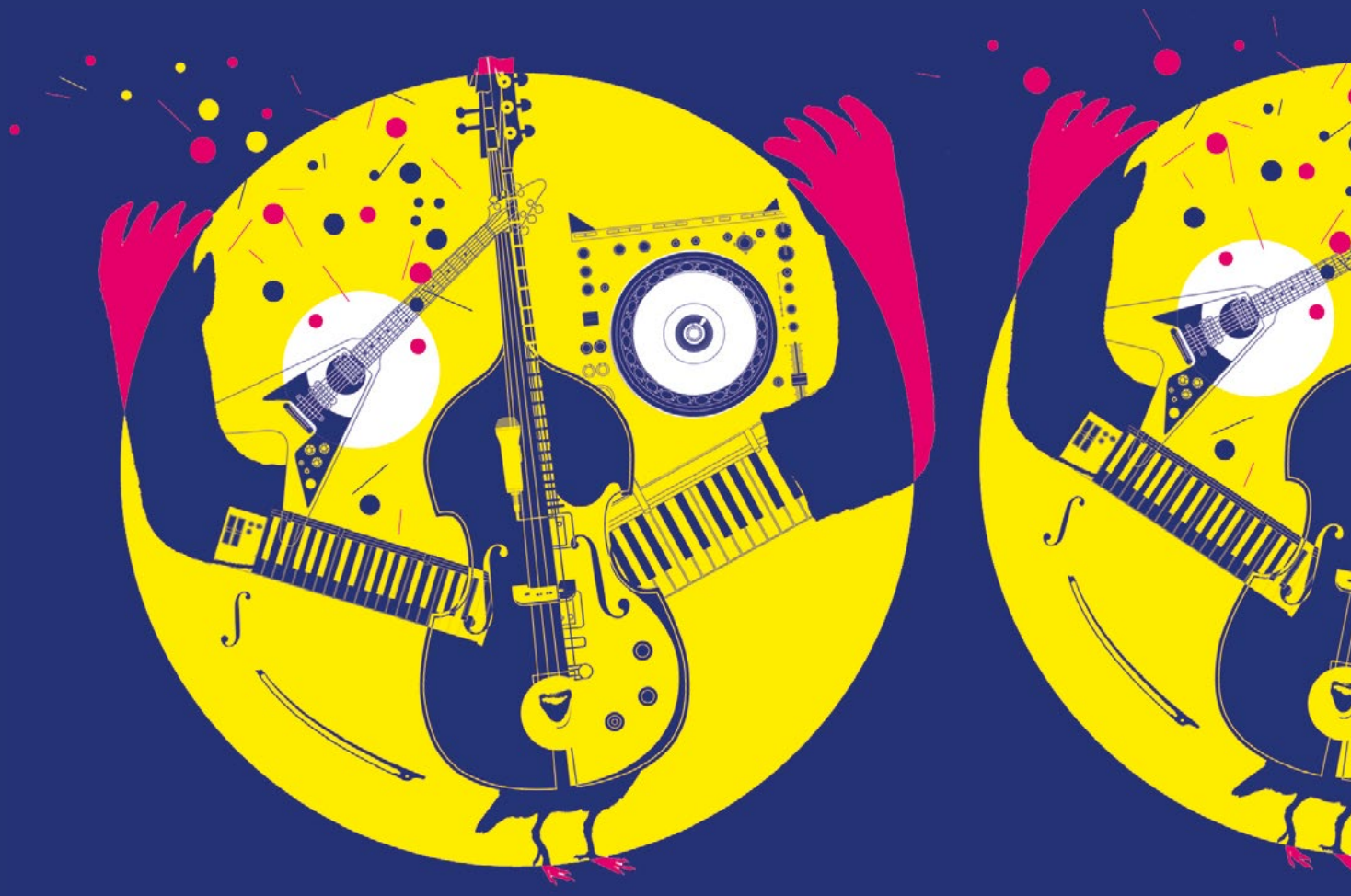
MINISTÈRE
DE LA CULTURE

Liberté
Égalité
Fraternité

Fête de la musique

21 juin 2023

DOSSIER DE PRESSE



Sommaire

05 **Éditorial de Rima Abdul Malak, ministre de la Culture**

06 **Présentation de l'édition 2023 de la Fête de la musique**

08 **Transmettre la passion de la musique aux nouvelles générations**

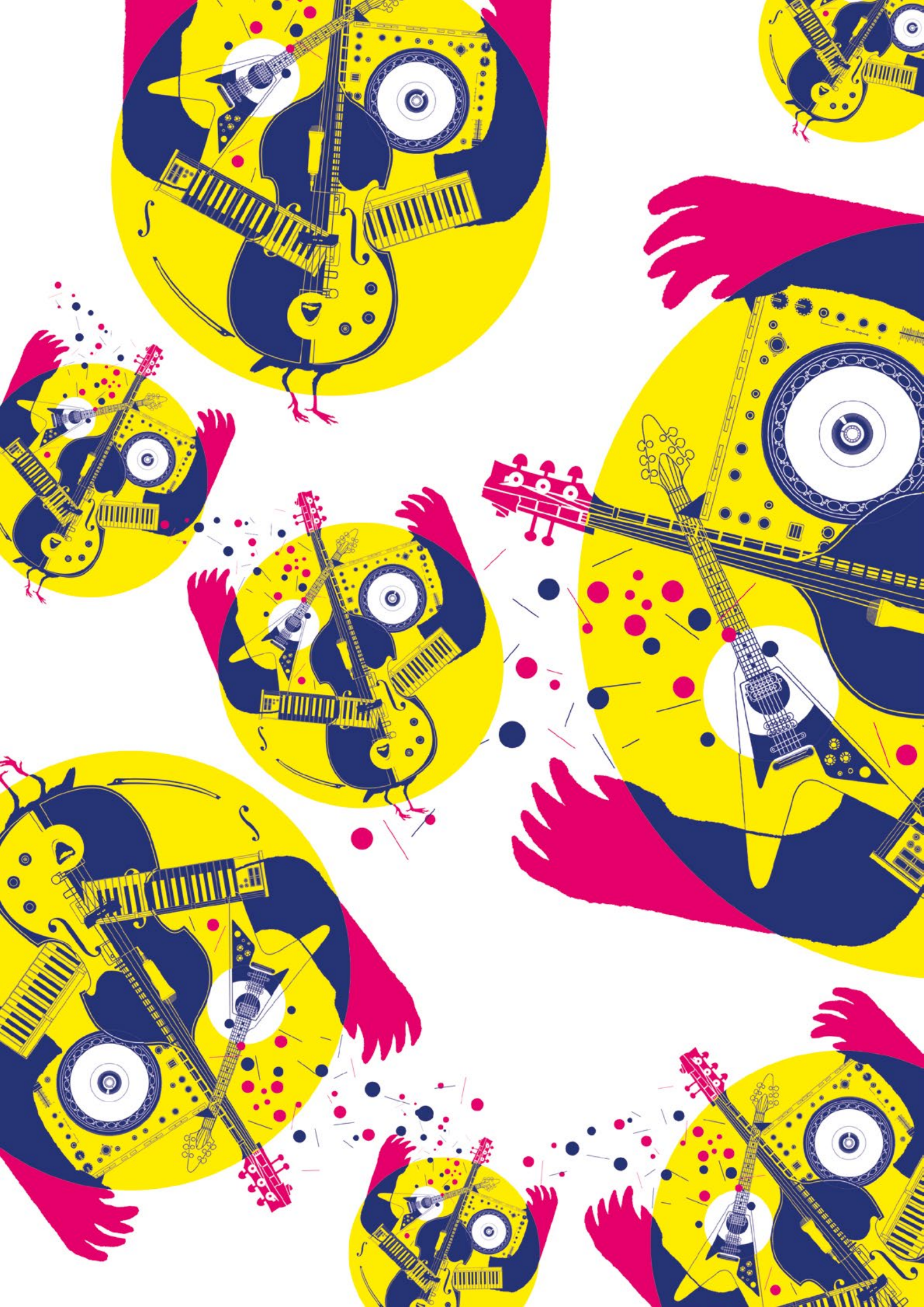
10 **Favoriser l'accès à la musique pour tous**

12 **Au Palais-Royal, une Fête de la musique féminine et inclusive**

14 **Le chansigne**

15 **Partenaires**
Partenaire officiel
Partenaire institutionnel
Partenaires médias et techniques

20 **Contacts presse**



Édito

© MC - Thibaut Chapotot

FÊTE DE LA MUSIQUE

Bouger instinctivement l'épaule, se mettre à chanter, fermer les yeux et être transporté, découvrir de nouveaux sons et retrouver d'anciennes danses…

La musique rythme la vie. Le 21 juin, c'est cette communauté joyeuse qu'elle tisse entre nous - les professionnels, les amateurs, les passionnés et les curieux – que nous célébrons.

Partout en France, la Fête de la musique se fait depuis 41 ans l'écho du bouillonnement musical qui anime notre pays toute l'année. Chaque année, de nouveaux passionnés de musique se révèlent, notamment grâce au pass Culture qui permet à des centaines de milliers de jeunes d'acheter à 18 ans leur premier instrument de musique ou d'aller à leur premier concert. Je suis sûre que nous les retrouverons nombreux en ce 21 juin, une journée qui est aussi l'occasion de rappeler combien il est important pour nous de soutenir l'expression musicale, notamment en zone rurale, pour que les pratiques amateurs s'épanouissent.

En ce jour le plus long de l'année, vous êtes invités à danser au son des fanfares, qui font pour la première l'objet d'un soutien pérenne du ministère de la Culture ; à éprouver le mélange des générations non pas comme un concept, mais comme une promesse tenue par les chorales, les ensembles, les harmonies ; à jongler en se promenant dans un parc ou dans la rue entre rock et folk, chansons et sets… et à (re)découvrir la scène féminine, à laquelle la soirée organisée par le ministère de la Culture au Palais-Royal sera consacrée.

Place au son !

Rima Abdul Malak
Ministre de la Culture

Présentation de l'édition 2023 de la Fête de la musique

La Fête de la musique a été lancée en 1982 : le ministère de la Culture avait alors donné un mot d'ordre aux Français pour cette nuit festive : « Faites de la musique ! ».

Une soirée dont le succès n'était pas assuré et pourtant, ils ont été des milliers à descendre dans la rue pour jouer et plusieurs millions à écouter. Les amateurs se sont joints aux professionnels, les curieux aux mélomanes, les groupes de rock aux orchestres symphoniques. Tous réunis autour d'une passion commune, sans distinction de genres ou de styles musicaux, pour un événement fondateur qui est devenu au fil des années une véritable tradition.

