

LE MAGAZINE MUSICAL 100% HONNÊTE

# BACKSTAGE

## NUMÉRO SPÉCIAL

Festivals de musique actuels

Est-ce un nouveau luxe

culturel ?

## LE VRAI COÛT DE LA FÊTE

POURQUOI ON Y VA ENCORE, MÊME QUAND ÇA PIQUE LE PORTEFEUILLE ?

# NYKITA



CNYK ET SOUKAA, DEUX  
DJ'S LILLOIS EN PLEINE  
ASCENSION.

# PAGES

3

## ÉDITO

On râle, on paie, on y retourne



4

## GRAND ANGLE

Le festival, nouveau luxe culturel ?



5

## DÉCRYPTAGE

Le vrai prix des festivals : billet vs réalité



6

## FOCUS CONSO

Ce que les festivaliers attendent vraiment



7

## ENQUÊTE

Mobilité, écologie et réalités nocturnes



8

## PIGE & PRÉSENTATIONS

Comment on nous vend le festival



9

## ENQUÊTE TERRAIN

Ce que disent vraiment les festivaliers



13

## SOLUTIONS

Ce que les festivals peuvent (vraiment) améliorer



14

## GUIDE PRATIQUE

Le festivalier sans thune (mais pas sans dignité)



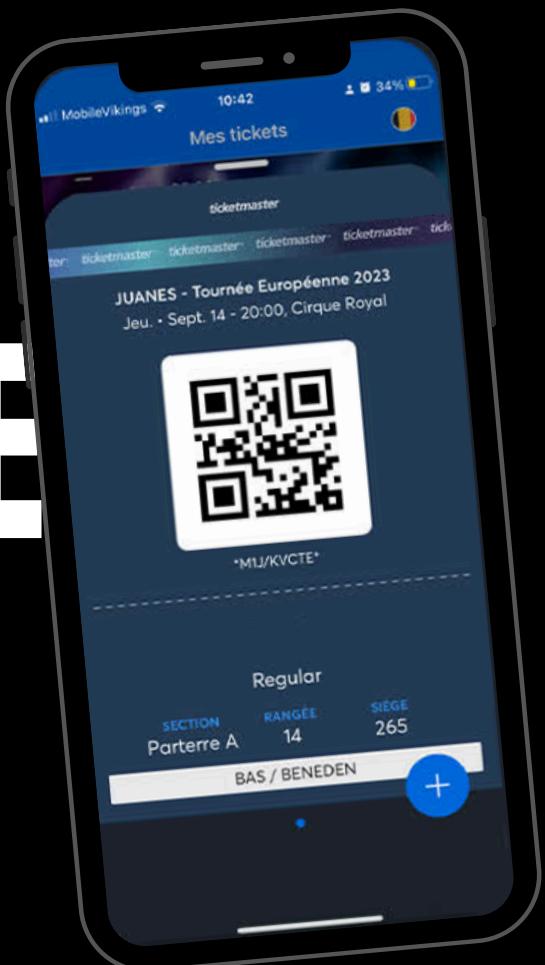
# ON RÂLE, ON PAIE, ON Y RETOURNE

*Parce qu'au fond, c'est la musique  
qui nous fait oublier les files  
d'attente.*

