

Diffusion de spectacle vivant

Théâtres, scènes de musiques actuelles,
festivals, événementiels, spectacles itinérants

Extraits du document « Éléments de diagnostic sur la situation des entreprises et de l'emploi – Conférence pour l'emploi dans le spectacle des 15 et 16 octobre 2015 »

Les éléments chiffrés collectés pour réaliser ce diagnostic ont permis de mettre en lumière la **valeur économique** (40,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires et 20 milliards d'euros de valeur ajoutée en 2013) et **sociale** (72 000 en CDI et 127 000 « salariés intermittents » du secteur du spectacle, qu'il soit vivant ou enregistré. Ils ont également mis l'accent sur l'importance croissante du nombre d'entreprises de spectacle (+60 % depuis 2000) comme sur le développement de nouvelles formes d'activité (17 000 indépendants et auto-entrepreneurs en 2011).

(...)

De 2000 à 2013, le **chiffre d'affaires (CA)** des secteurs du spectacle a augmenté de 12 %, soit une croissance nettement supérieure à celle de l'ensemble de l'économie (+ 8 %). Au sein des secteurs du spectacle, le spectacle vivant est le secteur qui a le plus progressé sur la période avec un taux de croissance de son CA de 25 % contre 7 % seulement pour l'audiovisuel.

(...)

Les dépenses pour les activités du spectacle des communes de plus de 10 000 habitants et des intercommunalités représentent 34 % de l'ensemble de leurs dépenses culturelles en 2010. Ces dépenses ont augmenté depuis 2002, passant de 1 379 millions d'euros à 1 881 millions en 2010. Toutefois, la part qu'elles représentent dans les budgets des collectivités territoriales est restée stable. Elle était de 35 % en 2006 et de 34 % en 2002.

La hausse en volume de 36 % du financement des collectivités territoriales enregistrée entre 2002 et 2010 est à mettre en regard avec l'augmentation de leur budget.

Extrait de « Chiffres clés 2015 » publiés par le ministère de la Culture

(*La Documentation française*, mars 2015.)

- 23 millions d'entrées pour les spectacles de variétés et de musiques actuelles dont près de 5 millions dans les différents festivals qui se déroulent partout en France.
- 2,3 millions de spectateurs pour les opéras, ballets et concerts des théâtres lyriques.
- Plus de 1 000 théâtres, dont 5 théâtres nationaux, plus de 70 lieux labellisés scènes nationales, 115 scènes conventionnées, près de 40 centres dramatiques, des théâtres de ville, des théâtres privés.

Caractéristiques principales

Types d'activités

- Un maillage important du territoire en lieux et temps de diffusion de toutes natures (théâtres, scènes de musiques actuelles, espaces culturels, festivals, événements), gérés soit par des communes soit par des associations
- La diffusion est généralement complétée par des activités liées à l'action culturelle et à l'aide à la création

La diffusion dans le domaine du spectacle vivant représente le deuxième sous-secteur dans l'ensemble des associations culturelles. Son économie est composée, dans des proportions variables, de recettes de billetterie, d'une part, et de subventions publiques qui viennent couvrir le manque à gagner, d'autre part. Le bénévolat, très fort dans les petites structures, vient compenser la faiblesse des contributions publiques et manifester l'intérêt des habitants pour ce type d'activités et les attraits qu'elles présentent (rencontres avec des artistes, temps festifs, etc.).

Répartitions

Une première distinction, dans cet ensemble, peut être faite entre la diffusion dans le cadre de l'animation d'un lieu, de type théâtre ou salle de concert, et une activité de diffusion itinérante (activité de diffusion dans des lieux existants n'appartenant pas à l'association, ou diffusion itinérante avec installation de chapiteau).

