

### Séminaire Création

*organisé avec le soutien de la direction générale des Entreprises (ministère de l'Industrie) et du ministère de la Culture et grâce aux parrains de l'École de Paris*

Air France  
Algoé<sup>2</sup>  
Alstom  
ANRT  
ArcelorMittal  
Areva<sup>2</sup>  
Cabinet Regimbeau<sup>1</sup>  
Caisse des Dépôts et Consignations  
CEA  
Chaire "management de l'innovation"  
de l'École polytechnique  
Chambre de Commerce  
et d'Industrie de Paris  
CNRS  
Conseil Supérieur de l'Ordre  
des Experts Comptables  
Danone  
Deloitte  
École des mines de Paris  
EDF  
Entreprise & Personnel  
ESCP-EAP  
Fondation Charles Léopold Mayer  
pour le Progrès de l'Homme  
France Télécom  
FVA Management  
Roger Godino  
Groupe ESSEC  
HRA Pharma  
IDRH  
IdVectoR<sup>1</sup>  
La Poste  
Lafarge  
Ministère de l'Industrie,  
direction générale des Entreprises  
PSA Peugeot Citroën  
Reims Management School  
Renault  
Saint-Gobain  
Schneider Electric Industrie  
SNCF<sup>1</sup>  
Thales  
Total  
Ylios

<sup>1</sup> pour le séminaire  
Ressources Technologiques et Innovation  
<sup>2</sup> pour le séminaire Vie des Affaires

(liste au 1<sup>er</sup> avril 2008)

## LES RÉUSSITES DU PRINTEMPS DE BOURGES

par

**Daniel COLLING**

Directeur du Printemps de Bourges

Séance du 12 février 2008

Compte rendu rédigé par Élisabeth Révah

### En bref

Quatre mille artistes programmés, une identité stable dans un contexte largement bouleversé, un outil performant de détection des nouveaux talents et des nouvelles tendances, un renouvellement régulier du public... Fondé il y a trente ans en réaction à l'absence de lieu d'exposition concernant de nombreux artistes qui n'avaient accès ni à la télévision ni à la radio de service public, le Printemps de Bourges, festival dans le registre de la chanson, variété, rock et des musiques actuelles, est un succès sur de nombreux plans. Sa première réussite est d'avoir duré. Sans s'institutionnaliser. Sans se dénaturer. Sans accompagner le vieillissement de son public originel. Sans devenir un puits de subventions. Société privée, le Printemps de Bourges fonctionne comme une entreprise mais fait appel à des fonds publics par nécessité, du fait d'un réel positionnement sur les jeunes talents et tendances émergents. Un pied dans le privé, un pied dans le public, une formule gagnante pour la scène musicale française.

*L'Association des Amis de l'École de Paris du management organise des débats et en diffuse des comptes rendus ; les idées restent de la seule responsabilité de leurs auteurs.  
Elle peut également diffuser les commentaires que suscitent ces documents.*

## EXPOSÉ de Daniel COLLING

Ma profession est entrepreneur de spectacles : c'est en effet à Nancy, alors que j'étais étudiant en sciences que j'ai commencé, sous forme associative, à organiser des spectacles. C'est ma propre expérience, à partir de 1967, qui m'a conduit tout naturellement à la création du Printemps de Bourges dix ans plus tard. Mais arrêtons-nous un instant sur ces années qui ont précédé et au cours desquelles, sans doute, tout a commencé.

### De Nancy à Bourges

À l'époque, en 1967 donc, trois jeunes mouvances existaient à Nancy : l'une, spécialisée dans le jazz, allait donner naissance au festival Nancy Jazz Pulsations ; la deuxième, sous la houlette de Jack Lang, lançait le Festival mondial du théâtre ; la troisième, dont je faisais partie, avait choisi la chanson. Nous avons créé une association avec des amis pour programmer à Nancy les figures emblématiques de la chanson du moment : Barbara, Claude Nougaro, Anne Sylvestre, Georges Brassens, voire même des interprètes de musique classique pour les produire à la cathédrale de Nancy. C'est ainsi que j'ai débuté, de manière non professionnelle.

En 1970, un producteur parisien, que la profession me faisait côtoyer, m'a proposé de travailler avec lui. Je suis alors devenu organisateur de tournées pour les Productions Mazarine, installées à Paris dans la rue du même nom.

#### *1970-1975, à la rencontre du public jeune*

Ce producteur manageait des artistes prestigieux mais produisait également des concerts de musique classique. Il fut l'un des premiers en France à avoir choisi une identité artistique dans son activité, contrairement aux maisons de disques de l'époque qui produisaient Mireille Mathieu, Georges Brassens, Dalida et Léo Ferré.