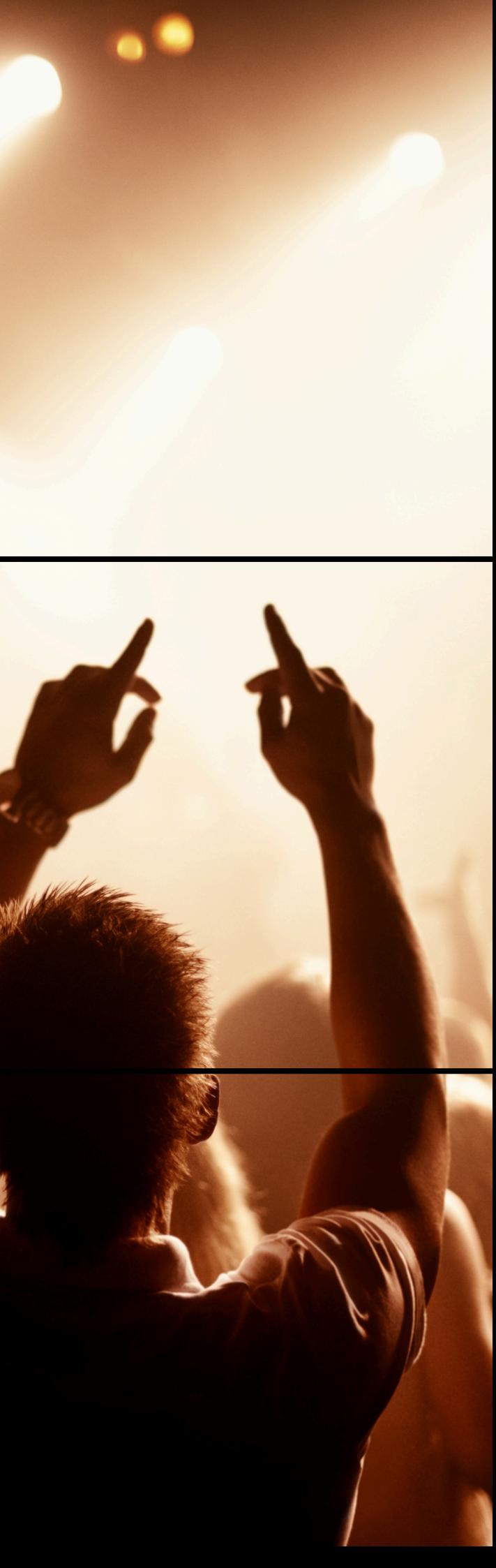
Chaque été, la même scène se répète. Capture d'écran du panier : **289 €**. Soupir collectif. Message envoyé dans le groupe WhatsApp :

« C'est abusé, plus jamais ». Puis, deux semaines plus tard, une affiche colorée, trois noms en gras, un souvenir flou d'un concert au coucher du soleil... et la promesse est rompue.

Pourquoi continue-t-on d'aller en festival alors que les prix augmentent, que les files d'attente s'allongent et que la bière dépasse parfois le prix d'un sandwich en boulangerie ? Parce qu'un festival n'est plus seulement un concert. C'est une expérience totale, sociale, émotionnelle, parfois même identitaire.



**BACKSTAGE** est né de cette contradiction : on a conscience que ça coûte cher, mais on y va quand même. Ce magazine ne cherche ni à accuser les festivals, ni à culpabiliser les publics. Il cherche à comprendre.



# *Le festival* **NOUVEAU LUXE ?**

Les chercheurs parlent de « festivalisation » de la culture. Derrière ce mot un peu barbare se cache une idée simple : la culture se consomme de plus en plus sous forme d'événements exceptionnels, concentrés dans le temps, au détriment des pratiques régulières et locales. Aller au festival, ce n'est plus seulement écouter de la musique. C'est vivre une parenthèse, sortir du quotidien, se retrouver dans une foule qui partage les mêmes codes. Cette intensité a un prix.

Selon le Baromètre des usages de la musique en France (Ipsos pour le CNM, 2023), près d'un Français sur deux a déjà payé pour assister à un événement musical live.

Le live devient un marqueur social et culturel fort.

***Mais à mesure que la fréquentation augmente, les coûts explosent.***

Les festivals urbains tentent de se rendre plus accessibles grâce à leur localisation, mais se heurtent à d'autres contraintes : sécurité, bruit, transports nocturnes.

Les festivals ruraux, eux, promettent l'évasion, mais imposent des frais annexes plus lourds.



# LE VRAI PRIX DES FESTIVALS

## *Le billet : la partie visible de l'iceberg*

Le prix moyen d'un billet jour atteignait 59 € en 2022 selon Weezevent. Mais ce chiffre est trompeur. Il donne l'illusion d'un budget maîtrisable alors qu'il ne représente souvent que 30 à 40 % de la dépense réelle.

Une étude tricount by bunq (2025) montre que 7 % des festivaliers dépassent les 800 € pour un seul événement. Transport, hébergement, restauration, boissons, camping, accessoires oubliés... tout s'additionne.

