

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

**Synthèse**

Décembre 2017



---

# 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





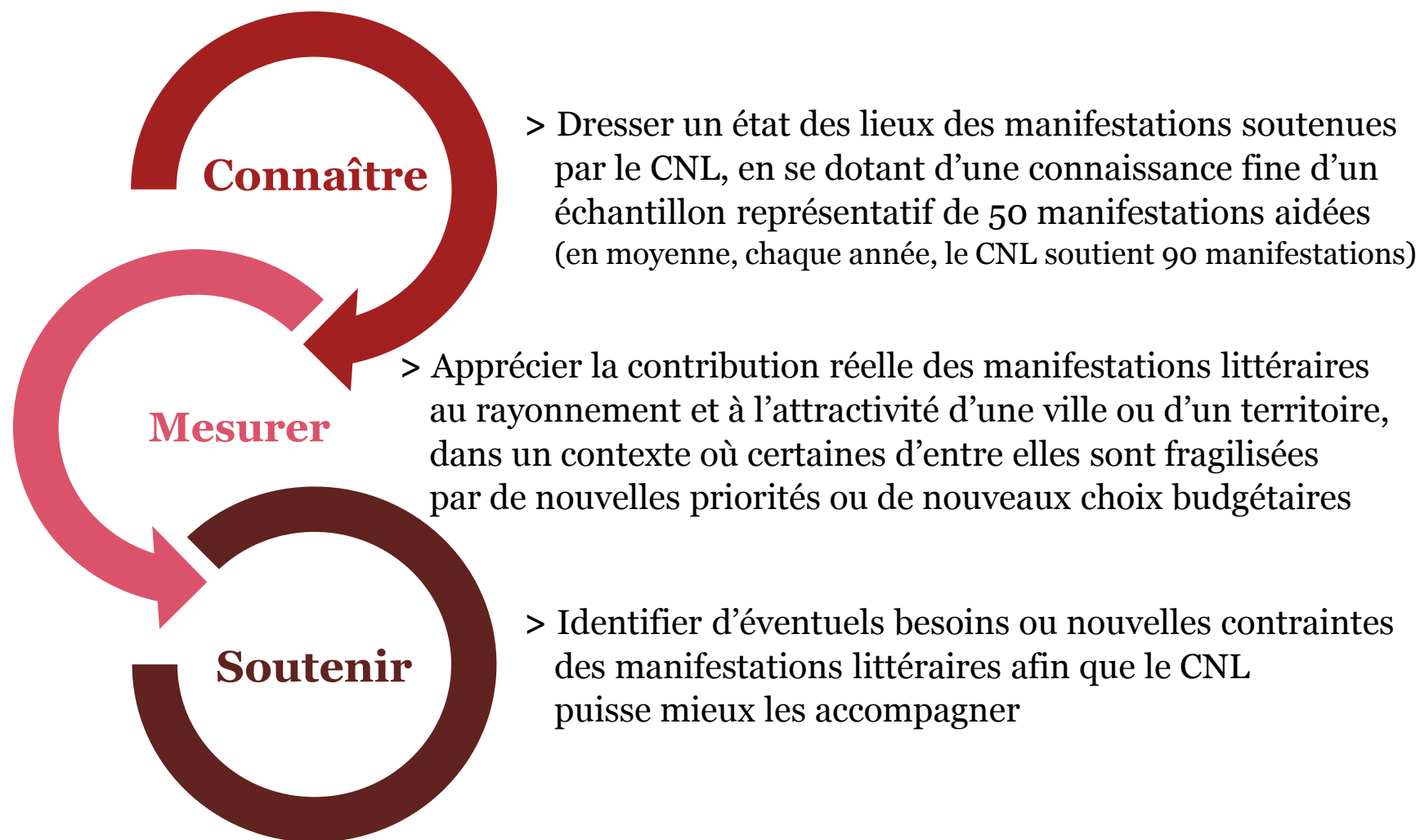
## UN SOUTIEN EXIGEANT POUR DES MANIFESTATIONS DE QUALITÉ

- 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.