Quatre décennies plus tard, et toujours avec la même volonté de voir se développer les pratiques artistiques partout en France, le ministère de la Culture continue à se mobiliser pour transmettre la passion de la musique à tous les publics.

Une célébration qui se veut nationale et internationale, la Fête de la musique ayant réussi à essaimer dans le monde, grâce notamment à l'appui des instituts français qui ont organisé dès 1983 des événements musicaux le soir du 21 juin. Une première charte internationale a été signée en 1997 à Budapest, suivie quelques années plus tard par le lancement du site *European Day of Music* et la création de la *Make Music Alliance.* Les déclinaisons internationales de la Fête de la musique se sont spontanément développées car elles ont répondu à une réelle attente des populations.

Avec plusieurs milliers d'événements prévus partout en France et dans le monde, le 21 juin continue de représenter une opportunité de découvrir à chaque coin de rue de nouveaux artistes, de nouveaux styles et de nouvelles compositions venues d'ici et d'ailleurs. Une programmation à découvrir sur le site internet dédié :

www.fetedelamusique.fr

Transmettre la passion de la musique aux nouvelles générations

Chaque année depuis maintenant plus de 40 ans, le 21 juin marque un temps culturel fort, qui réunit des publics nombreux, autour de leur amour de la musique. Sur scène ou dans le public, la Fête de la musique permet de rassembler les générations, transformant cette célébration collective en un beau moment de transmission.

La transmission intergénérationnelle est essentielle à la conservation et à la richesse de notre patrimoine culturel. La mise en valeur du patrimoine musical existant encourage l'acquisition de nouvelles connaissances, l'apprentissage d'un instrument… Transmettre la passion de la musique aux nouvelles générations, c'est donc également favoriser l'émergence de créations nouvelles. C'est pourquoi le ministère de la Culture s'engage au quotidien en faveur de l'éducation artistique et culturelle (EAC).

- Le ministère de la Culture, notamment les Directions régionales des affaires culturelles (DRAC), se mobilise pour que chaque jeune, quelle que soit sa situation, bénéficie de propositions d'éducation artistique et culturelle (EAC). Cet engagement s'inscrit dans une dynamique interministérielle large, en partenariat notamment avec le ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse, mais repose aussi sur un dialogue et une co-construction fructueuse avec les collectivités territoriales. La mobilisation de ces dernières est valorisée depuis cette année par le Label 100% EAC, proposé par le Haut Conseil de l'éducation artistique et culturelle (HCEAC) et déployé à l'échelle des régions par les DRAC et les rectorats. Ce label distingue les collectivités portant un projet d'EAC de qualité pour 100% des jeunes de leur territoire, leur permettant de rencontrer des artistes et des œuvres, d'acquérir de nouvelles connaissances, de développer leur créativité…

- Au-delà de l'enseignement, le ministère de la Culture favorise également la création par et pour les jeunes générations. C'est le cas notamment du dispositif « Les Fabriques à Musique », en partenariat avec le ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse, qui permet à des auteurs-compositeurs d'intervenir au sein de classes réparties sur l'ensemble du territoire pour créer, en collaboration avec les élèves et les enseignants, une œuvre musicale unique qui sera par la suite présentée au public. À travers ces séances de travail, les élèves ont l'opportunité de s'initier au processus de création musicale et de découvrir les métiers du secteur. C'est également l'occasion pour les établissements et les acteurs culturels locaux de tisser des liens durables.

Cette mobilisation en faveur de l'EAC à travers le territoire s'inscrit en parallèle de l'action menée par les conservatoires et écoles spécialisées. Aujourd'hui, ce sont 441 établissements, à rayonnement régional, départemental ou communal, qui sont contrôlés sur le plan de la pédagogie par le ministère de la Culture. Ces établissements permettent ainsi aux jeunes en voie de professionnalisation ou amateurs de bénéficier d'un enseignement de qualité.

Ainsi, le ministère de la Culture se mobilise pour la pratique musicale des jeunes, de l'apprentissage à la création et la représentation, et ce, à travers tout le territoire. La Fête de la musique est l'occasion de rappeler l'importance qui doit être accordée à l'expression artistique des jeunes, et de célébrer, toutes générations confondues, les musiques d'hier et de demain.

La Fédération Française de l'Enseignement Artistique (FFEA), rassemble des conservatoires et écoles : en 2015, elle comptait 1 000 adhérents, représentant environ 15 000 enseignants et 300 000 élèves. Elle organise à l'occasion du 21 juin les « Défis FFEA Fête de la musique ». Cet appel à projet récompense trois établissements d'enseignement artistique et trois groupes amateurs dont le projet compte une dimension intergénérationnelle ou bien un aspect patrimonial ou transdisciplinaire – tout cela dans l'esprit festif et populaire de la Fête de la musique.

Favoriser l'accès à la musique pour tous

LE PLAN FANFARE

Afin de soutenir les pratiques musicales en amateur et collectives des Français, le ministère de la Culture a mis en place un plan en faveur des fanfares et des orchestres d'harmonie.

Les fanfares sont un élément incontournable du paysage culturel de nos territoires, puisqu'elles sont les héritières d'une riche histoire locale et rassemblent des personnes de tous âges et de toutes conditions. À travers la pratique musicale, les fanfares encouragent la transmission de connaissances et placent le vivre ensemble au cœur de leurs valeurs.

Fort de son succès en 2021 et 2022, le « Plan Fanfare » a été reconduit et amplifié en 2023, afin de continuer à soutenir activement le développement et rayonnement des sociétés musicales.

