

Les Vieilles Charrues, le festival pas comme les autres !

par

■ **Loïc Royant** ■

Directeur des Vieilles Charrues

En bref

Comment une kermesse de campagne a-t-elle pu devenir, en une quinzaine d'années, le premier festival de musique en France ? Pourquoi Bruce Springsteen, tête d'affiche internationale, a-t-il choisi de donner son seul concert en France, en 2009, dans la petite commune de Carhaix ? C'est toute la particularité du festival des Vieilles Charrues que de s'être appuyé sur la région du Centre Bretagne, traditionnellement délaissée par les événements culturels, pour construire une manifestation d'envergure. Fier de son identité et de son indépendance vis-à-vis des financements publics, le festival a développé un modèle économique atypique, autofinancé, et une organisation reposant presque entièrement sur le tissu associatif local. Chaque année, c'est donc toute une région qui se mobilise pour accueillir les plus grands artistes et plus de 200 000 festivaliers.

Compte rendu rédigé par Sophie Jacolin

Séminaire animé par Thomas Paris

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

Séance organisée avec le soutien de la direction générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services (ministère de l'Industrie) et du ministère de la Culture, et grâce aux parrains de l'École de Paris :

Air France • Algoé² • Alstom • ANRT • AREVA² • Cabinet Regimbeau¹ • CEA • chaire Management de l'innovation de l'École polytechnique • chaire Management multiculturel et performances de l'entreprise (Renault — X — HEC) • Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris • Conseil Supérieur de l'Ordre des Experts Comptables • Crédit Agricole SA • Danone • Deloitte • École des mines de Paris • EDF • Entreprise & Personnel • ESCP Europe • Fondation Charles Léopold Mayer pour le Progrès de l'Homme • Fondation Crédit Coopératif • France Télécom • FVA Management • Roger Godino • Groupe ESSEC • HRA Pharma • IDRH • IdVector¹ • La Poste • Lafarge • Ministère de l'Industrie, direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services • Paris-Ile de France Capitale Economique • PSA Peugeot Citroën • Reims Management School • Renault • Saint-Gobain • Schneider Electric Industries • SNCF¹ • Thales • Total • Ylios

1. pour le séminaire Ressources Technologiques et Innovation / 2. pour le séminaire Vie des Affaires

Le festival des Vieilles Charrues se caractérise avant tout par sa localisation inhabituelle, à Carhaix (8 200 habitants), loin des grandes villes qui accueillent traditionnellement de telles manifestations musicales. Carhaix se trouve au cœur de la Bretagne, à la limite du Finistère, des Côtes-d'Armor et du Morbihan. Lorsque les Vieilles Charrues ont été créées, il n'existait ni fête ni festival en Centre Bretagne hormis les traditionnels fest-noz. Toutes les animations étaient organisées sur le littoral breton. Choisir Carhaix était donc une façon d'affirmer la place du Centre Bretagne. De fait, le festival revêt un caractère identitaire régional très marqué.

Le destin atypique d'une fête de campagne

C'est sous la forme d'une kermesse que le festival a vu le jour, en 1992, proposant des concerts de groupes locaux et autres courses de charrues. Pour fêter la fin de leurs études, des étudiants avaient organisé une fête dans un champ près de Carhaix, baptisée "festival des Vieilles Charrues" en pied de nez au festival des Vieux Gréements qui se tenait la même année à Brest.

Petit à petit, le festival a pris de l'ampleur. En 1995, il s'est installé sur la place du marché de Carhaix où l'on a pu voir se produire des artistes aussi renommés que James Brown, Frank Black, The Simple Minds, The Blues Brothers, Claude Nougaro ou Maxime Le Forestier. Le site est rapidement devenu trop étroit pour accueillir cette fête qui prenait déjà des allures de petit festival. Depuis 1998, le festival se déroule sur un site proche de Carhaix, à Kerampuilh.

