

Ecrit par le 22 juillet 2024

# 7,28M€ de retombées économiques en 2023 grâce à la Commission du film Luberon-Vaucluse



A l'occasion du [Frames festival](#) qui s'achève aujourd'hui à Avignon, [la Commission du film Luberon-Vaucluse](#) a profité de ce rendez-vous national des vidéastes professionnels pour dévoiler son bilan 2023.

Une année marquée par la confirmation de la dynamique de reprise de l'attractivité locale pour le secteur avec l'accompagnement de 56 tournages ayant générés 288 journées de tournage dans le département.

C'est mieux qu'en 2022 où le Vaucluse avait accueilli 237 jours de tournages et à peine moins qu'en 2021 (293 jours de tournage). Cela reste cependant bien au-dessus des 141 jours de 2019, avant le trou d'air du Covid, et surtout des 84 jours de tournages en 2018.

Pêle-mêle, le Vaucluse a ainsi constitué le lieu de tournage des films 'Finalement' de Claude Lelouch, 'Le

Ecrit par le 22 juillet 2024

Molière imaginaire' d'Olivier Py, 'Les jeux sont faits' de Nele Mueller-Stöfen pour la plateforme Netflix, 'Toutes pour une' de Houda Benyamina, 'Segpa 2' d'Ali et Hakim Bougheraba ainsi que les séries 'Les gouttes de dieu' de France télévision, 'Murder in Provence' de la BBC, 'Isabelle' de Philippe Dajoux ou bien encore 'Tout cela je te le donnerai' de Pascal Fontanille et Françoise Charpiat.



© DR-Commission du film Luberon-Vaucluse

L'an dernier, cette présence a ainsi permis le recrutement de 620 techniciens, artistes et figurants dans le Vaucluse.

Au final, l'activité de [la Commission du film Luberon-Vaucluse](#), pilotée par [Anne-Cécile Celimon-Paul](#), a notamment générés l'équivalent de 6 082 nuitées en 2023. De quoi générer 7,28M€ de retombées économiques locales grâce au tournage de ces fictions.

Pour faire mieux en 2024, les professionnels de l'audiovisuel peuvent s'appuyer sur [les 344 décors](#) recensés par la Commission du film Luberon-Vaucluse dans la base de données décors internationale ainsi que les 428 techniciens et artistes locaux apparaissant dans l'annuaire Film-France spectacle.

Ecrit par le 22 juillet 2024

# En 2023, l'Insane Festival a généré plus de 6,5 millions d'euros de retombées économiques



La dernière édition de l'**Insane Festival**, qui a eu lieu en sur quatre jours août 2023 à Apt, a généré 6 646 516€ de retombées économiques totales. C'est ce qu'a déterminé **In France**, filiale de **Societe.com** spécialisée dans la mesure et veille de l'impact territorial des entreprises, territoires et secteurs d'activités, pour le compte du festival de musique.