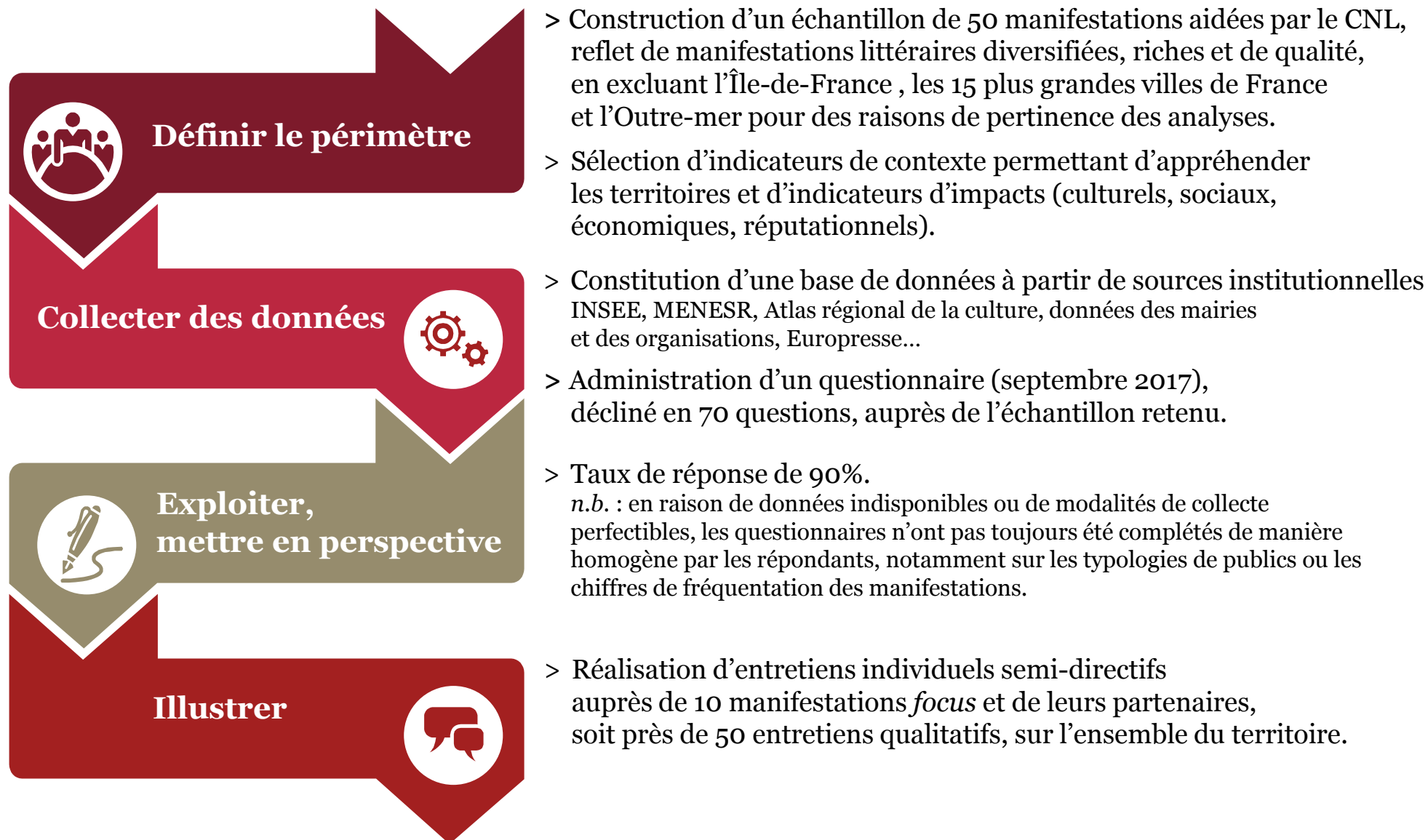
### Les manifestations soutenues par le CNL doivent :

- 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





---

# Points clés à retenir

3

## 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 ou privés d'un territoire

4



***Un apport  
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.

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.

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

**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'étant pas nécessairement le gage d'une fréquentation élevée.

### GRAND PUBLIC, SCOLAIRES ET PUBLICS EMPÊCHÉS : 3 PUBLICS CIBLES

**90%** des manifestations visent d'abord le **grand public** ;

**93%** programment des **activités d'éducation artistique et culturelle** (EAC) ;

**73%** programment des activités spécifiques à destination des **publics empêchés.**

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.

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

Au total, près de **4 000 partenaires** sont mobilisés sur les manifestations littéraires.

**8%** sont des **établissements culturels** (théâtre, cinéma,...), soit **9** établissements culturels en moyenne par manifestation.

**58%** de ces partenaires culturels sont d'abord **locaux** et accueillent souvent les manifestations en leur sein. Réciproquement à cet accueil spécifique, dans des lieux parfois exceptionnels, les manifestations littéraires sont de véritables outils de **valorisation patrimoniale** des sites.

Les manifestations littéraires jouent un rôle essentiel en matière d'**interdisciplinarité**, à travers la programmation de nombreuses représentations de **spectacles vivants**, **outil majeur de démocratisation culturelle**.

## 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.

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

**77%** des personnes mobilisées dans l'organisation des manifestations sont **bénévoles**, signe de l'importance que portent les gens, notamment les locaux, aux manifestations littéraires et à leur existence pérenne sur un territoire.

Jouant un rôle pédagogique indéniable, les manifestations littéraires sont source d'**ouverture sur le monde** et participent à la formation de l'**esprit critique**, impacts immatériels difficilement mesurables mais soulignés par tous.