En 2001, le festival des Vieilles Charrues est devenu l'un des plus grands en Europe. Grâce à une affiche très attractive, il a dépassé 200 000 festivaliers en trois jours. Sa réputation a commencé à grandir. Depuis 2008, il est le premier festival en France et le troisième en Europe (après ceux de Glastonbury en Angleterre et de Sziget en Hongrie), avec 215 000 festivaliers reçus en quatre jours.

Il compte quatre scènes, et bientôt cinq. Le site couvre aujourd'hui 8 hectares, auxquels s'ajoutent 30 hectares de camping gratuit et 60 hectares de parking, également gratuit. Cette précision est importante : d'autres festivals, dans le Nord de la France notamment, font payer tous ces services annexes.

Les ingrédients d'un festival pas comme les autres

Le festival des Vieilles Charrues est atypique à plusieurs égards : sa localisation rurale bien sûr, mais aussi son fonctionnement largement bénévole et son modèle économique lui permettant d'être presque autofinancé.

Un festival qui appartient à ses bénévoles

Sans les 5 000 bénévoles qui le soutiennent, il n'existerait pas. Il est né de l'initiative des bénévoles et perdure grâce à eux. L'association qui le gère compte modestement, quant à elle, 11 salariés permanents.

Les bénévoles sont tous membres d'associations régionales qui se voient confier des tâches précises (en particulier tenir les bars et les espaces de restauration) et qui encadrent elles-mêmes leurs troupes. Élément essentiel, le festival reverse chaque année près de 150 000 euros aux associations qui lui ont prêté main-forte.

Les bénévoles en sont fiers et prêts à tout pour le défendre. Ils en ont apporté la preuve lorsque, en 2003, tous les festivals de France ont été perturbés par le mouvement des intermittents du spectacle. Les Francofolies de La Rochelle, notamment, avaient été annulées.

Il était évident que si les intermittents investissaient notre site, ils nous empêcheraient également d'ouvrir le festival. Sachant que les manifestants étaient en route vers Carhaix, nous avons prévenu les habitants

et bénévoles. Une foule de Carhaisiens s'est dirigée vers le site et en a barré l'entrée aux manifestants. Ils étaient déterminés à protéger leur festival. Au sein du festival, les intermittents ont voté à 90 % pour le maintien des Vieilles Charrues. Cela ne nous a pas empêchés de tenir un festival militant, en manifestant de diverses façons notre soutien aux intermittents. Mais s'il ne s'était pas tenu cette année-là, il aurait disparu. Cet événement montre à quel point l'attachement des bénévoles aux Vieilles Charrues est fort.

Une part importante de recettes propres

Autre élément essentiel dans le modèle économique des Vieilles Charrues, les recettes des bars et des restaurants présents sur le site – tenus par des bénévoles – reviennent au festival. Si l'on y ajoute les recettes de billetterie, il est aujourd'hui presque autofinancé. Les subventions qu'il reçoit ne représentent que 1 % de son budget. La programmation et l'accueil des artistes occupent la plus large part des charges. Les produits, quant à eux, proviennent essentiellement de la billetterie (64 %), puis de la restauration et des bars, de partenariats privés, du merchandising et de partenariats publics. En 2008, le budget du festival se montait à 7,5 millions d'euros, avec un résultat positif de 400 000 euros. En 2009, son budget est de 8,7 millions d'euros.

Une logistique parfaitement rodée

Accueillir pendant quatre jours plus de 200 000 festivaliers, dont une partie campe sur place, demande un encadrement logistique rigoureux. Les Vieilles Charrues ont développé un vrai savoir-faire en la matière, prouvant que bénévolat ne rimait pas avec improvisation.

Quelques chiffres donnent un aperçu de l'ampleur de la manifestation. Les Vieilles Charrues, ce sont 2 500 mètres carrés de scène, 480 kilowatts pour le son, 120 lignes téléphoniques; mais ce sont aussi 40 000 baguettes de pain, 20 tonnes de frites, 12 tonnes de viande, 2 tonnes de reblochon, 22 kilomètres de saucisses, 27 000 crêpes, 25 000 litres d'eau potable distribuée gratuitement, 100 000 litres de bière...

