

JEAN-FRANÇOIS DUBOS

VIVENDI SOUTIENT LES FESTIVALS

Le Président du Directoire explique comment son groupe, propriétaire entre autres de Canal + et d'Universal Music, soutient le Festival d'Aix-en-Provence depuis quinze ans et s'investit parallèlement dans d'autres manifestations, comme «Jazz in Marciac» ou les Chorégies d'Orange.

Depuis combien de temps Vivendi, première entreprise européenne de contenus culturels, est-elle le principal partenaire du Festival d'Aix-en-Provence ?

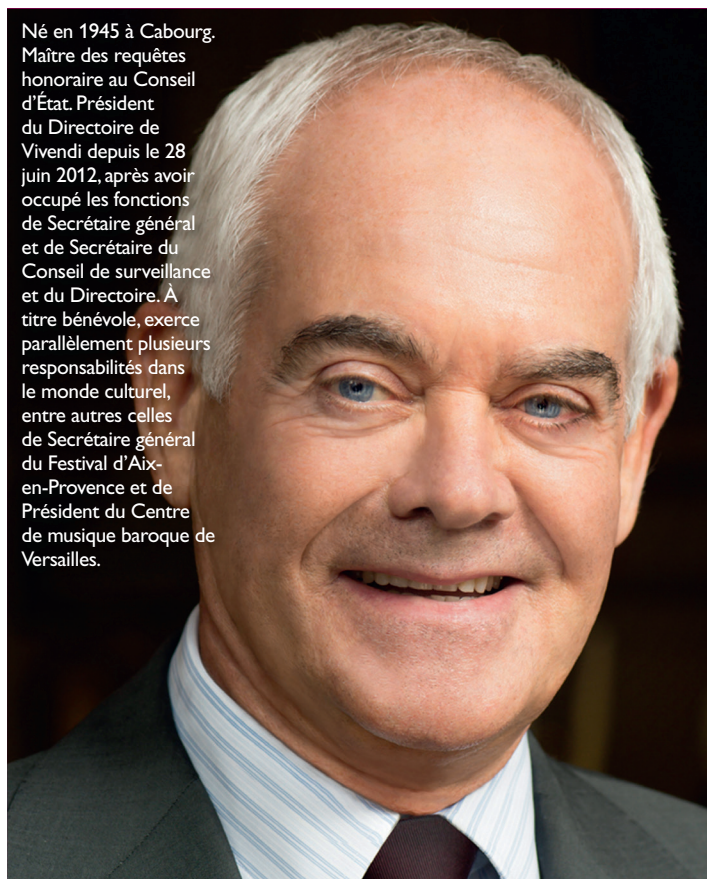
Depuis quinze ans maintenant, à l'origine de la nouvelle formule initiée par Stéphane Lissner. Elle le reste pour plusieurs raisons. D'abord parce que l'image de Vivendi, associée à des marques très fortes dans l'univers de la culture et de la communication, trouve un écho dans celle d'un festival d'envergure internationale, et aussi parce que nos artistes y chantent. Ensuite parce que, au-delà de la simple qualité artistique, Vivendi, en tant qu'entreprise citoyenne, est attachée à ce que le plus grand nombre puisse participer à cette extraordinaire expérience humaine qui s'appelle l'opéra. Comme dans le sport, où nous sommes également très engagés, notamment le rugby, nous entendons défendre certaines valeurs : exemplarité, recherche de l'excellence, don de soi, sens du travail en équipe... De même que Vivendi est un ensemble de sociétés autonomes et dotées d'une forte identité qui travaillent ensemble, l'opéra est

le fruit de la réunion d'un metteur en scène, d'un décorateur, d'un costumier, d'un éclairagiste, d'une équipe technique, d'un chef, d'un orchestre, d'un chœur et de chanteurs. Cette osmose, dont la durée de vie est par définition limitée à la période de préparation et de représentation, suppose un travail intellectuel, matériel, et même physique, absolument extraordinaire, qui a valeur d'exemple. Ce n'est pas faire de la démagogie que d'essayer de l'ouvrir au plus grand nombre !

Comment faites-vous, concrètement ?

Il y a, par exemple, le soutien à l'Académie européenne de musique et à ses jeunes talents. Il y a le «Pass» qui, pour 15 euros seulement, donne accès à toutes les manifestations de l'Académie, ainsi qu'à certaines réductions. Il y a encore «Aix en juin», une nouvelle programmation comportant deux ou trois temps forts chaque semaine, pour lesquels l'entrée est souvent gratuite. L'objectif est que le Festival s'ancre davantage dans la région. Depuis plusieurs années, la Ville et la Communauté du Pays

Né en 1945 à Cabourg. Maître des requêtes honoraire au Conseil d'État. Président du Directoire de Vivendi depuis le 28 juin 2012, après avoir occupé les fonctions de Secrétaire général et de Secrétaire du Conseil de surveillance et du Directoire. À titre bénévole, exerce parallèlement plusieurs responsabilités dans le monde culturel, entre autres celles de Secrétaire général du Festival d'Aix-en-Provence et de Président du Centre de musique baroque de Versailles.



