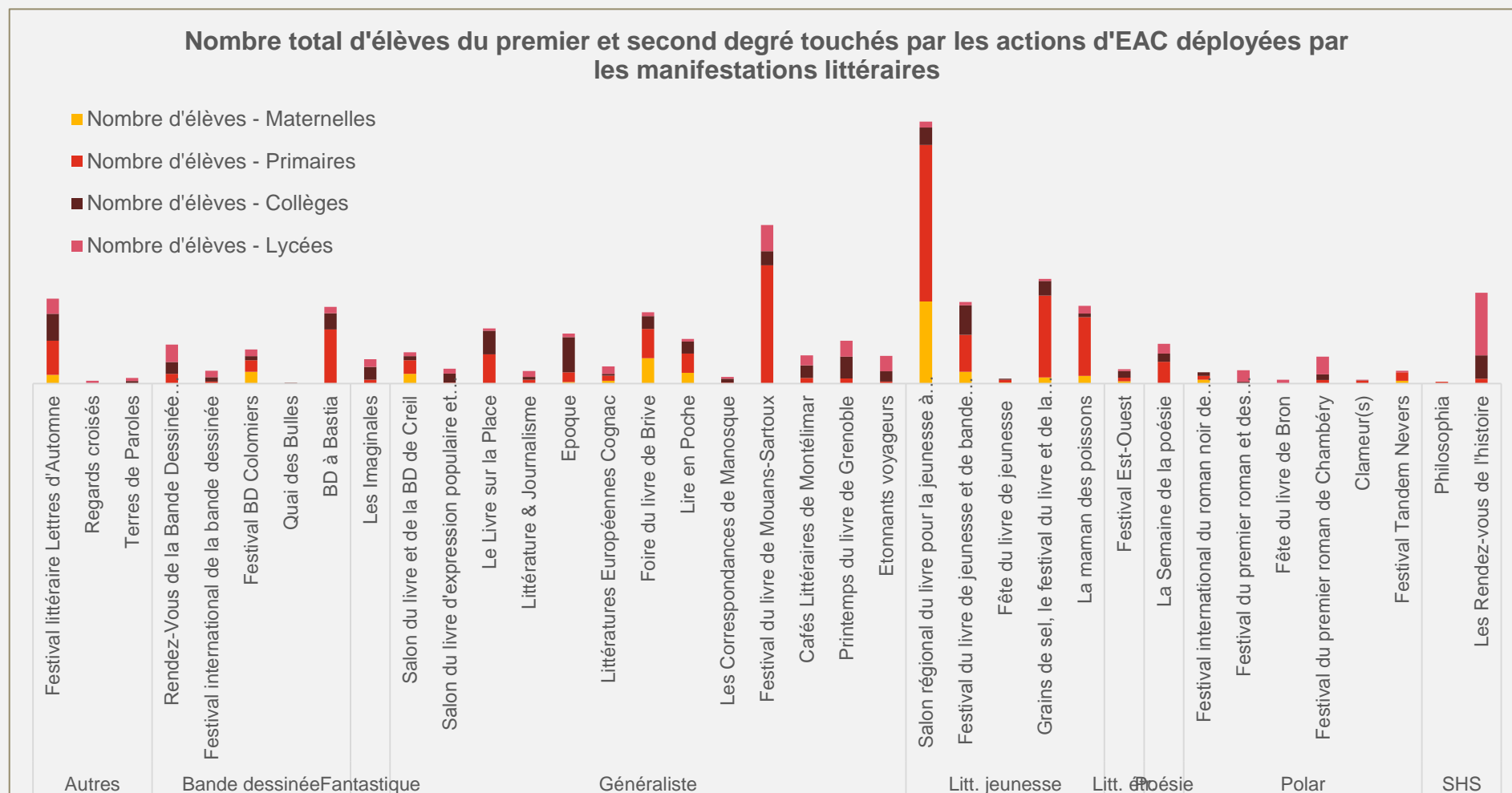


*N.B. : cette donnée a été renseignée par 35 manifestations*



ZOOM : PUBLIC SCOLAIRE ET ACTIONS D'ÉDUCATION ARTISTIQUE ET CULTURELLE

## Les élèves de primaire, premiers bénéficiaires des actions d'EAC des manifestations, notamment de celles consacrées à la littérature jeunesse







## Les manifestations littéraires, outil de transmission du goût de la lecture aux plus jeunes

« J'espère qu'on leur a inoculé le virus de la lecture et qu'ils ne s'en débarrasseront jamais » (élu)

- Le temps de quelques jours, il s'agit d'**amener ces publics au livre et à la lecture de manière très concrète**.
  - > Le festival du livre de Mouans-Sartoux touche près de 90% des 6-10 ans de sa communauté de communes et ce rendez-vous, récurrent depuis 30 ans, fait partie de la « vie de la ville ».
- L'organisation de **nombreux prix jeunesse** favorise la participation active des scolaires aux manifestations littéraires.
  - > En Lorraine, la création des prix Imaginales des écoliers, des collégiens et des lycéens, en partenariat avec le ministère de l'Éducation nationale, a créé une véritable « émulation » au fil du temps.
  - > En Normandie, le prix Epoque concerne plus de 60 classes de 6<sup>ème</sup> et de CM2, soit environ 1 800 élèves. Ces élèves sélectionnent 6 ouvrages entre septembre et janvier, rencontrent l'un des 6 auteurs entre janvier-et mai, puis votent. Le prix est remis à l'occasion du salon Epoque, lors de la journée scolaire ouverte à toutes les écoles de Caen.



*Photographie Michel Conraud, Epinalinfos.fr*



ZOOM : PUBLIC SCOLAIRE ET ACTIONS D'ÉDUCATION ARTISTIQUE ET CULTURELLE

## L'attention portée aux plus jeunes, un argument de poids valorisé par les partenaires

- A Epinal, « en dépit de ce qu'on pourrait croire du fait de son positionnement sur la littérature *Fantasy*, c'est un festival facile à vendre parce qu'il draine avec lui un public difficile à atteindre, les jeunes ».

L'enjeu pour les organisateurs et les élus est désormais d'étendre les actions spécifiques en faveur de la jeunesse à l'échelle de la région. Des discussions sont ainsi en cours avec les collègues, pour de nouveaux partenariats, et avec la Région, pour la mise à disposition de navettes pour les lycées.

- A Brive, deux prix parrainés spécifiquement par le Crédit Agricole-Centre France sont organisés à destination des 12-14 ans et 15-17 ans. Dans cette optique, les élèves sont préparés en amont à la production et à la publication de textes. Invités ensuite sur la Foire du livre, ils se voient offrir les ouvrages des auteurs primés.

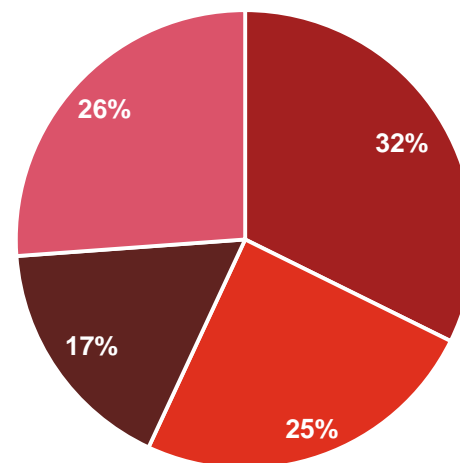


## L'ENGAGEMENT AUPRÈS DES PUBLICS EMPÊCHÉS

**73 %** des organisateurs de manifestations littéraires programment des activités spécifiques à destination des publics empêchés\*

- Les **personnes en situation de handicap** sont, au sein des publics empêchés, les **premières bénéficiaires** des actions spécifiques mises en œuvre, tant en nombre de manifestations mobilisées (32%) qu'en nombre de personnes touchées.
- Lors de la dernière édition des manifestations, **52%** des personnes touchées par une action spécifique à destination des publics empêchés étaient **porteurs de handicaps**.
  - > A Caen, un échange avec un auteur a été organisé au sein d'un Institut Médico-Educatif (IME) . Les dessins inspirés de cette rencontre ont ensuite été exposés au Salon et sur Facebook.
  - > A Mouans-Sartoux, des lectures en langue des signes, des projections sur l'autisme ou une exposition de rue sur le travail des personnes en situation de handicap ont été proposés.

Répartition des actions menées par type de public empêché



- Personnes en situation de handicap
- Personnes en perte d'autonomie
- Personnes hospitalisées
- Personnes détenues

\*Publics empêchés de lire, du fait de leur handicap, de leur détention, de leur hospitalisation ou de leur perte d'autonomie.



## L'ENGAGEMENT AUPRÈS DES PUBLICS ÉLOIGNÉS DU LIVRE

ZOOM : EXEMPLE DES ACTIONS MENÉES AVEC LES CENTRES SOCIAUX

Près de **50%** des organisateurs des manifestations littéraires mettent en œuvre des actions de médiation culturelle en lien avec les centres sociaux

- **68%** des manifestations organisant des actions spécifiques avec les centres sociaux privilégient la **rencontre avec un ou plusieurs auteurs**.

> A Die, le Festival Est-Ouest a ainsi organisé, avec le CAS, des ateliers à destination des femmes en voie d'alphabétisation.

- **1 406 jeunes** de moins de 18 ans ont été touchés par ces actions de médiation lors de la dernière édition des manifestations\*.

> A Caen, le festival Epoque a ainsi travaillé avec le centre d'action sociale sur la réalisation de livres en tissu.

> A Arras, le Salon du livre d'expression populaire et de critique sociale a mis en place des résidences de création dans des foyers de jeunes travailleurs.

> A Brive, les auteurs en résidence (2 à 3 par an) interviennent tout au long de l'année dans les écoles ou lors d'événements culturels (conférences, festivals...)

\*n.b. : 17 manifestations ont renseigné cette donnée



Programme Epoque 2017

---

# Un outil de « mieux vivre » ensemble

- > UN RÔLE ACTIF DANS L'ANIMATION DE LA VIE CULTURELLE DES TERRITOIRES
- > OBJET DE FIERTÉ, GÉNÉRATEUR DE LIEN SOCIAL

# 4

## UN RÔLE ACTIF DANS L'ANIMATION DE LA VIE CULTURELLE DES TERRITOIRES

### 8% des partenaires des manifestations sont des établissements culturels

- Au total, **près de 4 000 partenaires** sont mobilisés sur les manifestations littéraires, sous forme de mécénat ou de subventions.
- Ces partenaires sont sollicités pour la conception et la programmation, la mise à disposition de ressources (RH, logistique, locaux...), la tenue de stands, l'animation d'ateliers, de rencontres et de débats, ou la communication.
- **9 établissements culturels** en moyenne sont mobilisés sur chaque manifestation littéraire.



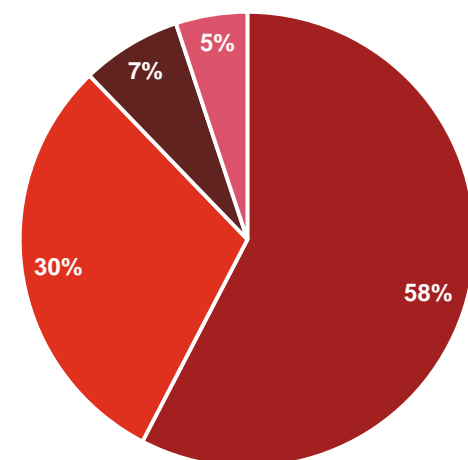
*Ex: Les partenaires culturels du Festival de Mouans-Sartoux  
Source : questionnaire d'enquête*

## UN RÔLE ACTIF DANS L'ANIMATION DE LA VIE CULTURELLE DES TERRITOIRES

**58%** des partenaires culturels mobilisés sont d'abord locaux

- Plus de la moitié des établissements culturels mobilisés sont **intra-communaux**.
- Partenaires de proximité, les théâtres, musées, cinémas, monuments historiques et autres lieux prestigieux de la ville (salles de spectacle, espaces d'art...) sont sollicités pour :
  - > **accueillir** tout ou partie des manifestations
  - > participer à la programmation, l'enrichir ou l'animer

Répartition des établissements culturels partenaires selon leur échelle géographique



- Locale (commune, intercommunalité)
- Départementale (hors locale)
- Régionale (hors locale et départementale)
- Nationale (hors précédents)



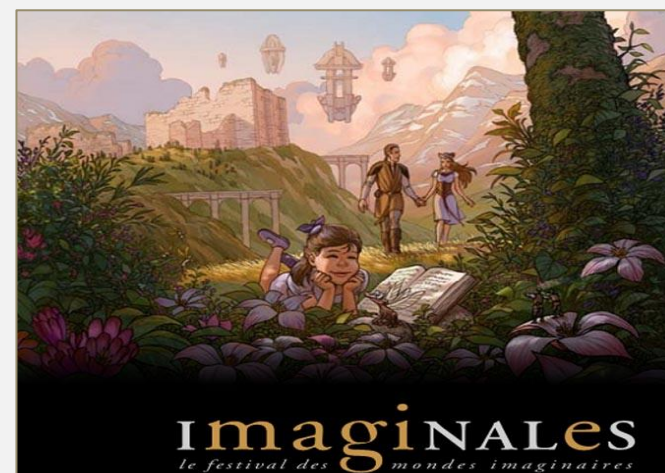


ZOOM : ÉTABLISSEMENTS CULTURELS PARTENAIRES

## Un partenariat fondé sur la réciprocité, entre accueil et valorisation patrimoniale

- Les établissements culturels partenaires sont des **écrins** pour les manifestations.
  - > A Brive, la Halle Brassens est le cœur de la Foire, tout autant qu'un symbole de son terroir et son esprit de convivialité ;
  - > A Epinal, le château, tel une icône, apparaît sur toutes les affiches du festival Imaginales depuis sa création.
- Les manifestations littéraires sont, de leur côté, l'occasion de découvrir ou (re)découvrir certains lieux. Le livre et la manifestation littéraire sont alors de véritables outils de **valorisation patrimoniale des sites** d'accueil.
  - > A Die, le Festival Est-Ouest est une occasion unique d'entrer dans le musée archéologique pour la soirée d'inauguration du Festival et les expositions. Ce « partenariat est indispensable pour dépoussiérer l'image du musée ».