Aux côtés des bénévoles, 120 secouristes de la Croix-Rouge sont présents pendant les heures d'ouverture du site, ainsi que 18 médecins. Le site compte un hôpital de campagne armé "urgence vitale", doté de 3 salles de déchoquage. Les lieux sont gardés par 600 agents de sécurité, et la préfecture mobilise 260 gendarmes pour encadrer la foule. Les abords du site accueillent 30 000 campeurs auxquels, pour l'anecdote, les paysans locaux offrent du lait le matin au petit-déjeuner.

Le festival s'efforce de réparer les dégâts qu'il cause sur l'environnement. Pendant la manifestation, 120 personnes sont affectées au nettoyage, sachant que nous produisons, en quatre jours, 180 tonnes de déchets. Les Vieilles Charrues font partie du collectif Agenda 21, réunissant des festivals soucieux de préserver l'environnement.

Premier festival de France, mais festival fragile

Malgré son succès, le festival reste soumis à de nombreux aléas, artistiques comme climatiques.

2007, une année orageuse

En 2007, il a subi d'importantes pertes financières (400 000 euros) en raison des intempéries qui ont frappé le site. Pendant les deux jours précédant l'ouverture, il est tombé l'équivalent de quatre mois de pluie. Le site était entièrement inondé, les parkings inaccessibles, les camions bloqués dans des ornières... Le festival s'est néanmoins tenu, grâce au soutien du préfet de Quimper. Ce dernier savait que si cette édition était annulée, c'en serait définitivement fini du festival des Vieilles Charrues, qui aurait dû rembourser les billets d'entrée, payer les cachets des artistes et la location du matériel. Ayant vérifié que les urgences vitales étaient assurées et que les issues de secours étaient libérées, le préfet nous a donné son accord pour ouvrir. Le festival s'est finalement bien déroulé, même s'il a été très éprouvant pour tous. Nous avons ensuite ressemé la totalité du site, soit 8 hectares de pelouse, et refait plus de 500 mètres de voirie pour préparer l'édition suivante.

Cette année de déluge a néanmoins eu un aspect positif : la gravité de la situation a obligé l'ensemble des acteurs des secours à travailler de concert : pompiers, gendarmerie, Croix-Rouge, protection civile... De fait, tous les intervenants ont désormais une très bonne connaissance du site et du fonctionnement du festival, et savent précisément quels moyens de sécurité déployer. Aujourd'hui, de nombreux festivals sollicitent nos conseils à cet égard.

Le délicat équilibre de la programmation

Nous avons également connu une année noire en 2005, avec une perte de 800 000 euros : l'affiche n'avait pas plu. Le montage d'une programmation de festival est un exercice complexe. Alors qu'une salle de concert peut composer son affiche en fonction des dates des tournées internationales des artistes, un festival doit attirer autant d'artistes prestigieux que possible à des dates données. Il faut donc préparer la programmation très à l'avance, pour s'assurer de la disponibilité des groupes. Nous la finalisons généralement dix à douze mois avant le festival. Certaines années, les affiches sont peu attractives, non pas pour des questions de moyens, mais en raison de l'indisponibilité des artistes.

Sans compter les aléas inhérents à la venue d'artistes parfois fantasques ! À cet égard, la venue d'une des premières grandes stars internationales, James Brown, aux Vieilles Charrues en 1996 (alors que le festival se tenait encore sur la place du village) fut un événement picaresque. Jusqu'au dernier moment, nous ne savions pas si le concert aurait lieu. James Brown a atterri à l'aéroport de Roissy, accompagné de deux gardes du corps. Délaisse par ces derniers qui flânaient dans les boutiques de l'aéroport, il a décidé de prendre seul un taxi... à qui il a demandé de se rendre à Deauville. Le concierge de l'Hôtel Normandy de Deauville, qui ne l'attendait que le lendemain, s'en est étonné auprès du tourneur de l'artiste qui a, à son tour, expliqué sa méprise à James Brown. Ce dernier a alors pris un taxi à 16 heures pour Carhaix alors qu'il y jouait le soir même. À Carhaix, nous avons d'abord vu arriver les gardes du corps, sans James Brown et ne sachant pas où était le chanteur. Ce dernier a fini par arriver, a commencé par donner une claque à l'ensemble de son équipe et a réclamé 10 000 dollars supplémentaires pour monter sur scène. Après négociation avec le producteur, l'artiste a fini par donner un concert exceptionnel de plus de deux heures sur la place du marché de Carhaix. Cet événement est resté gravé dans nos mémoires et a contribué à construire la légende du festival.