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 ou privés d'un territoire.

### UN SOUTIEN MARQUÉ DES INSTITUTIONS LOCALES

Près de **la moitié** des partenaires des manifestations sont locaux.

Les partenaires institutionnels **locaux** abondent ainsi **64 %** du budget des manifestations littéraires, qui représentent une **part maîtrisée des budgets globaux et culturels des collectivités territoriales** (la subvention versée par une ville à une manifestation littéraire représente entre 0,1% et 0,5% du budget de la commune).

### 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.

**81%** des manifestations ont noué un partenariat avec les bibliothèques/médiathèques de leurs territoires, soit un total de **570 médiathèques** mobilisées.

**304 librairies** ont été mobilisées, soit 8 librairies en moyenne par manifestation.

**87%** des manifestations littéraires associent les **éditeurs locaux ou nationaux** à leur événement.

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

Les manifestations rayonnent au-delà des professionnels du livre et sont devenues des rendez-vous de référence pour démontrer un savoir-faire, se former, se connaître ou échanger des pratiques professionnelles.

4



*Un apport  
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.

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

Les manifestations ont un impact direct sur le chiffre d'affaires des libraires qui réalisent, pendant l'événement, un chiffre d'affaires médian d'environ **30 000 €**, avec une dépense moyenne en achat de livres comprise entre **10 et 29 €**.

### UN IMPACT ÉCONOMIQUE POSITIF POUR LES AUTEURS

Lors de la dernière édition, les manifestations ont consacré plus d'**1 M€** à la **rémunération des auteurs**.

### UNE SOURCE AVÉRÉE DE REVENUS POUR LE TERRITOIRE LOCAL

La majorité des dépenses de prestations faites par les organisateurs des manifestations bénéficie aux **prestataires locaux** (11 en moyenne), pour un **montant médian de 41 000 € dont près de 25 000 € directement injectés dans le territoire**.

Par l'apport ponctuel de population qu'elles génèrent, les manifestations dynamisent la fréquentation et les dépenses dans **l'hôtellerie, la restauration et les transports**.

En moyenne, dans ce domaine, une manifestation dépense **32 628 €** pour ses invités.

### UN IMPACT PONCTUEL MAIS RÉEL SUR L'EMPLOI NON DÉLOCALISABLE

**15 intérimaires** sont mobilisés en moyenne par les manifestations littéraires.

**3,5 emplois CDI** (médiane) sont spécifiquement dédiés, en totalité ou en partie, aux manifestations littéraires.

### 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**.

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.

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

**32 %** des organisateurs mobilisent les **bibliothécaires** pour participer à la conception et à la programmation de leur événement et **70%** les sollicitent pour mener des actions de médiation auprès de publics spécifiques. Les manifestations sont l'occasion d'enrichir les fonds et de faire connaître l'offre des bibliothèques. Elles sont également un moyen de renforcer la visibilité des **éditeurs** auprès du grand public, particulièrement celle des éditeurs plus petits, spécialisés ou locaux.

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

Difficilement mesurable, l'impact économique d'un partenariat sur leur activité n'est pas l'objectif premier visé par les partenaires privés. Pour eux, l'enjeu est d'abord de **démontrer l'adéquation entre leurs discours et leurs actes, à travers des valeurs positives**, et d'en faire un **objet de fierté** pour leurs salariés.

### UN ENJEU DE COMMUNICATION ESSENTIEL

La communication mobilise fortement les manifestations, puisqu'elles y consacrent en moyenne **12%** de leur budget. En forte croissance, les actions de communication sont estimées comme un enjeu majeur, voire prioritaire, tant pour l'**image** que pour la **fréquentation** des manifestations littéraires.

### UN IMPACT MÉDIATIQUE D'ABORD LOCAL

**74%** des articles de presse écrite sur les manifestations littéraires sont recensés dans la **presse locale**, essentiellement quotidienne et régionale (Ouest France, Sud Ouest, Est républicain, Le Progrès, La Montagne). Dans les médias audiovisuels, France Culture, France Inter et France 3 sont les partenaires privilégiés.

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

Outil majeur de **marketing territorial**, par la visibilité et la notoriété qu'elles confèrent au territoire, les manifestations littéraires sont autant un facteur d'attractivité que de véritables vitrines du terroir.

# Perspectives pour les années à venir

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

4



## **GARANTIR LES RESSOURCES FINANCIÈRES ET ASSURER LA SÉCURITÉ, DEUX PRIORITÉS DES MANIFESTATIONS LITTÉRAIRES POUR LES ANNÉES À VENIR**

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

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.

### **La sécurité, une problématique incontournable nécessitant des niveaux sans cesse 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.











---


# Annexe

> ECHANTILLON DES 50 MANIFESTATIONS RETENUES

# 5

## 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 9 <sup>e</sup> , 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%**

## 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)