Affiches des Imaginales –  
éditions 2012 et 2017







## Un rôle essentiel pour l'interdisciplinarité et la démocratisation culturelle

- **Près de 86% des activités payantes sont des représentations de « spectacles vivants »** (concerts, films ou expositions autour du thème de la manifestation, d'un pays ou des auteurs invités) et viennent en sus des activités proprement littéraires programmées.
  - > À Die, le Festival Est-Ouest met en valeur la gastronomie du pays invité, ses musiques traditionnelles ou son cinéma d'auteurs à l'occasion de projections au Pestel, cinéma d'art et d'essai de la ville.
  - > À Saint-Malo, pour Etonnants Voyageurs, le partenariat avec le cinéma Vauban et la Grande Passerelle, équipement multiculturel (médiathèque, cinéma, espaces d'exposition, espace numérique...), vise à travailler sur l'imbrication des genres entre cinéma et littérature, autour du thème retenu par la manifestation.
- Cette **interdisciplinarité** est dès lors un atout majeur de la démocratisation culturelle.
  - > Il s'agit de « mobiliser toutes les forces créatrices pour toucher tous les types de publics et les amener vers le livre » et permettre qu'un « festival du livre ne fasse pas peur ».
  - > Après avoir réalisé une étude sur leurs visiteurs, les Correspondances de Manosque, qui associent la littérature à d'autres formes artistiques, ont enrichi leur programmation musicale, afin de toucher un public plus jeune ou plus éloigné de la littérature.

*Programmation cinématographique  
d'Etonnants voyageurs - 2017*



## UN RÔLE ACTIF DANS L'ANIMATION DE LA VIE CULTURELLE DES TERRITOIRES

### Les manifestations littéraires, partie intégrante d'une stratégie globale de création et de développement culturels dans les territoires

- Au-delà du livre et de la lecture, certaines manifestations littéraires participent d'**une stratégie globale d'intégration et de cohérence de l'ensemble des propositions artistiques et culturelles d'un territoire** au sein d'un projet territorial unique et commun.
- Cette politique vise à **gagner en visibilité et en lisibilité** et à **optimiser ou mutualiser certains moyens** mobilisés par les différents partenaires.
  - > A Die, cette stratégie globale s'est formalisée sous la forme d'une seule et même association gérant le théâtre et les trois festivals de la ville. Deux des festivals, visent à « valoriser les produits du terroir identitaires » (Clairette et produits issus du pastoralisme) et servent « de points d'appui pour développer des projets artistiques et culturels pour tout le Diois, dont le Festival Est-Ouest ».  
La subvention globale du programme LEADER est ainsi répartie sur les trois festivals et le label « scène conventionnée - mention Art en territoire », attribué au théâtre, récompense l'ensemble du projet artistique portée par l'association.
  - > A Cherbourg, le festival du livre de jeunesse et de bande dessinée souhaite s'inscrire à l'avenir dans cette logique en multipliant les « programmations communes avec d'autres partenaires culturels (scène nationale, médiathèque, etc.) ».



## OBJET DE FIERTÉ, GÉNÉRATEUR DE LIEN SOCIAL

**Les manifestations sont l'occasion pour les habitants de se rencontrer et d'œuvrer ensemble au service d'un projet commun qui les rend fiers de leur territoire.**

- Le fort engagement des bénévoles témoigne de l'importance accordée par les habitants, notamment les locaux, aux manifestations littéraires et à leur existence pérenne sur un territoire.
- Le bénévolat mobilisé sur les manifestations littéraires peut être **ponctuel**, le temps de l'événement, ou plus régulier **tout au long de l'année**.
- Les bénévoles peuvent être sollicités pour :
  - le choix des livres présentés,
  - réfléchir à la programmation, au développement de nouveaux ateliers,
  - héberger des auteurs,
  - participer au transport des uns et des autres...
- Leurs compétences techniques sont aussi mises à contribution (en matière de communication, de suivi d'un budget, d'animation des réseaux sociaux...), de même que leurs réseaux pour trouver de nouveaux partenaires.

**84%**  
des organisateurs  
font appel à des  
**bénévoles**  
pour organiser  
ou dynamiser leurs  
manifestations.

## OBJET DE FIERTÉ, GÉNÉRATEUR DE LIEN SOCIAL

### Les bénévoles sont la « force vive » et « l'âme » des manifestations

- Les bénévoles sont les garants de l'« **esprit de convivialité** » qui règne dans les manifestations, apprécié tant des visiteurs que des auteurs.
- « Accueil bienveillant et passionné », « ambiance sereine et amicale », « entraide et partage »... les organisateurs ne tarissent pas d'éloge sur les bénévoles.

**77%**

des personnes mobilisées dans  
l'organisation des  
manifestations sont

**bénévoles**



**Les organisateurs soulignent la nécessaire vigilance à avoir sur un éventuel essoufflement du bénévolat et s'interrogent sur la manière de pérenniser ce type d'engagement à long terme.**

**60 bénévoles**

en moyenne,  
par manifestation,  
(25 en médiane)

## OBJET DE FIERTÉ, GÉNÉRATEUR DE LIEN SOCIAL

**Jouant un rôle pédagogique indéniable, les manifestations sont source d'ouverture sur le monde et participent à la formation de l'esprit critique**

- Difficilement mesurable, l'**impact immatériel** des manifestations littéraires sur l'esprit des visiteurs et des bénévoles mobilisés est pourtant largement souligné par les organisateurs.
- Par les thèmes abordés, les auteurs invités, les pays retenus, les visiteurs sont incités à « **réfléchir, voyager et rêver** ».





ZOOM : RÔLE PÉDAGOGIQUE DES MANIFESTATIONS LITTÉRAIRES



« Notre festival est un moyen de **lutter contre le repli** du fait des actions de médiation mises en place et des propositions intergénérationnelles faites à l'occasion de la manifestation. Les ateliers sont ouverts aux familles, ensemble ».

« Notre programmation s'articule autour des grandes questions d'actualité traitées par des auteurs de romans et éclairées par des ouvrages de sciences humaines et sociales, dans l'objectif assumé de **faire dialoguer**, sur le mode du débat, fiction et non-fiction. »



« Notre manifestation est une **cure d'ouverture** pour la population locale. C'est un marqueur de la politique culturelle d'ouverture de la ville. C'est une école de formation à l'esprit critique pour le public adolescent notamment, qui est là non pas pour subir mais pour être actif : poser des questions dans les débats et partager ».

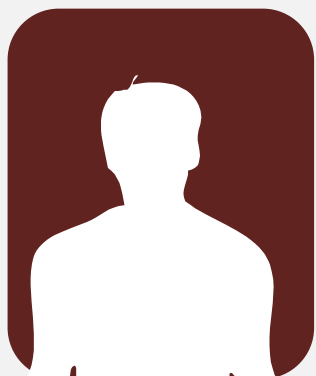


ZOOM : RÔLE PÉDAGOGIQUE DES MANIFESTATIONS LITTÉRAIRES

« Le festival a sûrement participé au **décloisonnement** de cette vallée isolée. Il a eu la faculté de plonger les habitants et ses visiteurs dans une culture inconnue et permis des découvertes qui n'auraient pu être faites nulle part ailleurs. C'est l'expression d'une des spécificités de notre territoire, qui, par son histoire, a une tradition du livre et d'éducation à l'esprit critique ».



« Notre manifestation correspond davantage à un **festival des idées**, un grand forum de rencontres et d'échanges qui a un véritable impact politique, tant sur l'esprit des habitants que sur les engagements au quotidien de la commune. Nous écoutons nos invités et essayons d'appliquer leurs propositions pour **améliorer le monde**. Cette prise de conscience s'est notamment traduite par le choix fait de convertir l'ensemble des cantines scolaires aux produits issus de l'agriculture biologique, de créer une régie agricole locale et de multiplier les déplacements doux au sein de la ville. »



# Une opportunité de renforcer les complémentarités et les synergies des acteurs locaux et de la filière

- > LE SOUTIEN MARQUÉ DES INSTITUTIONS LOCALES
- > UN RENDEZ-VOUS INCONTURNABLE POUR LES ACTEURS DE LA FILIÈRE LIVRE
- > UN RENDEZ-VOUS INCONTURNABLE POUR LES ACTEURS D'UN TERRITOIRE
- > UNE MISE EN RÉSEAU DES PROFESSIONNELS ET DES FESTIVALS À RENFORCER





## LE SOUTIEN MARQUÉ DES INSTITUTIONS LOCALES

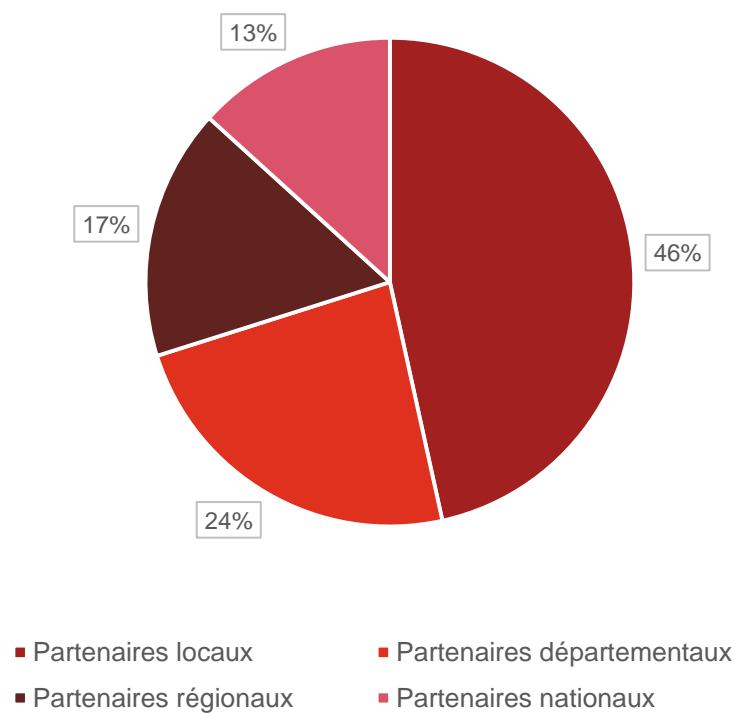
CARTOGRAPHIE TYPE DE L'ÉCOSYSTÈME PARTENARIAL D'UNE MANIFESTATION

### Près de la moitié des partenaires d'une manifestation sont locaux (essentiellement sur la commune ou l'EPCI)

En moyenne, au sein de son écosystème partenarial global, une manifestation fédère :

-  **11** partenaires institutionnels, dont **6** locaux
-  **50** établissements scolaires partenaires, dont **21** locaux
-  **15** bibliothèques partenaires, dont **6** locales
-  **9** établissements culturels partenaires, dont **5** locaux
-  **11** associations partenaires, dont **10** locales
-  **8** librairies partenaires, dont **4** locales

Répartition moyenne des partenaires selon leur origine géographique



## LE SOUTIEN MARQUÉ DES INSTITUTIONS LOCALES

### La réforme territoriale, un défi à relever pour renforcer la notoriété et la présence des manifestations sur de nouveaux territoires élargis



Au sein de leur écosystème partenarial riche et diversifié, certaines manifestations littéraires doivent désormais **relever le défi des nouvelles grandes régions** et renforcer leur capacité à **s’inscrire et à rayonner au sein d’un vaste ensemble régional**.

> Plusieurs manifestations se déroulant dans des régions regroupées par la loi NOTRe sont ainsi confrontées aux problématiques de développement sur l’ensemble d’un territoire, de recherche de nouveaux partenariats et de concurrence accrue pour l’obtention de certaines aides.

C’est notamment le cas pour les Boréales en Normandie, les Petites Fugues en Bourgogne-Franche-Comté ou la Foire de Brive en Nouvelle-Aquitaine.



## LE SOUTIEN MARQUÉ DES INSTITUTIONS LOCALES

**64%** du budget d'une manifestation est abondé par les partenaires institutionnels locaux

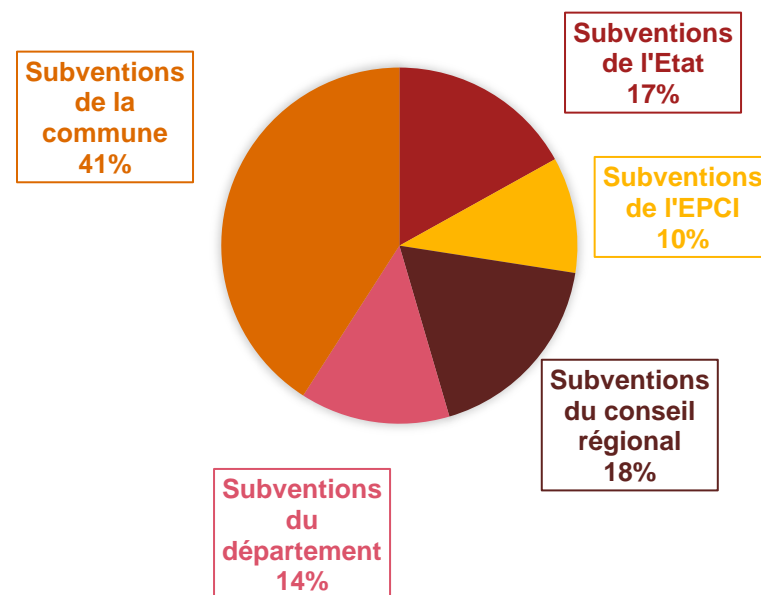
**Le budget des manifestations repose en majorité sur les subventions locales.**

Les manifestations littéraires perçoivent un montant médian de subventions de **173 176 €** ; la moyenne s'établissant à 239 228 €, avec des *minima* et *maxima* allant de 5 000 € à 1 660 245 €.

**Les manifestations littéraires représentent, à de rares exceptions près, une part maîtrisée des budgets, globaux et culturels, des collectivités territoriales.**

La subvention versée par une ville à une manifestation littéraire représente ainsi entre 0,1 et 0,5% du budget de la commune.

Répartition moyenne des subventions





ZOOM : LA PART DU BUDGET DES COLLECTIVITÉS CONSACRÉE AU SOUTIEN DES MANIFESTATIONS LITTÉRAIRES

## Un soutien peu coûteux pour les collectivités

- Les manifestations littéraires représentent, à de rares exceptions près, **une part maîtrisée des budgets**, globaux et culturels, des collectivités territoriales.



### L'organisation des Imaginales reste un poste de dépense modéré dans le budget de la ville d'Épinal

- Le budget alloué à l'organisation des Imaginales par la ville représente seulement 0,2% du budget total de la commune et **3,52%** de son budget culturel.



### Le financement des Rendez-vous de l'histoire représente moins de 10% du budget culture de la ville de Blois

- La subvention versée par la ville pour l'organisation des Rendez-vous de l'histoire représente **9,1%** de son budget culturel et 0,4% de son budget global.
- La subvention versée par la communauté d'agglomération représente **7,5%** de son budget culturel et moins de 0,1% de son budget global.