Pour les 80 associations financées par France Active entre 2010 et 2013, dont la diffusion de spectacle est l'activité principale, la répartition est la suivante :

AVEC LIEU	SANS LIEU
3 théâtres	20 festivals dont 10 de musiques actuelles
13 lieux de musiques actuelles	17 organisateurs de manifestations culturelles
15 lieux de diffusion pluridisciplinaire (dont 4 cafés culturels à thème, 3 espaces culturels, 2 friches urbaines)	4 structures de diffusion itinérante (avec ou sans chapiteau)
	6 divers



Un couplage fréquent avec l'action culturelle et l'aide à la création

L'action culturelle en accompagnement de la diffusion s'est fortement développée depuis trente ans, sous l'influence conjuguée des politiques de démocratisation, consistant à porter l'offre artistique et culturelle au devant des publics les plus variés, et des formations des professionnels à l'œuvre dans les structures de diffusion. L'aide à la création, notamment en faveur des artistes locaux, s'est également développée pour favoriser la rencontre entre artistes et publics et comme prolongement naturel des activités d'une structure de diffusion, ceci allant du simple accueil en résidence jusqu'à la production déléguée des spectacles de certaines compagnies.

Deux exemples, les lieux de musiques actuelles et les théâtres de ville, nous permettent d'illustrer ce point.

- Dans son enquête 2013 de l'observation participative et partagée (OPP), la Fédération des lieux de musiques actuelles (Fédélima) relève entre autres les données suivantes concernant ses 142 membres :

- 55 % des lieux disposent de locaux de répétition (3 studios, avec 52 artistes en répétition à l'année), 25 % d'un studio d'enregistrement ;

- 18 % des lieux ont donné chacun 745 heures d'enseignement musical, pour 77 élèves (chiffres médians) ;

- 78 % des lieux ont réalisé chacun 8 projets d'action culturelle sur leur dernière saison.

Une enquête nationale conjointement réalisée par Opale et la Fédélima approfondit la notion et détaille de nombreux exemples dans l'ouvrage *Actions culturelles et musiques actuelles* (éditions Seteun, 2014 - Téléchargement sur <https://volume.revues.org/3983>).

- Dans une récente étude réalisée par Opale et publiée par Arcadi sur l'économie des théâtres de ville franciliens, on peut lire en conclusion cette note de l'auteur :

« En termes de cohérence, l'ensemble des activités proposées par un théâtre de ville compose bien un ensemble homogène et signifiant. (Sont) distingués, dans les comptes analytiques, l'action culturelle et l'aide à la création artistique. Mais, dans presque tous les cas, celles-ci se trouvent intimement liées, l'intervention des artistes dans les champs socioculturels et éducatifs étant adossée à des résidences de création, où alternent les temps "intimes" de la création et les temps "extimes" du partage avec les populations du territoire. Il reste ainsi une réelle difficulté à décrire de bonne manière un objet aussi complexe. Segmenter permet de mieux lire un fonctionnement, mais dans le même temps cette segmentation occulte pour une part la cohérence et l'harmonie des diverses activités entre elles, qui fondent l'identité du lieu et la qualité de son projet artistique et culturel. » (Étude disponible à l'adresse : www.opale.asso.fr/article311.html.)



Caractéristiques principales

Missions de service public

- La loi de Baumol révèle une absence de gains de productivité et la nécessité de compenser le déficit par la subvention publique
- Le lien avec la puissance publique se traduit par des contractualisations de plus ou moins longue durée, où apparaissent les notions de mission de service public ou de délégation (DSP). Elles stipulent la variété des missions confiées aux associations

Loi de Baumol

Une caractéristique essentielle de la diffusion de spectacle vivant et, pourrait-on dire, du spectacle vivant dans son ensemble, puisque les compagnies cèdent les droits de représentation de leurs spectacles à des lieux de diffusion, est d'être fortement subventionnée. Nous reviendrons sur les proportions dans la lecture des modèles économiques, mais on peut déjà noter que se retrouve dans de nombreux cas le rapport « un tiers de ventes pour deux tiers de subventions ».

L'économie subventionnée du spectacle vivant est liée à la loi de Baumol¹, ou loi de la fatalité des coûts, qui nous rappelle que, contrairement à d'autres biens de consommation, les conditions de production des spectacles ne permettent pas de réaliser des gains de productivité. Il faut autant de musiciens sur scène qu'il y a un siècle pour interpréter une symphonie de Beethoven. Le spectacle vivant est voué au déficit, la hausse des prix se traduit par une baisse de la fréquentation, le succès devient en quelque sorte une menace car les spectateurs sont de plus en plus avertis et exigeants. Les coûts augmentent plus vite que les recettes, d'où le nom de « maladie des coûts croissants ».