Deux axes d'intervention prioritaires ont été définis par le ministère de la Culture. Conscient de l'importance de fournir à chacun des moyens d'expression artistique et de conserver notre patrimoine culturel, le ministère a structuré un premier volet du « Plan Fanfare » autour de l'accompagnement des artistes amateurs. Il permet à ces derniers, notamment les jeunes, de se former grâce à des stages et ateliers, et dans un même temps, favorise l'approfondissement des compétences artistiques et pédagogiques des encadrants. Il accompagne également l'ouverture artistique des fanfares vers de nouveaux répertoires et disciplines.

Le deuxième axe d'intervention du « Plan Fanfare » affirme le rôle social de la pratique musicale en amateur et encourage le développement de partenariats et de collaboration. Il favorise les rencontres et échanges entre ensembles, et génère des projets entre les associations, les écoles de musique et les conservatoires. Il intègre également les fanfares dans les événements sportifs de cohésion nationale, tels que les Jeux Olympiques et Paralympiques ou la Coupe du monde de rugby.

Le « Plan Fanfare » a permis de soutenir 514 projets depuis sa création. En lien avec les priorités du ministère de la Culture, près de la moitié des projets subventionnés l'ont été en zone rurale.

À travers les moyens apportés aux sociétés musicales, le ministère de la Culture réaffirme l'utilité sociale des fanfares et s'engage activement en faveur de leur rayonnement.

Plus d'informations sur le « Plan Fanfare » sur le site culture.gouv.fr

LES CENTRES MUSICAUX RURAUX

Fondée en 1948 pour mettre la musique à la portée de tous, la Fédération nationale des Centres musicaux ruraux (Cmr) développe de nombreuses interventions depuis plus de 70 ans en France. Présents dans 36 départements, les Cmr comptent près de 300 musiciens et 500 partenaires, qui œuvrent quotidiennement pour rendre la musique accessible auprès de 130 000 bénéficiaires.

Pour que la musique touche les publics ciblés, la Fédération des Cmr dispose de quatre « centres musique & découverte » à destination de classes d'horizons variés, dans une démarche de développement durable. Installés au cœur de la Drôme et du Vercors, du Tarn et des Alpes-de-Haute-Provence, les quatre centres proposent des séjours de pratique des arts, sports de plein air et de découverte du patrimoine naturel et historique. De la petite section au CM2, mais aussi à destination des personnes en situation de handicap et en collaboration avec les professionnels des secteurs socio-éducatifs et médico-éducatifs, chacun y est le bienvenu pour être musicien à sa manière.

Au service de la petite enfance et du milieu scolaire, les Centres musicaux ruraux accompagnent des écoles. Avec des musiciens intervenants, ils proposent une éducation artistique et des enseignements musicaux pour éveiller les enfants par la musique, ainsi que des ateliers en complément des interventions dans le cadre scolaire. L'apprentissage de la musique de manière ludique permet aux enfants d'acquérir de nouvelles connaissances, voire de révéler des passions.

Les carrefours d'expression musicale que sont les Cmr ouvrent l'univers musical à tous les âges et tous les niveaux. Premier employeur de musiciens intervenants en France, la Fédération des Cmr offre depuis plus de 70 ans une belle occasion de vivre, d'apprendre, et de faire de la musique ensemble.

Plus d'informations sur lescmr.fr

Au Palais-Royal, une Fête de la musique 2023 féminine et inclusive

Cette année, le ministère de la Culture offrira une programmation inédite au cœur des jardins du Palais-Royal.

En accès libre, la journée de concerts sera ouverte à tous les mélomanes, petits et grands. Une première partie sera réservée aux amateurs, puis une seconde partie aux professionnels qui fermeront le bal.

Afin de favoriser l'accès à la musique pour tous, les concerts de la soirée seront chansignés pour la première fois. Textes, rythmes et énergie seront chansignés par les membres du collectif INTEGRAAL*. Le ministère pourra ainsi accueillir des personnes sourdes et malentendantes pour les concerts du soir.

13h-16h45

SCÈNE OUVERTE AUX AMATEURS

13h : **Les Agents ont du Talent**
Les agents du ministère de la Culture s'associent à la Fête de la musique pour partager leur passion avec le public

15h : **La Cité des Marmots au Palais-Royal :** une centaine d'enfants de Pierrefitte et Montreuil chantent avec le groupe marseillais Temenik Electric

15h45 : Les jeunes artistes lauréats du **Tremplin pass Culture**
À l'occasion de la Fête de la musique 2023, le pass Culture a lancé un Tremplin national à destination des jeunes artistes amateurs et utilisateurs du pass Culture. Un jury de professionnels a élu cinq lauréats qui bénéficieront d'un accompagnement individuel dans leur appréhension du secteur et seront mis en relation avec des professionnels de l'industrie musicale.

16h15 : La fanfare « **Les Muses Tanguent** » de la Grande masse des Beaux-Arts

19h10 – 22h

CONCERT D'ARTISTES PROFESSIONNELS, ACCOMPAGNÉS DES CHANSIGNEURS DU COLLECTIF INTEGRAAL

19h10 : **ProQuartet** – Le Centre européen de Musique de Chambre (musique classique)
Le quatuor Confluence est composé de quatre jeunes musiciens éclectiques qui partagent leur amour du répertoire pour quatuor à cordes. Ils interpréteront les œuvres des compositrices Germaine Tailleferre, Dobrinka Tabakova et Alicia Terzian.

