



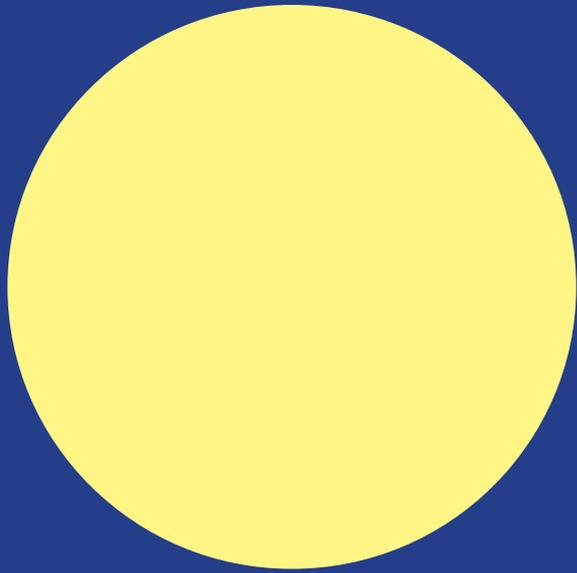
MÉTAMORPHOSE

Les nouvelles trajectoires du spectacle

Rapport d'activité
du PRODISS | 2018/2019

LE SPECTACLE MUSICAL ET
DE VARIÉTÉ EN FRANCE

produs





RAPPORT D'ACTIVITÉ

Du 1^{er} juillet 2018 au 30 juin 2019

Le PRODISS, syndicat du spectacle musical et de variété, est le premier syndicat représentatif au niveau national.

Sa mission est de promouvoir et défendre les intérêts de ses adhérents : producteurs, diffuseurs, exploitants de salles et de festivals, forment l'ensemble de la chaîne de création et de diffusion d'un spectacle.

Nos valeurs

Être visionnaire et transmettre

Parce que nous avons la culture de la scène et la passion d'en promouvoir les intérêts, nous représentons l'esprit du secteur, en faisant bouger les lignes avec toute l'énergie mobilisatrice qui permet de faire.

Cultiver l'esprit d'entreprise et développer l'excellence

Grâce à notre plateforme d'innovation et de travail, nous réunissons, accompagnons et organisons le développement de la scène musicale et de variété.

Fédérer et préparer l'avenir

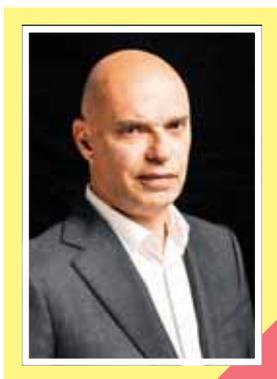
Parce que nous sommes une organisation représentative au niveau national, au rayonnement d'une ambition partagée par nos entreprises, pour la diversité des projets artistiques qu'elles défendent.

Ce rapport d'activité présente les actions menées par le Bureau du PRODISS, composé des membres élus suivants :