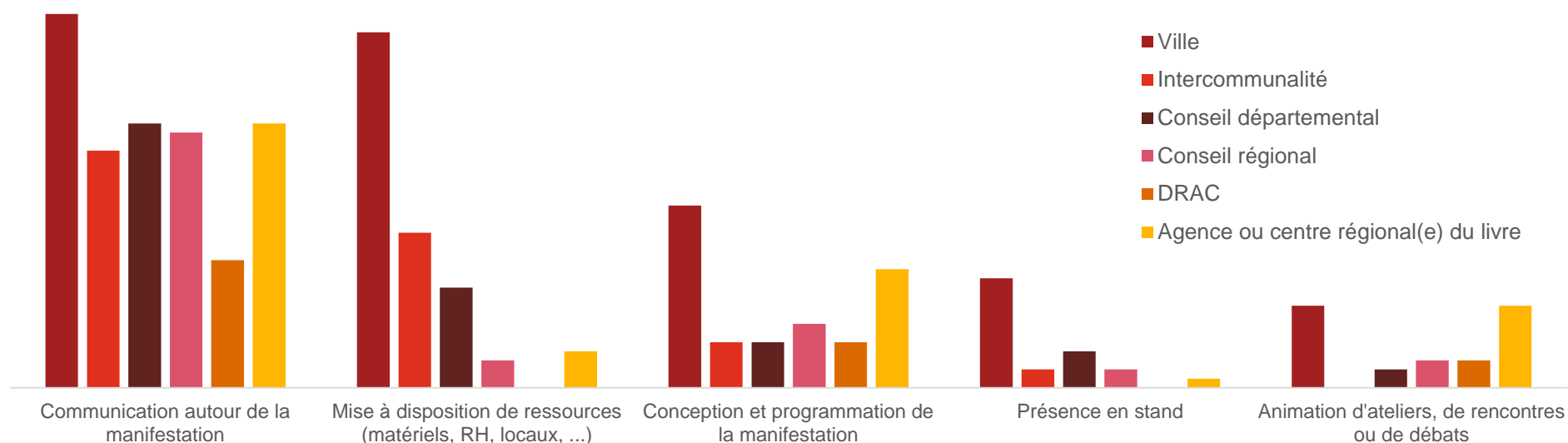
### La ville de Saint-Malo consacre moins d'un quart de son budget culturel à Etonnants voyageurs

- La ville de Saint-Malo consacre **16,5%** de son budget culturel au festival – ce qui représente seulement 0,3% de son budget total.

## LE SOUTIEN MARQUÉ DES INSTITUTIONS LOCALES

### Principal soutien des manifestations, les mairies contribuent également à leur logistique

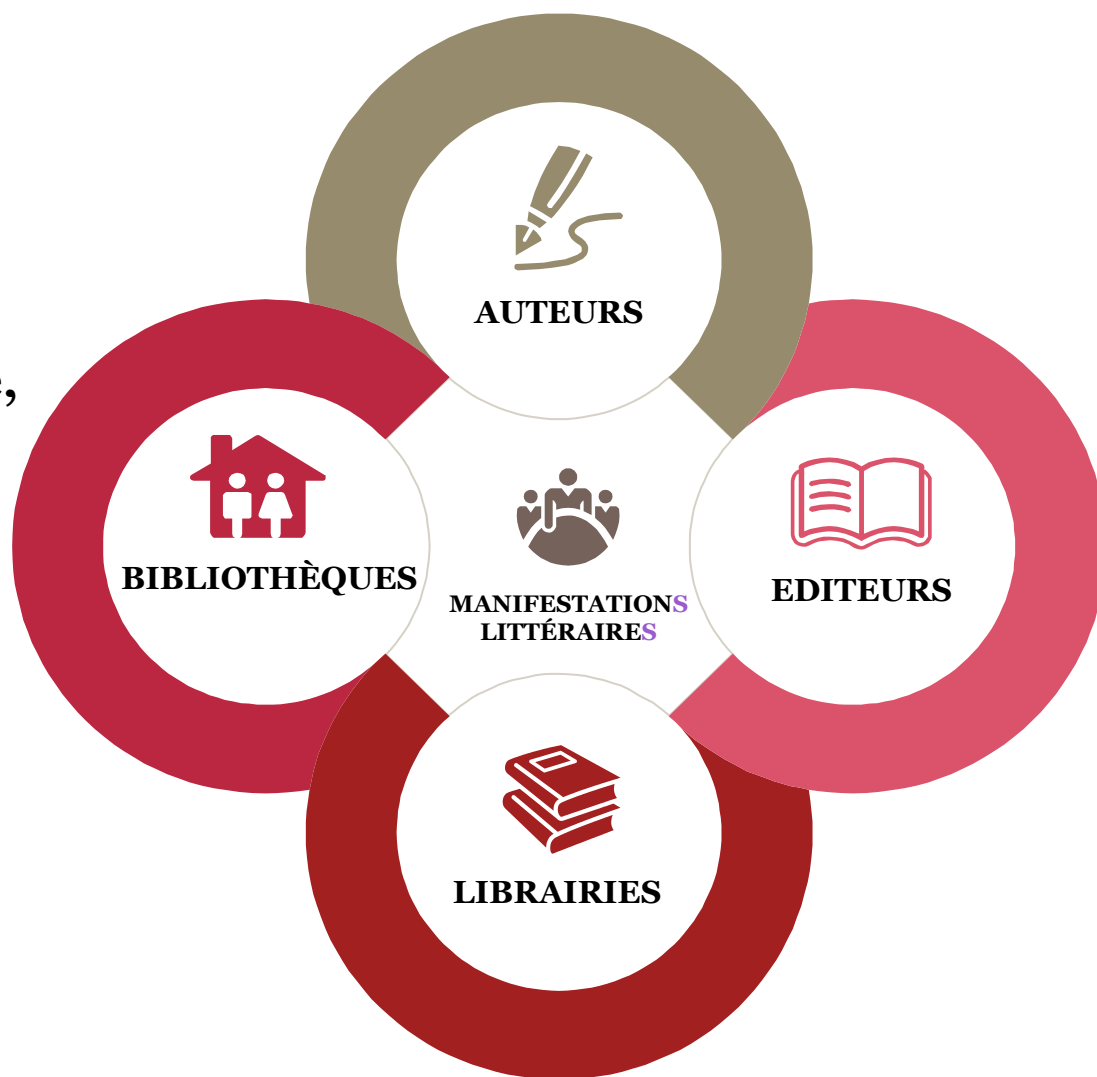
Répartition des contributions par type d'acteur institutionnel



- **Fortement mobilisées** dans l'organisation des manifestations, d'abord pour la communication et la mise à disposition de ressources, **les villes** interviennent également dans la conception et la programmation, en écho à leurs projets pour le territoire et leurs objectifs politiques.
- Les **acteurs institutionnels régionaux** mettent leur savoir-faire, leur légitimité et leur audience au service des manifestations.
  - > Peu de partenaires institutionnels sont présents sur les stands ou pour animer des ateliers durant la manifestation.
  - > Les agences et centres régionaux du livre ont un rôle de conseil (conception, programmation) auprès de certaines manifestations.

## UN RENDEZ-VOUS INCONTOURNABLE POUR LES ACTEURS DE LA FILIÈRE DU LIVRE

**Au cœur de l'écosystème du livre,  
les manifestations littéraires  
dynamisent et créent du lien  
entre les secteurs marchand  
et non marchand  
de la filière.**



## UN RENDEZ-VOUS INCONTOURNABLE POUR LES ACTEURS DE LA FILIÈRE DU LIVRE

### Des partenariats nombreux et *quasi* systématiques avec les bibliothèques des territoires

- **81%** des manifestations ont noué un partenariat avec les bibliothèques/médiathèques de leurs territoires.

- > entre 1 et 93 bibliothèques partenaires par manifestation, avec une médiane à 7.
- > 58% des manifestations comptent entre 1 et 10 bibliothèques partenaires, 29% entre 10 et 30 et seules 5 en ont plus de 30, allant jusqu'à 93 sur l'ensemble de la région Nouvelle-Aquitaine pour les Littératures européennes de Cognac.

- **La participation des bibliothèques/médiathèques facilite le rayonnement et l'ancrage des manifestations sur le territoire local et extra-communal.**

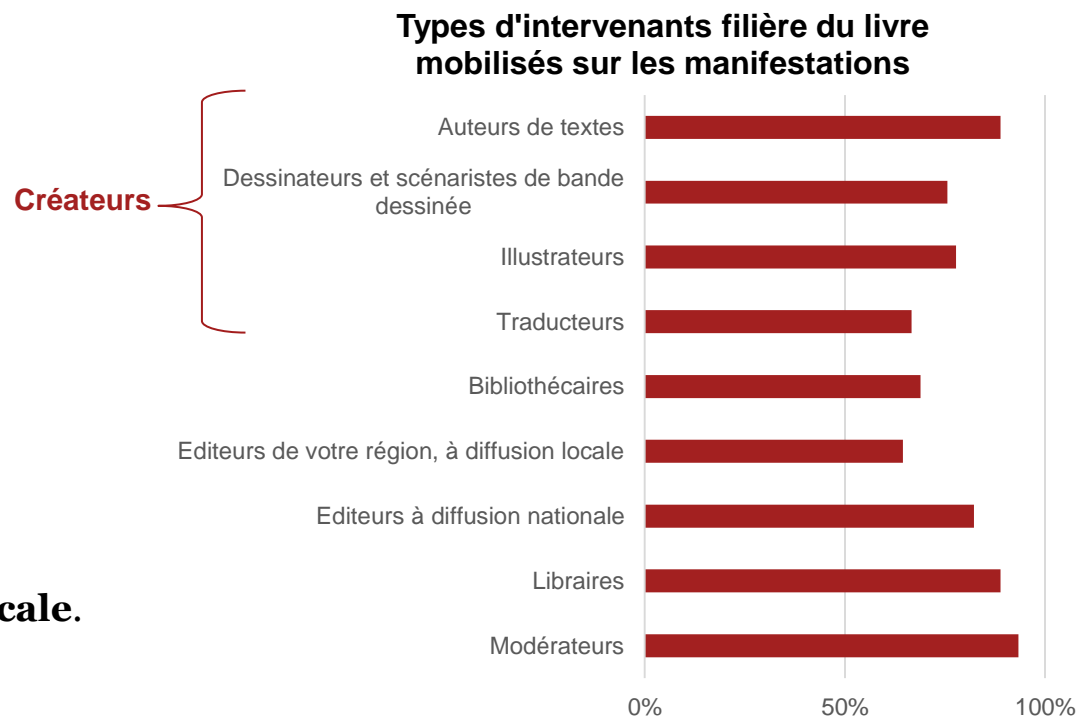
- > Les bibliothèques/médiathèques sont autant de lieux mobilisés par les manifestations pour accueillir du public. En réseau sur les territoires, leur couverture peut être large et extra-communale.
- > En Bourgogne-Franche-Comté, Les Petites Fugues, festival itinérant, se déroule principalement dans les 53 bibliothèques partenaires, dont une grande partie situées en territoire rural.

**570**  
**médiathèques**  
mobilisées  
lors de la dernière  
édition des  
manifestations  
littéraires

## UN RENDEZ-VOUS INCONTOURNABLE POUR LES ACTEURS DE LA FILIÈRE DU LIVRE

### Une mobilisation massive des librairies et des éditeurs

- Près de **304 librairies** ont été partenaires des manifestations littéraires lors de leur dernière édition.
  - > **8 librairies partenaires en moyenne** par manifestation, 4 en médiane.
- **87% des manifestations** mobilisent des éditeurs.
  - > **64%** sollicitent des **éditeurs à diffusion locale**.





## UN RENDEZ-VOUS INCONTOURNABLE POUR LES ACTEURS DE LA FILIÈRE DU LIVRE

### Une mise en réseau et une complémentarité appréciée par les acteurs locaux du livre

- **Les manifestations littéraires constituent un moment privilégié de rencontres et d'échanges de pratiques entre professionnels.**
  - > **Les journées professionnelles**, organisées par 31 manifestations sur 45, participent à la mise en réseau des professionnels. À titre d'exemple, la dernière journée professionnelle organisée par le festival Est-Ouest (Die) a accueilli 25 personnes, celle des Cafés littéraires (Montélimar) 109.
- **Les manifestations littéraires font partie du parcours de formation continue des bibliothécaires.**
  - > Des formations « clé en main » sur l'accueil d'un auteur, l'animation d'une rencontre littéraire ou la lecture à voix haute, sont proposées par les manifestations littéraires et s'intègrent au parcours de formation des bibliothécaires d'un territoire (ex. Petites Fugues, Cafés littéraires).
- **Les acteurs publics et privés du monde du livre apprécient cette occasion d'échanger et de travailler ensemble.**
  - > Les professionnels interrogés valorisent les différentes formes d'échange proposées par les manifestations littéraires, qu'ils soient formels (journées professionnelles) ou, surtout, informels (repas dédiés, trains du livre...)
  - > Les manifestations sont un temps privilégié d'échange et de rencontre entre les bibliothécaires et les libraires, acteurs majeurs des secteurs marchand et non marchand.
  - > Les manifestations peuvent aussi être l'occasion pour des éditeurs de rencontrer des auteurs et pour les auteurs de trouver un éditeur, notamment grâce à certains dispositifs originaux comme le *speed-dating* auteurs-éditeurs proposé par les Imaginales.

## UN RENDEZ-VOUS INCONTOURNABLE POUR LES ACTEURS D'UN TERRITOIRE

### Les manifestations rayonnent au-delà des professionnels du livre



## UNE MISE EN RÉSEAU DES PROFESSIONNELS ET DES FESTIVALS À RENFORCER

### Si une coopération existe entre manifestations, les mutualisations restent marginales



- **Moins de la moitié des manifestations de l'échantillon (41%)** indique réaliser des économies d'échelle avec d'autres manifestations, qu'elles soient littéraires ou non.
  - > Ces économies concernent essentiellement « du matériel technique et de sécurité » et des moyens logistiques comme la location de « site utilisé par une autre association » ou de « chapiteau ».
- **Si des mutualisations existent entre festivals, ces initiatives restent marginales.**
  - > En 2012, l'ARALD (agence régionale du livre) avait proposé aux organisateurs de manifestations littéraires de la région de se constituer en groupement, afin de mutualiser certaines ressources et d'améliorer leur impact notamment dans la recherche de financement privé. Le projet n'a pas abouti, se heurtant à un refus des organisateurs de manifestations se trouvant en position concurrentielle face aux financeurs.
  - > *A contrario*, dans les Hauts-de-France, l'association Colères du présent, organisatrice du Salon du livre d'expression populaire et de critique sociale, a été à l'initiative de la création d'un réseau des événements littéraires (RELI).

**69%** des manifestations indiquent s'inscrire dans une **logique de coopération** avec d'autres manifestations de leurs territoires.