Ceci a une conséquence « paradoxale » : si un lieu de diffusion programme un plus grand nombre de spectacles, et s'il programme des spectacles plus coûteux avec un nombre d'artistes sur scène plus grand et des contraintes techniques plus importantes, alors ses besoins en financements publics augmentent.

¹ William Baumol est un économiste d'inspiration keynésienne, auteur de nombreux ouvrages et articles, connu pour son hypothèse de maximisation des ventes, pour ses recherches sur l'économie de prospérité, mais surtout pour sa contribution au lancement de la théorie sur les marchés contestables (1982).

Contractualisations avec les financeurs

Les lieux de diffusion peuvent relever aussi bien du secteur public que du secteur privé. On trouve des théâtres et des salles de musiques actuelles en gestion municipale aussi bien qu'en gestion privée associative. À titre d'exemple, en Île-de-France, les 107 membres du RIF (Confédération des réseaux départementaux de lieux de musiques actuelles / amplifiées en Île-de-France) sont au deux tiers associatifs et pour un tiers en régie. Les 210 théâtres de ville franciliens, quant à eux, ont à 60 % un mode de gestion public (régie directe, régie autonome, etc.), à 35 % un mode de gestion privé à but non lucratif, à 5 % un mode de gestion privé commercial.

Pour les associations, des contractualisations avec les financeurs publics s'avèrent indispensables. Elles sont plutôt annuelles pour les associations dont les activités sont centrées sur l'événementiel, pluriannuelles et sur objectifs pour des lieux de diffusion d'une certaine importance et pour des équipements labellisés par l'État (scènes nationales, scènes de musiques actuelles, etc.), voire en délégation de service public (DSP), cadre le plus rassurant et contraignant à la fois, avec sa garantie sur de nombreuses années et son cahier des charges très précis. À titre d'exemple, parmi les 142 lieux de musiques actuelles adhérents à la Fédélima, 43 % sont labellisés Smac (scènes de musiques actuelles) par le ministère de la Culture, et 11 % sont en DSP avec leur ville, leur communauté de communes ou leur agglomération.

Ces contractualisations définissent des objectifs de diffusion, mais renvoient aussi à la variété des fonctions que les opérateurs doivent assumer. La Charte des missions de service public stipule ainsi que « *l'État attend que les organismes et équipes composant les réseaux nationaux qu'il soutient assument clairement leurs responsabilités artistiques, territoriales, sociales et professionnelles, pour la meilleure utilisation des deniers publics* ». Diffusion, action culturelle et aide à la création sont généralement associées. On peut lire par exemple ces extraits dans le « Cahier des missions et des charges pour les scènes de musiques actuelles » :

- « - développer une programmation musicale appuyée sur un projet artistique et culturel affirmant une ligne artistique originale et indépendante contribuant à la diversité de l'offre; (...)
- accueillir des artistes en résidence de préproduction ou résidence de création; (...)
- favoriser les pratiques et activités musicales émergentes et ouvertes; (...)
- veiller à travailler en réseau avec les autres équipements du territoire et les organismes de formation associatifs et institutionnels (conservatoires, pôles d'enseignement supérieur, écoles associatives, etc.) et l'ensemble du secteur professionnel; (...)
- mettre en œuvre un projet d'action culturelle auprès des populations du territoire, en particulier lors des résidences d'artistes; (...)
- établir une politique tarifaire adaptée et modulaire facilitant l'accessibilité de tous les publics. »

Les lieux de diffusion

Exemple des lieux de musiques actuelles

- Les lieux de musiques actuelles ont des activités quantitativement et qualitativement importantes et variées
- Le tableau des produits d'exploitation indique une proportion d'un tiers de recettes propres et de deux tiers de fonds publics. Ces proportions varient selon les contextes, notamment en fonction de l'implication des collectivités territoriales dans le projet.

L'observation de la Fédélima sur l'année 2013

Les 142 membres de la Fédélima, réseau de lieux de diffusion pris ici à titre d'exemple, ont été créés entre 1967 et 2014. La jauge médiane de leur salle principale est de 398 places, et 47 % d'entre eux disposent d'une autre salle plus petite (médiane 199 places).