La gestion collective du budget devient une stratégie de survie : 32 % des festivaliers utilisent des applications de partage de dépenses. Le festival se vit en groupe, et se paie en groupe.



## *Quand la dépense devient émotionnelle*

Le problème n'est pas seulement le montant. C'est le sentiment de perte de contrôle. Payer 8 € une bière passe encore... si les toilettes sont propres et l'attente raisonnable. Quand ce n'est pas le cas, le prix devient symboliquement injustifiable.

# *Ce que les festivaliers* **ATTENDENT VRAIMENT**



Contrairement à une idée reçue, les festivaliers ne réclament pas systématiquement des expériences « premium ». Ils réclament avant tout que les bases soient assurées.

Les études montrent une augmentation forte de la consommation de restauration sur site, parfois plus rapide que celle des boissons (Weezevent, 2022). Cette évolution traduit une attente de confort, mais aussi de **qualité**.

La **fidélisation** ne se joue pas dans les newsletters post-événement.

Elle se joue dans les détails vécus sur place : propreté, fluidité, accueil, signalétique. Comme le montre Chaney (2011), il existe un décalage entre ce que les organisateurs pensent valoriser et ce que le public retient réellement.

*“Marre des toilettes crades, dès 18h qui n'en finissent pas et des relous déjà pompette après deux bières”*

Victoire, 22 ans.  
Festival Le Jardin Electronique

# MOBILITÉ, ÉCOLOGIE ET RÉALITÉ NOCTURNES



## LA VOITURE

*choix coupable ou choix rationnel ?*

Malgré les discours écologiques, la voiture individuelle reste le mode de transport dominant pour se rendre en festival (*France Festivals, Sociotropie*).

Ce choix est rarement idéologique. Il est pratique, sécurisant, parfois le seul possible.

Les alternatives existent, mais elles sont souvent perçues comme peu fiables : derniers trains trop tôt, bus bondés, pistes cyclables mal éclairées. La nuit transforme la mobilité en source de stress.

Les enquêtes sur la mobilité festivalière montrent que le principal frein aux modes doux n'est pas le manque de volonté, mais l'absence d'infrastructures sécurisées, notamment pour les retours tardifs.

# *Comment on nous vend*

Affiches ultra colorées, aftermovies remplis de sourires, stories Instagram montées au millimètre : la communication des festivals vend une expérience parfaite. Tout est fluide, joyeux, collectif. Personne ne transpire, personne n'attend, personne ne galère. Bref, le rêve.