Pendant trois ans, j'ai tourné en France avec Léo Ferré, essentiellement dans les théâtres municipaux. Inutile de rappeler que, dans ces années, la contestation était vive. Or, le public de Léo Ferré était constitué d'un public essentiellement étudiant et nous ne nous arrêtons que dans des villes universitaires. Ces étudiants constituaient à l'époque un public fort décourageant pour un organisateur de spectacles : leur revendication principale était l'accès gratuit à la culture ; ils prétendaient donc assister gracieusement aux spectacles. Lors d'un concert de Léo Ferré en 1973, réunissant cinq mille personnes à la Halle aux Grains à Toulouse, la moitié des spectateurs avait défoncé les portes pour entrer ! Dans la salle, ils n'en ont pas moins écouté religieusement leur idole...

Pendant toutes ces années, j'ai aussi travaillé en France avec d'autres artistes issus du mouvement folk, tels que le groupe Malicorne ou la chanteuse Anne Sylvestre. C'était aussi la période d'émergence des minorités ethniques tel Alan Stivell pour qui j'ai organisé une tournée nationale pour le compte d'Alice Productions.

J'ai même participé à l'organisation, en 1973, d'un gala de soutien à *Libération* à la Grande Halle de la Villette, qui a permis de sauver le journal de la faillite, et contribué à l'organisation des fêtes du PSU (Parti socialiste unifié), qui avaient lieu au mois de juin à La Courneuve et accueillaient de nombreux artistes à découvrir.

Finalement, cette période m'a permis, en parcourant la France, de rencontrer des artistes du moment dit underground, ainsi que leur public dont je me sentais très proche. À cette époque, la télévision diffusait uniquement des variétés à travers deux émissions de Maritie et Gilbert Carpentier et de Guy Lux qui passaient en boucle Claude François, Michel Sardou, Johnny Hallyday, Dalida, C. Jérôme, Mireille Mathieu, Mike Brant, Sylvie Vartan, Sheila...

Étudiant en 1968 et, sans pour autant être encarté politiquement, j'étais imprégné de contre-culture. Les nouveaux artistes, marginaux, que je voyais surgir autour de moi, n'avaient pas accès aux médias mais commençaient à sensibiliser les milieux estudiantins fréquentant les petites salles. Nombreux étaient les artistes qui manquaient de moyens de production. J'ai décidé, en 1976, de monter une agence et ainsi les aider à se faire entendre !

### *Écoute s'il pleut*

Baptisée du nom d'un ruisseau qui coulait près de chez moi dans l'Essonne "Écoute s'il pleut", cette agence réunissait de jeunes artistes encore inconnus tels que Bernard Lavilliers, Jacques Higelin, Hubert-Félix Thiéfaine, Charlélie Couture, Renaud, Dick Annegarn et les humoristes Font et Val.

Comme le théâtre en Avignon, cette nouvelle chanson française, encore méconnue et pourtant si créative, méritait son événement national. L'idée m'est venue, à partir de cette agence, de créer un festival.

### **Premiers Printemps**

J'étais persuadé que, pour avoir de la visibilité, ce festival devait avoir lieu en province et non à Paris. Je cherchais par ailleurs à l'adosser à une ville qui disposait d'une maison de la culture. Il y en avait douze en France. Je les connaissais bien. Or, celle de Bourges, la première de toutes, inaugurée par André Malraux en 1963, était la seule spécialisée en chanson. J'avais rencontré à de nombreuses reprises son animateur, Alain Meilland. La situation géographique de la ville au centre de la France était évidemment un atout mais le plus important résidait dans la caution culturelle apportée par l'établissement.

Le festival est une forme de fête. La concentration espace-temps des artistes et du public est donc un élément essentiel. La maison de la culture de Bourges était équipée de deux salles de spectacle et disposait d'une esplanade pouvant accueillir des chapiteaux nous permettant donc d'inviter une quarantaine d'artistes dans quatre lieux différents pendant cinq jours. Il fallait aussi et surtout donner une envergure nationale à la manifestation. En 1977, nous avons signé un projet de coproduction pour le premier Printemps de Bourges avec la maison de la culture de Bourges.

