



PRÉ-BILAN 60^e édition du festival Off Avignon

Festival Off Avignon | Avignon Festival & Compagnies
Jeudi 23 juillet 2026

i La 60^e édition du festival Off Avignon n'étant pas terminée, les éléments présents dans ce document sont ceux disponibles à date le 23 juillet 2026.

La 60^e édition du festival Off Avignon confirme la place majeure de la manifestation dans le paysage culturel français et international. Avec plus de 1 800 spectacles, environ 27 000 levers de rideau et une fréquentation qui reste stable, cette édition anniversaire témoigne de la vitalité de la création, malgré un contexte économique particulièrement difficile pour les compagnies et les structures de production.

1/ CHIFFRES DE LA 60^e ÉDITION

La programmation de cette 60^e édition reste globalement stable, tout en enregistrant une légère augmentation du nombre de compagnies présentes à Avignon.

- 1812 spectacles + 48 événements = **1860 au total** ;
- Environ **27 000 levers de rideau** ;
- **141 théâtres**, dont 13 autres lieux ;
- 1579 compagnies et structures de production (+12% par rapport à 2025) ;
- 90 % de compagnies françaises et 10% de compagnies étrangères ;
- **200 spectacles et événements jeune public** (+17% par rapport à 2025).

La programmation reste très majoritairement consacrée au théâtre :

- 74 % de théâtre ;
- 20 % d'humour ;
- Puis des spectacles de cirque, de danse et de musique.

Fréquentation du festival

En l'absence de billetterie centralisée, AF&C a engagé un travail de coopération avec les différentes billetteries afin d'obtenir une vision plus fidèle de la fréquentation dans les salles.

Au 21 juillet, AF&C a pu faire remonter plus de la moitié des données du nombre total de billets proposés à la vente, ce qui représente plus de 1,3 million de billets sur un volume total estimé à 2,6 millions.

Cette analyse permet d'établir une estimation du **taux de remplissage moyen de 54 %**.

Elles confirment également la diversité des tarifs pratiqués :

- 54 % des places vendues au tarif abonné-e, sur présentation d'une *Carte Off* ;
- 14 % des places vendues au plein tarif ;
- 24 % des places vendues à d'autres tarifs réduits ;
- 8 % de places exonérées, notamment pour les professionnel·les.

Le chiffre d'affaires global de la billetterie du festival Off Avignon est estimé à environ 22 millions d'euros.

Cette estimation permet de mieux mesurer le poids de la billetterie du Off dans l'écosystème économique du festival.

Ticket'Off

Ticket'Off, service de revente de contremarques de billets, porté par AF&C, représente une part croissante des ventes réalisées pendant le festival.

1 798 des spectacles du festival Off Avignon sont en vente sur *Ticket'Off* soit **99% de la programmation**.

Environ 40 % des billets analysés ont été vendus sous la forme de contremarques organisées par AF&C, avec une augmentation de 15 % de contremarques vendues par rapport à l'an dernier.

À date, 340 000 contremarques ont été vendues via *Ticket'Off* (+15% par rapport à 2025).

La répartition des ventes montre une anticipation croissante des publics :

- Un tiers des billets vendus avant le festival ;
- Deux tiers vendus pendant le festival.

Les calendriers du festival Off Avignon et du Festival d'Avignon étant identiques cette année, les données permettent également de mieux observer les habitudes de fréquentation sur l'ensemble du mois de juillet.

Les premières analyses indiquent qu'une personne détentrice de la *carte Off* achète en moyenne environ deux fois et demie plus de billets qu'une personne non abonnée. Elles permettent également d'estimer qu'il y a environ trois fois moins de spectateur·rices que de billets vendus, chaque festivalier·e assistant à plusieurs représentations.

Mis en place afin de renforcer le bouche-à-oreille et d'aider les spectateur·rices dans leurs choix, le dispositif des Coups de cœur a suscité un fort intérêt de la part du public et des compagnies.

- 13 074 comptes *Ticket'Off* ont utilisé le dispositif ;
- Environ 75 000 Coups de cœur ont été attribués.

Carte Off

La *carte Off* et les avantages qui lui sont associés sont de plus en plus plébiscités par les publics du festival.

Environ 84 000 cartes Off vendues à ce jour, avec une estimation finale autour de 86 000 cartes à l'issue du festival. En 2025 80 000 cartes avaient été vendues et 65 000 cartes en 2024.

Répartition des ventes :

- 63 % de cartes achetées au plein tarif
- Les autres cartes ont été vendues à des tarifs réduits destinés notamment aux résident·es du Grand Avignon, demandeur·ses d'emploi, détenteur·rices de la *Carte TADAMM*, jeune 14-30 ans, PSH, pass culture, comités sociaux et économiques...

