

« Je suis convaincu que si l'on raisonne à l'échelle de la métropole lyonnaise, la ville de Vienne, à travers son festival mais aussi par son patrimoine, pourrait être davantage considérée comme la porte Sud de Lyon, ce qui serait sans doute plus valorisant que les usines du couloir de la chimie »

Entretien avec Frédéric VIALLET, Directeur de la communication du festival Jazz à Vienne

Propos recueillis par Julien Casals (Agence Tremplin) le 5 juillet 2004.

Quand et comment est né Jazz à Vienne ?

Son directeur et fondateur, Jean Paul Bouteiller, organisait à la fin des années 70 des concerts sur Lyon. A l'époque, il a rencontré des élus lyonnais avec l'idée première de faire quelque chose au Parc de la Tête d'Or, mais le projet ne les a pas intéressés. Il a ensuite rencontré Pierre Domeyne, président de Vienne Action Culturelle (association coiffant l'ensemble des activités culturelles ayant lieu à Vienne), et Jean Geffier, adjoint à la culture à la Mairie de Vienne, qui lui ont donné leur accord pour organiser une Nuit du Blues réunissant de grands artistes au Théâtre Antique. Finalement, à cause de la pluie, la soirée s'est déroulée sous un chapiteau, mais le succès était là. C'était en 1980. L'année suivante avait lieu la première édition de « Jazz à Vienne », qui comptait à l'époque 5 soirées. 20 ans après, « Jazz à Vienne » est devenu l'un des plus grands festivals de jazz en Europe et dans le monde, attirant un public important, fidèle, intelligent et curieux, avec des années record comme 2003 où nous avons proposé 18 soirées.

Cette année, Jazz à Vienne accueille plus de 100 000 personnes au Théâtre Antique, et plus de 150 000 personnes au total si l'on intègre les autres scènes. Ce qui fait la force de ce festival, c'est la rencontre d'un lieu avec un projet musical précis dans une période bien précise... Nous devons aussi notre succès à une politique tarifaire très douce et à la qualité des concerts, aussi bien sur le plan musical que technique. Nous travaillons également sur la qualité environnementale. « Jazz à Vienne » est le premier festival labellisé «éco-festival », résultat d'un projet monté en partenariat avec Eco Emballage et le comité d'agglomération de Vienne. L'objectif est de sensibiliser le grand public sur l'importance du traitement des déchets. Nous avons également un accord avec EDF qui nous fournit des véhicules électriques.

Quelle est sa place aujourd'hui dans l'offre touristique de l'agglomération lyonnaise ?

Je suis convaincu que si l'on raisonne à l'échelle de la métropole lyonnaise, la ville de Vienne, à travers son festival mais aussi par son patrimoine, pourrait être davantage considérée comme la porte Sud de Lyon, ce qui serait sans doute plus valorisant que les usines du couloir de la chimie. Malgré son succès, « Jazz à Vienne » ne peut pas être qualifié de « touristique » : il attire un public majoritairement rhônalpin (90%) faisant l'aller-retour Vienne / domicile le soir même. Les 10% restants viennent des autres régions de France et de l'étranger. Le festival a tout de même une reconnaissance internationale, qui permet de parler de Vienne et de sa région : il est notamment le représentant français au sein de l'International Jazz Festival Organisation, qui regroupe 12 des plus grands festivals de jazz en Europe, au Canada et aux USA. Mais nous sommes limités par un manque d'infrastructures, notamment pour l'accueil : le seul festival représente un volume d'environ 1000 nuitées, et nous n'avons pas suffisamment d'hôtels sur Vienne pour accueillir tous les musiciens et leurs équipes. Nous travaillons donc en partenariat avec des structures comme le Méridien à Lyon, ou le Mercure à Chasse sur Rhône. Il manque également des campings pour accueillir le public. Par ailleurs, alors que 50 % des spectateurs viennent de l'agglomération lyonnaise, nous n'avons jamais réussi à obtenir une liaison TER avec des horaires adaptés, qui permettrait aux lyonnais de prendre le train plutôt que la voiture, évitant de nombreux problèmes de circulation et de stationnement. Il faudrait vraiment renforcer les navettes avec Lyon mais je ne sais pas pourquoi, cela semble impossible.

Quels sont les soutiens publics de ce festival ?