En médianes par lieu :

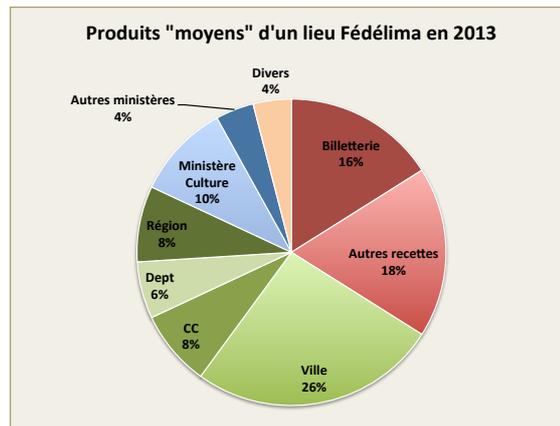
- 89 groupes ont été présentés dans la saison, soit 300 artistes ;
- 51 dates ont été programmées dont 34 spectacles dans le lieu, 5 spectacles hors les murs, 7 coorganisés dans le lieu et 4 coorganisés hors les murs, 5 mises à disposition gratuites et 5 locations ;
- 5782 entrées payantes ont été enregistrées, ainsi que 2 324 gratuites et 893 exonérées ;
- pour 43 % des lieux, un festival a été organisé en plus, avec 4.101 entrées ;
- le prix médian du billet d'entrée à plein tarif est de 12 €, tarif réduit 10 €.

Toujours en valeurs médianes, l'équipe est composée de 8 permanents à temps plein. 30 lieux bénéficient de mises à disposition (7 lieux ont du personnel mis à disposition qui équivaut à moins de 0,5 ETP, 7 autres lieux ont entre 0,5 et moins de 1 ETP, 8 bénéficient de 1 ETP, 4 de plus de 1 et moins de 2 ETP, 3 de 2 ETP, 1 de 2,5 ETP).

912 heures d'intermittents techniciens et 830 heures d'intermittents artistes (en complément des achats de spectacles d'une valeur de 108 000 €), ont été rémunérées par chacun des lieux. La valeur des salaires bruts est de 218 000 € dont 185 000 € pour les permanents.

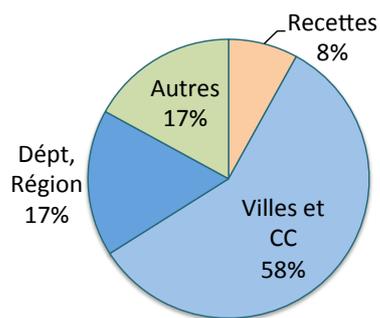
26 bénévoles contribuent aux activités du lieu, représentant sur l'année 1 ETP.

La répartition moyenne des produits peut se présenter ainsi, pour un budget moyen de 840 000 € (la médiane étant à 650 000 €, avec un minimum à 40 000 € et un maximum à 4 millions d'euros :

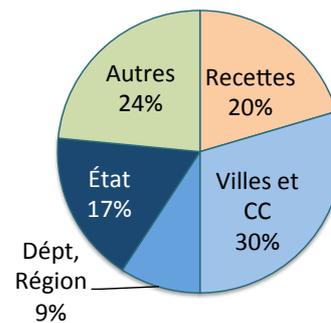


Ces proportions peuvent changer selon le contexte. Dans les schémas ci-dessous, issus d'une fiche repère réalisée par Opale pour Avise en 2009 (« Le lieu de musiques actuelles et amplifiées »), la part de la ville est nettement moindre pour le petit lieu en milieu rural que pour le grand lieu de ville moyenne, issu d'une initiative municipale mais en gestion associative. La part des recettes change selon des proportions inverses.

