



Festival **INTERCELTIQUE**  
Lorient

# Mémoire de stage

1<sup>er</sup> juillet 2016 – 31 août 2016



**Maître de stage : Mme Marie Le Guyader**  
**Enseignant référent : Mme Hania Renaudie**



J'atteste que le présent mémoire est le fruit de ma réflexion personnelle, et certifie que tout emprunt à un tiers est mentionné comme tel. Je suis consciente que le fait de ne pas citer une source constitue un plagiat. J'ai pris connaissance des sanctions encourues en cas de plagiat.





Festival **INTERCELTIQUE**  
Lorient

## **REMERCIEMENTS**

Je tiens d'abord à remercier chaleureusement ma responsable de stage, Marie Le Guyader, pour sa disponibilité et sa confiance tout au long de mon stage. Son dynamisme contagieux m'a permis de vivre une expérience inoubliable, tant humainement que professionnellement.

Un merci particulier aussi à ma collègue, Chloé Falquerho, pour sa bonne humeur à toute épreuve et son aide précieuse pendant toute la durée du Festival.

Je remercie enfin Mme Josette Joubier pour sa sollicitude et sa gentillesse.

# TABLE DES MATIERES



**INTRODUCTION .....8**

**I – Une organisation en constante évolution... .....10**

A – Présentation du Festival Interceltique de Lorient .....11

- 1- *Historique du Festival* .....11
- 2 - *Le fonctionnement du Festival* .....14
  - 2.1 – L’organisation du Festival .....14
  - 2.2 – Les sources de revenus du Festival .....16

B – L’impact du Festival .....18

- 1 – *Le Festival dans son environnement*.....18
  - 1.1 – *Le Festival et Lorient* .....18
  - 1.2 – L’impact économique du Festival sur la région .....19
- 2 – L’impact culturel du Festival Interceltique .....20

**II - ... pour une organisation optimale ..... 22**

A – Les missions du pôle commercialisation du Festival Interceltique ..... 23

- 1 – La vente des badges .....23
- 2 – La commercialisation des produits dérivés .....24

B – La concrétisation du travail d’une année... .....26

- 1 – La gestion des produits .....26
- 2 – Le travail avec les bénévoles .....27

**CONCLUSION .....30**

**ANNEXES .....32**

- Annexe 1 : Logiciel de gestion de projets INTRAZIK, dédié au spectacle vivant
- Annexe 2 – Exemples de tableaux de suivi de produits réalisés
- Annexe 3 – Contrat de dépôt vente des magazines du Festival Interceltique
- Annexe 4 – Tableau récapitulatif des disponibilités des bénévoles
- Annexe 5 – Extrait de la traduction du livret d’information
- Annexe 6 – Curriculum vitae



# INTRODUCTION



Dans le cadre de la licence en Langues Etrangères Appliquées au Commerce Internationale à l'Université de Bretagne Sud, il nous est offert l'opportunité de réaliser un stage d'une durée minimale de huit semaines à la fin de notre troisième année de Licence. Cette expérience professionnelle nous permet de nous confronter au monde du travail et à la réalité de la vie en entreprise et ainsi d'obtenir une première expérience dans des domaines susceptibles de nous intéresser pour la suite de nos études et de notre vie professionnelle.

Pour cette raison, j'ai souhaité orienter mes recherches vers des entreprises ou organismes qui conjuguaient mon attrait pour le commerce et la communication auprès d'un public international à l'organisation et la gestion d'évènements. J'ai ainsi eu la chance pendant mes recherches de trouver une annonce de stage du Festival Interceltique de Lorient pour un poste d'Assistante Boutique. Ayant eu auparavant des expériences dans le commerce lors d'un précédent stage au sein de l'entreprise LINKSrechts à Hambourg ; et dans l'évènementiel lors de la première édition de l'EPIC Congress à Lorient ; la possibilité de conjuguer ces deux domaines était une opportunité à saisir. Cette expérience promettait d'être d'autant plus intéressante que je connaissais ce Festival depuis de nombreuses années sans jamais avoir été impliquée dans son organisation. Or, observer la mise en place et tous les aspects de l'organisation d'un tel évènement présageait une expérience riche d'enseignements.

Ainsi, j'ai eu la chance de pouvoir réaliser un stage de deux mois au sein du pôle de commercialisation du Festival Interceltique de Lorient. Il s'agit d'une association loi 1901, dont l'investissement dans la promotion et la défense des cultures celtes à travers le monde lui ont permis de devenir un acteur majeur de la vie culturelle et économique de Lorient, et de participer à son rayonnement à l'échelle nationale et internationale. La portée actuelle du Festival m'a amené à m'interroger sur le rôle que jouait mon travail dans une association d'une telle envergure, ce qui m'a conduit à la problématique suivante :

Quel rôle le pôle commercialisation joue-t-il dans l'économie et la communication d'un Festival culturel de grande envergure?

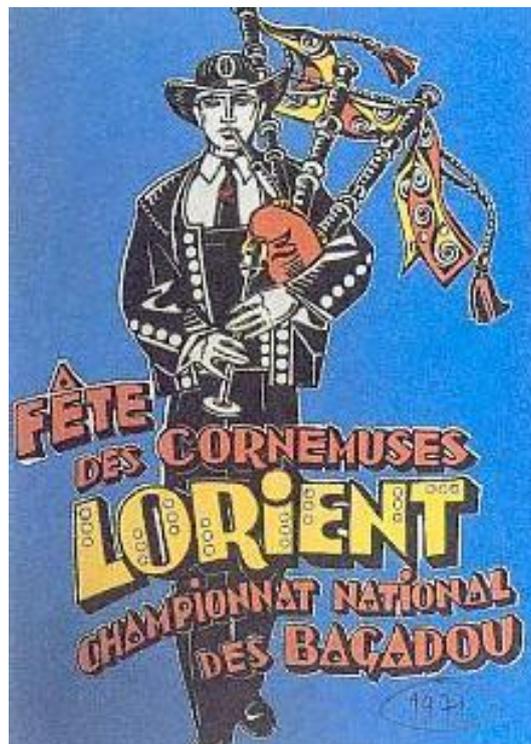
Dans une première partie je présenterai donc le Festival Interceltique de Lorient, son histoire et sa situation actuelle ; pour ensuite analyser la place des produits dérivés dans le Festival actuel.