---

# Un apport au dynamisme économique local

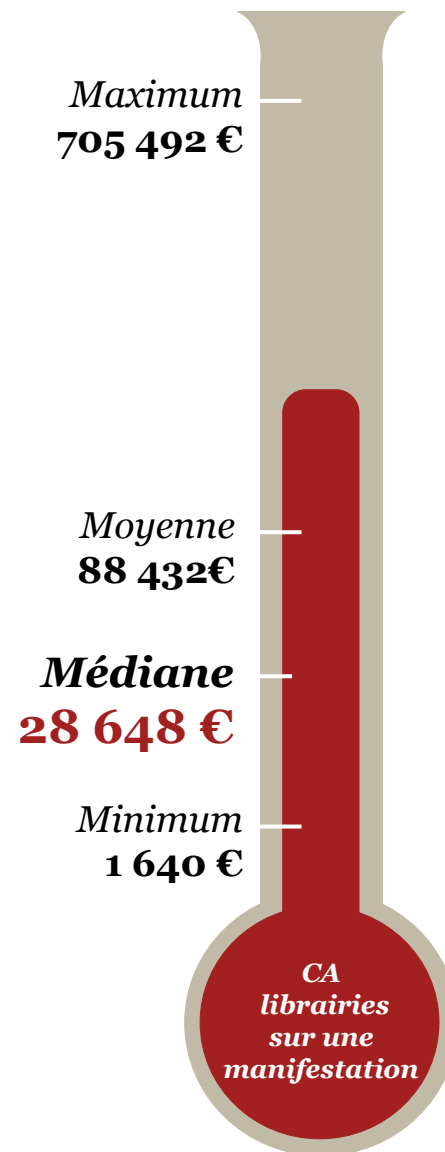
- > UN IMPACT ÉCONOMIQUE POSITIF POUR LES LIBRAIRIES ET LES ÉDITEURS
- > UN IMPACT ÉCONOMIQUE POSITIF POUR LES AUTEURS
- > UNE SOURCE AVÉRÉE DE REVENUS POUR LE TERRITOIRE LOCAL
- > UN IMPACT PONCTUEL MAIS RÉEL SUR L'EMPLOI
- > UN SUCCÈS DÉPASSANT PARFOIS LES CAPACITÉS STRUCTURELLES DES TERRITOIRES

6

## UN IMPACT ÉCONOMIQUE POSITIF POUR LES LIBRAIRES ET, *DE FACTO*, LES ÉDITEURS

### Les manifestations littéraires ont un impact direct sur le chiffre d'affaires des libraires

- Pendant une manifestation, les librairies réalisent **un chiffre d'affaires médian d'environ 30 000 €**.
  - > À l'échelle **d'une librairie**, l'impact économique est réel : le chiffre d'affaires médian par librairie partenaire est de plus de **7 800 €**, (allant de 633 € à 100 785 €) avec une moyenne autour de **15 000 €**.
  - > À titre d'exemple, une librairie déclare réaliser la semaine du festival un **chiffre d'affaires trois fois supérieur** à celui de la semaine précédente.
- A ces chiffres liés aux ventes de livres directement sur la manifestation, s'ajoutent ceux des achats de livres par les bibliothèques, parfois plusieurs mois en amont de l'événement.
  - > Ces achats peuvent représenter un fort impact sur les chiffres d'affaires de librairies, comme par exemple à Grenoble où les bibliothèques commandent des livres à hauteur de 20 000 € dans le cadre du Printemps du livre.



## UN IMPACT ÉCONOMIQUE POSITIF POUR LES LIBRAIRES ET, *DE FACTO*, LES ÉDITEURS

### Les effets économiques d'une manifestation littéraire persistent dans le temps

- **Les manifestations favorisent la notoriété des œuvres ou des auteurs et facilitent la vente de livres.**

- > A moyen terme, les libraires et éditeurs constatent que les livres mis en valeur dans le cadre des manifestations et les ouvrages des auteurs invités sont achetés plusieurs mois après l'événement. C'est également le cas pour les emprunts en bibliothèques.
- > Un prix reçu sur un festival garantit une plus forte visibilité pour le livre (effet « bandeau ») et des ventes plus importantes, autant pour les éditeurs que pour les libraires.
- > Pour les libraires, les livres mis en valeur lors de manifestations se déroulant pendant la rentrée littéraire d'automne se vendent, à nouveau, pendant les fêtes de fin d'année.



- **Grâce à leur participation aux manifestations littéraires, les librairies recrutent de nouveaux lecteurs et fidélisent leur clientèle.**
- **A long terme, la présence d'une manifestation littéraire permet aux librairies de se maintenir, voire de se créer, sur un territoire.**
  - > A Mouans-Sartoux, le festival a permis, en 2016, de créer une librairie de 1 000 m<sup>2</sup>, une surface particulièrement importante pour une ville de 10 000 habitants.



ZOOM : DÉPENSE MOYENNE D'ACHAT DE LIVRES

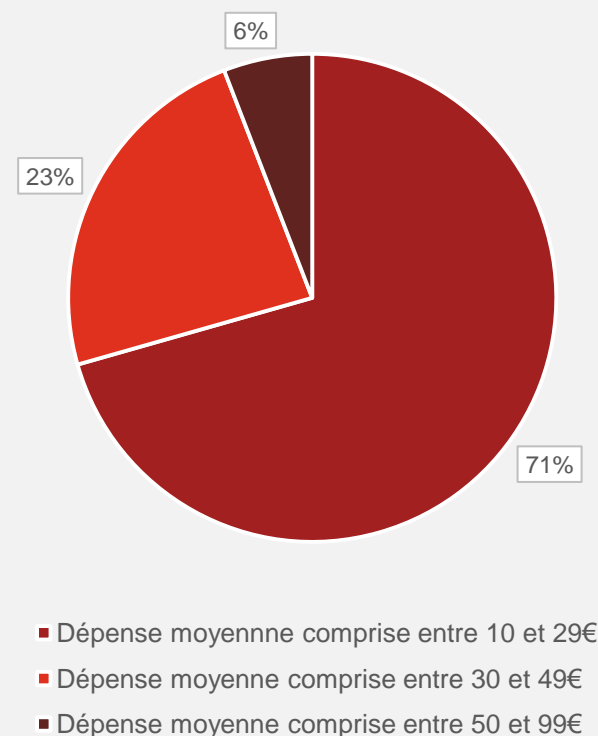
## La dépense moyenne en achat de livres est comprise entre 10 et 29 €

**71%** des organisateurs des manifestations estiment la dépense moyenne sur l'achat de livres comprise entre 10 et 29 €.

- **Cette dépense moyenne semble être indépendante de la thématique de la manifestation.**

- > Cette estimation est aussi bien formulée par les manifestations généralistes, que celles centrées sur le roman, le polar, la poésie ou la bande dessinée.
- > La seule manifestation déclarant une dépense moyenne comprise entre 50 et 99 € est **spécialisée en bande dessinée**

Répartition des manifestations selon la dépense moyenne de vente de livres



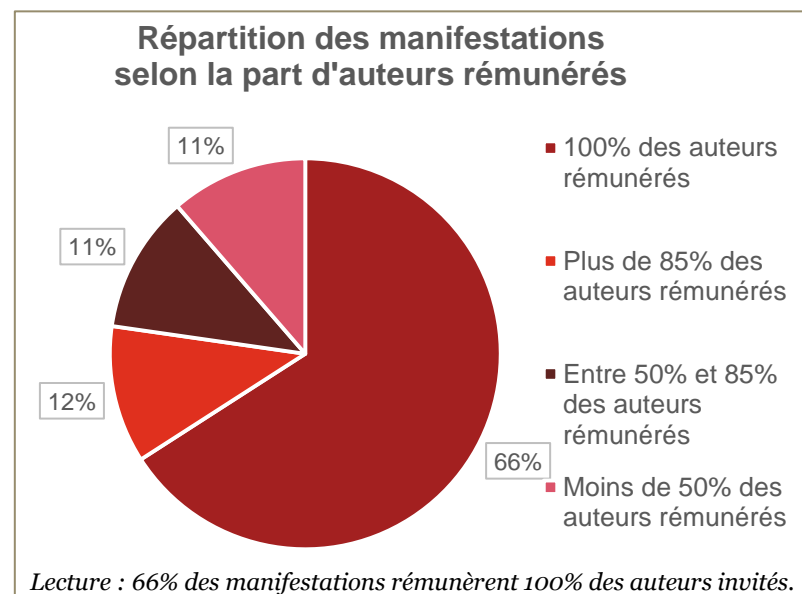
*n.b. : 17 manifestations sur 45 ont indiqué avoir connaissance de la dépense moyenne en vente de livres sur leurs événements.*

## SELON LES MANIFESTATIONS, UN IMPACT ÉCONOMIQUE POSITIF POUR LES AUTEURS

### Les manifestations, une source de rémunération et de promotion pour les auteurs

- Depuis 2016, les **interventions d’auteurs** dans les manifestations littéraires soutenues par le CNL sont **rémunérées**.
  - > Lors de leur dernière édition, les manifestations ont consacré **28 000€**, en moyenne, à la rémunération des auteurs, pour des budgets compris entre 5 180€ et 122 500€ sur ce poste, avec une médiane à 19 187 €.
- Certaines manifestations ont été pionnières dans l’application de cette réforme et désormais **les manifestations aidées par le CNL rémunèrent 100% des auteurs intervenants**.
  - > Si les auteurs intervenant dans le cadre d’interventions spécifiques (rencontres, conférences, ateliers...) sont rémunérés, ce n’est pas systématique pour les auteurs en dédicace.
- **La notoriété d’une manifestation semble parfois contrebalancer l’absence de rémunération**.
  - > Les manifestations rémunérant moins de 50% d’auteurs invités (interventions spécifiques ou dédicaces) bénéficient d’une grande notoriété et d’un fort impact médiatique.

**plus d’1 M€**  
dédié à la rémunération  
des auteurs lors de la dernière  
édition des manifestations





## SELON LES MANIFESTATIONS, UN IMPACT ÉCONOMIQUE POSITIF POUR LES AUTEURS

### Une occasion privilégiée de rencontrer leur public et de gagner de nouveaux lecteurs

- Plus encore qu'une source complémentaire de rémunération, les manifestations littéraires semblent être l'occasion, pour les auteurs, de rencontrer leur public, de parler de leur livre, d'acquiescer une plus grande visibilité et d'éventuellement créer une **communauté autour de leurs œuvres**.
  - > Favorisées par les rencontres proposées, des relations se créent entre auteurs et lecteurs ; certains organisateurs soulignant même l'exemple de lecteurs ayant entamé une correspondance avec un auteur rencontré dans le cadre de leur manifestation.

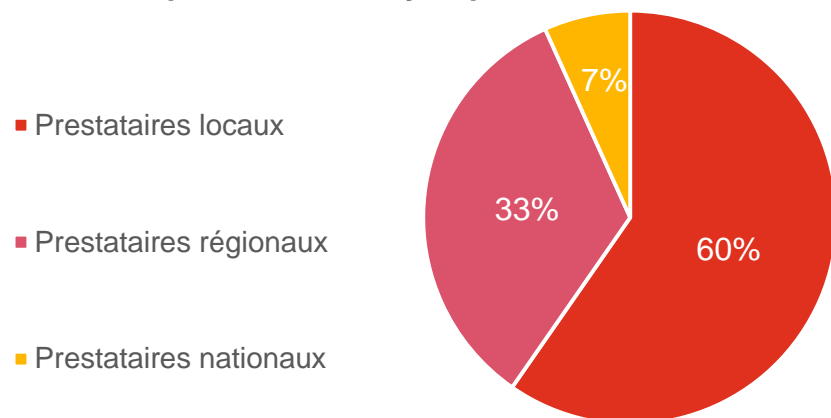


- Au-delà de la participation à un événement ponctuel, certains auteurs se voient parfois proposer une **résidence** de création durant laquelle ils sont hébergés gracieusement et dotés d'une bourse. En échange, une partie de leur temps est consacrée à des actions de médiation leur permettant de rencontrer de manière privilégiée leurs publics.
  - > La Foire du livre de Brive accueille ainsi 2 à 3 auteurs, tout comme les Correspondances de Manosque, le festival Epoque ou les Littératures européennes de Cognac (*liste non exhaustive*).

## UNE SOURCE AVÉRÉE DE REVENUS POUR LE TERRITOIRE LOCAL

### Des dépenses bénéficiant très majoritairement aux prestataires locaux

Répartition géographique du nombre de prestataires moyen par manifestation



**41 000 €** dépensés  
en médiane  
par les manifestations  
sur les prestations  
(de 4 797 € à 1 147 477€)

**24 465 €** injectés  
directement  
dans le territoire

**18 prestataires** mobilisés en moyenne par une manifestation, dont **11 locaux**, 6 régionaux et 1 hors région. De 3 prestataires à 155 pour le Festival international de la bande dessinée d'Angoulême, la médiane se situe à 10.

- > La *quasi* totalité des manifestations sollicite des prestataires pour les travaux d'impression ou de routage et plus de 70% d'entre elles pour la sécurité et la communication.
- > Seuls 10% d'entre elles font appel à des prestataires pour la conception de la manifestation.