La provenance des acheteur·ses *Ticket'Off* confirme le rayonnement national du festival :

- 41 % proviennent du quart Sud-Est de la France ;
- 18 % de la région Île-de-France dont 12 % de Paris.

Les compagnies

La question du financement reste l'un des principaux enjeux de cette édition. 1 513 spectacles, soit 81 % de la programmation, ne bénéficient d'aucune subvention territoriale.

Une grande majorité des structures de production présentes au festival s'autoproduisent donc, sans soutien direct des pouvoirs publics.

Cette situation souligne la fragilité économique persistante des compagnies et leur forte dépendance aux recettes de billetterie, aux ventes de spectacles et à leurs ressources propres.

Les accrédité·es professionnel·les

Le festival Off Avignon demeure un rendez-vous majeur pour les professionnel·les du spectacle vivant et les médias.

2 080 professionnel·les se sont accrédité·es, soit 1 580 professionnel·les du spectacle vivant et 500 professionnel·les de la presse.

Parmi les professionnel·les accrédité·es :

- 96 % assistent à des spectacles du festival Off Avignon ;
- 36 % assistent également à des spectacles du Festival d'Avignon ;
- 86 % sont français·es ;
- 14 % sont étranger·es.

Ces données confirment le rôle du festival comme espace de repérage, de programmation et de mise en réseau pour l'ensemble de la filière.

Couverture médiatique du festival

La couverture médiatique de cette 60^e édition progresse fortement.

Au 22 juillet, **3 033 retombées presse**, soit une augmentation de 20 % par rapport à 2025.

La fréquentation des outils numériques du festival est également en hausse :

- 1,5 million de visites sur le site internet, dont environ 1 million de visites au mois de juillet. Une progression de 15 % par rapport à l'an dernier ;
- Le festival réunit aussi 83 000 abonné·es sur les médias sociaux.

FOCUS SUR LA LUTTE ET LA PRÉVENTION CONTRE LES VIOLENCES SEXISTES ET SEXUELLES

AF&C a poursuivi et renforcé son dispositif de prévention et de lutte contre les violences sexistes et sexuelles. Plusieurs actions ont été mises en place en amont et pendant le festival :

- Des webinaires destinés aux théâtres, aux compagnies et aux structures de production ;
- La formation des équipes d'AF&C ;
- La présence de référent·es au sein de l'association ;
- Une charte dédiée ;
- Un espace de documentation au Village du Off ;
- Corner de documentation au Village du Off ;
- Boîte mail de signalement ;
- Présence ponctuelle des partenaires au Village du Off comme Safer ;
- Un kit de prévention à destination des théâtres...

AF&C reste en alerte et pleinement mobilisée sur ces questions, qui demeurent essentielles à défendre pour l'ensemble de la filière du spectacle vivant.

LES TEMPS FORTS DE L'ÉDITION

Le Village du Off

Avec environ 6 200 visiteur·ses par jour, le *Village du Off* confirme son rôle d'épicentre de la vie du festival.

Depuis le début de l'édition, il a accueilli environ 118 000 visiteur·ses et plus de 300 événements et rencontres y ont été organisés dont des rencontres professionnelles, des débats, des ateliers, des soirées professionnelles, des temps privilégiés de réseautage où compagnies, structures de production et programmeurs pouvaient se rencontrer.

Plusieurs temps forts ont rythmé la programmation avec la Place à la Méditerranée, Les Assises de la diffusion du spectacle vivant, la Place à l'international, la Place à l'écoresponsabilité, la Place aux auteur·rices.

Cette programmation confirme la fonction du *Village du Off* comme lieu de réflexion, de travail, de convivialité et de mise en réseau pour l'ensemble de la filière.

La Comédie Humaine, la Librairie du Off

Installée depuis quatre ans au *Village du Off*, La Comédie Humaine, la librairie du Off poursuit son développement et propose une offre de 3 200 références. Son chiffre d'affaires progresse cette année de 4 %.

La librairie contribue à valoriser les textes, les auteur·rices et les maisons d'édition présents dans la programmation.

Le Son du Off confirme son succès

Le *Son du Off*, festival de musiques actuelles du festival Off Avignon, s'est à nouveau imposé comme un grand rendez-vous festif et professionnel.

Avec 2 100 personnes accueillies par soir, soit plus de 34 000 spectateur·rices depuis le début du festival, le *Son du Off* constitue un moment privilégié de rassemblement pour les artistes, les compagnies, les professionnels et les partenaires du festival.

Le Village TADAMM !

Après sa création en 2025, le *Village TADAMM !* a élargi ses horaires et renforcé son offre à destination des enfants, des familles et des publics accompagnés.