20h : **Eesah Yasuke** (rap)
Attachée à la culture japonaise, l'artiste Eesah Yasuke a su imposer son propre style et se hisser parmi les talents les plus attendus dans l'univers du rap.

21h : **Mentissa** (chanson française)
Originaire de Belgique, Mentissa transmet son goût pour la chanson française. Son album « la vingtaine » a notamment été composé avec l'artiste Vianney.

22h : Fin des concerts

Entrée libre et gratuite toute la journée, accès par la place Colette (75001 Paris)

Le chansigne

La Fête de la musique nous rappelle tous les ans que la musique est universelle et que la passion pour la musique n'a ni d'âge ni frontière.
Ainsi, le 21 juin doit être l'occasion de réaffirmer l'engagement du ministère de la Culture en faveur d'un égal accès à la musique pour tous.

L'inclusion des publics sourds et malentendants dans cet événement pourra notamment être garantie grâce à la présence de chansigneurs.
Le chansigne (dit de reprise) consiste en la traduction et interprétation d'une chanson déjà existante en Langue des Signes Française (LSF).
La performance, réalisée par des interprètes en LSF, adapte les œuvres musicales à la culture signante tout en respectant les intentions de l'artiste et le rythme de l'œuvre. Le chansigne permet donc de rendre un événement musical bilingue. Ainsi, au-delà de garantir l'accessibilité au lieu de représentation, les organisateurs de concerts pourront également garantir l'égalité d'accès à leur contenu.

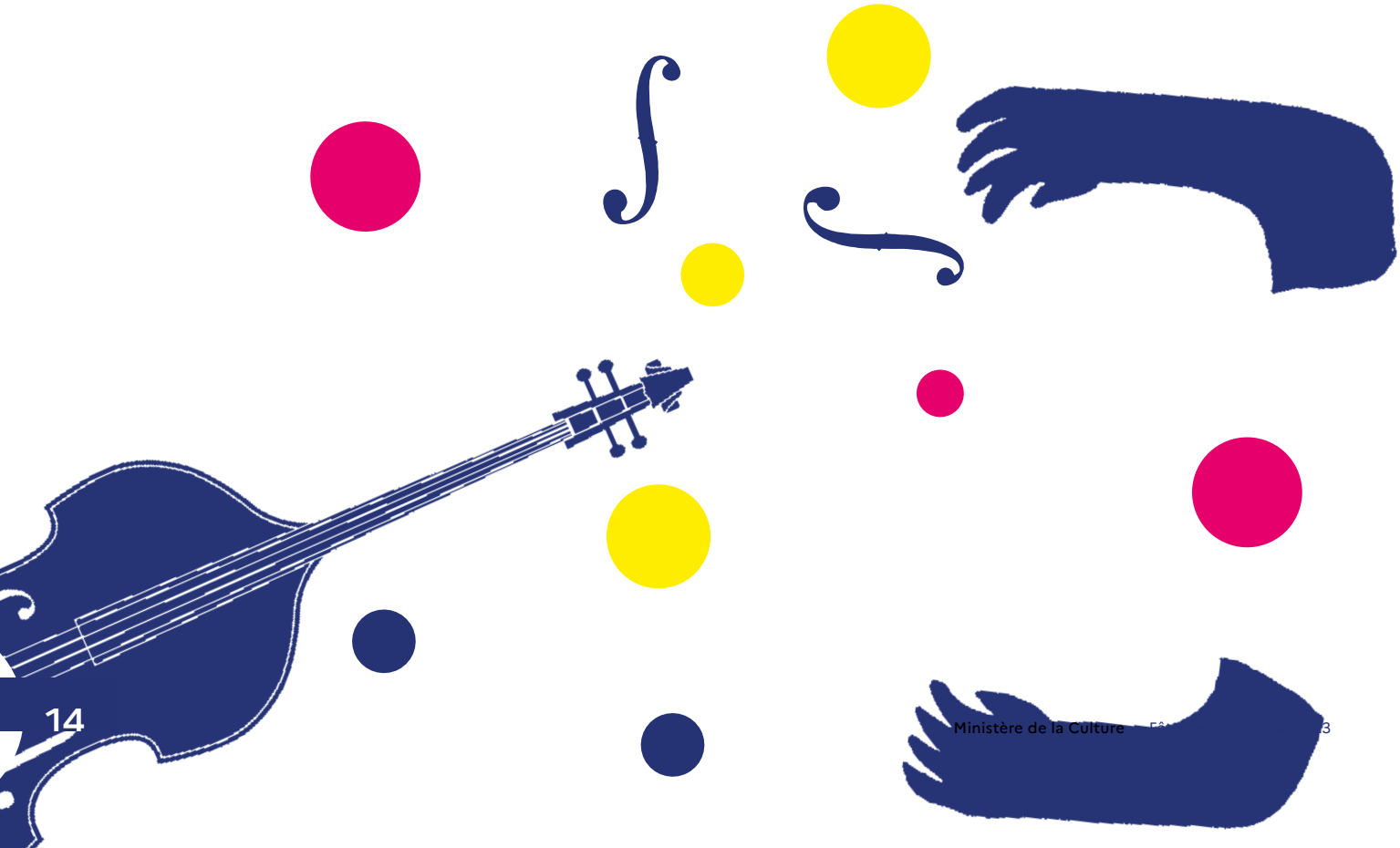
Un concert bilingue peut également bénéficier de l'inclusion du chansigne de création.