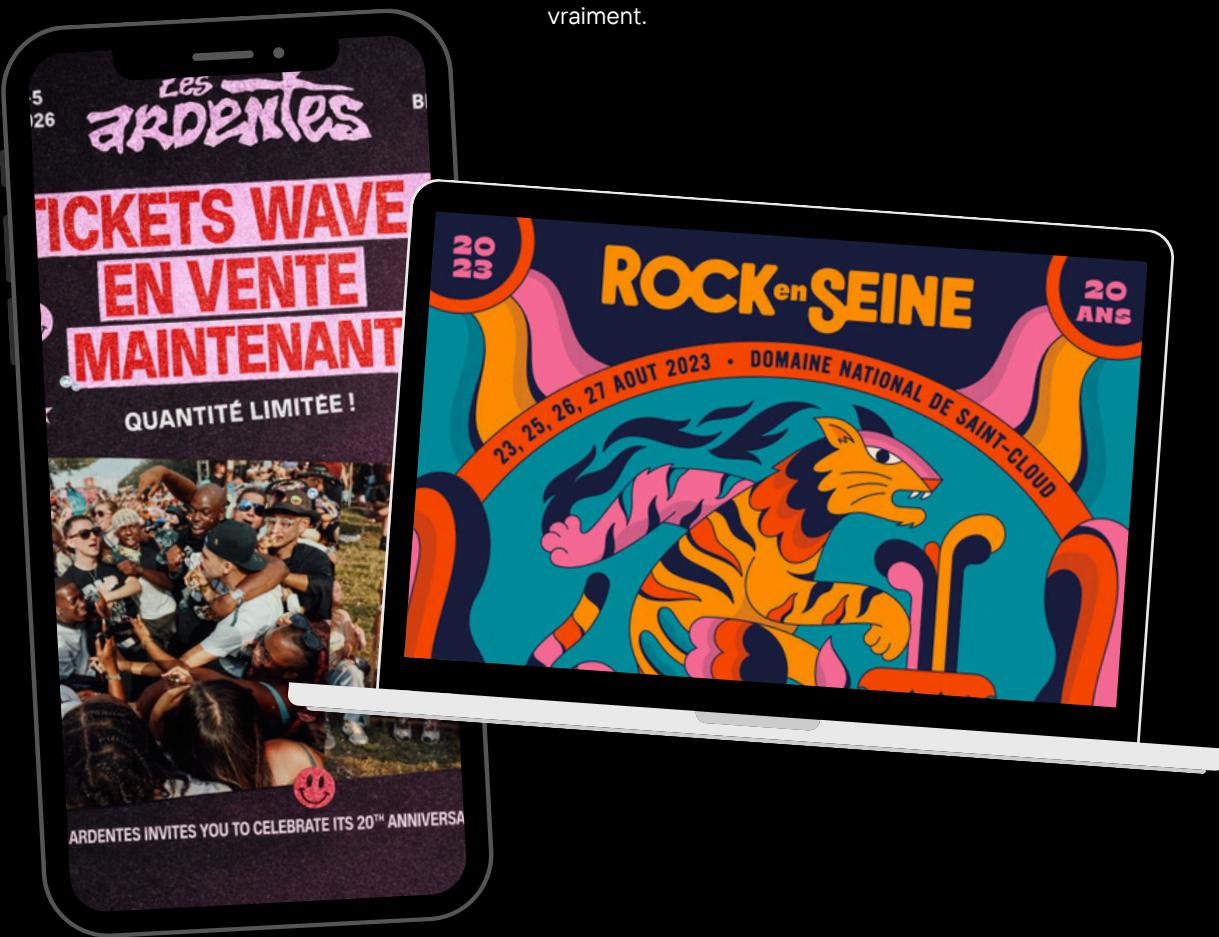
Forcément, ça façonne les attentes. Le festival n'est plus seulement un concert, c'est une promesse de liberté totale, une parenthèse hors du quotidien. On s'attend à vivre quelque chose d'intense, de simple, presque évident. Quelques jours où tout coule de source, porté par la musique et l'ambiance.

Sauf que dans la vraie vie, un festival, c'est aussi beaucoup de contraintes. Des files partout, des règles, des contrôles, un bracelet cashless qui bug au pire moment, et une organisation qui se rappelle à toi en permanence. La liberté existe, mais elle est très encadrée.

## LE FESTIVAL EN 2025

C'est là que le décalage fait mal. Pas parce que le festival est mauvais, mais parce qu'il ne ressemble pas à l'image qu'on s'en était faite. Quand on nous promet une euphorie continue, la moindre attente ou le moindre souci devient frustrant, presque vécu comme une arnaque.

Au fond, cette friction fait partie du jeu. Le festival n'est pas une utopie, c'est un joyeux bazar très organisé qui essaie de produire du lâcher-prise à grande échelle. Peut-être qu'en étant un peu plus honnêtes sur ce mélange de kiff et de galère, on éviterait des déceptions inutiles et on apprécierait mieux ce que le festival est vraiment.



# CHANGER

LE CHANGEMENT  
C'EST MAINTENANT

# LA

# SETLIST

QU'EST CE  
QUE ON  
ATTEND ?

# Les festivaliers veulent tout : l'ambiance ET le *prix mini*

Dépense moyenne de 50€ par jour, mais arrivée en covoiturage "pour économiser". Portrait d'un consommateur en quête d'équilibre.

La méthode :

66 festivaliers interrogés entre 14 et 54 ans (moyenne : 21 ans) pendant une semaine, juste après leur dernier événement. Main Square, Lollapalooza, Les Ardentes, Solidays... Des grands festivals, des budgets serrés.