### *Une première édition réussie...*

Pour crédibiliser cette première édition, j'eus l'idée d'inviter un parrain incontestable, à l'époque quelque peu oublié : Charles Trenet. Le festival fondait son identité sur la nouvelle génération de chanteurs contestataires, mais Charles Trenet restait pour eux une vraie référence, le père spirituel de Brassens et de Brel. Il n'avait pas fait de scène depuis une dizaine d'années et ce ne fut pas facile de le convaincre de participer à un festival qui n'existait pas encore ! Jusqu'au dernier jour, sa venue n'était pas assurée mais finalement, il fit le déplacement.

Par chance, ce premier festival fut activement relayé par France Inter, à l'époque radio déjà avant-gardiste (j'étais un ami de l'animateur Jean-Louis Foulquier), mais relayé aussi par *Le Monde* et *Le Figaro*. Ces grands médias avaient compris le rôle qu'ils pouvaient jouer dans la promotion de cet événement porteur de tendances nouvelles qui marqueraient l'avenir. La première édition, du 7 au 14 avril 1977, bénéficia, grâce à ces médias, d'un impact médiatique important et se révéla un franc succès pour la maison de la culture de Bourges.

*... mais déjà quelques difficultés*

Les habitants de la ville étaient quant à eux loin de se réjouir de cette réussite ! Ils étaient habitués à vivre parmi les monuments historiques et les maisons à colombages et nous venions les déranger ! Il était d'ailleurs paradoxal de parachuter à Bourges un festival en direction de la jeunesse. Les commerçants se sont sentis envahis par des hordes d'étudiants révoltés, à cheveux longs. Ils ont baissé leurs rideaux et protesté à leur manière contre la tenue du festival.

Outre l'hostilité de la population de Bourges, nous avons dû affronter des tensions politiques entre gauche et droite locales. En 1977, par pur hasard, la mairie venait de basculer dans le camp communiste. Abrisés par la maison de la culture, nous n'avions que très peu de relations directes avec le maire, mais le Printemps de Bourges connaissait de vrais accents populaires et très vite il est devenu un enjeu politique au sein du conseil d'administration de la maison de la culture, supportée par une association loi de 1901. Au fil des éditions, la droite locale, bientôt relayée par la préfecture, a renforcé son opposition au festival et donc à la mairie de gauche qui soutenait notre manifestation.

Parallèlement, des problèmes de pouvoir étaient apparus avec Jean-Christophe Dechico, directeur de la maison de la culture, concernant la paternité du festival. Qui était le véritable patron du festival ? En 1979, ce directeur a suggéré de n'organiser qu'un festival tous les deux ans, ce qui revenait évidemment à le saborder. Le Printemps de Bourges n'avait que trois années d'existence derrière lui mais il a bénéficié d'un étonnant mouvement de soutien national : des lettres de protestation sont parvenues de toute la France et de nombreux artistes, parmi lesquels Yves Montand et Juliette Gréco, ont signé des pétitions ; le festival a reçu aussi le soutien de France Inter et de la presse nationale. Jean-Christophe Dechico a fini par démissionner. Nous avons gagné cette première bataille.

### **Les années d'abondance**

Le gong de 1981 a définitivement sonné notre salut. Nous étions le festival rebelle que la droite avait tenté d'étrangler : il n'en fallait pas plus à Jack Lang pour se faire notre ardent défenseur ! Grâce au soutien financier qu'il lui a accordé, le Printemps de Bourges est devenu un modèle de festival, jouissant au travers d'une association loi de 1901, d'un statut juridique propre.

#### *La droite cède*

En 1981, nous bénéficions donc du soutien de la ville et de l'État, mais la région Centre et le département du Cher, restés à droite, continuaient à ignorer le festival malgré le succès croissant de la manifestation. Les problèmes financiers que nous connaissions alors m'ont poussé, fin 1985, à tenter un coup de bluff lors d'une conférence de presse dressant le bilan du dernier festival, relayée par la presse nationale. Je déclarai que cette édition avait enregistré une belle réussite mais que la non-participation de certaines collectivités locales à son financement ne permettait pas au festival de sortir de ses difficultés... Il aurait néanmoins bien lieu l'année suivante, mais peut-être pas à Bourges ! J'avais évidemment assuré mes arrières en entamant des négociations avec Georges Frêche, à Montpellier, et prévenu l'État de mon intention de changer éventuellement de région. La région Centre et le département du Cher ont finalement plié et accepté de nous soutenir.

Les hommes politiques ne sont pas rancuniers : deux ans après ces événements, nos anciens adversaires nous félicitaient chaleureusement pour la dernière mouture du Printemps ! Depuis, et malgré des changements de majorité successifs, nous n'avons plus jamais connu de problèmes politiques avec les collectivités publiques. Le financement du Printemps de Bourges s'est totalement dépolitisé et les subventions pluriannuelles de l'État ont revêtu une légitimité incontestable : le festival de 1987 a même reçu la visite de quatre ministres (de droite) et du président de la République (de gauche) !