**Grand lieu – Ville moyenne
Initiative municipale**



Petit lieu – Milieu rural



Notons que divers organismes professionnels peuvent financer des projets développés par des lieux de diffusion de spectacle vivant, et ainsi intervenir, en rubrique « autres », dans le tableau de ressources : Adami, CNV, FCM, IFCIC, Sacem, SCPP, Spedidam, SPPF... Un dossier complet est disponible sur le site de l'Irma (Centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles), à l'adresse :

<http://irma.asso.fr/Les-aides-au-spectacle-vivant>

Les lieux de diffusion

Points de vigilance

- Importance des comptes analytiques pour comprendre comment se répartissent les charges d'exploitation
- Prendre en compte les mises à disposition et le bénévolat
- Ancrage local et travail en réseau sont indispensables

L'analyse du fonctionnement économique des lieux de diffusion n'est pas toujours aisée car elle a théoriquement besoin de comptes analytiques pour distinguer les charges d'exploitation qui relèvent de la diffusion, de l'action culturelle, de l'aide à la création ou des autres activités éventuelles. Or la comptabilité analytique, qui passe inévitablement par une répartition des temps de travail des salariés sur les différentes activités, est rarement mise en place dans les associations.

La comparaison avec d'autres lieux peut être faussée si des évaluations ne sont pas faites du travail non comptabilisé et pourtant nécessaire à la production, que représentent les mises à disposition de personnel et les contributions bénévoles indispensables à l'activité.

Concernant les mises à disposition, tous les cas de figure peuvent se rencontrer : mise à disposition par la ville à l'association gestionnaire de toute l'équipe sauf ceux en charge de la médiation artistique, mise à disposition de la moitié de l'équipe, mise à disposition des seuls techniciens et/ou personnels d'entretien et de maintenance, mise à disposition de personnel communal en plus de celui affecté à la régie autonome gérant le lieu de diffusion, etc.

Il est évident que l'établissement ne fonctionnerait pas sans ces personnels, mais il reste très rare que la valeur de leur travail soit intégrée en charges et produits dans la comptabilité de la structure, faussant ainsi toute comparaison avec un autre établissement.



Pour les contributions bénévoles, il reste important de considérer si certaines tâches indispensables sont prises en charge par des personnes qui remplacent des postes salariés tels qu'on les trouve dans d'autres lieux. Si c'est le cas, deux cas de figure : soit il peut s'agir du projet d'éducation populaire de la structure de faire participer des habitants bénévoles, et c'est donc un signe de force, soit il remplace clairement des salariés, et ce peut être un signe de fragilité.

Les chargés de mission qui ont à suivre des associations culturelles ayant pour dominante une activité de diffusion pourront également porter attention aux éléments suivants :

- Le fonctionnement en équipe est parfois à consolider, des incompréhensions pouvant intervenir entre la génération des « anciens militants », qui consacrent de l'énergie et du temps à l'association bien au-delà de leur temps de travail contractualisé, et celle des « nouveaux professionnels », plus jeunes, qui apprécient de « faire leurs heures » tout en étant efficaces, et de disposer de leur temps libre pour pratiquer d'autres activités. Cette tension générationnelle a peut-être été plus forte à la fin des années 1990 et au début des années 2000, et tendrait à s'estomper avec l'arrivée de nouveaux professionnels de la culture à des postes de direction.
- La connaissance des publics est toujours à approfondir pour les lieux de diffusion qui peinent à recueillir des données sur leurs spectateurs en dehors des abonnements. Toutes les démarches visant à améliorer cette connaissance est utile pour affiner les choix de programmation et l'argumentation auprès des partenaires.
- L'offre étant importante, variée et parfois concurrentielle, un travail en réseau entre structures de diffusion est plus que nécessaire. Une bonne inscription dans le paysage de la diffusion au plan local confirme l'ancrage territorial de la structure.



Les festivals

Le cas des festivals musicaux

- L'activité festivalière est florissante, notamment l'été, avec des budgets croissants
- Les recettes et apports de partenariats privés suivent l'évolution de ces budgets, mais pas les apports des partenaires publics
- La part des recettes propres est plus importante à mesure que le budget augmente

Les festivals sont très nombreux en France, de toutes tailles et de toutes disciplines, depuis Avignon pour le théâtre jusqu'au petit festival de danses traditionnelles dans un village de quelques centaines d'habitants. De récentes études, notamment autour des festivals musicaux, permettent de mieux approcher ce secteur.

Étude 2014 du CNV sur les festivals de musique

Le Centre national de la chanson, des variétés et du jazz (CNV) a publié en 2014 des données économiques sur les festivals, pour la période 2008-2012.