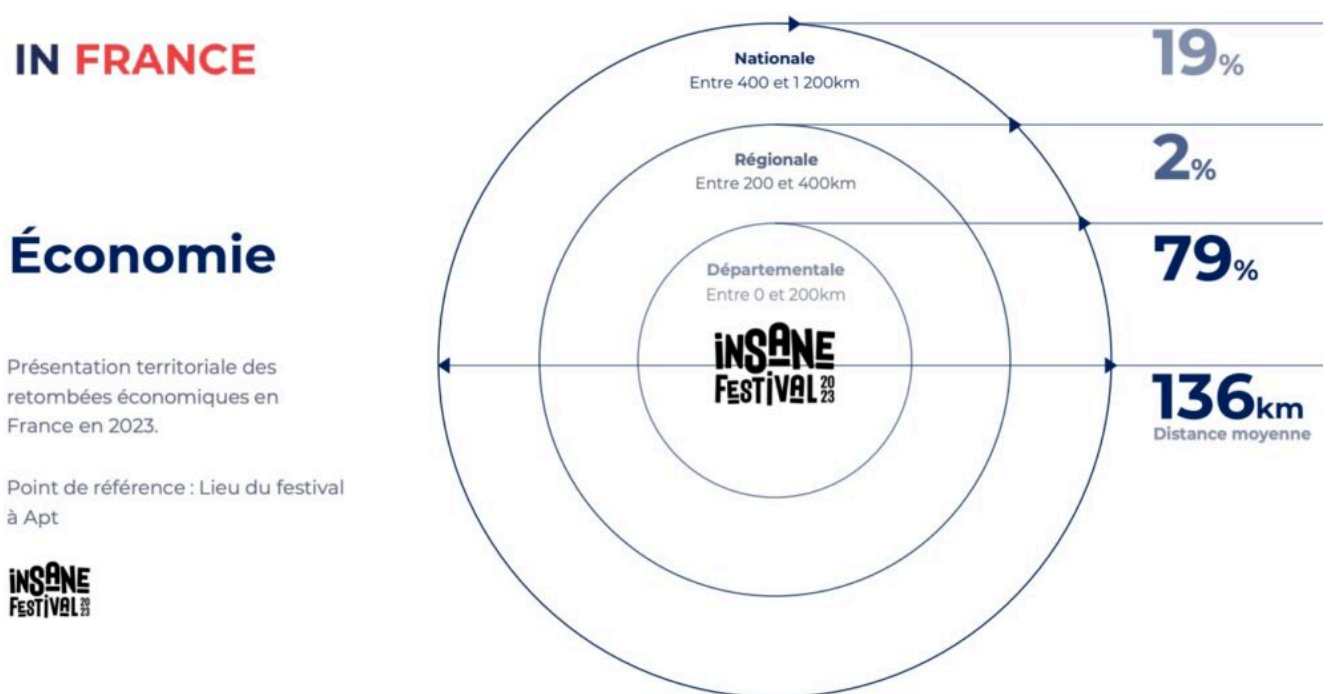
Pour mieux connaître l'impact économique, social et fiscal de ses fournisseurs et de ses festivaliers, l'Insane a fait appel à In France qui a effectué le rapport de l'édition 2023. Ce rapport révèle que le festival de musique, qui a rassemblé 55 000 personnes au cœur du Luberon pendant quatre jours, a généré 6 646 516€ de retombées économiques au total, dont 3 158 939€ de dépenses de la part des

Écrit par le 22 juillet 2024

fournisseurs, et 3 487 577€ qui représentent la consommation des festivaliers.

Les dépenses des fournisseurs ont été faites à 97,6% en France pour cette édition 2023 (-1,4% par rapport 2022), dont 72,26% en région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Les emplois directs, indirects et induits générés en France en 2023 se sont élevés au nombre de 59, un chiffre en hausse de +40% par rapport à l'année précédente. Le festival à lui seul a compté 750 employés et bénévoles pour l'édition 2023. La fiscalité totale générée par l'Insane, comprenant la fiscalité directe, indirecte et induite, s'est quant à elle élevée à 853 000€, soit +59% par rapport à 2022.

Les retombées économiques concernent notamment le Pays d'Apt, et plus largement le département vaclusien puisque 79% de ces retombées s'appliquent au territoire.



L'édition 2024 du festival, elle, aura lieu non pas en août comme les années précédentes, mais du mercredi 8 au samedi 11 mai, toujours au plan d'eau d'Apt. Ce changement de date est due aux Jeux Olympiques 2024, mais il permettra à l'Insane de répondre à l'une de ses problématiques : la chaleur du mois d'août. Cette nouvelle édition sera donc sous le signe de la nouveauté avec toujours plus de musiques et des nouveautés, qui contribueront au rayonnement de la ville d'Apt, du Pays d'Apt, et du département de Vaucluse.

Ecrit par le 22 juillet 2024

# Avignon 2022 : demandez le programme !

**Cette semaine, [Didier Bailleux](#)\* nous propose un retour en Vaucluse et plus précisément à Avignon afin d'évoquer les enjeux économique vitaux que représente le Festival.**

Le 7 juillet prochain débutera la 76e édition du festival d'Avignon. Après, une annulation pure et simple en 2020, et une dernière semaine torpillée avec la mise en œuvre du passe sanitaire en 2021... on croise les doigts pour 2022. Qualifié de la plus grande scène francophone du monde, le festival d'Avignon est aussi un grand marché du théâtre et un important booster économique pour la ville.