## *La vague rock*

Avec 13 000 entrées en 1977, 130 000 en 1986, le festival s'est développé à un rythme rapide, prenant une ampleur nationale. Les jeunes artistes que le festival avait lancés à son démarrage (Jacques Higelin, Bernard Lavilliers, Charlélie Couture, Renaud,...) étaient devenus des artistes confirmés. Dans les années 1980, ils ont été rejoints sur les scènes de Bourges par des invités prestigieux comme Miles Davis, Stevie Wonder, Ray Charles, Frank Zappa et, en 1984, le groupe de rock U2 encore peu connu.

La musique rock, issue du mouvement punk – qui prenait lui-même le contre-pied radical de la pop music incarnée par les Beatles ou les Rolling Stones – était apparue à la fin des années 1970 avec des groupes comme U2, Simple Minds, The Cure. En France, le Printemps de Bourges lui a offert une scène à sa mesure, accueillant des artistes étrangers ou français, comme Trust et Téléphone, dont l'univers était fort éloigné de la chanson populaire aseptisée de Claude François, Sylvie Vartan ou Sheila.

À la fin des années 1980, le festival connaissait une augmentation de son public et de son budget de 20 % tous les ans. Paradoxalement, ce succès nous a conduits au dépôt de bilan en 1989, sans toutefois remettre en cause la poursuite de l'aventure. Une nouvelle ère s'ouvrait néanmoins, qui déboucherait sur des changements profonds.

### **Le festival face à son public**

Outre le fait d'avoir connu pendant dix ans, jusqu'en 1999, une période de vaches maigres, le festival a été confronté, pendant cette nouvelle période, à des questions essentielles sur son identité.

#### *Le festival des grands frères*

Le Printemps de Bourges avait connu ses heures de gloire en révélant de nouveaux artistes, auxquels s'identifiait fortement le public étudiant, la classe des 18-25 ans. Mais les anciens étudiants avaient, comme le festival, vieilli de dix ans et restaient son public privilégié. Quant à Renaud, Hubert-Félix Thiéfaine, Charlélie Couture ou Alain Bashung, leur statut avait changé : ils étaient devenus des artistes confirmés. Fidèle à son identité artistique, le festival a continué de les inviter alors qu'ils peinaient à séduire la nouvelle génération qui aurait certainement préféré assister à des concerts de nouveaux artistes du moment...

#### *Changer ou mourir*

Le festival perdait donc de l'impact et du public. L'environnement avait changé et nous n'étions plus, comme en 1977, les seuls à faire entendre les musiques dites actuelles. D'autres scènes existaient pour les nouveaux mouvements artistiques, telles que les Zéniths, que j'avais contribué à développer avec Jack Lang. Le Printemps de Bourges risquait de mourir avec son public...

Conserver son public originel, vieillir avec lui ou, au contraire, le renouveler ? Nous avons finalement fait le second choix.

#### *1999, le grand virage*

En 1999, j'ai réagi en donnant une nouvelle impulsion au festival : l'équipe de programmation, entièrement renouvelée, a reçu comme objectif de cibler la nouvelle génération et les dernières tendances musicales. Il était risqué, au moment où nous perdions du terrain, de miser sur de jeunes chanteurs au détriment des grandes vedettes populaires. Il nous aura fallu cinq ans pour retrouver une nouvelle identité, un nouveau public avec des artistes renouvelés. En 2007, 90 % des spectateurs du Printemps de Bourges n'étaient pas

nés lors du premier festival ! Ce nouveau succès est directement lié à notre première identité retrouvée.

### **Un observatoire privilégié de la jeunesse**

Le Printemps de Bourges a suivi l'évolution de la jeunesse française depuis trente ans. Il est né dans un environnement où, comme dans les années 1960, cette jeunesse se retrouvait unie autour de valeurs communes, même si celles-ci étaient devenues contestataires à la fin des années 1970.