## **I – Une organisation en constante évolution...**

## A – Présentation du Festival Interceltique de Lorient

### 1- Historique du Festival

Si le Festival Interceltique voit officiellement le jour en 1971, sa genèse est en fait un peu plus complexe. En 1969, la Fête des ports bretons qui se tient sur deux jours à une programmation pour le moins éclectique avec des concours de sonneurs, des concerts de groupes portugais et turcs, des jeux entre Lorient et Saint-Malo ou encore des défilés de bagadou (des groupes de musique bretonne traditionnels), le tout couronné par un feu d'artifice au bassin à flots. Mais lorsque le Festival International des cornemuses de Brest est forcé de déménager à la suite d'un conflit entre la municipalité et le comité des fêtes, la majorité des groupes musicaux de Basse-Bretagne insiste pour que le Festival renaisse à Lorient, ville plus centrale que Nantes ou Saint-Malo. C'est donc le président du comité des fêtes de l'époque, Pierre Guergadic, qui en sera le premier président, aidé par Polig Montjarret<sup>1</sup> et Mikaël Micheau-Vernez de la commission des fêtes.



*Affiche originale de la première Fête des Cornemuses de Lorient (Michau-Vernez ; 1971)*

---

<sup>1</sup> Polig Montjarret, musicien et membre du Mouvement breton, était le créateur du *Bodadeg ar Sonerion*, la principale association de musique traditionnelle bretonne. Une statue lui est aujourd'hui dédiée, sur le banc de la place Polig-Montjarret à Lorient.

La première édition de ce qui est encore appelé la « Fête des cornemuses » voit donc le jour en 1971 et se déroule alors sur six jours. On peut y assister à des concerts et à des compétitions de bagadou, groupes de musique traditionnelle bretons ; prendre part à des fest-noz... Le Grand Défilé attire près de 30 000 personnes et la finale du Grand championnat des bagadou un millier. Le festival est un succès, il est décidé de le reconduire.

Mais dès l'année suivante il décide de s'ouvrir aux autres nations celtes afin d'élargir sa programmation et de se différencier des autres festivals de la région. C'est le point de départ de l'idée d' « interceltisme » au Festival, qui est renommé « Fête Interceltique des Cornemuses de Lorient ». Les délégations étrangères en provenance d'Irlande, d'Ecosse, du Pays de Galles augmentent le nombre de leur participants et sont rapidement rejointes par d'autres nations comme la Galice en 1976 et l'Île de Man en 1977. C'est à cette même époque que le Festival adopte la trame qui restera peu ou prou celle que l'on connaît aujourd'hui : il s'étend sur dix jours et prend place à différents endroits de la ville en investissant le stade du Moustoir pour des spectacles de danses avec son et lumière, expositions, salon du livre, spectacles programmés dans des lieux adjacents au Festival...

Le Festival prend le nom de « Festival Interceltique » en 1979 et continue à se développer. Il obtient en 1982 pour la première fois une subvention du Ministère de la Culture, subvention suivie par la première visite d'un Ministre de la Culture en 1985, Jack Lang.

Au cours des années 1980, le Festival Interceltique multiplie ses implantations au sein de la ville et des lieux emblématiques du FIL voient le jour, comme les « Nuits Magiques » ou encore le lieu de restauration du Village Celte. Mais c'est au cours de la décennie suivante que la reconnaissance extérieure du Festival augmente sensiblement. Ainsi, en 1996, la Commission Européenne le classe parmi les treize festivals les plus importants d'Europe. Forte de cette reconnaissance, la direction du Festival met en place une société de production qui diffusera son contenu sur une dizaine de chaînes dans le monde. Par la suite, la Grande Parade des Nations Celtes, événement emblématique du Festival Interceltique, est diffusée en 2000 et 2001 sur TF1, atteignant 50% de part d'audience.

Un point d'orgue est atteint en 2001 quand le coup d'envoi du Festival est lancé par les astronautes de la Station spatiale internationale, grâce à l'intervention de Jean-Loup Chrétien.

Mais c'est particulièrement au cours de la dernière décennie que les événements organisés en dehors de la Bretagne se multiplient. Ainsi, pour l'organisation de la Saint-Patrick, le Stade de France fait appel au Festival en 2002. L'expérience est un succès, elle sera donc reconduite pour quatre spectacles jusqu'en 2004. Décision est alors prise de créer une filiale du Festival, I3C, afin de gérer ce type d'événements. Les premières années sont un succès et de nombreux spectacles sont organisés dans le reste de la France, au Zenith de Paris, à Nantes, Rennes, Lyon et Lille. La Bretagne semble être à la mode et une *Breizh Parade* est même organisée sur les Champs Elysées en 2007. Cependant, l'expérience I3C prend fin en raison de ses pertes et est placée en liquidation judiciaire en 2008. L'organisation de spectacles ne reprend qu'en 2012 pour une nouvelle édition de la fête de la Saint Patrick au Stade de France.



*L'évènement An-Dro the World lors de la 40<sup>ème</sup> édition du Festival Interceltique*

A Lorient cette fois, au début des années 2010, le Festival se regroupe dans le centre-ville. Sur les bords du bassin à flot, un pavillon est attribué à chaque nation celte et le pavillon d'honneur s'agrandit pour accueillir jusqu'à 1400 personnes.

Avec le Festival Off qui se poursuit dans le reste des bars et cafés de la ville, c'est finalement toute la ville qui vit un rythme du Festival Interceltique pendant dix jours. C'est aussi ce qui fait la spécificité du Festival de Lorient.

## **2 - Le fonctionnement du Festival**

### ***2.1 – L'organisation du Festival***

La France est un pays de festivals. Chaque année plus de 1615 festivals se déroulent sur le territoire, dont 54% en été. Dans ce fourmillement estival, le Festival Interceltique de Lorient occupe une place particulière. Si l'identité celte est un dénominateur commun à toutes les nations invitées, les expressions artistiques et les styles présents sont multiples et variés. Musique, cinéma, peintures, danse, lutherie... Tous ces domaines représentés font de Lorient « le rendez-vous des expressions contemporaines des pays celtiques ».