80 % de notre budget est couvert par nos recettes propres, essentiellement les billets vendus plus les produits du bar, 10 % par le sponsoring et 10 % par les subventions publiques, ce qui est très peu si l'on se compare à d'autres festivals. Plus de 50 % du budget du festival d'Avignon repose par exemple sur des subventions. Nous partons du principe que l'argent public et les subventions servent à financer les projets gratuits : les scènes de Cybèle et de l'Académie, le Caravan'jazz...

Travaillez-vous avec des acteurs du tourisme pour faire connaître le festival ?

Au niveau local, nous avons une collaboration très fructueuse avec l'Office du Tourisme de Vienne. Nous les accompagnons sur des salons. L'Office du Tourisme est un porte-drapeau très efficace, très impliqué. Le festival travaille également avec le Comité Départemental du Tourisme, notamment la Maison de l'Isère à Paris. De son côté, la Région utilise beaucoup Jazz à Vienne en terme d'image, mais nous ne sommes jamais parvenus à monter des opérations d'envergure avec le Comité Régional du Tourisme, notamment au niveau international. Il serait possible par exemple travailler sur l'accueil de médias internationaux : nous n'avons pas le niveau de reconnaissance internationale que l'on voudrait. Malgré son succès, Jazz à Vienne reste un géant aux pieds d'argile : nos moyens financiers et humains

restent limités. Nous en voyons les limites avec les médias internationaux. Au niveau national, nous avons de bons résultats dans la presse spécialisée, mais il reste beaucoup à faire avec la presse généraliste. Nous avons cette année un partenariat avec France 3 et la chaîne Mezzo, ainsi qu'avec la CLC (Compagnie Lyonnaise de Cinéma) pour la captation des concerts.

Quels liens entretenez-vous avec d'autres festivals organisés dans la région ?

Notre rôle de locomotive est important, afin de valoriser d'autres lieux ou d'autres festivals, comme ceux de Rive de Giers, de Creys, ou encore promouvoir la saison d'hiver à l'Auditorium de Lyon... Comment imaginer par ailleurs une dynamique entre les «Nuits de Fourvière» et «Jazz à Vienne»? Comment pourrait-on développer des projets en commun? Cela s'est fait certaines années, mais il n'y a pas forcément de continuité... La caractéristique de Jazz à Vienne, c'est l'unité de lieu, l'amphithéâtre, l'unité de temps, la période estivale, et l'unité d'action, c'est-à-dire un vrai projet artistique autour du «Jazz et ses musiques cousines». Pour moi, ces trois critères définissent ce qu'est un festival. Et nous avons quelques points en commun avec les nuits de Fourvière, au moins sur l'unité de lieu et de temps. Il faudrait presque un médiateur entre nous, nous ne nous sommes jamais vraiment parlés. Ce pourrait être le Grand Lyon, pourquoi pas. Il y a aussi les Nuits sonores, le Salsa Festival, les Guinguettes... Nous avons tout de même de la matière, et il n'y a pas vraiment aujourd'hui d'entité qui réunisse ce petit monde. Une dynamique existe au niveau des équipements culturels : certains se réunissent et font des projets en commun, par exemple «Suivez le Jazz», qui permet de proposer des concerts dans différents lieux de l'agglomération lyonnaise. Les festivals de la région auraient peut-être besoin d'une telle mise en commun. Ils manquent aussi de moyens financiers, pour avoir une force de frappe au niveau de la communication. «Jazz à Vienne» n'a pas les moyens de communiquer significativement à Paris. Il nous faut pourtant aller de l'avant, renouveler le public.

Quel est l'impact de Jazz à Vienne sur la ville ?

L'un des critères de réussite d'un événement, c'est sa capacité d'ancrage local. Sur les 30 000 habitants de Vienne, je suis sûr qu'il y en a au moins 28 000 qui sont fiers de leur festival. Chaque personne en est un ambassadeur potentiel, les Viennois attendent leur festival, peut-être même parfois trop : ils attendent beaucoup de nous. Il y a bien sûr l'impact économique pour les restaurants, les bars, les hôtels... Quand 150 000 personnes arrivent dans une ville, cela crée forcément de l'activité. Le festival bouleverse la respiration normale de la ville, avec certaines nuisances comme le bruit, les problèmes de stationnement... Ce sont des choses sur lesquelles nous travaillons avec la communauté d'agglomération : nous essayons de mettre en place des navettes gratuites, d'ouvrir d'autres parkings, de faciliter le covoiturage...