L'édition 2009 se tiendra dans quelques semaines. Elle accueillera des artistes de renom comme The Killers, Lily Allen, Bénabar, Suprême NTM, Leny Kravitz, Moby ou Francis Cabrel, mais aussi, événement exceptionnel, Bruce Springsteen. La prestation d'une telle pointure internationale à Carhaix, pour une date unique en France, représente un virage supplémentaire pour le festival. Sur le site internet de Bruce Springsteen, Carhaix figure fièrement à côté d'Helsinki, Berlin, Dublin ou Rome !

Les ressorts d'une programmation exceptionnelle

Un intervenant : *Quel facteur déclenchant a permis aux Vieilles Charrues de passer, en quelques années, d'une kermesse à un véritable festival? À vos débuts, comment avez-vous attiré à Carhaix des artistes mondialement connus?*

Loïc Royant : Il n'y a pas vraiment eu d'élément déclencheur. La scène s'est agrandie naturellement, chaque année, car nous devions améliorer les conditions de son et d'éclairage. Par ailleurs, nous avons eu le culot d'inviter des groupes très connus, comme The Simple Minds, en y mettant les moyens financiers. Nous avons donc pris des risques qui ont porté leurs fruits. Lorsque nous avons sollicité Franck Black en 1996, il cherchait à relancer sa carrière et était à l'affût de cachets. Nous lui avons fait une offre très acceptable. C'est ainsi que nous avons pu attirer des têtes d'affiches. Aujourd'hui, certains artistes rêvent de venir jouer à Carhaix. Francis Cabrel ou Johnny Hallyday, par exemple, nous ont manifesté leur volonté de venir – pour notre plus grand plaisir, naturellement. Pour ce qui est de la venue de Bruce Springsteen, je dirais qu'elle résulte d'un "coup de bluff". Nous avons envoyé le dossier de presse du festival à son agent anglais, mettant en valeur notre attachement à notre terre – argument auquel nous savions que l'artiste était sensible. Bruce Springsteen a été séduit par l'histoire du festival et rassuré par le fait que nous ayons déjà accueilli des pointures internationales

Int. : *Qu'est-ce qu'un bon cachet?*

L. R. : Voilà un sujet tabou sur lequel il m'est impossible, contractuellement, de vous répondre. Si des chiffres paraissaient dans la presse, le contrat avec un artiste pourrait être rompu. Sachez toutefois que les cachets peuvent aller de 500 euros à plus d'1 million d'euros, pour l'achat d'un spectacle complet.

Int. : *Les artistes avouent rencontrer un public d'une ferveur exceptionnelle à Carhaix. Qui sont les festivaliers?*

L. R. : La programmation du festival est très variée, allant des rappeurs de NTM à Francis Cabrel. Le public est tout aussi diversifié. Toutefois, qu'il écoute Pierre Perret, Johnny Hallyday, du hip-hop ou une grande formation classique, il est toujours vivant et réceptif. Il l'est d'autant plus qu'il a rarement accès à de grandes festivités. Certains de nos visiteurs assistent pendant les Vieilles Charrues à leurs seuls concerts de l'année. Cela se ressent dans leur ferveur. L'imposant Franck Black, qui se produit depuis trente ans, est sorti de scène la larme à l'œil. Laurent Voulzy pleurait sur scène devant les 50 000 personnes qui l'acclamaient.