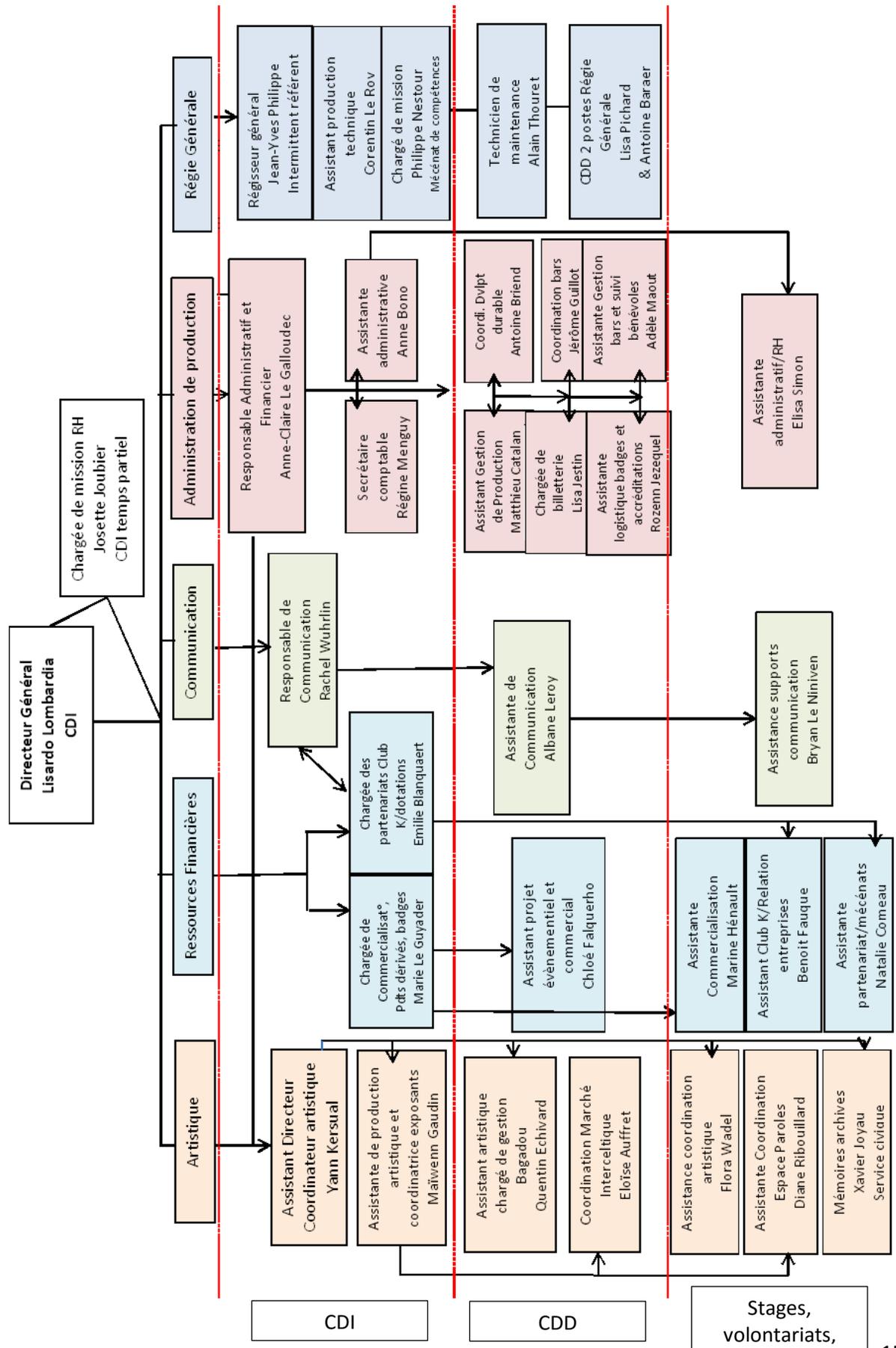
Créé en 1971, le Festival Interceltique est une association loi 1901 présidée par M. Lisardo Lombardia. Basé à Lorient, ses principales missions de l'association sont d'organiser le Festival Interceltique de Lorient chaque été mais aussi de promouvoir la culture bretonne et celte aux niveaux local, national et international. Pour cela elle participe au développement des échanges avec les autres nations celtes et les régions intéressées par ces cultures.

Pour assurer ces différentes missions, l'association est dotée d'un conseil d'administration composé de vingt-trois membres élus par les bénévoles lors de l'assemblée générale, ou choisis par ces mêmes membres pour leurs compétences reconnues. Le président est élu par ce même conseil d'administration et est chargé de mettre en application ses décisions.

Le Festival emploie aussi à l'année une équipe de 12 salariés, renforcée à partir de mars par un contingent d'une dizaine d'employés en contrat à durée déterminée et de stagiaires au sein de divers pôles (communication, commercialisation, artistique...).

# Organigramme de la structure professionnelle permanente du Festival Interceltique

2016



Pour finir, une immense équipe de près de 1200 bénévoles intervient en renfort pendant toute la durée du Festival. Ils sont présent pour les tâches opérationnelles telles que le contrôle aux entrées des sites, les bars, les boutiques... Sans leur participation, l'équilibre financier du Festival se ferait au détriment de son poids dans la vie économique et culturelle du pays de Lorient.

## **2.2 – Les sources de revenus du Festival**

Aujourd'hui le budget du Festival s'élève à cinq millions d'euros. Il est financé en majorité par les collectivités locales : la région Bretagne à hauteur de 11%, 9% par la ville de Lorient, 6,8% par la Communauté d'Agglomération du Pays de Lorient et 3,2% par le Conseil Départemental du Morbihan. L'Etat contribue au budget à hauteur de 2%. La billetterie du Festival contribue aussi chaque année au budget pour plus d'un million d'euros, ce qui représente près de 20% du budget total.

Mais les sources de financement sont diverses car le Festival compte aussi sur la vente des produits dérivés et de boissons pour apporter une partie du budget.

De plus, depuis 2012 un fond de dotations a été mis en place afin de permettre à des particuliers et des entreprises de contribuer financièrement au fonctionnement du Festival. Cette structure juridique vise à simplifier et rationaliser le mécénat. Depuis quelques années l'accent est donc mis sur le mécénat pour assurer l'équilibre financier et la pérennité du Festival. Non content d'être déductible des impôts et non soumis à la TVA, le mécénat est aussi valorisé au sein du Festival car il permet aux entreprises de s'investir dans la vie culturelle locale. Dans cette optique, le Festival prévoit aussi chaque année un espace dédié au club K<sup>2</sup> au bout du Quai de Rohan. C'est l'occasion pour les chefs d'entreprises et autres acteurs de la vie économique du pays de Lorient de se rencontrer et de « créer du réseau » dans un environnement privilégié. C'est aussi une opportunité pour les organisateurs du Festival de développer de nouveaux partenariats. A l'heure actuelle, le Festival Interceltique compte près de 80 partenaires professionnels.