En effet, au cours de la décennie précédente, un phénomène nouveau était apparu, dont la musique yéyé se faisait l'écho : pour la première fois de l'histoire, la jeunesse cherchait à se différencier du monde adulte. Auparavant, pour s'affirmer, les jeunes s'identifiaient à leurs parents dans leurs choix de vie comme dans leurs tenues vestimentaires. La génération du baby-boom, quant à elle, a adopté une position contraire, créant ses propres valeurs et refusant celles de ses parents. Fait nouveau, une presse spécialisée pour la jeunesse est apparue, *Salut les copains* tirant jusqu'à deux millions d'exemplaires. Les artistes qualifiés de yéyés ont également contribué à fédérer les jeunes autour d'une identité commune. Certes, cette musique était relativement insipide, mais le mouvement d'identification qu'elle a porté n'est pas étranger à mai 1968. Au cours de la décennie suivante, la chanson s'est fait largement l'écho de la politisation de la jeunesse, et notamment au Printemps de Bourges.

Dans les années 1980, la contestation a pris des formes plus diverses et les musiques ont commencé à se différencier et se socialiser (le rock, la chanson, le hip hop, les musiques électroniques,...), alors même que la jeunesse devenait multiple dans ses comportements et ses valeurs. Au cours de la décennie suivante, des appartenances sociales différentes se sont affirmées au sein des courants musicaux : en banlieue, la culture hip hop ; les musiques électroniques chez les étudiants et dans les grandes écoles. Aujourd'hui, on parle de tribalisation des musiques. La jeunesse n'écoute plus la même musique mais celle-ci reste, comme l'indiquent de nombreux sondages, et toutes catégories sociales confondues, son premier centre d'intérêt.

### **Une entreprise culturelle**

Concernant l'organisation du Printemps de Bourges, j'ai été l'un des premiers à défendre la notion d'entreprise culturelle et je voudrais, pour finir, vous décrire l'évolution du statut juridique du festival depuis sa création. Ma formation initiale fut technique et non pas artistique ; c'est sans doute pourquoi j'ai une vision très rationnelle de son organisation.

Comme je l'ai évoqué, au cours de ses six premières années d'existence, le festival était rattaché à la maison de la culture de Bourges par une convention de coréalisation. Nos équipes parisiennes travaillaient alors en plus ou moins bonne intelligence avec celles de Bourges. C'est en 1981 que nous avons accédé à un statut autonome, en créant une association loi de 1901.

#### *De l'association loi de 1901 à la SARL*

Mais très vite, le président du conseil d'administration de notre association – au sein duquel siégeaient le maire, le président du département, le président de la région et le préfet – a exprimé son malaise à l'égard de notre statut, mi-public mi-privé. Notre économie était plutôt marchande, puisque la billetterie représentait plus de 50 % de notre budget, mais nous avions tout de même besoin de subventions publiques liées à notre activité de détection de jeunes artistes, activité coûteuse et non rentable.

En 1987, en accord avec les pouvoirs publics, nous avons choisi le statut de la SARL, enrichi d'une clause quelque peu paradoxale : aucun partage de bénéfice n'aurait jamais lieu ; le bénéfice de l'entreprise serait à l'avenir systématiquement réinvesti dans le

festival. Dès sa création, la SARL a signé des contrats annuels et pluriannuels avec les pouvoirs publics afin de bénéficier de subventions de l'État, de la municipalité et du département. Preuve est faite que rien n'interdit à une entité publique de verser de l'argent à une entité commerciale !

Ce statut de la SARL était pour nous le plus adapté et il a perduré jusqu'à aujourd'hui. Notre schéma d'organisation, dans lequel une direction de la production pilote les directions artistiques, communication, commerciale et technique, s'apparente davantage à l'organigramme d'une véritable entreprise de chez Renault qu'à celui d'une maison de la culture ! Chaque secteur est doté d'un directeur responsable de son budget.

Cette rationalisation nous a permis de nous développer et de résister aux épreuves. Notre festival est d'ailleurs devenu un modèle pour d'autres. Son chiffre d'affaires est aujourd'hui de cinq millions d'euros. À l'heure de la décentralisation et de la déconcentration financière, le ministère de la Culture n'a gardé que quatre festivals sous sa tutelle directe, dont le nôtre.

En 1985, alors que le budget et le public du festival avaient été multipliés par dix depuis sa création, nous avons décidé de nous doter de deux outils pour accompagner notre développement : le premier, Réseau Printemps, association au service de notre ambition artistique ; le second, Coulisses, société en soutien technique à l'organisation de notre festival.

#### *Réseau Printemps, pour le repérage artistique*

Les jeunes artistes français ont vite compris que le Printemps de Bourges pouvait leur servir de tremplin et nous avons été submergés de cassettes provenant de toute la France. Au rythme de deux mille par an, notre petite équipe de programmation ne pouvait plus suivre. Nous avons donc eu l'idée de décentraliser l'écoute de ces jeunes chanteurs auprès d'antennes régionales. En 1985, le festival a présenté pour la première fois la sélection de trois antennes régionales pilotes. Nous avons bouclé le territoire au cours des années suivantes et créé une association, Réseau Printemps. Une équipe de trois salariés permanents coordonne aujourd'hui le réseau constitué des 26 antennes régionales.