## UNE SOURCE AVÉRÉE DE REVENUS POUR LE TERRITOIRE LOCAL

### Les recettes propres des manifestations, autant d'argent à réinjecter sur le territoire

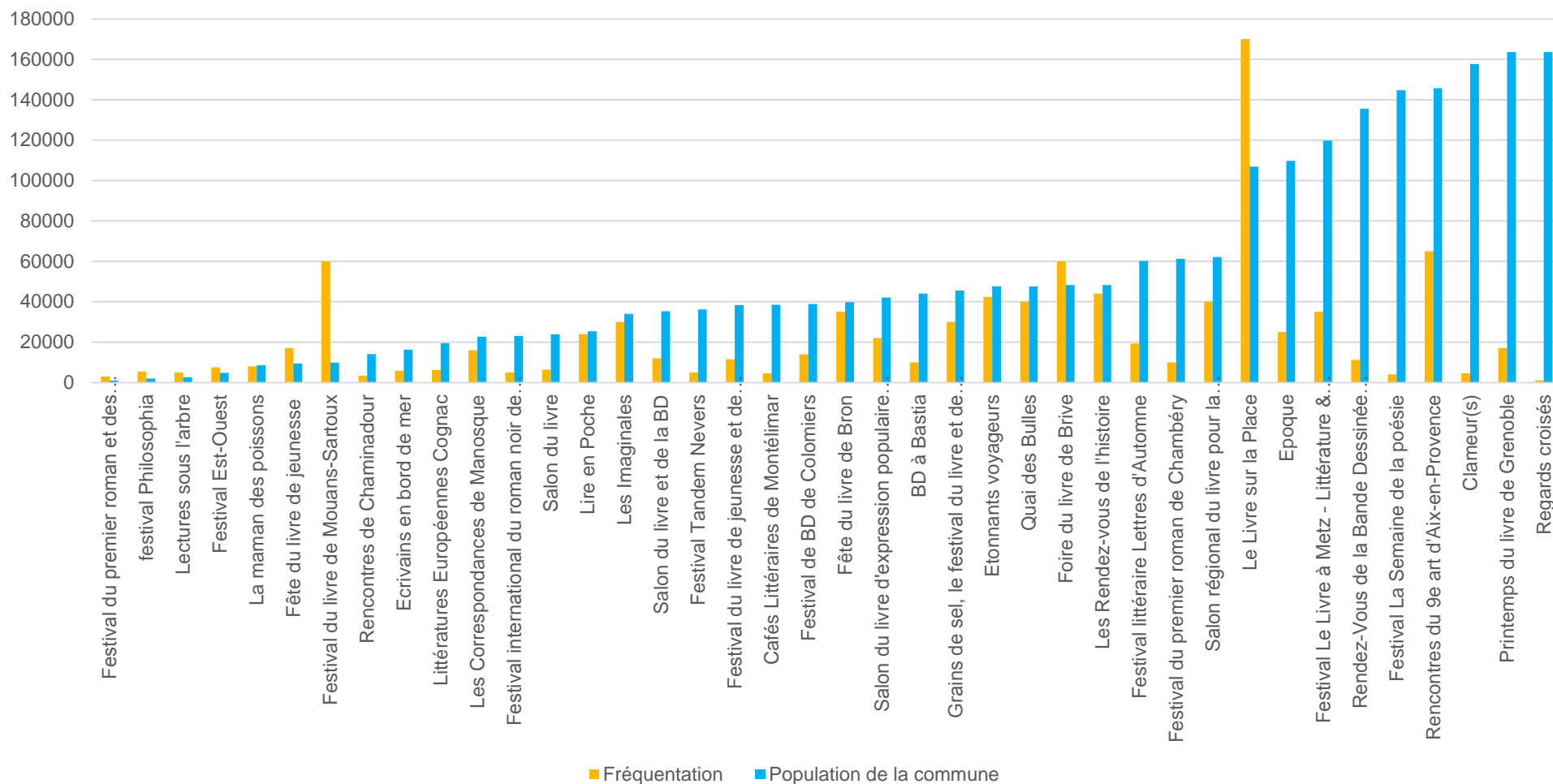
- Les **recettes propres** peuvent être constituées des recettes de la billetterie, des ventes de produits dérivés, des recettes des cafés, salons de thé et buvettes, des locations de stands et d'espaces et d'un pourcentage du CA des libraires reversé à la structure organisatrice de la manifestation.
- **80%** des organisateurs des manifestations bénéficient de recettes propres à hauteur de **122 812 €** en moyenne, allant de 1 656 € à 1 581 476 € pour le Festival international de la bande dessinée d'Angoulême.



Les recettes propres  
représentent  
en moyenne  
**20% du budget**  
d'une manifestation  
pour un montant  
médian de **36 813€**

## UNE SOURCE AVÉRÉE DE REVENUS POUR LE TERRITOIRE LOCAL

### Les manifestations dynamisent la fréquentation et les dépenses dans l'hôtellerie et la restauration, grâce à l'accroissement ponctuel de la population



*n.b. : Les chiffres de fréquentation sont déclaratifs et renseignés par 43 manifestations.*

## UNE SOURCE AVÉRÉE DE REVENUS POUR LE TERRITOIRE LOCAL

### Les manifestations dynamisent la fréquentation et les dépenses dans l'hôtellerie et la restauration, grâce à l'accroissement ponctuel de la population

**21 375 €** dépensés en médiane par une manifestation

en hôtellerie, restauration et transports pour les invités,

dont la majorité est injectée dans le territoire

(seules les dépenses de train ou d'avion ne pouvant être considérées comme telles).

De 600 € à 197 000 €, la moyenne s'établit à 32 628 €.



#### Une répercussion forte sur le chiffre d'affaires de la restauration

- > A Mouans-Sartoux, le festival accueille un nombre de visiteurs plus de six fois supérieur à la population de la ville (60 000 visiteurs pour moins de 10 000 habitants). Les restaurateurs, sans communiquer leur chiffre d'affaires, déclarent réaliser en trois jours le chiffre d'affaires d'un mois normal.
- > A Nancy, le Livre sur la place rassemble 170 000 visiteurs (vs 107 000 habitants). D'après une étude menée par les organisateurs du salon, 41% des visiteurs dépensent en centre-ville pour se restaurer, 1,5 fois dans le week-end.
- > A Montélimar, les Cafés littéraires organisent 80% des rencontres dans les bars et restaurants de la ville, ce qui a nécessairement un impact sur le chiffre d'affaires des restaurateurs qui, pour la plupart, participent au festival depuis plusieurs années.

## UNE SOURCE AVÉRÉE DE REVENUS POUR LE TERRITOIRE LOCAL

### Les manifestations dynamisent la fréquentation et les dépenses dans l'hôtellerie et la restauration, grâce à l'accroissement ponctuel de la population



#### Un apport ponctuel appréciable pour l'industrie hôtelière

- > A Brive, ville de 48 000 habitants, les 60 000 visiteurs de la Foire du livre doublent presque le taux moyen d'occupation des hôtels : de 46% lors d'un week-end normal, il s'élève à 85% lors d'un week-end de Foire du livre.
- > A Blois, le nombre de visiteurs des Rendez-vous de l'Histoire (44 000) est presque équivalent au nombre d'habitants de la ville (48 000). Tous les hôtels sont complets plusieurs semaines avant la manifestation, au point que les organisateurs peinent aujourd'hui à nouer des partenariats avec les hôteliers, qui préfèrent louer leurs chambres aux visiteurs plutôt que d'en réserver à tarif préférentiel pour les invités du festival. En outre, les prix sont bien plus élevés pendant la durée de la manifestation que le reste du temps.
- > A Epinal (34 000 habitants), pour les Imaginales, qui attire 30 000 visiteurs, les réservations hôtelières sont faites plus de six mois avant la manifestation et les hôtels du territoire sont complets. Les organisateurs soulignent que des logements sont donc réservés dans l'ensemble du département des Vosges, voire à Nancy.



#### Un surcroît d'activité en matière de transport

- > Etonnants voyageurs a mis en place le **Train du livre, un TGV privatisé pour les invités**, sur l'aller-retour de Paris à Saint-Malo. Il compte 425 places et enregistre un taux d'occupation compris entre 95 et 100%.
- > Lire en Poche à Gradignan (24 000 visiteurs pour 25 359 habitants) **loue des bus** les samedi et dimanche, afin de permettre aux visiteurs de faire la navette gratuitement entre Bordeaux et Gradignan.



ZOOM : FESTIVAL INTERNATIONAL DE LA BANDE DESSINÉE D'ANGOULÊME – FIBD (NOUVELLE-AQUITAINE)

## Un impact économique immédiat très positif sur le territoire

Plus important festival de bande dessinée d'Europe, le Festival d'Angoulême bénéficie d'une **renommée nationale et internationale**. D'après les chiffres fournis par les organisateurs de la manifestation, en 2014 :

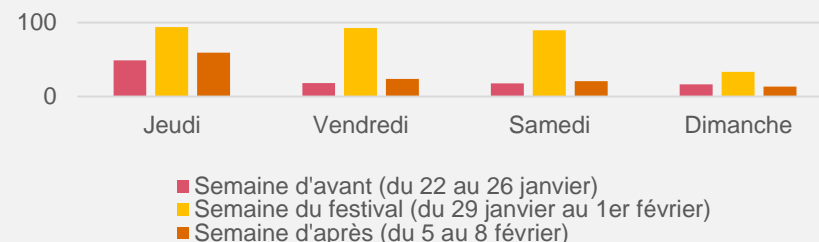
- > Le chiffre d'affaires de la restauration sur le territoire durant la manifestation s'élevait à **1,1 million d'euros** ;
- > Les dépenses des visiteurs injectées dans l'hébergement s'élevaient à **722 000 €**.

**« Pour 1 € de subventions versé par les collectivités du Grand Angoulême, le FIBD génère 2,3 € d'impact économique direct. »\***

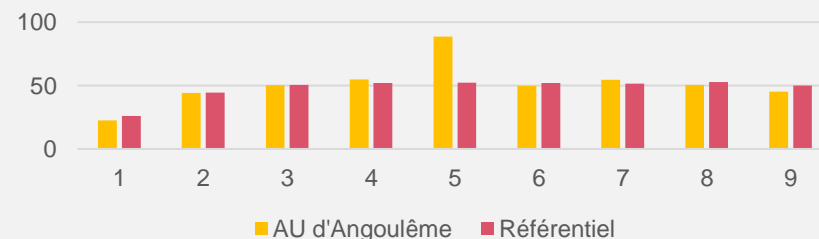
*\* Source : organisateurs du FIBD*

- **Le festival de la bande dessinée dynamise fortement la fréquentation des hôtels de la ville et de ses environs.**  
Les taux d'occupation des hôtels passent ainsi de 20 % à 90 % le samedi, soit près de cinq fois plus qu'un samedi habituel de janvier.
- **L'incidence du FIBD s'étend bien au-delà de la ville d'accueil :**  
le taux d'occupation moyen sur la durée totale du festival est de plus de 80 % à Angoulême et s'établit à 73 % sur l'aire urbaine (hors Angoulême) et à 55 % sur le reste de la Charente.
- Le nombre de chambres occupées pendant les quatre jours du festival est quasiment **trois fois plus important qu'en temps normal**.
- Une partie de ce surcroît d'activité est générée par les professionnels (exposants, journalistes, techniciens, etc.), dont certains arrivent en amont sur les lieux et restent après la manifestation. La comparaison des taux d'occupation moyens hebdomadaires de l'aire urbaine montre que **le festival stimule la fréquentation hôtelière en début d'année, principalement lors des semaines 4, 5 et 7.**

Taux d'occupation moyen des hôtels de l'aire urbaine d'Angoulême (en %)



Taux d'occupation moyens hebdomadaires des hôtels de l'aire urbaine d'Angoulême comparé au référentiel, durant les semaines de janvier et février



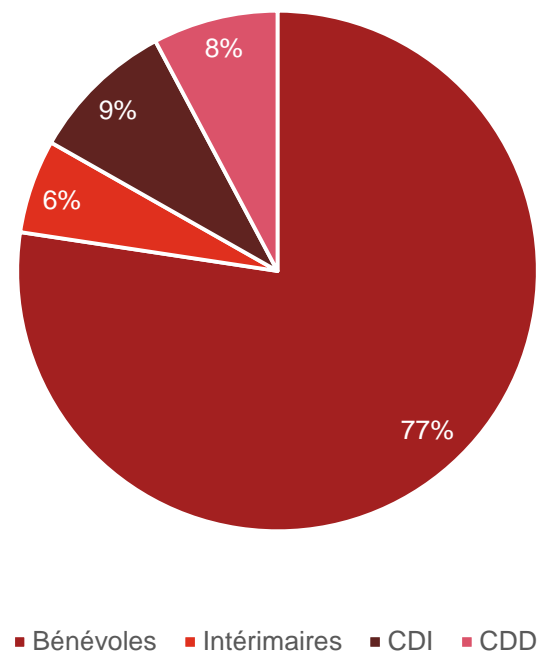
Source graphiques : INSEE

## UN IMPACT PONCTUEL MAIS RÉEL SUR L'EMPLOI

### Les manifestations créent de l'emploi temporaire et permanent non délocalisable

- **15 intérimaires mobilisés**, en moyenne, par 1/4 des manifestations, le temps de l'événement, pour un budget allant de 1 200 à 27 900 €.
  - > Par ricochet, les manifestations créent de l'emploi chez leurs prestataires et partenaires.
  - > Par essence, ces emplois de service (restauration, hôtellerie, transports, librairies) sont non délocalisables.
- **3,5 personnes en CDI en médiane, dédiées totalement ou partiellement à la manifestation** ; la moyenne s'établissant à 8 personnes en CDI.

Répartition des personnes mobilisées par les manifestations selon la catégorie d'emploi occupée





## UN SUCCÈS DÉPASSANT PARFOIS LES CAPACITÉS STRUCTURELLES DES TERRITOIRES

### Victimes du succès de leur manifestation littéraire, certaines villes se trouvent désormais limitées par leurs capacités en matière d'équipement et d'accessibilité

- Certaines villes **peinent à accueillir** des dizaines de milliers de personnes et atteignent leur capacité maximale en nombre d'événements ou de visiteurs, alors même qu'elles contribuent à l'animation des centres villes, un enjeu crucial pour des villes moyennes, comme Montélimar ou Epinal.
- Certains territoires d'accueil des manifestations sont parfois **difficilement accessibles**, ce qui peut **limiter leur attractivité** auprès de leurs visiteurs, contraints d'engager des surcoûts pour y accéder.



- > A Blois, les Rendez-vous de l'histoire occupent complètement la ville. Tous les lieux d'accueil de rencontres, conférences ou expositions sont remplis et la manifestation semble proche de la fréquentation maximale pour une ville de cette taille. Pour les organisateurs, l'augmentation de la fréquentation n'est donc plus une priorité, pour éviter de générer trop de mécontentements. Si la gratuité n'est pas remise en question, l'association a néanmoins mis en place une billetterie pour tenter de mieux gérer les flux.
- > À Die, aucun hôtel ne peut accueillir plus de 50 personnes en même temps. Le festival Est-Ouest a donc été contraint de développer d'autres formes d'accueil, notamment pour ses invités, qui sont reçus chez l'habitant.
- > À Manosque, Les Correspondances doivent engager des chauffeurs (9 cette année, soit un poste budgétaire très lourd) pour faire la navette avec Aix-en-Provence, gare d'arrivée, et permettre aux invités d'accéder à la manifestation.

# Un facteur de notoriété et de visibilité pour un territoire et ses partenaires

- > UN ENJEU DE RENOMMÉE POUR LES ACTEURS DE LA FILIÈRE DU LIVRE
- > UNE VITRINE POUR LES PARTENAIRES PRIVÉS MÉCÈNES DE LA MANIFESTATION
- > UN ENJEU DE COMMUNICATION ESSENTIEL
- > UN IMPACT MÉDIATIQUE D'ABORD LOCAL
- > UNE IMAGE DE MARQUE POUR UN TERRITOIRE, VÉRITABLE ARGUMENT MARKETING



## UN ENJEU DE RENOMMÉE POUR LES ACTEURS DE LA FILIÈRE DU LIVRE

### Les manifestations littéraires valorisent le rôle des bibliothécaires et leur donnent l'opportunité d'exercer leurs savoir-faire

**32%** des organisateurs mobilisent les bibliothèques ou médiathèques pour participer à la **conception et à la programmation de leurs manifestations.**

- 70% des manifestations sollicitent les bibliothèques/médiathèques pour mener des **actions de médiation** auprès de publics spécifiques.
- 60% des bibliothèques/médiathèques accueillent des expositions, conférences ou rencontres, et parfois, certaines manifestations ont conduit **au renouvellement ou à la création d'équipements.**
  - > A Bron, la médiathèque accueillant la manifestation n'aurait sans doute pas été créée sans cela.
  - > A Mouans-Sartoux, la situation géographique et l'aménagement du gymnase construit ont été pensés dans la perspective du festival et de ses besoins.
- Près de la moitié des manifestations sollicitent des bibliothécaires pour **animer des ateliers, rencontres ou débats.**
  - > Recevoir des auteurs suppose pour les bibliothécaires un travail préparatoire sur ses ouvrages. Les journées de présentation proposées par de nombreux organisateurs en amont de l'événement viennent animer et enrichir le travail de ces bibliothécaires.