---

<sup>2</sup> Le club K est un réseau de professionnels créé à l'occasion du Festival Interceltique. Ce lieu a pour but de faciliter les échanges et les contacts entre les institutions économiques, culturelles et institutionnelles. En échange de leur adhésion au club K et de leur soutien au Festival, les membres ont le droit à diverses contreparties.

C'est aussi dans un but de soutien au Festival que le badge a été instauré en 2012. Avec tout de même 57% du Festival en accès gratuit et un badge au prix équivalent à 50 centimes d'euros par jour pour dix jours de festivités, l'idée est que le Festival reste un lieu convivial et accessible à tous, tout en permettant à chacun de s'investir dans la pérennité d'un évènement culturel majeur de Lorient.

## **B – L’impact du Festival**

### **1 – Le Festival dans son environnement**

#### **1.1 – Le Festival et Lorient**

Du fait de la place occupée par le Festival dans la ville pendant les dix jours que durent les festivités chaque année de nombreuses mesures et installations sont à prévoir que ce soit sur le plan de la sécurité, des transports ou encore du développement durable. Elles se font ainsi l’écho des politiques de la ville.

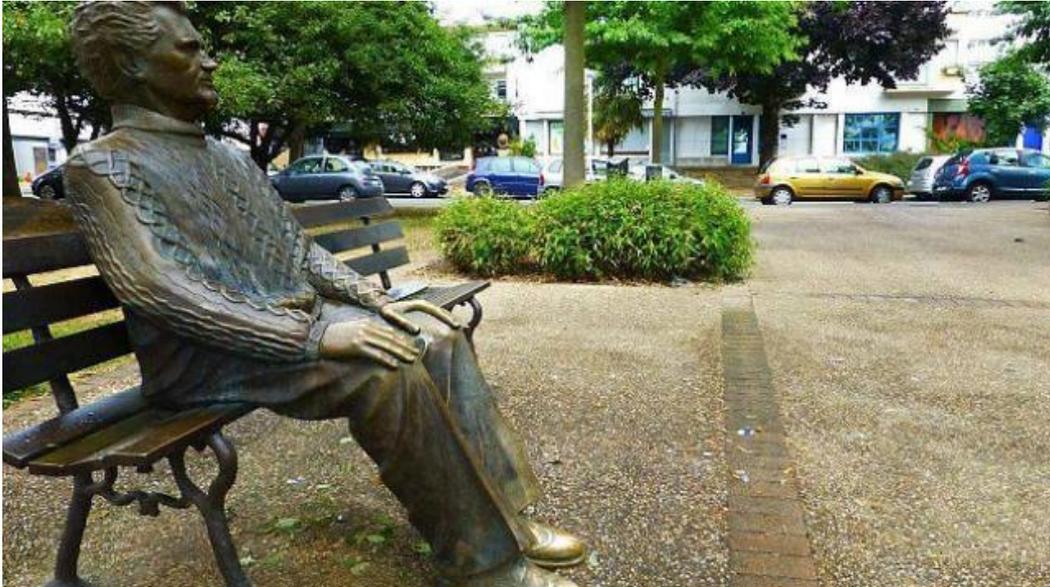
Depuis le début des années 2000, le développement durable est fortement encouragé sur tous les sites du Festival. Il s’illustre par une série de d’initiatives. Par exemple, un « village solidaire » regroupant des associations œuvrant dans le domaine de l’écologie et du développement durable voit le jour en 2004 et des bénévoles sont recrutés chaque année depuis 2009 pour guider les festivaliers dans le tri de leurs déchets. Cette sensibilisation à une consommation plus propre est aussi illustrée par la mise en place d’un système de gobelets réutilisables sous caution. Instaurés en 2000, c’est depuis près de 350 000 gobelets réutilisables qui sont édités chaque année. Toutes ces actions ont abouti à la création d’une charte de développement durable, en coopération avec quatre autres festivals bretons. Cette charte est instaurée en 2007.

Un espace prévention est aussi mis en place chaque année pour sensibiliser les festivaliers aux risques liés au bruit et à l’alcool.

Les transports collectifs, avec la CTRL, sont aussi intégrés à l’organisation du Festival, au niveau de la ville comme de la région. Ainsi, des tarifs préférentiels sont proposés lors du Festival et des lignes supplémentaires sont mises en place. Pour assurer la sécurité de tous et une plus grande efficacité, la place de l’Hôtel de Ville est utilisée depuis deux ans afin d’assurer un filtrage des festivaliers.

Mais au-delà de ces considérations organisationnelles, c’est la ville en elle-même qui est marquée par le Festival et son histoire. Ainsi, une statue représentant un des « pères fondateurs » du Festival Interceltique, Polig Montjarret a été inaugurée sur la place éponyme en août 2008. De plus, depuis le début des années 2000 un rond-

point portant le nom de la nation celtique mise à l'honneur est inauguré chaque année lors du Festival. L'un des souhaits du président du Festival, M. Lisardo Lombardia, serait maintenant d'afficher la qualité de « Capitale interceltique » de Lorient aux portes de la ville. L'avenir nous dira si cela se fera...



*La statue de Polig Montjarret sur la place du même nom*

## **1.2 – L'impact économique du Festival sur la région**

Le Festival Interceltique étant fortement ancré dans sa région, il cherche à favoriser au maximum les partenaires régionaux. Ainsi, les 700 personnes embauchées en CDD à divers postes du Festival chaque année sont toutes issues de la région ; et 83% des cinq millions d'euros du budget annuel du Festival sont redistribués en Bretagne par le biais des partenaires choisis au sein des différents pôles.

De plus, les entreprises locales bénéficient de retombées économique importantes lors du Festival. Pour l'édition 2015 du Festival, le Comité Départemental du Tourisme du Morbihan annonçait une augmentation de 377% du nombre de touristes<sup>3</sup> et de 203% des excursionnistes<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> personnes non résidentes ayant dormies dans le département le soir de leur participation

<sup>4</sup> personnes qui ne sont pas morbihannaises et qui n'ont pas dormies dans le département le soir de leur participation

En 2010, certains bars et restaurants estimaient donc à 30% la part de leur chiffre d'affaires annuel réalisé pendant le Festival. Avec un budget journalier moyen de 30€, c'est donc un apport de près de 24 millions d'euros apportés chaque année à l'économie locale.