Au 21 juillet, il y a eu plus de 10 000 visiteur·ses, soit environ 720 personnes accueillies par jour, avec une projection de 12 500 visiteur·ses à la fin du festival.

- 42 ateliers de pratique artistique où 450 enfants ont pu participer
- 10 événements organisés avec les partenaires

Dans le cadre des Scènes découvertes, 48 compagnies ont présenté leur spectacle et 4 compagnies ont pu proposer des bords de plateau.

Rencontres avec les personnalités politiques

À la suite de la lettre ouverte adressée aux futur·es candidat·es à l'élection présidentielle, plusieurs personnalités politiques ont été accueillies au *Village du Off* pour présenter leur vision de la culture. Les échanges étaient animés par Marie Sorbier, journaliste à France Culture.

Ont notamment participé à ces rencontres ; Xavier Bertrand le 5 juillet, Jean-Luc Mélenchon le 9 juillet, Marine Tondelier le 11 juillet, Clémentine Autain le 14 juillet, Delphine Batho puis François Ruffin le 16 juillet, Olivier Faure le 21 juillet et Dominique de Villepin ce jeudi 23 juillet.

Ces rencontres ont permis d'interroger la place de la culture dans les programmes politiques, son rôle dans la construction du commun et sa contribution à l'évolution de la société. Elles ont également rappelé qu'Avignon devient chaque année, au mois de juillet, l'un des principaux épïcètres artistiques, culturels et politiques du pays.

Les entretiens sont disponibles en replay sur les réseaux du festival et totalisent environ 200 000 vues.

ENJEUX, CHANTIERS ET PROSPECTIVES POUR 2027

Cette édition confirme deux évolutions importantes dans les pratiques des publics. D'une part, les spectateur·rices souhaitent acheter leurs billets de plus en plus tôt. Cette tendance invite AF&C à réfléchir à une ouverture anticipée de la billetterie *Ticket'Off*. D'autre part, le bouche-à-oreille reste déterminant dans le choix des spectacles. Le succès des Coups de cœur montre l'intérêt de développer des outils de recommandation utiles, transparents et accessibles.

Le renforcement des données disponibles constitue également un enjeu majeur. Il permet de mieux mesurer la fréquentation, les pratiques tarifaires, les usages des publics et le poids économique réel du festival.

La prochaine édition devra permettre de prolonger les travaux engagés en matière de diffusion, de services aux publics, d'accompagnement des compagnies et d'adaptation aux transformations économiques et climatiques.

Les principaux chantiers annoncés d'AF&C

- Organiser un acte II des *Assises de la diffusion du spectacle vivant*, afin de faire émerger des propositions concrètes et utiles ;
- L'évolution du fonds *Émergence & Création* ;
- Une réflexion avec la ville d'Avignon sur l'affichage, dès le mois de septembre ;
- L'étude de la création d'un dispositif de résidences à grande échelle pour les théâtres d'Avignon ;
- L'ouverture par la commission label du « Label Compagnies socialement responsables ». 20 théâtres ont déjà été audités cette année pour l'obtention du *Label'Off* ;
- Poursuivre la réflexion sur le choix de l'invité d'honneur 2027 ;
- Développer l'interfaçage avec d'autres billetteries externes ;
- Améliorer la communication envers les professionnel·les, avec des interfaces interactives en cours de conception, pour que les professionnel·les puissent échanger entre eux ;
- Travailler sur les problèmes d'hébergement, notamment des compagnies, en dialogue avec les collectivités territoriales ;
- Liée à ce problème d'hébergement, la création d'un lieu « oasis » pour apporter aux compagnies un endroit calme, frais, de repos ;
- Mutualisation des outils et des moyens avec plusieurs acteur·rices spécialisés dans la lutte contre les VHSS ;
- Une réflexion sur le programme papier, le format étant le même depuis 2006, qui répondrait aux demandes de RSE, aux nouveaux usages du public, à l'augmentation des spectacles ;
- Une réflexion sur la création d'un observatoire des données ;
- La mise en œuvre d'un fond de dotation pour le mécénat ;
- Une vigilance toujours forte sur les sujets politique et économique liés à la filière du spectacle vivant car cette édition du festival s'est fortement politisée sur ces questions économiques et politiques : attaque contre la liberté de création, baisse du FONPEPS, projet du changement du statut d'intermittence... ;
- Un nouveau projet associatif avec une vision sur les trois prochaines années ;
- Une réflexion sur l'adaptation du festival au changement climatique et aux nouveaux épisodes caniculaires.

Ces chantiers traduisent la volonté d'AF&C de construire un festival plus protecteur, plus responsable et mieux adapté aux besoins des artistes, des professionnel·les et des publics.

CONTACT PRESSE :

Agence La Bande - presse@festivaloffavignon.com