## Les questions clés :

- Qu'est-ce qui vous a motivé à y aller ?
- Combien avez-vous dépensé réellement ?
- Comment vous êtes-vous déplacé et pourquoi ?
- L'écologie a-t-elle compté dans votre choix ?

Les chiffres qui parlent :

85% viennent pour les artistes et l'ambiance, mais seulement 15% acceptent de payer plus de 100€ par jour. La tranche 40-70€ domine (42% des réponses).

**Le transport ?**

67% prennent la voiture.

**Pourquoi ?**

"Rapidité" revient 48 fois, "économie" 32 fois, "écologie" seulement 12 fois.

**Pire** : quand on leur demande si l'aspect écologique a influencé leur choix, 82% répondent "Non".

Côté restauration :

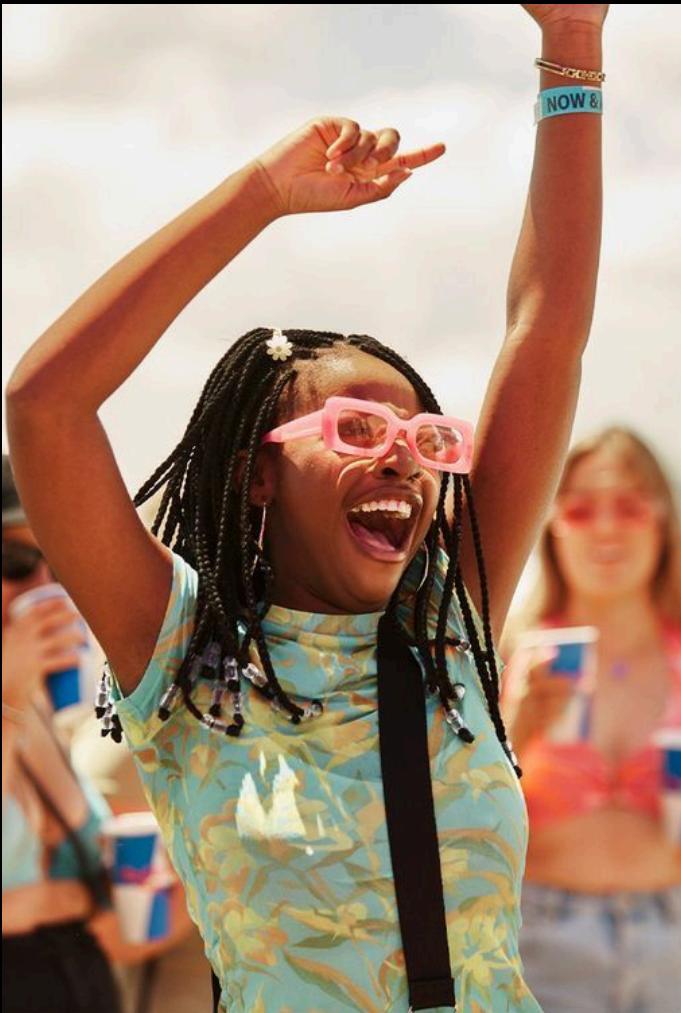
Note moyenne 3,8/5.

Correct, mais jugé cher. "C'était bon mais franchement abusé niveau prix" résume un festivalier de Solidays.



# TÉMOIGNAGES

## de festivaliers



**Léa, 19 ans, Lollapalooza :**

*"J'y suis allée pour les artistes et mes amis. J'ai payé 70€ la place mais au final avec la nourriture et tout, j'ai dépensé 100€. On a pris le train parce que c'était moins cher, mais franchement l'écologie je n'y ai pas pensé."*

**Tom, 22 ans, Les Ardentes :**

*"On était un groupe de 6, on a loué une voiture. Plus rapide, plus sûr pour rentrer à 3h du mat'. Le problème ? Le parking à 20 minutes à pied. On a marché avec mal aux jambes à 2h, puis roulé 3h. Rentrés à 4h du matin... C'était l'enfer."*



**Le paradoxe révélé :**

Ils recherchent l'expérience ultime (90% viennent en groupe d'amis, privilégient l'ambiance collective), mais refusent le prix fort. Ils parlent d'écologie entre deux bières bio, puis rentrent en voiture thermique.