« Confirmant la montée en puissance des festivals, (cette étude) fait apparaître des contrastes forts entre les événements. Entre hausse des charges, croissance modérée des soutiens et marge de manœuvre de moins en moins grande sur la billetterie, l'avenir des festivals pose question. »

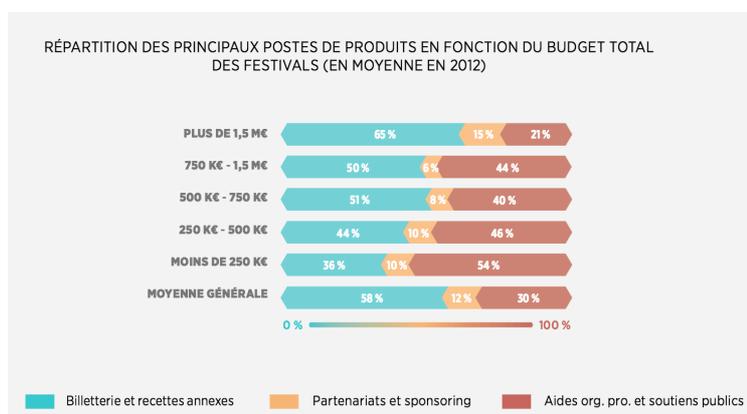
« On compte en France un millier de festivals proposant une programmation de musiques actuelles et de variétés. Les deux tiers de ces festivals ont lieu au cours de la période estivale avec une nette prédominance du mois de juillet. Ils sont le plus souvent implantés dans des lieux à fort potentiel d'attraction touristique et la majorité d'entre eux accueille un public "gratuit" (sans billetterie). »

L'étude économique réalisée par le CNV concerne 98 festivals qui fonctionnent avec une part de billetterie, dont le budget est supérieur à 100 000 €, qui proposent au minimum une dizaine d'artistes/groupes sur une période minimale de deux jours. Leur budget moyen est en conséquence plus élevé que la moyenne des 1 000 festivals en général gratuits, leur organisation portée dans leur quasi-intégralité par des acteurs privés très majoritairement associatifs, leur financement plus systématiquement soutenu par les aides croisées des partenaires publics et organismes professionnels.

Les principaux indicateurs permettant de décrire cet échantillon de festivals sont présentés dans le tableau suivant. La part de recettes propres est dominante.

PRINCIPAUX INDICATEURS POUR LES 98 FESTIVALS ÉTUDIÉS		
	MOYENNE 2012	ÉVOL. 08-12
N°d'édition	19 ^{ème}	
Durée des festivals en jour	8	↘2 %
Nombre de scènes/lieux	10	↗3 %
Nombre de groupes programmés	38	↗8 %
Montant des contrats par groupe	6 480 €	↗17 %
Nombre de spectateurs payants	15 120	↗9 %
Montant moyen du billet	24 €	↗17%
BUDGET MOYEN	929 K€	↗26 %
Budget médian	493 K€	↗27 %
CHARGES (en part)	100 %	↗26 %
Artistique	30 %	↗21 %
Technique, logistique, sécurité	40 %	↗40 %
Autres charges	30 %	↗16 %
PRODUITS (en part)	100%	↗24%
Recettes propres	58 %	↗31 %
Partenaires (sponsors, mécènes)	12 %	↗44 %
Organismes publics et professionnels	30 %	↗8 %

Cette part de recettes propres, comme le montre le tableau ci-dessous, augmente à mesure que le budget du festival augmente.



« Cartographie des festivals de musiques actuelles », CNV, Irma, Sacem, 2015.