Comme son nom l'indique, le chansigne de création se distingue du chansigne de reprise en ce qu'il consiste en l'élaboration d'œuvres originales en LSF. D'autres outils peuvent être utilisés pour garantir une meilleure inclusion des publics sourds et malentendants, tels que des sac-à-dos vibrants, qui retranscrivent les sons sous forme de vibrations.

Néanmoins, la richesse du chansigne réside notamment dans le fait qu'il favorise la collaboration entre chanteurs et chansigneurs.

La traduction d'une œuvre en LSF nécessite une recherche approfondie du contexte de création des œuvres et une réelle immersion musicale.
Cette adaptation artistique peut donner lieu à des échanges entre artistes et chansigneurs et venir nourrir les performances de tous.

Le ministère de la Culture, conscient de l'importance d'inclure les publics signants dans la célébration de la Fête de la musique, proposera une interprétation en chansigne de son concert au Palais-Royal.



Partenaire officiel

Crédit Mutuel

LE CRÉDIT MUTUEL DONNE LE LA

Le Crédit Mutuel, c'est un lien unique avec la musique et tous les acteurs qui la font vivre. Depuis plus de 20 ans maintenant, le groupe est devenu le premier partenaire de la scène musicale en France, en accompagnant ses nombreuses manifestations et ses talents, confirmés ou en devenir.

Dans les grands médias et sur le digital, au plus près de nombreux festivals et concerts dans toutes les régions de France, chaque année le Crédit Mutuel est au rendez-vous de ce mode d'expression universel à travers toute une gamme de partenariats, alliant diversité et proximité.

Cette implication illustre la convergence de valeurs entre le groupe et la musique, celles qui réunissent les gens par-delà tous les clivages, font partager des émotions, portent les talents. Elle légitime l'engagement du Crédit Mutuel en faveur de toutes les musiques et de tous les publics, s'attachant à connecter cette composante essentielle de notre culture à ceux qui en sont parfois plus éloignés.

Le Crédit Mutuel est fier d'accompagner une nouvelle fois, en tant que partenaire officiel, cette édition 2023 de la Fête de la musique aux côtés du ministère de la Culture et mettra, cette année, un coup de projecteur particulier sur les fanfares, patrimoine musical cher au cœur des Français.

creditmutuel.com

Partenaire institutionnel

SACEM

Dans un environnement en constante mutation, la Sacem s'engage à créer toujours plus de valeur pour plus de 210 000 auteurs, compositeurs et éditeurs qui l'ont choisie pour gérer leurs droits d'auteur. Grâce à son maillage territorial, son expertise technologique, sa capacité à négocier des accords avec tous les diffuseurs et toutes les plateformes numériques, et grâce à son modèle social et solidaire unique, elle est devenue un des leaders mondiaux de la gestion collective. Elle collecte les droits d'auteur sur près de 200 territoires pour le compte d'une cinquantaine d'éditeurs internationaux *(Universal Music Publishing, Warner Chappell, Wixen Music Publishing…)* et de sociétés de gestion de droits d'auteur étrangères (Socan, Komca, Ascap, Artisjus…).

sacem.fr

Partenaires médias

PHENIX

Phenix a créé un nouveau concept de vitrines digitales dans les rues de France dont l'ADN est fondé sur la production et la diffusion de contenus éditoriaux exclusifs et impactants au format stories. Au même titre que Facebook, Instagram et Snapchat, Phenix se positionne comme la première plateforme de vidéos premium diffusées dans la rue, sur un réseau de 1600 écrans digitaux. Depuis sa création, Phenix s'engage auprès des artistes pour faire vivre l'actualité culturelle dans la rue et révéler les talents de demain.

phenixgroupe.com

INSERT

La régie d'affichage urbain n°1 sur les piétons. Ses atouts : la proximité, une cible de choix - les piétons, une empreinte carbone limitée et une grande flexibilité. Insert fait partie du groupe Phenix : *une street* et *social media company.*
Avec à date de nombreuses entités : Phenix digital, Naja, Smartmedia, Mediatables, Topito, les petits Frenchies, Etre étudiant, et tout un pan technologique. Insert c'est un patrimoine riche, avec 37 000 faces en National, au cœur des villes, et dans les agglomérations de plus de 100 000 habitants – même dans celles qui font face à des règlements publicitaires exigeants. Les formats proposés sont les suivants : 58x155 – plus de 4 000 faces, 60x80 – plus de 16 000 faces, 40x60 – plus de 4 000 faces. Nous touchons plus de 16 millions de personnes par semaine du fait de la forte répétition des messages publicitaires, et nous couvrons 66% du territoire. Insert est devenu un