L'arbitrage est brutal : entre sortir à 4h du matin d'un parking éloigné en Belgique ou payer 30€ de plus pour une navette, ils choisissent l'inconfort. Entre le train écologique ou la voiture "pratique", ils roulent.

**Ce que cela révèle ?**

Le festivalier 2025 cherche l'équilibre impossible : l'émotion sans la ruine, la fête sans la contrainte, le collectif sans le sacrifice. Les organisateurs qui résoudront cette équation, plus de services, prix maîtrisés, véritable facilité d'accès, garderont leur public.

# CE QUI PEUT CHANGER

# VRAIMENT



## Pour les organisateurs

Réinvestir dans les services essentiels : parkings proches, navettes fréquentes, points d'eau gratuits.

Ce que nos données montrent : un festivalier qui marche 20 minutes avec ses sacs à 2h du matin ne revient pas.

Clarifier le coût global dès la billetterie : afficher le prix réel (place + nourriture + transport estimé).

42% des sondés restent dans la fourchette 40-70€/jour, donnez-leur de la visibilité pour arbitrer sereinement.

Adapter les solutions de mobilité au territoire : navettes tardives obligatoires, parkings covoiturage valorisés, partenariats train + festival. Seulement 18% considèrent l'écologie aujourd'hui, mais 100% veulent rentrer sans galère.

## Pour les collectivités

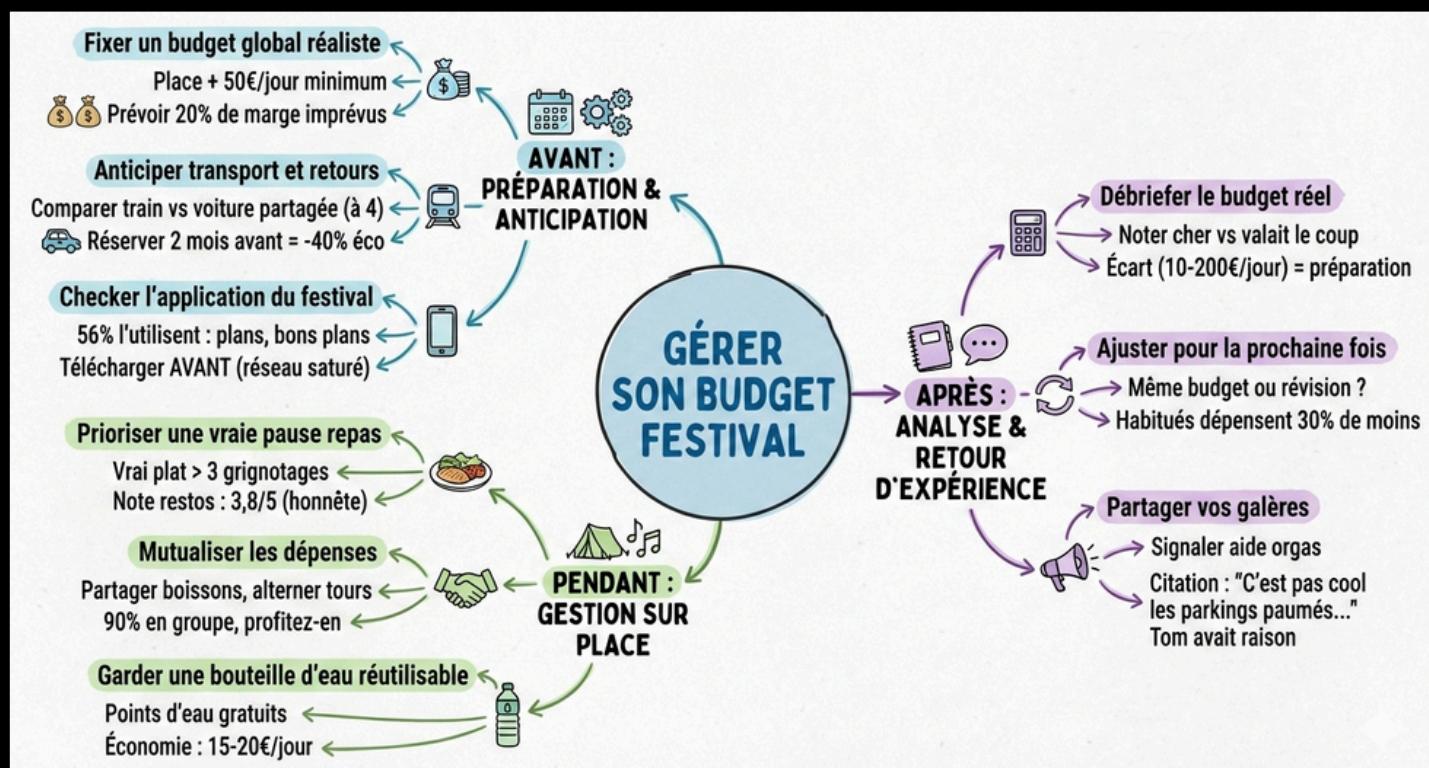
Sécuriser les retours nocturnes : prolonger les transports en commun jusqu'à 5h du matin les soirs de festival.