## UN ENJEU DE RENOMMÉE POUR LES ACTEURS DE LA FILIÈRE DU LIVRE

### Les manifestations sont l'occasion d'enrichir les fonds et de faire connaître l'offre des bibliothèques

- Lieux d'accueil de certaines rencontres pendant les manifestations, **les bibliothèques développent leurs fonds à cette occasion**, autour de thèmes spécifiques ou des auteurs invités.
  - > Les rencontres des Boréales (Normandie), dédiées à la littérature nordique, se déroulent dans de nombreuses bibliothèques du territoire, qui, dans le prolongement de la manifestation, se sont dotées de fonds spécialisés désormais bien connus par les amateurs.
- **Les manifestations renforcent la visibilité des bibliothèques auprès de nouveaux publics et renouvèlent leur attractivité auprès de leurs habitués.**
  - > A Blois, pour la médiathèque Abbé Grégoire, les Rendez-vous de l'histoire sont l'occasion de mettre en valeur l'important fonds patrimonial, intéressant tous les publics, des spécialistes aux amateurs.



## UN ENJEU DE RENOMMÉE POUR LES ACTEURS DE LA FILIÈRE LIVRE

### Les manifestations littéraires renforcent la visibilité des éditeurs auprès du grand public

- A l'occasion des manifestations, les éditeurs, notamment les éditeurs plus petits ou spécialisés et les éditeurs locaux, **gagnent en visibilité** à travers leurs stands et par leur participation aux débats, conférences ou événements qui leur sont spécifiques.
  - > Les éditeurs capitalisent sur la visibilité de l'événement, en relayant les actualités de la manifestation sur leur site institutionnel ou sur les réseaux sociaux
- Un **enjeu de visibilité particulièrement fort** pour les éditeurs dans le cas des **manifestations spécialisées**
  - > « Notre public ne comprendrait pas que notre maison ne soit pas présente sur le festival. »
- Les manifestations permettent enfin aux éditeurs de **recruter des lecteurs et de les fidéliser, voire de créer une véritable communauté autour de leur maison.**





## UNE VITRINE POUR LES PARTENAIRES PRIVÉS MÉCÈNES DE LA MANIFESTATION

### Les manifestations incarnent des valeurs d'identification positive des partenaires

Difficilement mesurable, l'impact économique sur leur activité n'est pas l'objectif visé par les partenaires privés mobilisés aux côtés des manifestations littéraires. **Pour les partenaires, il s'agit plutôt d'un mécénat de valeurs où l'enjeu est d'abord de démontrer l'adéquation entre les discours et les actes.**



« Tous nos partenariats tournent autour du vivre-ensemble et portent sur l'éducation, la culture et la citoyenneté. » Le soutien aux manifestations littéraires s'inscrit dans cette logique de « réflexion sur la société ».



« Notre engagement auprès de la manifestation littéraire est la traduction de nos valeurs de proximité, d'engagement et de responsabilité. » « Notre présence à l'occasion de cet événement marque les esprits. Ne pas y être nous mettrait en décalage avec le discours et les valeurs partagés avec nos sociétaires ».



« Après le rachat et l'intégration au sein du groupe d'une maison d'édition, le partenariat avec la manifestation littéraire est le symbole de notre stratégie de diversification et de renforcement de notre positionnement au sein de la filière régionale du livre. »

## UNE VITRINE POUR LES PARTENAIRES PRIVÉS MÉCÈNES DE LA MANIFESTATION

### Les manifestations incarnent des valeurs d'identification positive des partenaires

Au-delà de l'image positive auprès du grand public, le mécénat en faveur des manifestations littéraires est également un **véritable objet de fierté pour les salariés** des partenaires mobilisés.



« Nous portons une attention particulière au développement humain et à la proximité, à travers l'écriture, pour tous, sur tout le territoire et sous toutes ses formes. Deux prix littéraires ont été créés. L'un récompense l'œuvre d'un salarié actif ou retraité, l'autre récompense un manuscrit envoyé par courrier, sans recommandation particulière à un éditeur. Autant de prix riches de sens pour nos personnels ».

## UN ENJEU DE COMMUNICATION ESSENTIEL

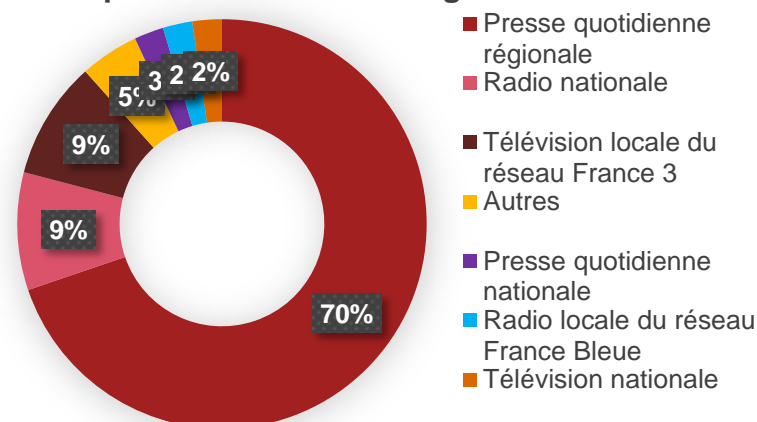
### La communication mobilise fortement les manifestations

**12%** du budget des manifestations sont dédiés à la communication, pour un montant médian de **27 189 €**.

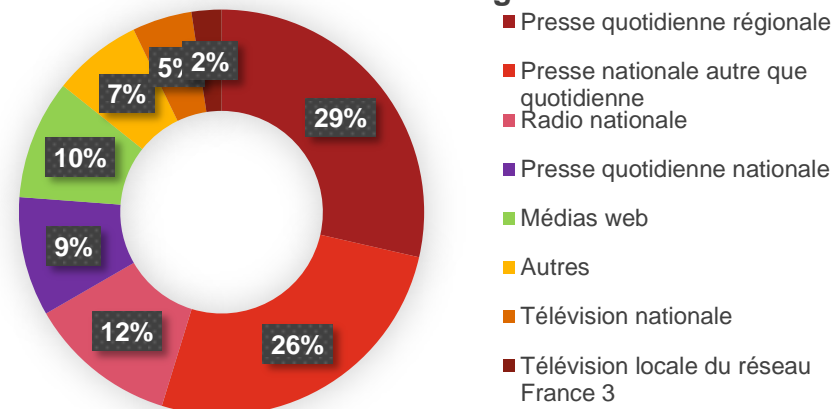
- **La communication, notamment les relations presse, est un enjeu majeur des manifestations, tant pour leur image que pour leur fréquentation.**

- > 13 organisateurs indiquent que l'**accroissement des actions de communication** est une priorité pour les années à venir.
- > Si les organisateurs estiment majoritairement qu'au sein des médias, la presse quotidienne régionale (PQR) a le plus d'impact sur la fréquentation de leur manifestation, ils considèrent à part *quasi* égale l'incidence de la PQR et de la presse nationale sur l'image de leur manifestation.

Média ayant le plus d'impact sur la fréquentation selon les organisateurs



Média ayant le plus d'impact sur l'image de la manifestation selon les organisateurs





## UN IMPACT MÉDIATIQUE D'ABORD LOCAL

### Une couverture médiatique des manifestations littéraires majoritairement régionale

*Parmi les articles évoquant au moins une fois une manifestation :*



*12% ont été recensés dans la presse spécialisée.*



*74% ont été recensés dans la presse locale.*



*14% ont été recensés dans la presse nationale.*

- **111** articles en moyenne par manifestation littéraire ont été publiés en presse écrite entre 2010 et 2017, soit une moyenne de **16** articles par an.

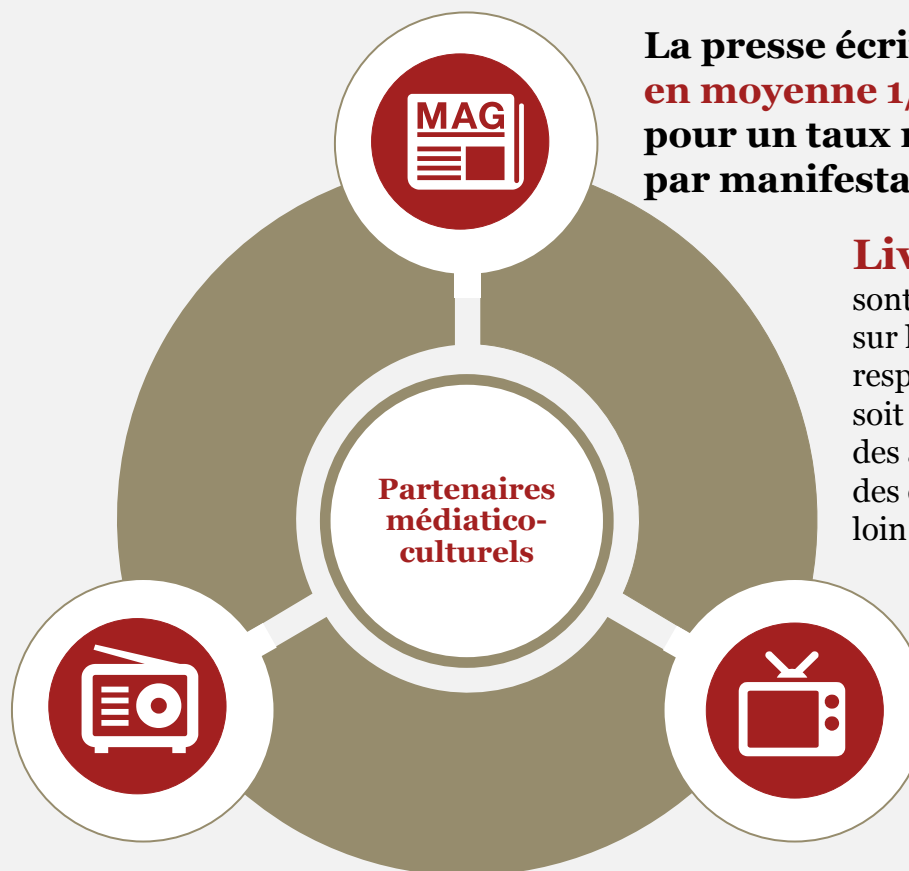
82 dans la presse régionale, 13 dans la presse spécialisée et 16 dans la presse nationale.

> Ouest-France, Sud Ouest, L'Est Républicain, Le Progrès et la Montagne représentent plus d'un tiers des articles de presse écrite.



ZOOM : LA PRESSE SPÉCIALISÉE

Parmi les radios nationales, **France Culture** et **France Inter** sont les partenaires privilégiées des manifestations, couvrant respectivement 25% et 21% d'entre elles.



**La presse écrite spécialisée couvre en moyenne 1/3 des manifestations, pour un taux moyen de 7 articles publiés par manifestation.**

**Livres Hebdo** et **Actualité** sont les principaux médias à publier sur les manifestations, avec une moyenne respective de 10 et 12 articles, soit 466 articles représentant 74% des articles recensés dans l'ensemble des quotidiens spécialisés, loin devant Télérama ou Lire.

France 2 et Arte ne mentionnent respectivement que 4% et 8% des manifestations, loin derrière **France 3** (64%) et France TV Info (18%).



## La forte présence en ligne d'une manifestations assure sa notoriété\*



**28%** des manifestations ont un site internet propre, une page Facebook, un compte twitter et une page Wikipédia.

Encore limitée, l'utilisation des réseaux sociaux par les manifestations se développe très rapidement.

**Le Festival international de la bande dessinée d'Angoulême,  
Les Rendez-vous de l'histoire de Blois,  
Les Imaginales d'Epinal,  
Etonnants voyageurs et Quai des bulles à Saint-Malo**  
bénéficient du plus fort impact sur les réseaux sociaux.

*\*La visibilité en ligne d'une manifestation est mesurée via l'existence d'un site internet propre, d'une page Facebook, d'un compte Twitter et d'une page Wikipédia, associée au nombre de visiteurs ou de suiveurs.*

## UNE IMAGE DE MARQUE POUR LE TERRITOIRE, VÉRITABLE ARGUMENT MARKETING

### Par la visibilité et la notoriété qu'elles confèrent au territoire, les manifestations littéraires sont un outil majeur de marketing territorial

- > Le baromètre de l'attractivité et du dynamisme des métropoles françaises, publié en 2017 par Arthur Loyd, place Angoulême en tête des agglomérations de taille moyenne, et cite explicitement le FIBD comme facteur d'attractivité.
- > Les Rendez-vous de l'histoire contribuent fortement à la notoriété de la ville de Blois et de son agglomération. Déjà prolongée avec les Cafés historiques, qui se tiennent une fois par mois, cette notoriété est une véritable image de marque sur laquelle la ville souhaite capitaliser tout au long de l'année, en s'appuyant sur de nouvelles synergies (par exemple, avec la clientèle des châteaux de la Loire, en labellisant des hébergements).
- > L'image et de l'imaginaire, défendus par les Imaginales, font la marque d'Epinal.

### Les manifestations sont de véritables vitrines du terroir

- > A Die, un marché de produits locaux installé au sein du festival Est-Ouest permet de mettre en valeur le terroir local.
- > A Montélimar, un nougadier est mécène des Cafés littéraires et accueille des rencontres d'auteurs.
- > A Brive, le festival a lieu au même moment et dans les mêmes halles que la vente des truffes.



### Les offices de tourisme restent très peu sollicités par les manifestations

Si la mise en valeur du territoire relève de leurs missions, les offices de tourisme sont quasiment absents des manifestations littéraires et sont peu, voire pas, mentionnés comme des vecteurs de connaissance de l'événement\*. Seule une manifestation littéraire est organisée par un office de tourisme.