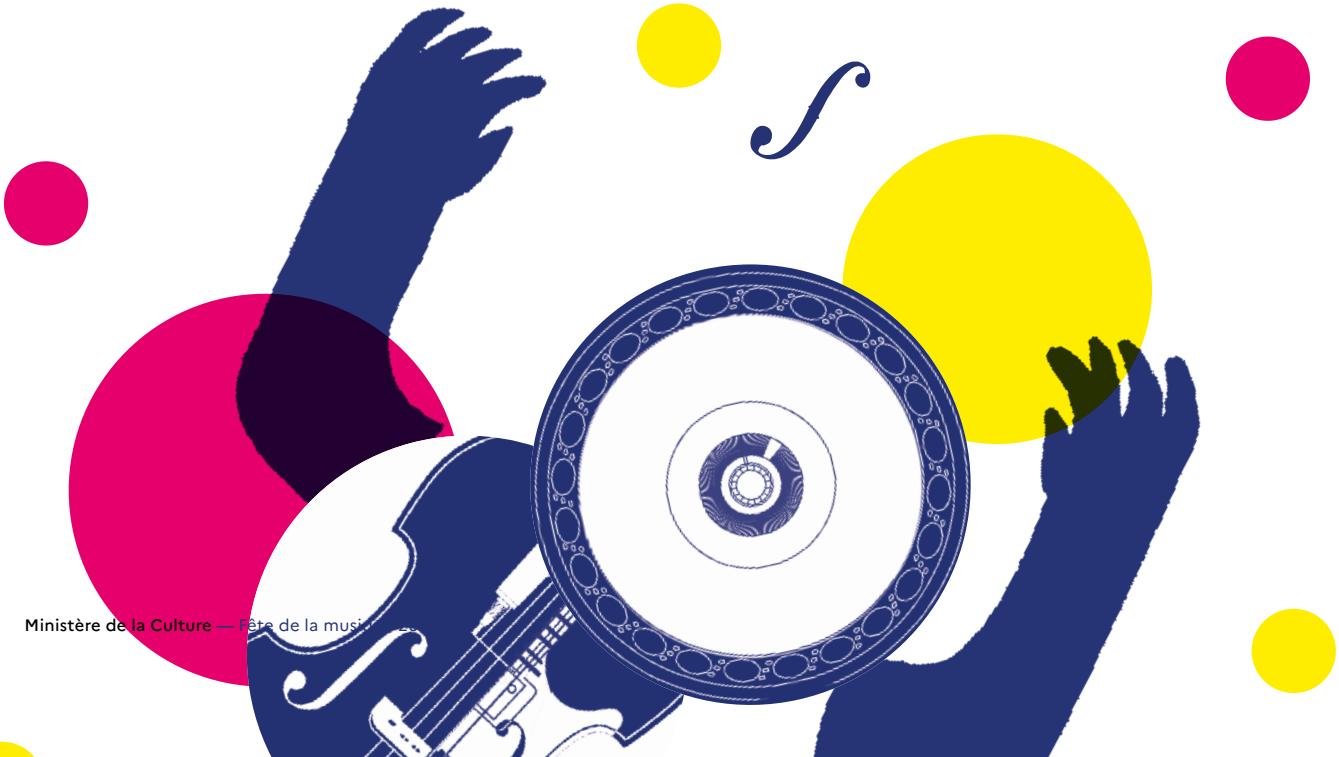
acteur incontournable, dans le secteur culturel mais aussi auprès des grandes marques.
Nous faisons face à une nouvelle ère sociétale, qui met en avant le facteur de la proximité, l'attrait des centres villes, de nouvelles mobilités et une autre façon de percevoir l'activité professionnelle. Insert s'est durablement inscrit dans le quotidien des Français.
Le patrimoine est notre préoccupation principale, avec un renouvellement du parc et un agrandissement de nos offres premium.
Il y a une vigilance extrême vis-à-vis de l'environnement et le média est faible en émission carbone, pendant toute la durée des cycles de vie de nos affiches.
Grâce à notre outil de saisie programmatique Faces, nous jouissons d'une forte flexibilité dans nos plans médias. Ciblage pointu, 100% de parts de voix, et des plans 100% utiles.
L'offre originale Mediatables vient compléter les dispositifs print avec un parc fixe et des déploiements saisonniers en complément.
Un parc de 12 000 Tables en National, 800 établissements, un temps d'exposition long - 50 minutes, et surtout une présence remarquée car les restaurants, les brasseries et les cafés sont des lieux de détente et de convivialité. Insert c'est également la proposition de sachets baguettes, des guerillas, du *covering*, ...
Merci à vous de nous avoir fait confiance.
Et merci pour tous les partenariats que nous avons tissés avec vous depuis toutes ces années.

phenixgroupe.com

FRANCE MEDIAS MONDE

Le groupe France Médias Monde est la société en charge de l'audiovisuel extérieur de la France qui réunit RFI, la radio mondiale (en français et 16 autres langues), France 24, la chaîne d'information continue (en français, en anglais, en arabe et en espagnol) et Monte Carlo Doualiya, la radio en langue arabe. Les trois médias émettent à l'échelle du monde, en 21 langues. Les journalistes du groupe et son réseau de correspondants offrent aux auditeurs, téléspectateurs et internautes une information ouverte sur le monde et sur la diversité des cultures et des points de vue, à travers des journaux d'information, des reportages, des magazines et des débats. 66 nationalités sont représentées parmi les salariés. Chaque semaine, RFI, France 24 et Monte Carlo Doualiya rassemblent 259,6 millions de contacts (moyenne 2022). Les trois médias du groupe rassemblent plus de 100 millions d'abonnés sur Facebook, Twitter, YouTube et Instagram et ont enregistré plus de 3,4 milliards de vidéos vues et démarrages audio en 2022. France Médias Monde est la société mère de CFI, l'agence française de coopération médias, et est l'un des actionnaires de la chaîne francophone généraliste TV5MONDE.