EMANUELE SCORCELLETTI

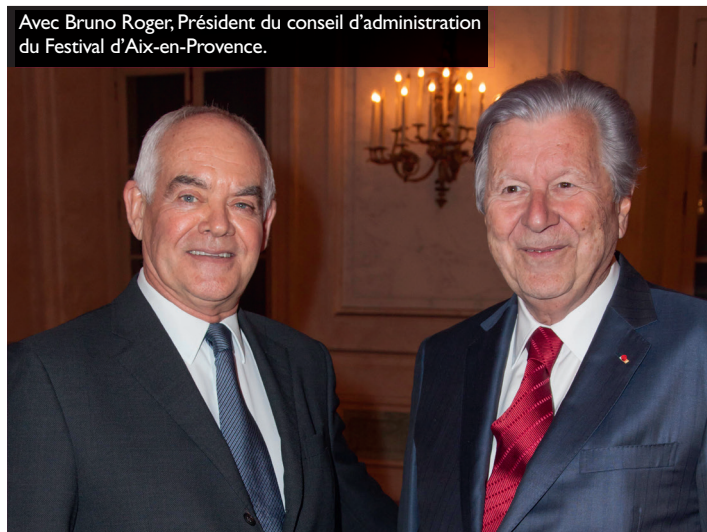
d'Aix réclamaient l'allongement de la durée de la manifestation. Longtemps, le Festival s'est déroulé sur environ trois semaines. Nous sommes ensuite passés à vingt-six, vingt-sept jours, et maintenant à plus d'un mois. Puis, il y a toutes ces opérations initiées par Vivendi et financées à travers notre programme de solidarité «Create Joy» : le Junior Orchestra (plus de cent quarante instrumentistes amateurs, que nous avons mis en contact avec des musiciens du London Symphony Orchestra) ; l'Orchestre des Jeunes de la Méditerranée (une centaine de jeunes professionnels confirmés, représentant seize nationalités différentes, encadrés

par une dizaine de musiciens du LSO et dirigés par un chef de renom, qui accompagneront, cette année, le ballet *Roméo et Juliette*, les 26 et 27 juillet) ; l'opération «Orchestre à l'école», en œuvre dans des collèges situés dans des zones prioritaires sensibles, qui consiste à confier à chaque élève un instrument dont il sera responsable pendant trois ans, pour jouer seul ou en formation de chambre...

Le Festival ne conserve-t-il pas, malgré tout, une image élitiste ?

Les places les plus chères coûtent certes 240 euros. Mais avez-vous regardé les prix à Salzbourg, à

Avec Bruno Roger, Président du conseil d'administration du Festival d'Aix-en-Provence.



FESTIVAL D'AIX/BRUNO THOMAS

VINCENT BEAUME



Une séance de travail d'«Orchestre à l'école», sous la direction du clarinetiste Mark Withers.

Milan ? D'autre part, sait-on que 50 % des billets vendus sont à moins de 55 euros ? Un certain nombre de places est réservé aux publics en difficulté ; pour les moins de 30 ans, les opéras sont à 15 euros ; un enfant entre 8 et 18 ans, accompagné par un adulte payant plein tarif, entre gratuitement... Je n'appelle pas cela de l'élitisme ! Aix véhicule encore l'image d'une manifestation réservée aux Parisiens fortunés, possédant une résidence secondaire dans la région, et aux étrangers. C'est vrai et c'est faux ! Tous les chiffres que je viens de vous donner démontrent les changements. Mais les idées reçues ont la vie dure...

La contribution de Vivendi a-t-elle augmenté depuis quinze ans ?

Oui, même si, aujourd'hui, elle est stable. Avec le Festival, nous fonctionnons sur un système de conventions de trois ans et nous allons bientôt entamer les discussions pour son renouvellement.

Quelle est la part du mécénat dans le budget du Festival ?

Il représente 4,5 millions d'euros sur un budget de 18 millions, soit 25 %. Les subventions comptent pour 40 %, et la billetterie pour 35 %. Cette répartition est d'ailleurs exceptionnelle pour un festival.

Vivendi étant leader dans le domaine de la communication, on imagine que vous vous intéressez également de près aux nouveaux moyens de diffusion de l'opéra, par exemple dans les cinémas...