Int. : *Pour avoir assisté à des concerts aux Vieilles Charrues, je peux effectivement témoigner de l'osmose et de la ferveur du public. Ce fut pour moi une expérience unique.*

L. R. : Avant de prendre la direction du festival, j'ai été six ans bénévole, d'abord chargé de l'hébergement des artistes et des techniciens, puis responsable du transport des artistes. J'ai connu de vrais moments d'épuisement et de découragement. Il me suffisait alors de me glisser dans le public et de sentir son enthousiasme pour reprendre courage.

Int. : *Avez-vous une politique de soutien des jeunes artistes?*

L. R. : Nous organisons un tremplin, les Jeunes Charrues, depuis dix ans. De jeunes groupes locaux, issus de 10 pays bretons, sont en compétition. Le finaliste de chaque pays joue sur la petite scène du festival. Celui qui gagne le tremplin a la possibilité de sortir un disque et de faire une tournée en France. Par ailleurs, tous les vainqueurs des tremplins reçoivent une formation de trois jours aux métiers du spectacle et à la gestion des droits d'auteur. Plus généralement, notre programmeur passe ses soirées dans des concerts, toute l'année, pour découvrir de jeunes artistes montants.

Ni subvention, ni partenariat envahissant

Int. : *Les autres festivals appliquent-ils un modèle économique similaire au vôtre ?*

L. R. : Le fait que nous soyons autofinancés est unique. Le festival Art Rock de Saint-Brieuc est subventionné à plus de 40 % par le conseil général des Côtes-d'Armor. Les Eurockéennes de Belfort sont également subventionnées. En revanche, la plupart des festivals fonctionnent, comme nous, sur un mode associatif avec l'appui de bénévoles. Un seul se démarque dans le paysage français, le Main Square à Arras. Il n'est pas associatif, mais géré par une maison de production, Live Nation, appartenant au groupe américain Clear Channel. Cette société achète les droits exclusifs de certains groupes, comme U2 ou Coldplay. De fait, il devient inabordable pour la plupart des autres festivals d'inviter ces groupes. Un billet pour une soirée de 4 concerts au festival Live Nation coûte 65 euros, alors que l'on paie 32 euros pour voir 20 concerts aux Vieilles Charrues. Les parkings, les campings et les toilettes sont payants à Main Square, la restauration ambulante n'y est pas contrôlée... C'est un tout autre modèle.

Int. : *Quelle est votre attitude vis-à-vis du sponsoring ?*

L. R. : L'année dernière, le budget artistique (correspondant à l'achat de spectacles) se montait à 1,5 million d'euros. Il dépassera cette année 3 millions d'euros. Or, le prix du billet n'a crû que de 8 %, passant de 30 à 32 euros. Nous devons donc trouver des financements supplémentaires sachant que nous n'avons pas vocation à nous tourner vers les collectivités publiques. Le budget du sponsoring privé est de l'ordre de 600 000 euros. Nous expliquons aux festivaliers que le sponsoring est nécessaire pour maintenir le prix du billet autour d'une trentaine d'euros. Néanmoins, il n'est pas question que la publicité devienne trop visible, avec une présence agressive des marques. Nous avons par exemple refusé de conclure un partenariat de 150 000 euros avec une banque qui exigeait d'apposer son logo sur tout notre plan de communication. Cette année, nous suggérons aux annonceurs, pour être mieux acceptés par les festivaliers, d'offrir des services. SFR propose ainsi un service de recharge des téléphones portables, Pages Jaunes organisera des baptêmes de l'air en montgolfière, et le magasin Decathlon de Carhaix viendra aider les festivaliers à replier leur tente à l'issue du festival.

Int. : *Pourquoi êtes-vous réticents à recevoir des subventions publiques ?*

L. R. : En Bretagne, les subventions sont traditionnellement attribuées aux communes du littoral. Nous sommes fiers d'être un festival autofinancé en Centre Bretagne. J'ai appris récemment que le conseil général du Finistère nous renouvelait sa subvention de 40 000 euros, avant même que nous ayons posté notre demande ! Il est bien sûr important d'entretenir des relations avec les instances locales, mais nous sommes attachés à notre indépendance économique.