Réseau Printemps est l'un des seuls réseaux de repérage et de sélection de jeunes artistes en France. Il s'est modernisé et nous avons reçu cette année quatre mille inscriptions dont 50 % en ligne. Nous présenterons une trentaine de ces nouveaux talents sélectionnés lors du prochain Printemps de Bourges, sous le label "Les découvertes du Printemps de Bourges et de la Fnac". Faudel et Jeanne Cherhal ou Anaïs pour ne citer qu'eux, ont été découverts par le Printemps de Bourges.

#### *Coulisses, filiale technique*

Le second outil dont nous nous sommes dotés en 1985 visait à mettre fin aux problèmes économico-techniques que nous connaissions depuis que nous étions passés de quatre à dix scènes de concert pendant le festival. Celui-ci ne durant qu'une semaine, il était de plus en plus difficile de trouver des équipes techniques disponibles chaque année à la même période. L'idée m'est alors venue de créer une filiale à notre SARL, la société Coulisses, afin de fixer du personnel technique à l'année et d'investir dans du matériel ce qui permet à la société de se rentabiliser en dehors du Printemps de Bourges et en particulier dans d'autres festivals.

À partir de 2002, Coulisses a contracté, en délégation de service public, la gestion du parc des expositions de la ville de Bourges. Elle gère également le palais des congrès et compte aujourd'hui vingt-deux salariés. Cette filiale a désormais d'autres activités que le spectacle et organise notamment le Village de Noël, la Foire de Bourges, ainsi que le Salon des vins et de la gastronomie ou des antiquaires.

Enfin, elle intervient dans le cadre de la programmation de variétés que nous proposons désormais régulièrement à Bourges. Lors du redressement de l'identité du Printemps de Bourges en 1999, le maire m'a en effet demandé d'organiser des spectacles pour les habitants de la ville, attachés à certaines vedettes et déçus de la nouvelle orientation artistique du festival. Désormais, Renaud, Bernard Lavilliers et Charlélie Couture passent en tournée à Bourges en dehors du Printemps !

*Un marché pour les professionnels*

Le Printemps de Bourges connaîtra cette année sa 32<sup>e</sup> édition ; il a accueilli plus de quatre mille artistes depuis sa création. C'est le festival le plus médiatisé et le plus fréquenté par les professionnels de la musique et du spectacle vivant. De nombreux débats et colloques sont d'ailleurs organisés à leur intention en marge de la programmation des concerts. Ces professionnels sont mille deux cents à venir chaque année repérer et signer avec les artistes prometteurs de demain. Ils contribuent à faire du Printemps de Bourges une véritable entreprise culturelle, qui conjugue (avec succès) l'ambition artistique et l'efficacité économique.

## DÉBAT

### Révolution en ville

**Un intervenant :** *Pour un festival tel que le vôtre, naître à Bourges constitue un vrai paradoxe : pas d'étudiants, pas de parkings, pas d'hôtels, une ambiance plutôt sinistre à la fin des années 1970... Comment tous ces inconvénients se sont-ils retournés en votre faveur ?*

**Daniel Colling :** Au cours de l'histoire de France, seules deux régions n'ont pas été conquises, l'Île-de-France et le Berry ! Pour se protéger, celui-ci s'est replié sur lui-même, refusant tout : le chemin de fer en 1850, l'ORTF en 1955 et même l'université, au bénéfice d'Orléans. Alors qu'elle comptait quarante mille habitants en 1850, soit plus que Grenoble ou Montpellier, Bourges est restée une ville moyenne au cours du siècle suivant. « *Les Berrichons, dans les tranchées, étaient d'excellents soldats : ils ne reculaient jamais... mais ils n'avançaient pas.* » C'est par cette phrase que Clémenceau décrivait la mentalité berrichonne.

Pourquoi, dans ces conditions, avoir choisi Bourges ? Parce que nous voulions surprendre ! En 1978, à Toulouse, Lyon ou Lille, villes étudiantes, riches en activités artistiques, notre festival y aurait eu moins de chance d'éclorre. À l'époque, personne ne savait où se situait vraiment Bourges, il n'y avait même pas d'autoroute pour s'y rendre. L'implantation de notre festival s'est appuyée sur le paradoxe d'une jolie ville médiévale plutôt endormie accueillant un festival pour une jeunesse turbulente, mais tous ceux qui ont fait le déplacement ont été frappés par la beauté de la ville.