francemediasmonde.com



GULLI

Gulli (Groupe M6) est la première chaîne jeunesse de France (canal 18 de la TNT) : c'est la chaîne préférée des enfants ! Tout au long de la journée, ils y retrouvent leurs héros favoris dans des séries d'animation basées sur la comédie ou l'action, des séries live, du cinéma, des jeux, des documentaires. Dès 21H, le Gulli PRIME propose, à un public adulte, une nouvelle programmation joyeuse et fédératrice, tout en restant accessible aux plus jeunes. Gulli a développé un écosystème digital puissant et sécurisé avec, en 2023, une nouvelle application qui contient des milliers de contenus vidéos et audios, des jeux, des thèmes personnalisables en fonction des âges et des goûts de chacun, mais aussi avec Gulli *Replay,* l'offre SVOD GulliMax et toujours plus de contenus exclusifs sur ses réseaux sociaux ! Plus que du divertissement, Gulli est une marque globale référente, engagée et rassurante. Le sport, la culture, l'écologie, les droits de l'enfant, la lutte contre les stéréotypes ou le décryptage de l'information, sont autant de sujets que Gulli investit au quotidien pour accompagner de manière ludique et accessible le jeune public.

gulli.fr

RTL9 - MEDIAWAN

Du grand cinéma avec plus de 1000 films à l'affiche chaque année, RTL9 est la chaîne du cinéma. RTL9 s'adresse au grand public avec une offre cinéma généraliste composée de films cultes incontournables et de blockbusters récents, plébiscités en salles.
Elle propose également des rendez-vous comme les *Creepy Mondays* tous les lundis, des séries emblématiques et du divertissement pour toute la famille. RTL9 est une chaîne Mediawan disponible chez tous les opérateurs.

rtl9.com

Fondé fin 2015 par Pierre-Antoine Capton, Xavier Niel et Matthieu Pigasse, Mediawan est l'un des principaux studios européens indépendants de contenus audiovisuels.
Mediawan fédère les meilleurs talents de la création audiovisuelle en étant présent sur l'ensemble de la chaîne de valeur : la production de contenus originaux en fiction, cinéma, documentaires, animation et d'émissions de flux *(Mediawan Studios)* grâce à plus de 60 labels de production en France, Allemagne (partenariat depuis 2020 avec LEONINE Studios), Angleterre, Italie, Espagne, États-Unis, Pays-Bas, Finlande et au Sénégal, mais aussi la distribution de contenus audiovisuels *(Mediawan Rights, LS Distribution et Telmondis Distribution),* l'édition de chaînes et services digitaux *(Mediawan Thematics)* et le développement et la production de contenu sur le digital *(Mediawan Digital).*

mediawan.com

20 MINUTES

Avec 20 millions de lecteurs chaque mois, dont 80% sur le numérique (source : ACPM OneNext Global 2023 S1), 20 Minutes s'est imposé dans le paysage médiatique français. Au cœur de son projet, le jeune actif urbain auquel 20 Minutes délivre chaque jour, chaque seconde une info utile, pertinente et accessible. Encourager la lecture, la culture et la participation sociale, telle est l'ambition de 20 Minutes depuis 2002. Fidèle à ses convictions et fière de ses valeurs. 20 Minutes est très heureux d'être partenaire de l'édition 2023 de la Fête de la musique.

20minutes.fr

TECHNIKART

Depuis sa création, TECHNIKART est le rendez-vous de celles et ceux qui veulent anticiper, en temps réel, les bouleversements d'un monde en pleine mutation. Nous mettons en lumière chaque mois : les idées, les tendances et les personnalités du monde de demain, au travers d'un contenu riche, original et souvent disruptif. Nous venons de fêter les 30 ans de ce média POP !, pointu et hautement prescripteur, en fédérant à chaque numéro l'une des plus importantes communautés d'influenceurs et Leaders d'Op. Le Mensuel Branché, Chic & Piquant ! Jeune depuis 30 ans ;)

technikart.com

LE BONBON

Le Bonbon est un média d'influence ultra-local présent sur 10 villes de France, il propose le meilleur des sorties, culture, *food,* bons plans et plus encore… pour devenir acteur et amoureux de sa ville. Théâtre, expos, spectacles, restos, engagement citoyen… Depuis 14 ans, chaque personnalité du Bonbon a su apporter sa pierre à l'édifice pour construire une communauté à son image : épicurienne & engagée. Comme nous, nos lecteurs consacrent une partie de leur budget à la bonne bouffe, aux sorties et à la culture. Comme nous, ils aiment aussi les choses simples et gratuites de la vie : les bonnes balades, les beaux couchers de soleil, admirer l'architecture ou le street art parisien, découvrir les petits secrets de sa ville…

lebonbon.fr

MADMOIZELLE

Engagé, inclusif, impertinent, Madmoizelle est le reflet de toutes les générations de femmes. Un magazine qui, depuis 2005, informe ses lectrices en quête d'informations sociétales, culturelles ou personnelles. Aujourd'hui, le média s'est donné un défi : remettre la presse féminine en phase avec son époque, en utilisant le savoir-faire journalistique pour faire émerger des vérités à travers des expériences multiples.

madmoizelle.com

Contacts presse

MINISTÈRE DE LA CULTURE

DÉLÉGATION À L'INFORMATION ET À LA COMMUNICATION

Tél : 01 40 15 73 25
Mél : service-presse@culture.gouv.fr

AGENCE BONA FIDÉ

Tél. : 06 52 94 44 88
Mél : fdlm2023@bonafide.paris