Int. : *Quelles sont vos relations avec les médias ?*

L. R. : France Inter soutient le festival depuis ses débuts et a grandement contribué à sa médiatisation. D'une manière générale, l'histoire étonnante du festival et son image, mêlant bénévolat et professionnalisme, terroir et artistes internationaux, plaisent aux médias. Nous avons besoin des médias lorsque nous avons des difficultés à vendre des places, c'est-à-dire quand l'affiche ne plaît pas. Mais quand l'affiche est bonne, le bouche à oreille suffit.

Une petite entreprise de salariés et de bénévoles

Int. : *Vous accordez un rôle prépondérant à l'organisation et aux implications logistiques de votre festival. Comment parvenez-vous à concilier cela avec une organisation qui ne compte que 11 salariés permanents et qui doit absorber 5 000 bénévoles ponctuels ?*

L. R. : Notre organisation ne diffère pas réellement de celle d'une entreprise classique. L'association des Vieilles Charrues compte 21 membres ainsi qu'un bureau de 7 personnes qui se réunit toutes les trois semaines environ,

pour décider des axes stratégiques : faut-il modifier la jauge des scènes, à quelle heure ouvrir le site, etc. ? Pour sa part, le conseil d'administration débat, en commissions, de sujets particuliers (le merchandising, par exemple). Les commissions émettent des préconisations, qui sont validées ou non par le bureau. Ce sont par exemple le bureau et le conseil d'administration qui ont décidé de ne pas conclure, cette année, le partenariat que j'ai évoqué avec une grande banque.

Parallèlement, le collège des salariés que je dirige compte 9 personnes. Chacune est responsable d'une *business line* particulière : la régie technique, la régie artistique, la location de matériel, la régie alimentaire, la location de petit matériel, etc. Chaque responsable de *business line* est en charge du recrutement des personnes qui travailleront avec lui pendant le festival. De même, les bénévoles sont répartis en différents secteurs, chaque secteur étant dirigé par un responsable.

Le bureau des bénévoles est dirigé par un salarié permanent, assisté de 4 stagiaires. Il collecte les fiches de candidature des bénévoles, s'informe de leurs souhaits et répartit les rôles. Nous nous efforçons de varier les tâches qui leur sont confiées, pour assurer un équilibre entre les activités valorisantes, comme l'accueil des artistes, et les tâches plus ingrates mais essentielles, comme la tenue des bars. Les bénévoles font deux vacations de quatre heures, sur deux jours. Ils entrent gratuitement au festival les deux jours où ils ne travaillent pas. Pour chaque vacation, ils sont nourris gratuitement. L'Urssaf (Union de recouvrement des cotisations de sécurité sociale et d'allocations familiales) nous a fait savoir en 2007 que ce que nous offrions aux bénévoles correspondait à 150 euros d'avantages en nature, sur lesquels l'organisme souhaitait récupérer des charges. Cela nous a conduits à modifier notre organisation : cette année, les bénévoles feront une vacation supplémentaire. Ils n'auront donc d'entrée gratuite que pour une journée, ce qui devrait permettre de contourner le problème des avantages en nature. L'Urssaf a déjà assigné 4 festivals en France devant les tribunaux pour des raisons similaires.

Int. : *Qui décide du choix des artistes programmés ?*

L. R. : Un salarié de l'association se consacre à plein temps à la programmation. Il reçoit près de 2 000 disques par an, hante les festivals et les concerts, découvre des groupes sur Internet, échange avec les programmeurs d'autres festivals... Il constitue ensuite l'affiche au regard du budget qui lui est alloué. Nous sommes par ailleurs 5 membres de l'association à nous rendre dans les principaux festivals européens ou mondiaux.

Comment pérenniser les Vieilles Charrues ?