Les relations avec les habitants n'en ont pas moins été très tendues pendant les cinq premières années, mais le temps nous a donné raison car les Berrichons ont aussi des enfants ! Et ces derniers sont rapidement devenus les premiers supporters du festival. Ce sont eux qui, aujourd'hui, constituent les forces vives de la ville et possèdent les commerces ; la ville s'est totalement approprié le festival et nous avons passé des accords avec tous les bars qui accueillent groupes et artistes dans le cadre de l'opération "le Printemps dans la ville". Les habitants d'aujourd'hui ne se plaignent plus ni du bruit ni de la foule.

**Int. :** *Le jazz à Marciac, la bande dessinée à Angoulême ? Les festivals sont-ils une spécificité française ?*

**D. C. :** À l'étranger, les festivals de musiques populaires ont plutôt un format calqué sur celui de Woodstock. Ils sont d'initiative privée, se déroulent l'été, au cœur de la prairie, durant plusieurs jours. L'un des plus connus en Europe est celui de Roskilde, près de

Copenhague, qui accueille cinq cent mille personnes. En France, les Vieilles Charrues et les Eurockéennes ont repris ce modèle. Notre pays bat tous les records de festivals d'été. Ils sont dans leur majorité adossés à des villes et souvent liés à l'activité touristique et culturelle.

Le Printemps de Bourges fait partie de l'identité de sa ville dont la notoriété n'est pas sans lien direct avec celle du festival, y trouvant même une nouvelle image de marque. Méconnue, endormie et réactionnaire, grâce à une manifestation culturelle, l'image de Bourges est devenue "jeune rebelle". Cette transformation radicale a fait bien des envieux dans les municipalités françaises ! Elle constitue une exception comme Angoulême, Cannes ou Marciac qui ont également redoré leur image grâce à leur festival.

### **Le Printemps de Bourges et ses partenaires**

**Int. :** *Pour financer une manifestation culturelle, on compte toujours en France sur une participation substantielle de la collectivité publique. Votre situation est particulière puisque vous êtes des découvreurs de talents. Comment se fait-il que vous n'avez pas réussi à convaincre les professionnels du spectacle de devenir vos cofinanceurs ?*

**D. C. :** Précisons tout d'abord que les subventions publiques ne représentent que 30 % (les 70 % restants sont partagés entre billetterie et partenariat).

Notre festival profite à des entités professionnelles, culturelles et privées. Les professionnels de la culture reçoivent des subventions ciblées vers leurs activités. Quant aux professionnels privés, ils n'ont pas coutume en France d'aider directement des festivals pour leur développement d'artistes. En revanche, des sociétés civiles (Sacem, Adami, Spedidam) ou établissements publics (CNV), financés par les professionnels, aident notre festival.

**Int. :** *Quelles sont vos relations avec les milieux du disque ?*

**D. C. :** L'industrie du disque et le secteur du spectacle vivant ont toujours été cousins ennemis. Historiquement, les producteurs de disques étaient de grandes firmes multinationales, comme Philips, qui vendait à l'origine des machines à laver... Les cultures professionnelles du disque et du spectacle vivant ont donc toujours été très éloignées l'une de l'autre. Dans le spectacle vivant, nous organisons des relations émotionnelles intenses entre les artistes et leur public. L'industrie du disque produit de la musique et distribue des CD.

Toutefois, dans le cadre de notre festival, nos relations avec les maisons de disques sont plutôt bonnes. Nous leur avons permis de détecter de jeunes talents et elles nous renvoient aujourd'hui l'ascenseur en facilitant la venue d'artistes étrangers au Printemps de Bourges.

### **Les secrets de l'éternelle jeunesse**

**Int. :** *Vous n'avez pas vieilli avec votre public et vous êtes restés proches des nouvelles tendances musicales, et pourtant... vous êtes organisés comme Renault, vous avez la Fnac comme partenaire, vous accueillez de nombreux professionnels et même le président de la République considère le festival comme un rendez-vous. Le Printemps de Bourges est devenu une institution. Pour un peu, il ressemblerait presque au festival de grand-papa ! Comment, dans ces conditions, parvenez-vous à rester audacieux dans votre programmation ? Par ailleurs, quel rapport entretenez-vous avec internet, le vrai média contestataire à l'heure actuelle ?*

**D. C. :** Le Printemps de Bourges est un paradoxe. Oui, nous sommes devenus une institution, mais rebelle...

Nous sommes parrainés par France Inter, France Télévision mais nous entretenons des relations avec de nombreux fanzines sur le territoire. Nous sommes sponsorisés par une grande banque, une grande marque de bière, une société de téléphonie, mais un réseau de 300 bénévoles, nommés correspondants, vendent la moitié des billets de nos spectacles. Nous avons un schéma d'entreprise comme chez Renault, cependant le but n'est pas le

profit mais d'organiser au mieux la relation entre 50 000 spectateurs et 200 artistes chaque année.