## L'héritage de Jean Vilar

Si tout va bien, la cité papale s'attend à vivre dans les prochaines semaines sa période la plus importante de l'année. Plus de 100 000 festivaliers sont attendus sur 3 semaines (plus que la population de la ville) avec des retombées économiques estimées à plus de 50M€. Il s'agit donc cette année de ne pas se rater. Dans le Vaucluse, entre 2019 et 2020, la fréquentation des hébergements a reculé de plus de 50% et celle des sites culturels et patrimoniaux de 60% (Source Le Vaucluse en chiffres 2021- L'Echo du Mardi). Sachant que 81% des dépenses des festivaliers sont effectuées dans les commerces, la ville pourrait difficilement encaisser (ou plutôt pour le coup ne pas encaisser) une nouvelle déconvenue. Une étude de la CCI de Vaucluse enfonce un peu plus le clou en montrant que « 93 % des festivaliers extérieurs ne seraient pas venus sans le festival ». On voit ici tout le caractère vital de cet événement pour la ville. Avoir su capitaliser et développer l'œuvre de Jean Vilar était plus que pertinent, mais n'avoir qu'un seul atout dans sa manche, n'est-ce pas un peu trop risqué ? Ne pourrait-on pas profiter de cette renommée et de cette image pour aller plus loin ?

## Pour un festival élargi ?

Sur les 139 lieux de spectacles du festival Off, une quinzaine accueille du public à un autre moment. Et seulement cinq sont ouverts de manière permanente. En 2015, la CCI du département par la voix de son président, lançait un appel à tous les institutionnels et acteurs culturels et économiques pour que soit défini « un vrai projet avec une durée plus longue », estimant que les retombées économiques n'étaient pas à la hauteur de la notoriété mondiale de l'événement. Mais calmons-nous sur la vocation internationale de l'événement. A la différence d'un festival musical, il faut pour assister à celui d'Avignon maîtriser à minima la langue de Molière. Ce qui limite un tant soit peu le caractère mondial et universel du festival.

S'ouvrir à d'autres disciplines artistiques et à d'autres moments de l'année pourrait également apporter ce surplus d'activité attendu. Cela permettrait d'utiliser toutes les infrastructures existantes qui pour la plus part du temps sont fermées 11 mois sur 12. Certains y travaillent et c'est une bonne chose.

La culture peut être un puissant facteur d'attractivité pour un territoire, bien au-delà d'un événement éphémère fût-il emblématique et le plus connu de tous...

## La culture victime d'un Covid long ?

Ecrit par le 22 juillet 2024

Les lieux culturels ont particulièrement souffert pendant la crise sanitaire. Dans le Vaucluse, entre 2019 et 2020 la fréquentation des salles de cinéma a chuté de 65% et celles des spectacles vivants de 45 % (Source Le Vaucluse en chiffres 2021- L'Echo du Mardi). Si de nombreux secteurs marchands ont retrouvé aujourd'hui leurs niveaux d'activité d'avant Covid ce n'est malheureusement pas le cas pour nombre de lieux culturels. Entre le passe sanitaire, la peur d'être contaminé, encore très présente, et aujourd'hui le recul du pouvoir d'achat, la culture (en tout cas dans ses pratiques extérieures) est mise à rude épreuve. Mais au-delà de ces phénomènes qui pourraient n'être que conjoncturels la crise pourrait avoir modifié de manière durable les usages. Une étude commandée par le Ministère de la Culture fin 2021 montrait que parmi les personnes déclarant aller moins dans les lieux culturels 26% d'entre elles disent s'être habituées à la consommation numérique. Ce n'est pas un hasard si les grandes plateformes d'e-commerce se lancent également dans le divertissement et la culture. Si elles permettent d'accéder à des œuvres culturelles plus facilement pourquoi pas, mais quelle place réserveront ces géants mondiaux aux créations émergentes, plus ambitieuses ou moins connues ? Il y a sans aucun doute un risque de se voir imposer une culture 'mainstream', comme c'est un peu le cas aujourd'hui avec la musique. Et où sera le plaisir de se rencontrer et de partager ? C'est pour cela qu'Avignon et son festival doivent, plus que jamais, être défendus et soutenus. Et rêvons même à une cité papale qui devienne aussi celle de tous les arts vivants... Versus les numériques.

Didier Bailleux

*\*Ancien directeur général et directeur de la rédaction de Mirabelle TV (télévision régionale en Lorraine), [Didier Bailleux](#) a été auparavant consultant dans l'audiovisuel et à travaillé sur plusieurs projets : TNT, SVOD, services en ligne, création de TV locales. En tant que directeur marketing, il a participé, dans les années 1990 et 2000, à la création de plusieurs chaînes thématiques : Canal J, Voyage et Pathé-Sport. Aujourd'hui, il vit en Vaucluse et travaille sur la production de documentaires consacrés aux terroirs.*