Int. : *La fragilité de votre festival est frappante. Sa survie tient aux conditions climatiques, à la qualité de l'affiche, ou encore au soutien du préfet. Comment pourriez-vous sécuriser et pérenniser cette manifestation ?*

L. R. : L'un de nos principaux concurrents, les Terre-Neuvas de Bobital (près de Dinan) a déposé son bilan l'année dernière avec un déficit de 1,3 million d'euros. Son affiche n'avait pas plu. En outre, il n'avait pas déployé suffisamment de moyens en matière de sécurité : un grand nombre de festivaliers ont pu s'y infiltrer sans avoir payé leur place. Selon moi, ce festival a voulu grandir trop vite, sans avoir pris tous les moyens nécessaires pour maîtriser la situation.

Pour pérenniser les Vieilles Charrues, nous élaborons de plus en plus tôt la programmation. Ainsi, nous travaillons actuellement sur l'édition qui aura lieu dans deux ans, en 2011. D'expérience, nous savons que si l'affiche est bonne, le niveau des ventes suit. Lorsque nous avons essuyé des pertes, c'était soit en raison des conditions météorologiques défavorables, soit parce que l'affiche n'était pas attractive ou mal calibrée. Par exemple, le concert de Charles Aznavour en 2007, programmé le jeudi, n'a attiré que 11 000 personnes. Si nous l'avions programmé le vendredi ou le samedi, il aurait certainement été suivi par 50 000 personnes.

Int. : *Je n'arrive pas à croire qu'une manifestation aussi considérable et fragile ne soit pas portée par une personnalité ou une institution bien décidée à la faire perdurer. À titre d'exemple, le festival Jazz in Marciac a été soutenu par des artistes et par le proviseur du lycée local à tel point que les habitants de Marciac se sont opposés à la mutation de ce dernier, craignant pour la survie de la manifestation.*

L. R. : L'association des Vieilles Charrues veut faire perdurer le festival et en porte le flambeau. Dès qu'elle sonne le tocsin, toute l'organisation se met en place. Bénévoles ou salariés, chacun sait ce qu'il doit faire.

Le festival dure parce qu'un pays entier le soutient. Les habitants du Centre Bretagne en sont extrêmement fiers. Certes, le festival n'est pas tiré par une personnalité unique. Cela dit, l'actuel maire de Carhaix, Christian Troadec, a certainement donné un souffle au festival. Mais ses responsabilités politiques l'ont conduit à prendre du champ et à quitter la présidence de l'association en 2002.

Int. : *Le festival des Vieilles Charrues a-t-il une activité en dehors de l'organisation de concerts pendant quatre jours, qui lui permettrait d'être un acteur du monde culturel tout au long de l'année?*

L. R. : Nous ne prétendons pas être un acteur du monde culturel, hormis lorsque nous contribuons à faire émerger des talents. Nous sommes toutefois en train de monter, avec le concours de la communauté de communes du Poher, un musée des Vieilles Charrues à Carhaix, qui s'appellera plus précisément "Centre de valorisation et de formation des Vieilles Charrues". Il proposera notamment des formations aux métiers du spectacle. Cela permettra de maintenir la présence du festival au-delà des quatre jours de concerts, et surtout de dynamiser le tissu local.

Int. : *Pourriez-vous élargir la marque "Vieilles Charrues" en vendant des disques ou des DVD?*

L. R. : Il est extrêmement fastidieux et complexe d'acquérir les droits des concerts pour commercialiser des CD ou des DVD estampillés de la marque "Vieilles Charrues". Nous allons prochainement monter une radio, qui sera diffusée sur Internet et par le biais de radios locales. Un autre axe de diversification pourrait être la production de disques, mais le moment n'est pas opportun.

■ Présentation de l'orateur ■

Loïc Royant : Originaire de Rostrenen, il a été bénévole sur le festival des Vieilles Charrues pendant six ans, avant d'en prendre la direction générale en février 2009 ; après avoir monté deux entreprises dans le secteur du logiciel et d'Internet, il a été recruté avant tout pour sa connaissance du festival, son goût d'entreprendre et ses capacités de gestionnaire de projets.

Diffusion en septembre 2009

**Retrouvez les prochaines séances et dernières parutions
du séminaire Création sur notre site www.ecole.org.**