Lien : www.cnv.fr/cartographie-festivals

Festivals

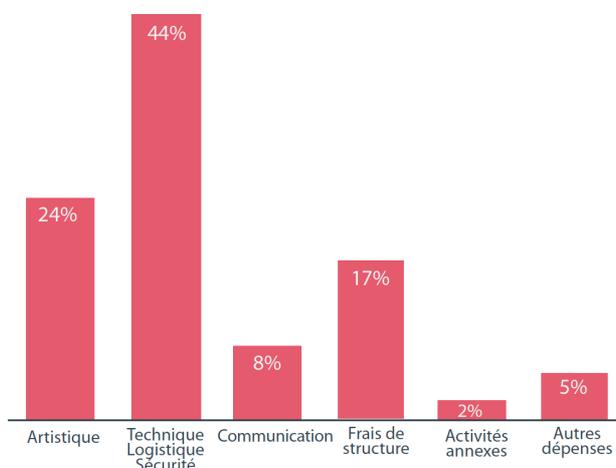
Autres festivals et points de vigilance

- Le poids budgétaire de la technique et de la logistique est prépondérant
- Les recettes propres totalisent 70 % du budget pour vingt festivals bretons cités en exemples
- Attention aux « accidents » de parcours et à l'augmentation régulière des charges que ne compensent pas la hausse des produits

Étude sur vingt festivals de diverses disciplines

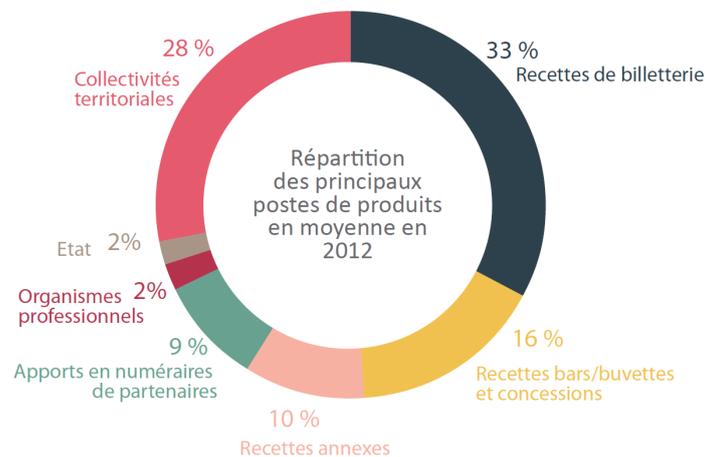
On peut citer une étude menée par un collectif de vingt festivals bretons, concernant la période 2009-2012, qui présente les avantages de concerner des événements centrés sur des disciplines différentes et de tailles différentes. Il s'agit néanmoins de festivals importants puisqu'ils totalisent en moyenne vingt-trois éditions annuelles et que leur budget médian est de 475 000 € (moyenne à 900 000 €).

La répartition moyenne des charges montre un pôle technique et logistique prédominant.



Répartition des principaux postes de charges - Moyenne 2012

Le tableau de ressources présente une répartition à 30 % de subventions publiques et 70 % de recettes propres.



Sur les 28 % des collectivités territoriales, les répartitions sont à 8 % pour la région, 5 % pour les départements, 14 % pour les communes et leurs groupements, et moins de 1 % pour les autres dispositifs territoriaux.

La part de financements publics dépasse de six points celle des festivals d'un panel national constitué par le CNV afin de permettre des évaluations comparatives. Ce sont les financements de la région mais surtout des communes et de leurs regroupements qui sont supérieurs. Le poids des départements est comparable.

Points de vigilance

Une attention particulière pourra être portée aux variations de résultats des festivals, des déficits importants pouvant apparaître sur « une année noire », dont les causes possibles sont variées : une météo désastreuse, la naissance d'un festival concurrent à proximité, une tête d'affiche dont le pouvoir d'attraction baisse subitement, etc. Si un lieu de diffusion peut équilibrer dans l'année les réussites et les échecs sur la base d'une programmation variée, le fait que toute la programmation d'un festival soit concentrée sur une période courte augmente le risque (même si cette concentration des propositions sur un temps court fonde l'attractivité de l'événement). Plusieurs cas de festivals, dans l'ensemble France Active, ont connu ainsi une année pendant laquelle une baisse subite d'activité a créé un déficit qu'il est difficile de redresser par la suite. Un contrôle des charges et une prise en compte prévisionnelle de possibles baisses de financements publics peut être utile. Ainsi, dans l'étude du collectif de festivals bretons, entre 2009 et 2012 les charges ont augmenté de 22 %, les produits seulement de 18 %.

« Indicateurs d'activités socioéconomiques de vingt festivals bretons », Le Collectif FEDDS Bretagne, 2012.

Lien : www.lecollectifdesfestivals.org