Les productions du Festival sont désormais projetées en plein air, en direct et gratuitement, dans plusieurs villes de la Région PACA (Aix, Aubagne, Draguignan, Istres, Marseille, Toulon...), mais également à Paris (Forum des Images) et à Londres (Institut Français), pour *Rigoletto* et *Elektra*. Des partenariats ont aussi été conclus avec d'autres Instituts Français, pour des diffusions en différé (Bahreïn, Buenos Aires, Lisbonne, New York...), certains directement soutenus par Vivendi.

À part Aix-en-Provence, soutenez-vous d'autres festivals ?

Nous privilégions une forme de régionalisation, pour diversifier le plus possible notre mécénat. Nous soutenons ainsi «Jazz in Marciac», un festival dont la qualité et le renom ne cessent de croître ; 300 000 visiteurs, l'an dernier ! Nous aidons les Festivals de la Vézère, de Ramatuelle, des Nuits du Château de la Moutte... C'est une évolution à laquelle nous tenons tous beaucoup. Via «Create Joy», nous travaillons également en partenariat avec les Chorégies d'Orange. Il s'agit, cette fois encore, d'amener le monde de l'opéra vers des adolescents ne se sentant pas concernés par ce style de musique. Les différents corps de métiers, intervenant dans la préparation d'un spectacle au Théâtre Antique, s'invitent dans les collèges et lycées de la région, pour des présentations, avec lectures et explications sur le titre choisi. Cette année, le projet a consisté à rassembler plus de 550 scolaires pour un concert au Théâtre Antique, le 1^{er} juin dernier.

Le concert du 1^{er} juin, avec 550 scolaires chantant l'opéra, au Théâtre Antique d'Orange.



PHILIPPE GROMELLE

Accompagnés par les chœurs masculins des Opéras d'Avignon et de Toulon, et par l'Orchestre Lyrique de Région Avignon Provence, sous la baguette de Franck Villard, ils ont interprété quelques grands airs d'opéras, la soprano Vannina Santoni et la mezzo Albane Carrère apportant aussi leur concours. Ce concert, unique en son genre, a réuni plus de 3 000 spectateurs !

L'histoire récente de Vivendi a été marquée par le rachat d'EMI...

Une très grosse opération, d'autant plus complexe que l'Union européenne avait son mot à dire. Elle est finalisée aujourd'hui, mais nous avons revendu une partie d'EMI à Warner, Bertelsmann et quelques indépendants, en conservant une large part du catalogue classique, très important, comme vous le savez.

Mais la marque EMI ne va pas disparaître ?

Non, bien sûr, même s'il s'agit d'une vraie fusion, impliquant des restructurations dans l'organigramme des sociétés. Les labels continueront à exister sous leur nom propre, ce qui est nécessaire au regard de leur importance dans la perception de l'acheteur de musique enregistrée.

La crise du disque s'aggrave-t-elle ?

Pour ce qui concerne les supports physiques, la descente paraît stabilisée. Mais nous avons beaucoup perdu, jusqu'à la moitié de la valeur en dix ans. Le reste, à savoir le téléchargement, le streaming, l'abonnement, commence à progresser et à ressembler à un modèle économique viable.

Vivendi vient de lancer TheMediaShaker, un site qui propose de débattre des sujets liés à la culture et à la création à l'heure d'Internet. Pouvez-vous nous en dire plus ? Et quelle est la différence avec le site Culture(s)withVivendi ?

Début avril, nous avons lancé TheMediaShaker, une plateforme de débats ouverte et participative, consacrée aux principaux enjeux de la culture et de la création à l'ère numérique en Europe. Elle accueille tous les acteurs et toutes les sensibilités : artistes, professionnels du secteur, experts, blogueurs, observateurs, décideurs publics... Culture(s)withVivendi s'inscrit dans le cadre de la politique de responsabilité sociétale de Vivendi, dont l'ambition est de faciliter l'accès au savoir, d'encourager l'expression des talents, la participation à la vie culturelle et de stimuler l'esprit d'ouverture. Les trois rubriques composant Culture(s)withVivendi offrent un accès inédit à la culture, en permettant de mieux comprendre la diversité des influences musicales et cinématographiques qui inspirent la création artistique («Inspirations d'artistes») ; la chaîne de valeur et la richesse des métiers des industries culturelles («Métiers de la création») ; le rôle de la culture pour favoriser la compréhension mutuelle («Dialogue interculturel»). Ce mois-ci, vous pouvez d'ailleurs découvrir, en exclusivité, deux interviews de Bernard Focroulle, le directeur d'Aix, qui revient sur son métier et sur le rôle joué par le Festival pour promouvoir le dialogue interculturel.

Propos recueillis par
Richard Martet