## **2 – L'impact culturel du Festival Interceltique**

Le Festival est signataire de la charte *Ya d'ar brezhoneg* visant à la défense et à la promotion de la langue et de la culture bretonne. Le Festival a aussi pour vocation de supporter la création culturelle. Cela s'est fait sous l'impulsion du premier directeur du Festival, Jean-Pierre Pichard, qui dès les débuts du Festival avait pour ambition de faire du Festival un lieu de promotion de la nouvelle musique bretonne. Le Festival étant porté par une identité « interceltique » il a permis de découvrir des artistes tels que Carlos Nuñez et contribue encore aujourd'hui à l'amélioration de la qualité et de la diversité de la musique celtique.

Mais l'un des enjeux est aussi de faire perdurer la culture et la musique bretonne et celte, en prouvant sa modernité. L'une de ses meilleures illustrations est sûrement le Red Bull Boom Bus, qui a vu son acte final se tenir le dimanche 14 août 2016 au pavillon de la Bretagne. Cette création rassemblait sur une même scène deux DJ's et le bagad de Lorient pour des créations musicales originales détonnantes. Les trois éditions de cet évènement ont rassemblé un public de 4000 à 5000 personnes chaque année. Preuve en est que le Festival et la culture celtique sont capables de se réinventer en permanence, et que le public est toujours avide de découvertes culturelles en tout genre.



*L'acte III du Red Bull Boom Bus au Festival Interceltique*

De plus, la présence de nombreux festivaliers et médias du reste de la France et de l'étranger participe aussi au rayonnement de Lorient. L'espace presse du Festival Interceltique accueille tout au long d'une édition sept agences de presse, vingt-six titres de presse écrite, vingt-trois radios, neuf chaînes de télévisions et trente-trois médias étrangers. Cela représente au total 520 journalistes accrédités. Au total, chaque année ce sont entre 1000 et 1300 parutions qui sont répertoriées dans divers médias à propos du Festival.

## **II - ... pour une organisation optimale**

## A – Les missions du pôle commercialisation du Festival Interceltique

L'organisation du Festival Interceltique est répartie entre quatre pôles : Artistique, Ressources Financières, Communication et Administration de Production. La Régie Générale se charge surtout du travail de terrain (montage, maintenance, production technique...).

Au sein du pôle Ressources Financières, le service Commercialisation est géré par Marie Le Guyader. Elle est assistée chaque année à partir du mois de juin d'une assistante Projet Evènementiel et Commercial et d'une assistante Produits Dérivés. Cette année c'est donc Chloé Falquerho qui était en charge de la promotion et de la vente des badges en tant qu'assistante Projet Evenementiel et Commercial ; quand pour ma part j'ai été chargée du poste d'assistante Boutiques.

### 1 – La vente des badges

Le badge de soutien du Festival est aussi géré par le service Commercialisation. Ses bénéfices sont multiples. En l'achetant, les festivaliers repartent avec un souvenir collector du Festival auquel ils ont assisté et peuvent accéder à toutes les parties du Festival, puisque certains évènements sont dorénavant réservés aux porteurs du badge. Mais c'est aussi une façon de marquer son soutien au Festival puisque les revenus engendrés par la vente des badges sont de plus en plus important chaque année. De fait, cette année c'est près de 55 000 badges de soutien à 5€ qui ont été vendus !



*Le badge collector 2016, mettant à l'honneur l'Australie, nation invitée.*

De manière générale, l'accueil réservé au badge est plutôt positif. Il est aujourd'hui vu comme un objet à collectionner en souvenir de son passage au Festival. De plus, un grand travail de démarchage est réalisé en amont du Festival. Ainsi, Chloé Falquerho qui assistait cette année Marie Le Guyader pour la partie « badge de soutien » a contacté de nombreuses entreprises et institutions du pays de Lorient afin de promouvoir le badge du Festival et son action pour la pérennité du Festival Interceltique

## **2 – La commercialisation des produits dérivés**

La Commercialisation représente une charge de travail sur l'année. Cela va du choix des produits collector de l'édition du Festival à venir, à la mise en place de la boutique éphémère du Festival Interceltique dans le centre commercial Nayel sur la période de Noël, aux premières prises de contacts avec les bénévoles dans le courant du mois de mai. Tout au long de l'année le service Commercialisation assure donc une permanence de communication sur le Festival puisque les produits dérivés sont mis en avant à différentes périodes de l'année.

En amont du Festival Mme le Guyader se charge donc dans un premier temps du choix des produits dérivés. Certains produits intemporels peuvent être conservés et vendus d'une année sur l'autre, mais pour les produits collector reprenant le visuel d'une année en particulier, le choix des quantités à commander est plus délicat. Ainsi, cette année les produits collector 2016 ont particulièrement bien fonctionné auprès des festivaliers grâce à un visuel très réussi. Certains produits ont donc été rapidement épuisés, dès la fin du premier week-end. Il est donc difficile d'estimer quels produits fonctionneront très bien et lesquels ne fonctionneront pas, car cela dépend beaucoup de la réception faite par le public au visuel de l'année. Cette année, le design de l'affiche mettant à l'honneur l'Australie a fait l'unanimité, et cela s'est ressenti sur les ventes de produits dérivés.

Nous avons aussi été chargées de la diffusion des Grands Programmes du Festival, un magazine détaillant les différents événements programmés au Festival Interceltique, contenant aussi des interviews et des éditos... C'est un support de communication intéressant conçu par le service Communication du Festival. Cependant, étant proposé aux buralistes et libraires de Lorient en dépôt-vente, nous avons pris en

charge sa diffusion. Il a donc fallu rédiger un contrat de dépôt-vente<sup>5</sup> et démarcher de nombreux bureaux de presse afin de diffuser ces magazines.

La place des produits dérivés est importante au sein du Festival Interceltique. D'une part ils permettent une rentrée d'argent importante chaque année ; d'autre part ils jouent un rôle majeur dans la renommée et la popularité du Festival. En effet le nombre de produits vendus durant le Festival mais aussi pendant l'année donne une idée du rôle que les Produits dérivés jouent dans les ressources financières du Festival.

De plus, le Festival Interceltique tient à rester un évènement accessible au plus grand nombre. La vente de produits dérivés permet d'arriver à un équilibre financier sans sacrifier la gratuité des spectacles proposés.