La sécurité arrive en 2e critère de choix de transport (après la rapidité).

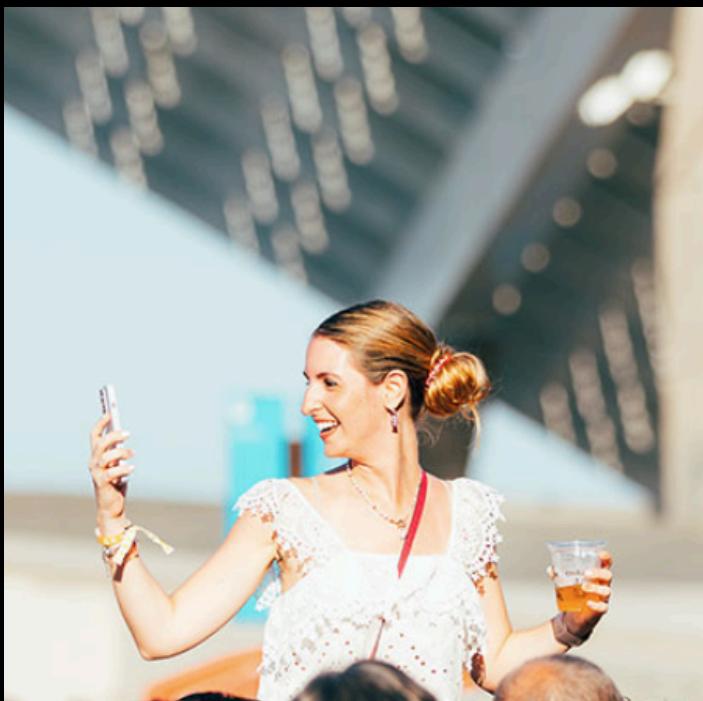
Soutenir les transports exceptionnels : subventionner des lignes spéciales, faciliter l'installation de vélo-parcs sécurisés. Le paradoxe actuel : ils veulent polluer moins, mais n'ont pas d'alternative crédible.

# GUIDE PRATIQUE :

## FESTIVALIER FAUCHÉ MAIS STRATÈGE



# RÉFÉRENCES



- 1 Audemard, J. et al.,  
La place des villes dans la festivalisation de la culture », Urbanités, 2024.
- 2 Chaney.D  
« Conquête ou fidélisation », Décisions Marketing, 2011.
- 3 Ipsos pour le CNM  
Baromètre des usages de la musique en France, 2023.
- 4 Weezevent  
Consommation et publics dans les festivals, 2022.
- 5 Tricount by bunq  
Le vrai prix des festivals selon les Français, 2025.
- 6 France Festivals / Sociotropie  
Festivals en mouvement, s.d.

[www.backstage.fr](http://www.backstage.fr)

Abonnez-vous à

**BACKSTAGE**



**Ne manquez aucun numéro !**

Profitez d'économies exceptionnelles  
Livraison à domicile gratuite  
Recevez votre exemplaire avant tout  
le monde



**Visitez notre site**

Découvrez les nouveautés  
Mis à jour quotidiennement  
Lisez où vous voulez, quand vous  
voulez

**BACKSTAGE**