*\* Seuls 9% des sondés mentionnent l'office de tourisme comme source d'information sur la manifestation dans l'étude menée par le Livre sur la place (Nancy) sur les publics.*

# Perspectives pour les années à venir

- > GARANTIR ET SÉCURISER LES RESSOURCES FINANCIÈRES DES MANIFESTATIONS
- > ASSURER LA SÉCURITÉ DES MANIFESTATIONS

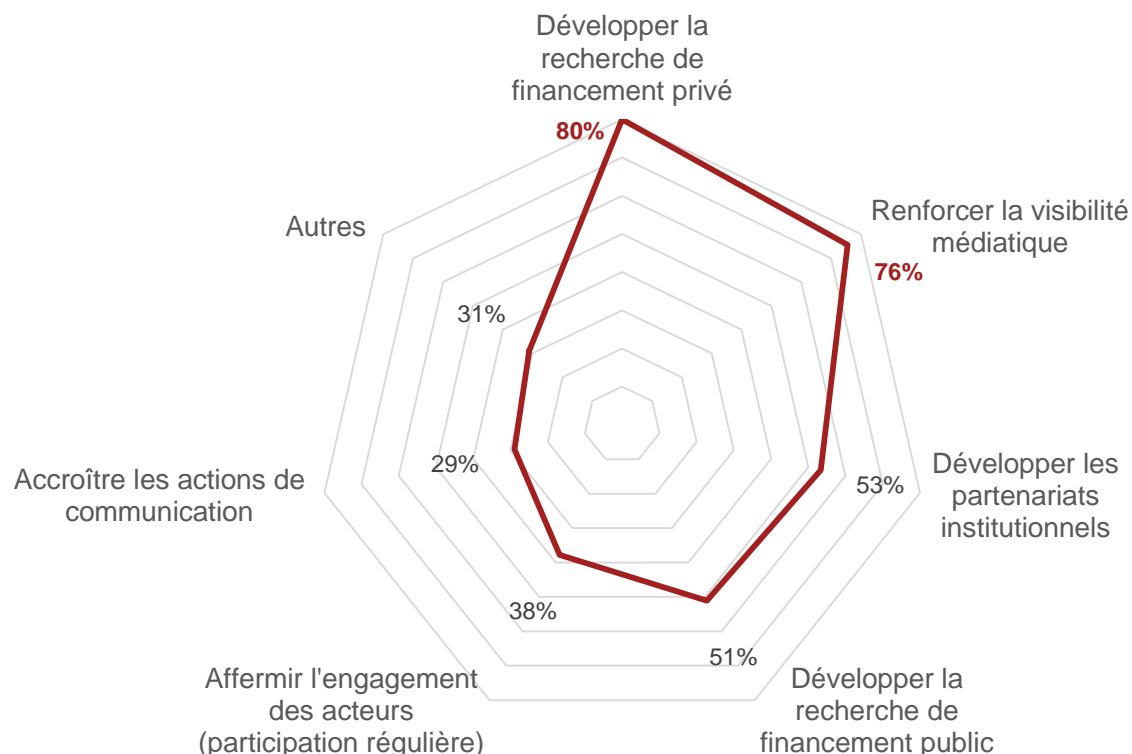


## GARANTIR ET SÉCURISER LES RESSOURCES FINANCIÈRES DES MANIFESTATIONS

### Le développement de financements privés et le renforcement de la visibilité médiatique, deux enjeux majeurs et déterminants pour la pérennité des manifestations

- En vue d'accroître leurs ressources propres, pour une moindre dépendance aux subventions publiques, les manifestations littéraires soulignent la nécessité de poursuivre et de **renforcer leurs partenariats avec les acteurs privés du territoire.**
- Dans cette optique, **la visibilité médiatique des manifestations, sorte de retour sur investissement,** sera un argument de poids.

Perspectives pour les années à venir



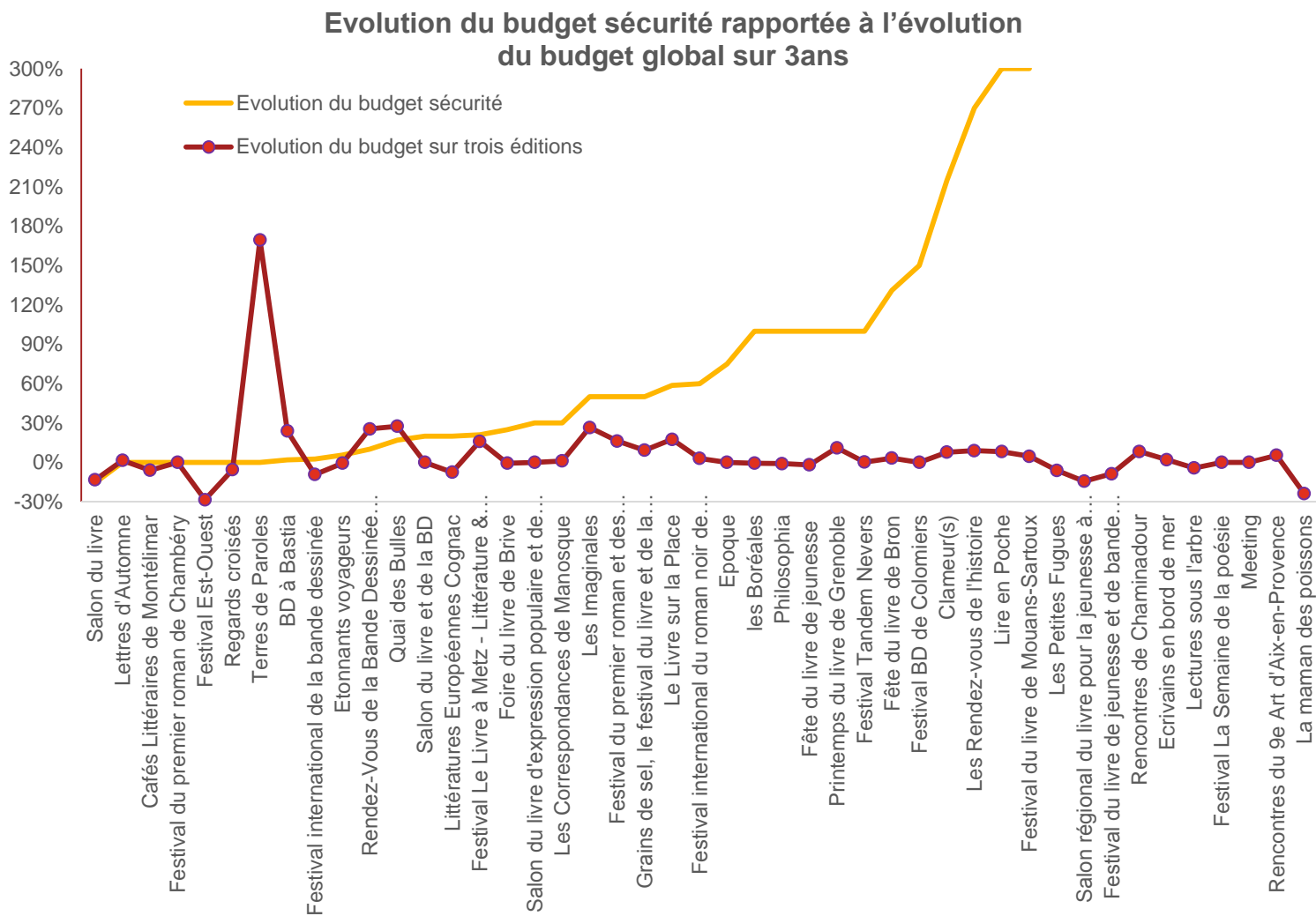
## ASSURER LA SÉCURITÉ DES MANIFESTATIONS

### La sécurité, une problématique incontournable nécessitant des niveaux croissants de compétence et de financement

Contraintes à des obligations légales renforcées, les manifestations littéraires ont vu leurs dépenses de sécurité bondir.

**+ 68%**  
**en 3 ans**

avec un budget moyen de 13 890 € par manifestation, soit **2% de leur budget global**, dans des budgets toujours plus contraints.



---

# Points clés à retenir

9



## LES MANIFESTATIONS LITTÉRAIRES SONT...

**1**



***La concrétisation  
d'un enjeu  
politique fort  
pour l'accès  
de chacun au livre  
et à la lecture***

Elles sont tournées vers le grand public et se mobilisent fortement sur l'EAC et les publics empêchés ou éloignés du livre.

**2**



***Un outil  
de mieux vivre  
ensemble***

Elles ont un rôle actif dans l'animation culturelle et sociale des territoires. Elles sont un objet de fierté, générateur de lien social et de mobilisation locale.

**3**



***Une opportunité  
de renforcer les  
complémentarités  
et synergies des  
acteurs locaux  
et de la filière***

Elles sont un rendez-vous incontournable, tant pour les acteurs de la filière du livre que pour les acteurs publics et privés d'un territoire.

**4**



***Un apport réel  
au dynamisme  
économique  
local***

Elles ont un impact positif pour les librairies, les éditeurs et les auteurs. Elles sont une source avérée de revenus pour le territoire local et ont un impact ponctuel mais réel sur l'emploi.

**5**



***Un facteur de  
notoriété et de  
visibilité pour un  
territoire et ses  
partenaires***

Elles contribuent à la notoriété des acteurs de la filière du livre et constituent une vitrine pour les partenaires privés. Elles sont une image de marque, véritable argument de marketing territorial.

# Annexes

> ECHANTILLON DES 50 MANIFESTATIONS RETENUES

> GRAPHIQUES :

> RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PRESTATAIRES











> COMPARAISON DU BUDGET DE LA MANIFESTATION ET DES DÉPENSES LIÉES AUX INVITÉS


> COMPARAISON DE L'IMPACT DANS LA PRESSE LOCALE ET DE LA FRÉQUENTATION

> COMPARAISON DE L'IMPACT RÉSEAUX SOCIAUX DE LA MANIFESTATION ET DE SA FRÉQUENTATION

# 10

## ANNEXE 1 : LISTE DES 50 MANIFESTATIONS RETENUES DANS L'ÉTUDE

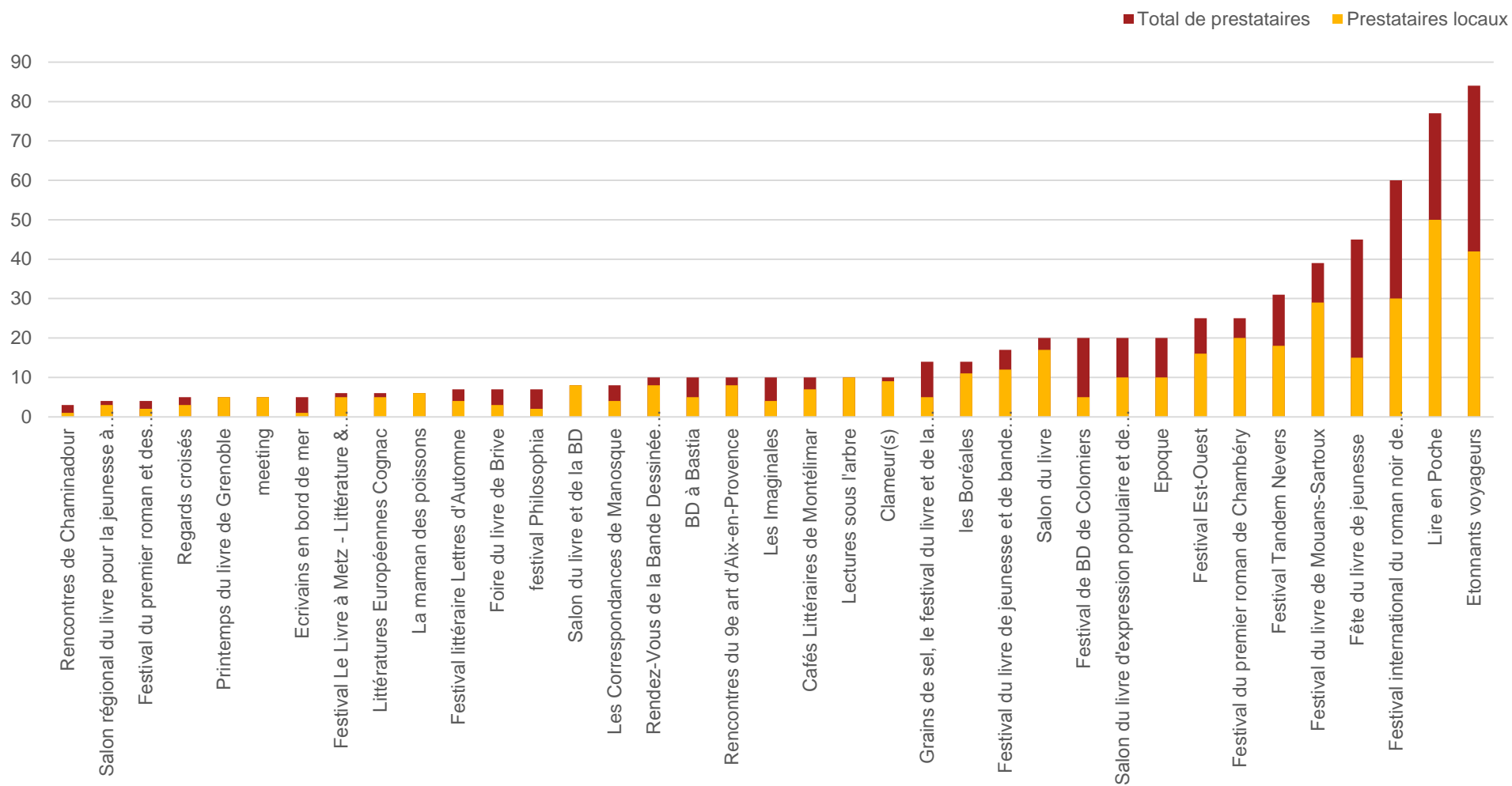
|    |   |    |  |
|----|---|----|--|
| 1  | Salon du livre et de la BD, Creil   | 26 | Festival du livre de Mouans-Sartoux   |
| 2  | Salon du livre d'expression populaire, Arras  | 27 | Festival de la correspondance de Grignan   |
| 3  | Les petites fugues, Besançon       | 28 | Cafés littéraires de Montélimar       |
| 4  | Les Boréales, Caen  | 29 | Fête du livre de jeunesse, Saint-Paul-Trois-Châteaux   |
| 5  | Lettres d'automne, Montauban  | 30 | Printemps du livre de Grenoble   |
| 6  | Salon régional du livre pour la jeunesse à Troyes   | 31 | Fête du livre de Bron  |
| 7  | Salon du livre de Chaumont  | 32 | Festival du premier roman de Chambéry  |
| 8  | Le livre sur la place, Nancy  | 33 | Clameur(s), Dijon  |
| 9  | Le livre à Metz - Littérature & journalisme   | 34 | Étonnants voyageurs, Saint-Malo       |
| 10 | Les Imaginales, Epinal             | 35 | Quai des bulles, Saint-Malo  |
| 11 | Festival international de géographie, Saint-Dié   | 36 | Les Rendez-vous de l'histoire, Blois  |
| 12 | Rendez-vous de la bande dessinée d'Amiens   | 37 | BD à Bastia  |
| 13 | Epoque, Caen                       | 38 | Grains de sel, le festival du livre et de la parole d'enfant, Aubagne  |
| 14 | Livres et musique, Deauville  | 39 | Festival Est-Ouest, Die               |
| 15 | Festival du livre jeunesse et de bande dessinée de Cherbourg  | 40 | Lectures sous l'arbre, Le Chambon-sur-Lignon   |
| 16 | Festival international de bande dessinée, Angoulême   | 41 | Regards croisés, Grenoble  |
| 17 | Littératures européennes Cognac   | 42 | Semaine de la poésie, Clermont-Ferrand   |
| 18 | Foire du livre de Brive          | 43 | Festival Tandem Nevers   |
| 19 | Les rencontres de Chaminadour, Guéret   | 44 | Le banquet du livre d'été, Lagrasse  |
| 20 | Lire en poche, Gradignan  | 45 | Meeting, Saint-Nazaire   |
| 21 | Philosophia, Saint-Emilion  | 46 | Terres de paroles, Rouen   |
| 22 | Ecrivains en bord de mer, La Baule  | 47 | Festival international du roman noir de Frontignan   |
| 23 | Festival BD Colomiers   | 48 | Rencontres du 9e Art Aix-en-Provence   |
| 24 | Festival du premier roman et des littératures contemporaines, Laval   | 49 | Fête du livre de Saint-Etienne   |
| 25 | Les Correspondances de Manosque  | 50 | La maman des poissons, Pézenas   |