---

<sup>5</sup> Annexe 3

## **B – La concrétisation du travail d’une année, les dix jours du Festival Interceltique**

### **1 – La gestion des produits**

Le mois précédent le Festival est un temps d’effervescence permanente, car c’est le travail d’une année qui est en jeu. Tout doit être réglé et mis en place au même moment, ce qui explique l’augmentation progressive des effectifs du Festival sur la période de mars à juin.

Au sein du service Commercialisation, Marie Le Guyader est responsable de la vente de badges et de la commercialisation des produits dérivés, elle était assistée de ma collègue Chloé pour la vente de badges et de moi-même pour la gestion des boutiques.

Ces deux missions, bien que distinctes sont pourtant proches car elles visent toutes les deux à entreprendre une promotion du Festival afin à terme d’assurer la pérennité financière de l’évènement. L’une de mes premières missions de terrain a donc été de participer au démarchage pour la vente de badges avec Mme Falquerho au cours du mois de juillet.

Lors de la période pré-Festival nous avons été amenées à nous rendre beaucoup sur le terrain à la rencontre de partenaires. Des jeux-concours ont par exemple été organisé afin de promouvoir le Festival, pour permettre aux participants de gagner des produits du Festival.

Par la suite, une des missions les plus importantes était de garder une trace des stocks en amont du Festival, des produits vendus, des produits distribués, afin de savoir en permanence où en était les stocks, où réapprovisionner, mais aussi afin de réaliser un état des stocks clair à la fin du Festival<sup>6</sup>

Une nouveauté cette année au Festival a été la généralisation de la carte Celticash. Cette carte de paiement permet aux festivaliers de régler leurs achats en restauration

---

<sup>6</sup> Exemple de documents de stocks réalisés en Annexe 2

et produits dérivés sans espèce, par le biais d'une carte de paiement chargée au préalable.



L'idée est bonne et permet d'apporter un souffle de modernité dans le Festival. Cependant cet outil mérite encore quelques améliorations car il nous a compliqué le travail inutilement. En effet, les terminaux de cartes bleues ne fonctionnaient pas toujours de manière optimale et le matériel a été livré trop tard pour que nous puissions former tous nos bénévoles de manière optimale.

## **2 – Le travail avec les bénévoles**

Malgré les difficultés liées aux tablettes de la Celticash, la gestion des équipes bénévoles a été une première expérience très intéressante.

Au sein du service Commercialisation, nous pouvons compter sur un contingent de près d'une centaine de bénévoles. Ils sont répartis entre les deux domaines que sont la promotion et la vente de badges et la gestion des boutiques du Festival. Pour assurer une efficacité optimale, nos équipes étaient donc clairement séparées.

Pour la gestion des boutiques du Festival nous comptons une équipe d'une trentaine de bénévoles. S'il s'agit évidemment d'être le plus efficace possible dans la vente des produits, nous avons aussi pour but d'assurer à ses personnes une expérience

agréable pendant la durée du Festival. Ainsi, l'organisation des plannings de travail a été une partie importante de mon travail. Le récapitulatif des disponibilités et exigences de chacun figurant en Annexe 4 permet de s'apercevoir des requêtes à prendre en compte pour satisfaire chacun des bénévoles. Il faut tenir compte des disponibilités de chacun et prévoir une organisation qui garantira une réussite optimale.

L'organisation de plannings de travail n'est pas toujours chose aisée lorsque l'on essaye de satisfaire au maximum les envies et les disponibilités de chacun. Fort heureusement, nous pouvons compter chaque année sur un petit nombre de bénévoles récurrents qui s'investissent beaucoup dans leur expérience au sein des boutiques du Festival. Mon but était donc de permettre autant que possible aux nouveaux arrivants d'être accompagnés sur le terrain d'anciens bénévoles qui pourraient les orienter lorsque je ne serais pas présente avec eux.

Pour faciliter le travail de tous, nous avons réalisé un livret présentant en détails les produits et notre équipe, mais aussi le travail de bénévole et les avantages dont ils pourraient bénéficier, allant de la restauration au transport, en passant par les dotations offertes à chacun en échange de leur participation en tant que bénévole.

De plus, en raison de la présence de nombreux festivaliers étrangers il a aussi fallu traduire les descriptifs de produits<sup>7</sup> et les informations principales en anglais afin d'assurer une bonne compréhension de chacun. Ce livret était aussi remis au bénévole afin de leur fournir une base pour conseiller les clients.

Ensuite, pendant la durée du Festival, ma mission a consisté à me rendre dans les différentes boutiques pour les réassorts où en cas de problèmes. J'étais aussi chargée d'ouvrir et de fermer les boutiques le matin et le soir. Une fois cela fait il fallait rapatrier les caisses afin de préparer les fonds de caisse et emmener les liquidités à la banque du Festival. Une rapide lecture des feuilles de vente permettait aussi de faire un état des ventes du jour. Cela permet de se rendre compte de l'évolution des stocks de produits et de prévoir quels produits fournir en plus grand nombre le lendemain. J'ai donc pu me rendre compte que, malgré les prévisions que je tentais de faire, les ventes pouvaient être très différentes d'un jour à l'autre suivant le lieu de vente et le public présent.

---

<sup>7</sup> cf. Annexe 5

L'un des aspects qui a pu me paraître délicat au début de mon stage est le fait que j'allais être amenée à encadrer des personnes plus âgées que moi, et d'autres ayant plus d'expérience au sein des boutiques. Mais, s'il s'agissait de ma première expérience, je n'ai finalement pas rencontré de difficulté notable. Il est vrai que lors des week-ends particulièrement chargés les tensions peuvent monter plus facilement, mais je n'ai eu aucun incident à déplorer et c'est donc un premier essai positif que j'aurai vécu en encadrant les bénévoles des boutiques du Festival Interceltique.

A large-scale stage production, likely a concert or theatrical performance, featuring a central backdrop of a cathedral. The stage is illuminated with vibrant blue spotlights and beams of light, creating a dramatic atmosphere. The floor is decorated with intricate, glowing patterns. The word "CONCLUSION" is prominently displayed in white, bold, uppercase letters across the center of the image.

# CONCLUSION

Ce stage au sein du Festival Interceltique a été une opportunité très intéressante pour un stage de fin de licence, car cela m'a permis d'acquérir une expérience de plus dans un domaine que j'affectionne, à savoir l'évènementiel, tout en prenant part à l'organisation d'un évènement que je connais bien – ou pensait connaître ! En travaillant dans le service de commercialisation du Festival, je n'ai pas eu l'impression d'être en stage mais au contraire d'être réellement partie prenante d'une équipe de travail, car j'ai pu dès les premiers jours me lancer dans des tâches concrètes que j'allais avoir la chance de voir aboutir quelques temps plus tard. En effet, nous n'avons pas toujours l'opportunité de voir le résultat concret du travail réalisé en stage, et cela a été une motivation de plus.