Quant à l'internet, il est devenu notre premier outil de communication avec notre public et bientôt, il sera notre premier réseau de vente directe. Quant à la contestation, elle se vit plutôt en live avec les groupes.

**Int. :** *Quelle a été la part des hommes dans toute cette aventure ?*

**D. C. :** Elle est importante. Un staff de dix personnes pilote le Printemps. Dix personnes très motivées qui se renouvellent avec les générations. Je suis le seul qui ai vécu la naissance du Printemps et ses 32 éditions. Ce staff restreint s'élargit à 50 personnes durant le festival. Ce sont ces 50 personnes qui orchestrent 600 salariés et 600 prestataires.

Pour organiser une relation émotionnelle entre artistes et publics, finalité de notre festival, il est indispensable que l'équipe d'organisation soit professionnelle et humaine dans ses relations internes et externes.

**Int. :** *Avez-vous continué à produire des artistes tout en dirigeant le Printemps de Bourges ?*

**D. C. :** Lorsque j'ai créé Écoute s'il pleut en 1976, je me suis lancé dans différentes activités artistiques et j'ai produit une trentaine d'artistes (disques et scène). Parallèlement, je gérais un théâtre à Paris, dans lequel passaient les artistes que je produisais. Mais le Printemps de Bourges commençait à m'accaparer et il a bien fallu que je choisisse. L'organisation d'un tel festival comportait des risques importants, qui nécessitaient un investissement total. De plus, par éthique, je ne souhaitais pas utiliser le festival subventionné pour développer mon activité de production. Enfin, produire un artiste prend beaucoup de temps. Certaines relations ne se délèguent pas et deviennent incompatibles avec d'autres activités.

À partir de 1981, je me suis attaché à l'implantation des Zéniths en France et j'ai produit pendant douze ans Guy Bedos, ainsi que Pierre Desproges pendant six ans. Aujourd'hui, je suis le producteur de Jacques Higelin depuis 1988.

**Int. :** *Les spectateurs du festival constituent-ils une population stable ou évoluent-ils en fonction des différentes éditions ?*

**D. C. :** Par définition, le public glisse chaque année d'une année, sachant que notre public, par édition, a en majorité entre 16 et 30 ans. Ce public évolue évidemment avec le temps, ainsi, au début du festival, il était très homogène, très intéressé par tous les artistes du festival ; aujourd'hui, ce n'est plus vrai, le public est socialisé, tribalisé par culture et mini-culture. Il fréquente en moyenne deux à trois spectacles par festival.

**Int. :** *À quoi jugez-vous qu'une édition du festival est réussie ?*

**D. C. :** On ne le sait véritablement qu'à l'issue du festival. Mais cette réussite se pressent ; ainsi, l'édition 2008 donnait sur le papier grande satisfaction à l'équipe : bonne traduction de toutes les tendances musicales, bon équilibre des spectacles constitués de 2 à 6 artistes, bon choix global des artistes dans la mouvance émergente. La programmation plait indiscutablement au public et les trois-quarts des spectacles seront complets avant le festival.

**Int. :** *Le Printemps de Bourges vous survivra-t-il ?*

**D. C. :** Je le souhaite et je le crois. L'histoire du festival ne m'appartient pas vraiment. Elle est celle de nombreuses rencontres entre artistes et publics. Les Francofolies fonctionnent plutôt bien depuis le départ de Jean-Louis Foulquier. Le Printemps de Bourges a la chance de posséder un système d'organisation et un mode de management pérennes. Il a réussi le glissement d'un public à un autre, il réussira le glissement de l'équipe et le fait que 90 % de

son public actuel ne soit pas né lors du premier festival constitue pour nous le meilleur gage pour l'avenir !

Présentation de l'orateur :

Daniel Colling : il est le créateur et directeur du Printemps de Bourges, président et gérant de ses filiales ; président de sociétés d'exploitations des Zénith de Paris et de Nantes ; président du Centre National de la Chanson, des Variétés et du Jazz (établissement public professionnel).

Diffusion avril 2008