*Manifestations focus dont les organisateurs et des partenaires ont été rencontrés *

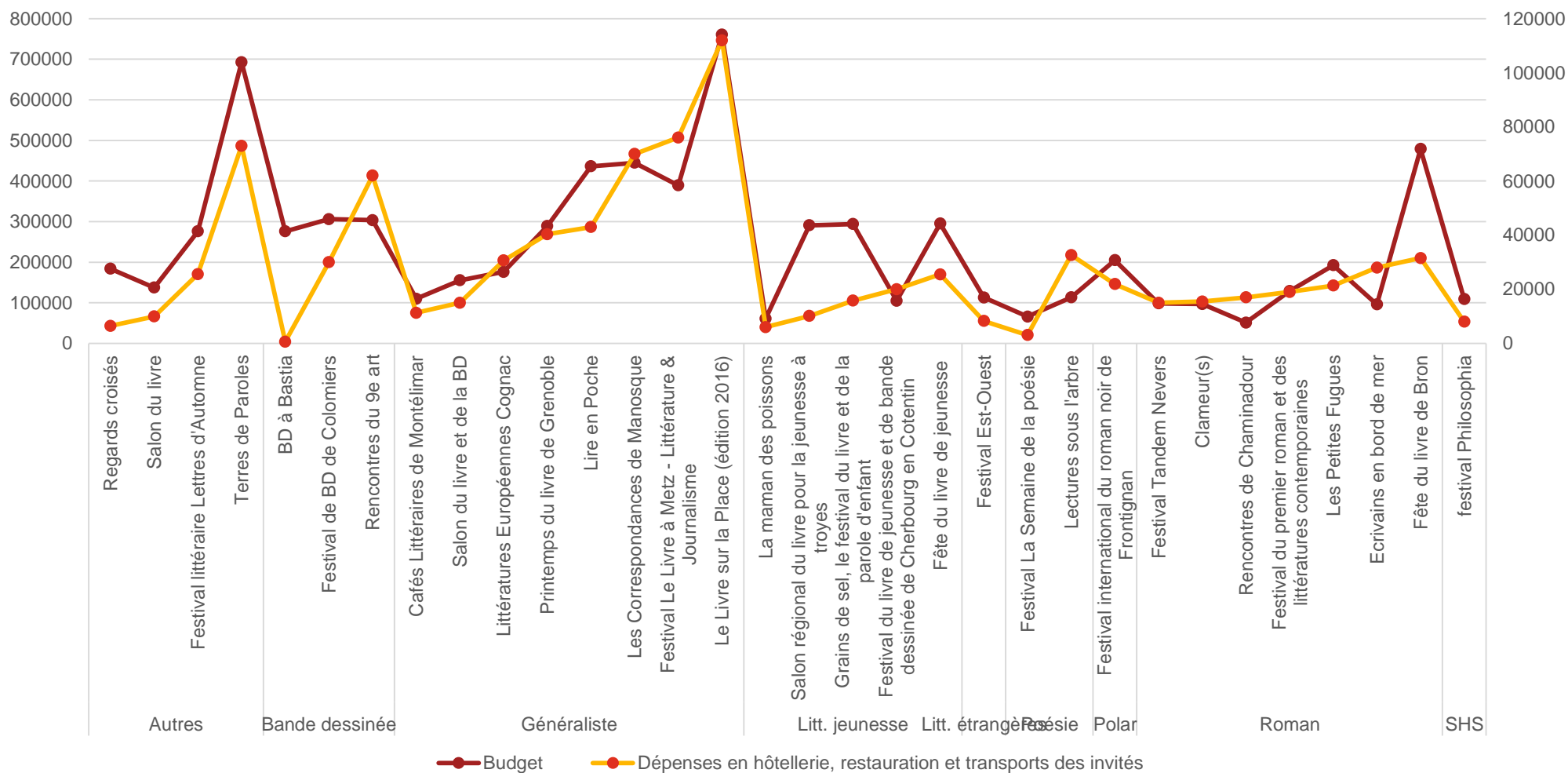
*Un taux de  
réponse de  
90%*

## ANNEXE 2 : RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PRESTATAIRES

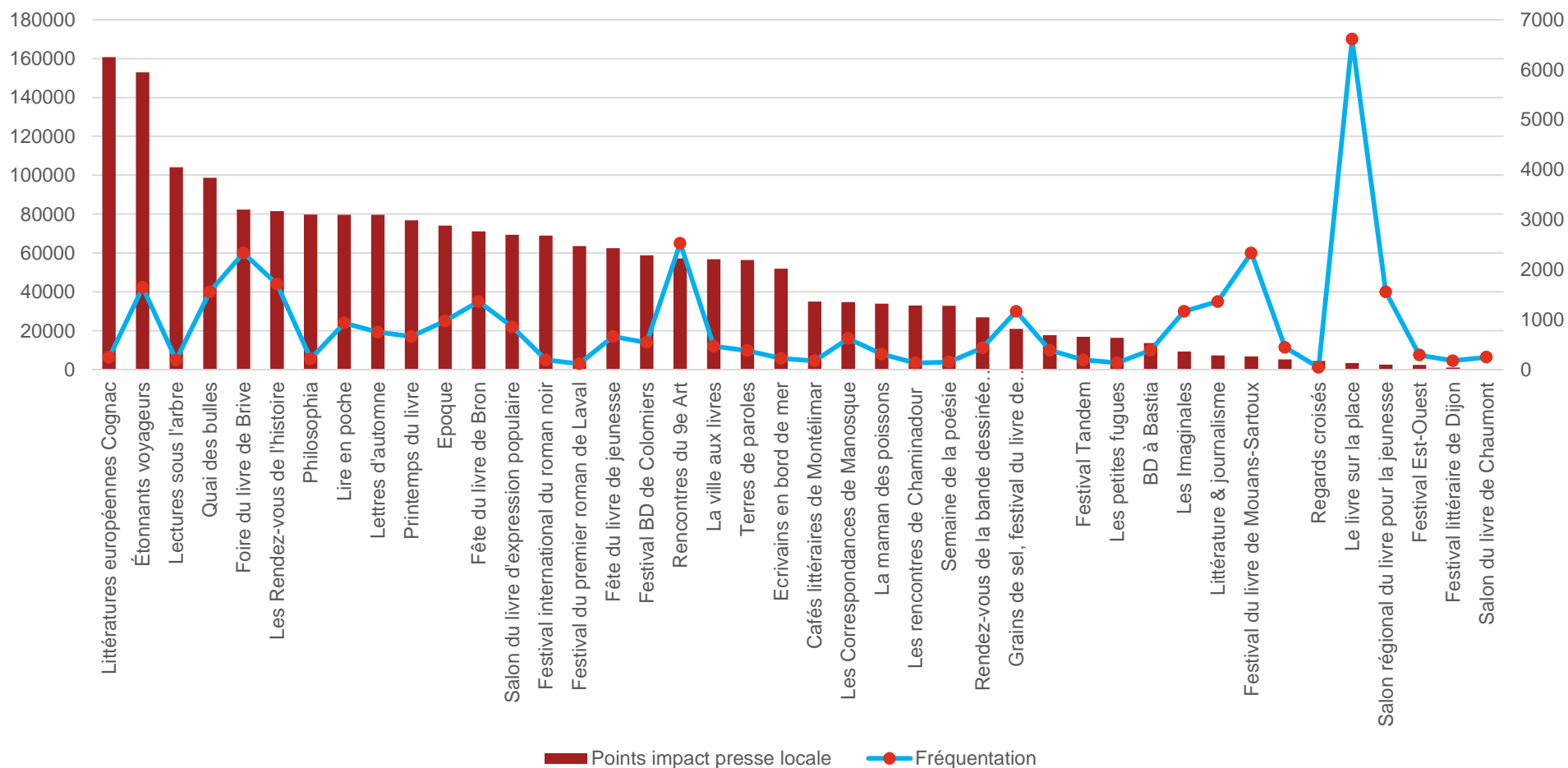
Nombre de prestataires et de prestataires locaux par manifestation



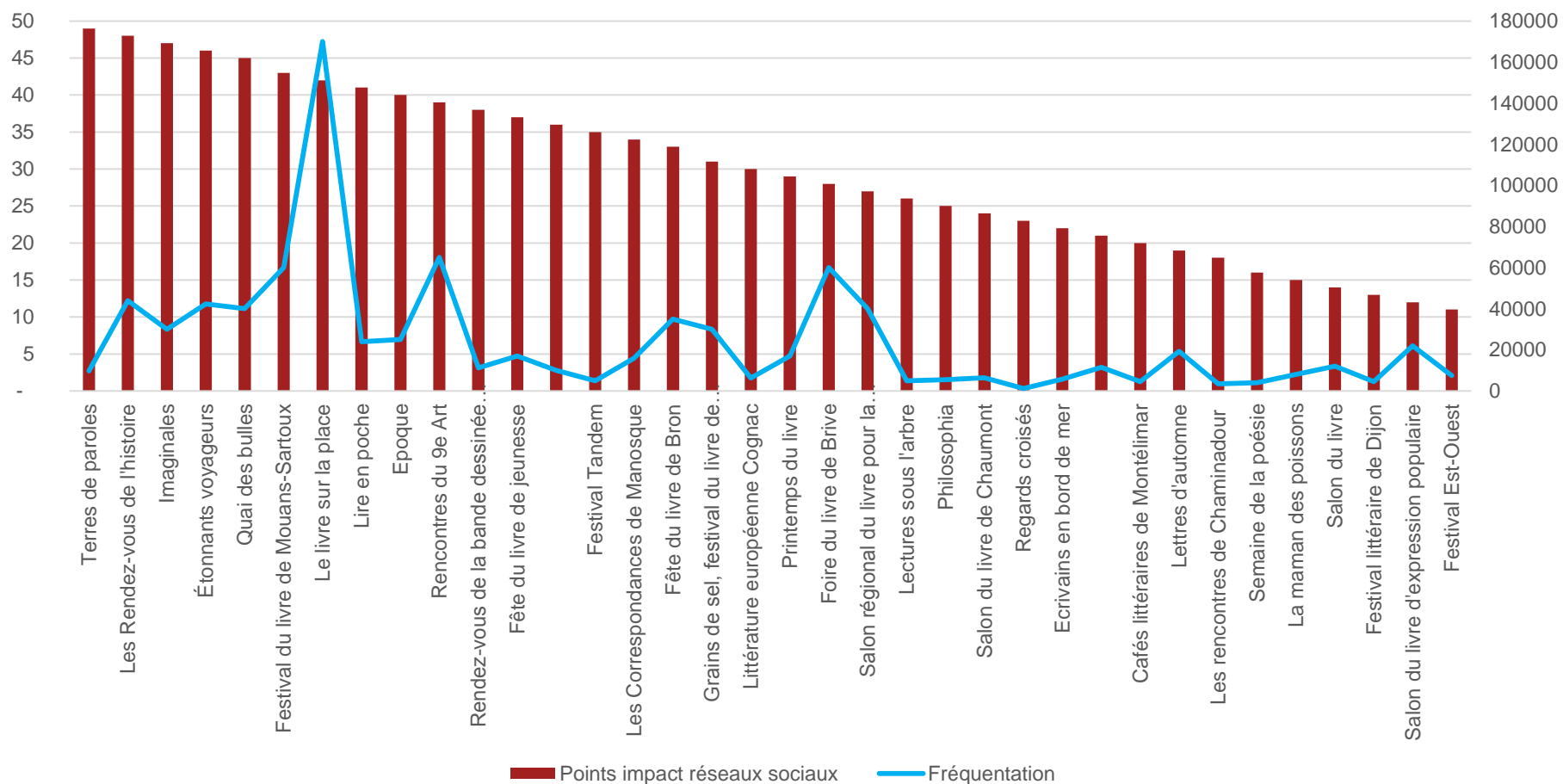
## ANNEXE 3 : COMPARAISON DU BUDGET DE LA MANIFESTATION ET DES DÉPENSES LIÉES AUX INVITÉS



## ANNEXE 4 : COMPARAISON DE L'IMPACT DANS LA PRESSE LOCALE ET DE LA FRÉQUENTATION



## ANNEXE 5 : COMPARAISON DE L'IMPACT RÉSEAUX SOCIAUX DE LA MANIFESTATION ET DE SA FRÉQUENTATION



## Vos contacts



**Fabrice Francillon**

Directeur PwC (Conseil)

63, rue de Villiers  
92 208 Neuilly-sur-Seine

☎ : 06 85 40 71 33

✉ : [fabrice.francillon@pwc.com](mailto:fabrice.francillon@pwc.com)



**Marguerite Descamps**

Consultante senior PwC (Conseil)

63, rue de Villiers  
92 208 Neuilly-sur-Seine

☎ : 06 42 43 14 54

✉ : [marguerite.descamps@pwc.com](mailto:marguerite.descamps@pwc.com)



**Eugénie Bailleau**

Consultante PwC (Conseil)

63, rue de Villiers  
92 208 Neuilly-sur-Seine

☎ : 06 37 49 32 30

☎ ✉ : [eugenie.bailleau@pwc.com](mailto:eugenie.bailleau@pwc.com)