Lors de ce stage j'ai aussi pu réaliser l'importance de la prise d'initiative et de l'autonomie. S'il faut évidemment être capable de mettre en pratique des connaissances acquises lors de nos études, la réactivité est d'autant plus importante que le Festival est un évènement vivant qui connaît donc de nombreux imprévus.

Mais j'ai surtout noté c'est l'importance d'une bonne équipe de travail. J'ai eu la chance d'être encadré par une maître de stage très à l'écoute, qui nous a poussée, moi et ma collègue, à ne pas craindre de prendre des initiatives et qui a su être à l'écoute en cas de doute. De plus, j'ai eu la chance d'encadrer une équipe de bénévoles très motivés qui ont participé à faire de ce stage une réussite.

Ce stage a été une expérience très enrichissante, qui m'a permis de gagner en confiance et en maturité. Prendre des responsabilités et affirmer ses décisions n'est pas toujours chose aisée lorsque l'on travaille avec des gens plus expérimentés ou plus âgés que soi, travailler au Festival m'aura ainsi poussé à m'affirmer plus. Je sais que c'est une chose qui me servira toujours dans ma vie professionnelle future.

De plus, j'ai été heureuse de pouvoir utiliser les langues étrangères lors de mon stage, que ce soit en traduisant des documents ou au contact des clients.

Ces deux mois ont donc été une expérience intense et riche d'enseignements que j'espère avoir l'opportunité de renouveler dès que possible si mes disponibilités futures me le permettent.

# ANNEXES

# Annexe 1 : Logiciel de gestion de projets INTRAZIK, dédié au spectacle vivant

**INTRAZIK** Menu général > Plannings, agenda > Agendas > Marine (Intercalique)

Filter par date

Date 20/07/2016 Debut 09:00 Fin 02:00 Incrément 15 min Couleur Type d'évènement Ressources Marine HENAUULT

Agendas Ressources Groupes

Marine HENAUULT 05:00

Plannings

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

Horizontal Vertical Liste Petit Grand PDF

	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	Duree Pro	Amplitude Pro
<b>Reresource</b>																								
<b>Marine HENAUULT</b>																								
Lun. 18 Jul. 2016		10:00 - 11:00 RDV	11:00 - 12:00 Dépôt																				02:00	02:00
Mar. 19 Jul. 2016		09:00 - 10:00 La Poste																					01:00	01:00
Mer. 20 Jul. 2016																							00:00	00:00
Jeu. 21 Jul. 2016																							00:00	00:00
Ven. 22 Jul. 2016							16:00 - 17:00 RDV Aurélie																02:00	07:00
Sam. 23 Jul. 2016							10:00 - 11:00 Contacter																00:00	00:00
Dim. 24 Jul. 2016																							00:00	00:00

Formulaires en ligne <sup>(2)</sup>

Actif  Oui  Non Titre et/ou section  Raz

Actif	Nom	Section	Date Modification	Actif	Code formulaire
<input type="checkbox"/>	Formulaire Salariés 2016	ADMIN Saisonniers	13/06/16 10:18	<input checked="" type="checkbox"/>	IZK_custom_url_221
<b>BARS (3 lignes)</b>					
<input type="checkbox"/>	BENEVOLE Formulaire complémentaire bénévoles Bar 2016	BARS	13/07/16 11:16	<input checked="" type="checkbox"/>	IZK_custom_url_214
<input type="checkbox"/>	Formulaire complémentaire salariés bars 2016	BARS	08/07/16 14:56	<input checked="" type="checkbox"/>	IZK_custom_url_247
<input type="checkbox"/>	Formulaire Salariés Bar 2016	BARS	28/06/16 10:06	<input checked="" type="checkbox"/>	IZK_custom_url_203
<b>BENEVOLAT (2 lignes)</b>					
<input type="checkbox"/>	Formulaire bénévolat recrutement interne 2016	BENEVOLAT	18/05/16 15:00	<input checked="" type="checkbox"/>	IZK_custom_url_202
<input type="checkbox"/>	Formulaire bénévoles site internet 2016	BENEVOLAT	09/05/16 10:47	<input checked="" type="checkbox"/>	IZK_custom_url_185
<b>CONCOURS (5 lignes)</b>					
<input type="checkbox"/>	Formulaire Concours Accordéon 2016	CONCOURS	17/06/16 10:08	<input checked="" type="checkbox"/>	IZK_custom_url_180
<input type="checkbox"/>	Formulaire Concours Batteries 2016	CONCOURS	14/04/16 12:11	<input checked="" type="checkbox"/>	IZK_custom_url_181
<input type="checkbox"/>	Formulaire Concours Harpe Celtique 2016	CONCOURS	19/07/16 16:33	<input checked="" type="checkbox"/>	IZK_custom_url_176
<input type="checkbox"/>	Formulaire Concours Pipe Bands 2016	CONCOURS	14/04/16 12:12	<input checked="" type="checkbox"/>	IZK_custom_url_181
<input type="checkbox"/>	Formulaire Trophée de musique celtique Loïc Raison 2016	CONCOURS	14/04/16 12:12	<input checked="" type="checkbox"/>	IZK_custom_url_180
<b>Exemples (7 lignes)</b>					
<input type="checkbox"/>	Copie de Bulletin d'Adhésion en ligne	Exemples	29/06/16 21:43	<input checked="" type="checkbox"/>	IZK_custom_url_242
<input type="checkbox"/>	Formulaire de Demandes d'ARTISTE ENIGAGÉ	Exemples	29/06/16 21:43	<input checked="" type="checkbox"/>	IZK_custom_url_242

## Annexe 2 – Exemples de tableaux de suivi de produits réalisés

Nb Produits Dériv

	A	B	C	D	E	F
1			<b>Vente Produits Dérivés 2016</b>			
2						
3			<b>Produit</b>	<b>VTE</b>		
4		Produits Culturels	CD FIL 2016	512		
5			DVD NI	292		
6			DVD 10jours/10 nuits	7		
7			CD Planète Celtique	4		
8			Livre AC	38		
9			Livre Asturien	6		
10			Magazine	268		
11		Produits Collectors	Affiche FIL 2016	796		
12			Affiche Collector 2016	149		
13			MUG 2016	1122		
14			Cartes Postales 2016	1677		
15			Boîtes à Gâteaux 2016	464		
16			Boîtes de Sardines 2016	273		
17			Coffret Groix & Nature 2016	32		
18			Carnet de Timbres 2016	71		
19			Magnet 2016	465		
20			Puzzle 2016	64		
21			Cahiers 2016	101		
22			Portes Clefs 2016	234		
23			Chapeaux 2016	80		

Inventaire réserve 19-08-2016 - Microsoft Excel

File Home Insert Page Layout Formulas Data Review View

Clipboard Font Alignment Number Conditional Formatting

G14

	A	B	C	D	E	F	G	H
1								
2	<b>Etat des stocks réserve au 19/08/2016</b>							
3								
4								
5			<b>Produit</b>	<b>Quantité</b>				
6			CD FIL 2016	59				
7			CD FIL 2015	56				
8			CD FIL 2014/2013/2012/2011	6				
9			DVD NI	893				
10			DVD 10jours/10 nuits	9				
11			CD Planète Celtique	222				
12			Livre AC [fr]	61				
13			Livre AC couverture dure	27				
14			Livre AC [eng]	36				
15			Livre AC [esp]	21				
16			Livre Asturien	151				
17			Magazine 2016	329				
18			Badge 2016					
19			Badges 2015/2014/2013/2012/2011					
20			Affiche FIL 2016					
21			Affiche Collector 2016					
22			MUG 2016	0				
23			Cartes Postales 2016	333				

Feuil1 Feuil2 Feuil3

Enter

## Annexe 3 – Contrat de dépôt vente des magazines du Festival Interceltique



### CONTRAT DE DÉPÔT VENTE 2016

Entre

- le FESTIVAL INTERCELTIQUE DE LORIENT dont le siège social se situe rue Pierre Guergadic – 56100 Lorient, 02 97 21 24 29, SIRET : 304 308 083 000 43 – APE : 9001Z, représenté à l'effet des présentes par Guy GESTIN en sa qualité de Président.

Ci-après : le FESTIVAL,  
D'une part, Et :

- ..... dont le siège social se situe ..... 56100 Lorient,  
Siret : ..... APE : ....., représenté à l'effet des présentes par le  
..... en sa qualité de gérant.

Ci-après : le REVENDEUR  
D'autre part,

IL EST CONVENU CE QUI SUIT :

**Objet** : Le FESTIVAL met en dépôt-vente un stock de Magazine 2016 dont la quantité sera préalablement définie avec le REVENDEUR.

**Modalités du contrat** : Le FESTIVAL met à disposition du REVENDEUR, pour une durée s'étalant du 20/07/2016 au 14/08/2016, un stock composé des produits suivants : ... Magazines 2016. (Prix unitaire 5€ TTC)

**Modalité financière** : A l'issue de l'édition 2016 du Festival Interceltique de Lorient, Le REVENDEUR s'engage à remettre au FESTIVAL un relevé des ventes détaillé des produits mentionnés ci-dessus, dans un délai de 7 Jours après la fin de l'édition 2016 du Festival et la recette correspondante. Le FESTIVAL transmettra alors si besoin une facture au REVENDEUR correspondant, pour chaque produit, aux recettes établies pendant la période.

**Reprise** : Le REVENDEUR s'engage à remettre au festival l'intégralité du stock d'inventus des Magazines du FIL 2016.

**Litiges** : A défaut d'accord amiable, pour tous litiges pouvant survenir entre les parties relativement à la validité, l'interprétation et/ou l'exécution du présent contrat, les tribunaux de Lorient seront seuls compétents.

**Élection de domicile** : A l'effet des présentes, les parties font élection de domicile aux adresses visées en tête de contrat.

Fait à LORIENT, en 2 exemplaires, le ..... / ..... / 2016

Le FESTIVAL INTERCELTIQUE LORIENT,

Le REVENDEUR,



## Annexe 5 – Extrait de la traduction du livret d’information

### Textile Products



Available in the Official Textile Shops of the Interceltic Festival (look for the *Boutique Officielles Armor Lux*) on the Interceltic Market and also on the Online shop.

<https://www.armorlux.com/fr/381-festival-interceltique-de-orient>

From

15€

### Badge 2016

This year, once again, The Interceltic Festival of Lorient sets up a support badge which will allow you to access several major places of the Festival, during the ten days of the festivities. This badge enable the festival-goers to give their support to the Festival and to express publicly this support while enjoying the emblematic places of the Festival.



5 €

#### *Different areas accessible with the badge:*

- **Quai des Pays Celtes** : the Quay of the Celtic Nations : Every night from 22, shows and concerts in the various Pavilions of Ireland, Asturias, Acadia...
- **Quai de la Bretagne** : the Quay of Brittany
  - o Concerts every night from 22:00.
  - o Tuesday 9th : « Kitchen Music » from 14:00
  - o Sunday 14th : « Kenavo An Distro »
- **The Breizh Stadium** :
  - o Sunday 7th : Music and dance groups from Brittany
  - o Friday 11<sup>th</sup>: Introduction to the boomerang throwing
  - o Sunday 14th: Breton games and sports
- **Carnot Hall**: Every night from 21:30, for the must-see traditional Fest-Noz.
- **The Congress Centre**: attend the various Master Classes from 10:00 at the Congress centre in front of the marina.
- **St Louis Auditorium**:
  - o Access to the conferences about traditional Breton costumes. From 10:30.
  - o Access to the *Cinefil*, the film programming of the Interceltic Festival. From 15:00 every day.

#### *How does it work ?*

The badge is on sale for 5€ and allows the festival-goers to access, during the ten days of the Festival, to all the activities mentioned above.

**The points of sale** : official shops of the Festival in the Congress centre, next to the Post office, on the Quay of Brittany and in the Nayel shopping centre ; the online shop and the tourist information centres in Lorient and the cities around.

**Annexe 6 : Curriculum vitae**

cf Page suivante

## Ressources utilisées

Site internet du Festival Interceltique : <http://www.festival-interceltique.bzh/>

*Le Festival Interceltique de Lorient* ; par Alain CABON (Editons Ouest-France)

Ressources internes du Festival

<http://mybandnews.com>: « Les chiffres records des festivals en France »

<http://www.irma.asso.fr>: La France et la richesse de ses festivals de musiques actuelles