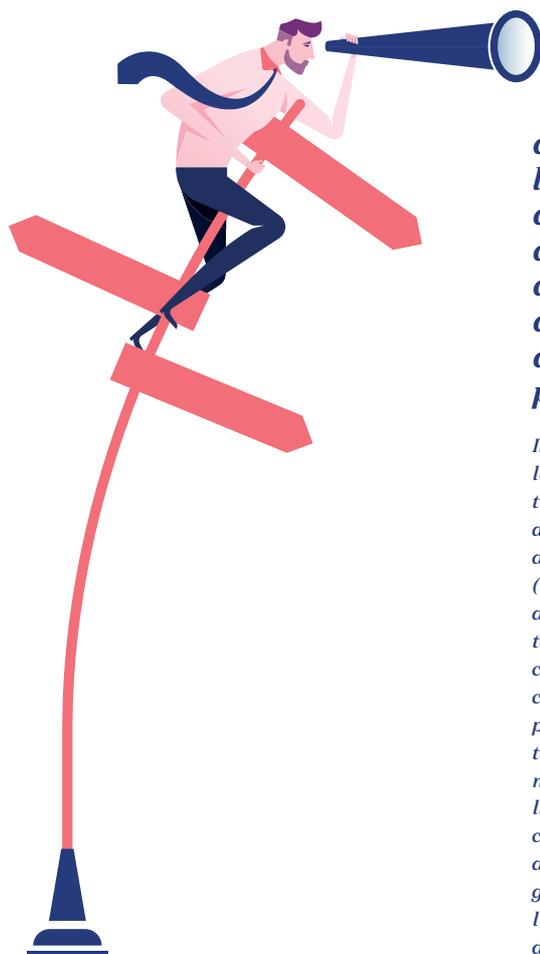
Olivier Darbois, président — Corida ; Angelo Gopee, vice-président du comité Producteurs — Live Nation ; Frédéric Saint-Dizier, vice-président du comité Diffuseurs - Les Productions Label LN ; Aurélien Binder, vice-président du comité Salles / trésorier — Pleyel Gestion ; Rémi Perrier, vice-président du comité Festivals — Musilac ; Jules Frutos, délégué du comité Producteurs - J.H.D. Production / Alias ; Stéphane Métayer, délégué du comité Diffuseurs — Adam Concerts ; Caroline Lécuyer, déléguée du comité Salles — VIParis / Le Palais des Congrès de Paris ; Jean-Paul Roland, délégué du comité Festivals — Les Eurockéennes de Belfort ; Gilles Petit, président du CNV (invité permanent du Bureau).



ÉDITO



Olivier Darbois
PRÉSIDENT



Une éthique à réinventer

Le socle de notre histoire dans la musique est celui de notre persévérance et de notre capacité à façonner notre avenir. Le PRODISS a joué un rôle clé, à la croisée des chemins, en 2016 en confiant à Jules Frutos une mission qui a permis de relancer les travaux du Centre National de la Musique. Ce rôle de catalyseur, nous, entrepreneurs de spectacles, l'avions déjà joué en 1986, en créant le Fonds de soutien chanson, variétés, jazz. Un modèle innovant et vertueux, devenu, par décision de l'État en 2002, le Centre national de la chanson, des variétés et du jazz (CNV). Avec ce même attachement pour notre secteur, et la solution « multilatéraliste » face aux défis auxquels nous sommes confrontés, nous ne pouvons plus attendre. Parce qu'aucun problème ne peut être résolu par un seul acteur, le CNV a été, pendant plusieurs années, la pierre angulaire de notre fragile équilibre.

Cette dynamique nous invite à une responsabilité partagée entre nos adhérents, face à certaines visions court-termistes où se bradent nos acquis.

Le système d'aide du CNV pour les entrepreneurs de spectacles a pour seule fonction de nous permettre de réinvestir dans de nouvelles productions artistiques.

Il est d'autant plus essentiel aujourd'hui que les marges de nos entreprises sont négatives (-0,2 %) et que le seul autre dispositif accompagnant notre dynamique, le crédit d'impôt pour le spectacle vivant musical (CISV), obtenu en 2015, est, chaque année, discuté en projet de loi de finances. Et pourtant, le CISV ne saurait être perçu lui aussi comme une variable d'ajustement commercial ou une monnaie d'échange : il est indispensable à un secteur hautement sous tension. Face à la pression des externalités, nous devons aller ensemble vers une moralisation de nos pratiques : ne plus accepter ce qui menace de réduire notre capacité d'investissement à une peau de chagrin ; garder un seul cap, celui de l'avenir et de la cohésion, pour conquérir ensemble de nouveaux « espaces ».



Favoriser l'émergence de nouveaux talents, construire de nouveaux modèles économiques permettant de renforcer la créativité de la scène française, et assurer le renouvellement artistique, cela nécessite de s'appuyer sur des principes de réciprocité et d'indivisibilité.

L'hétérogénéité économique, qui naît de la disparité des acteurs du spectacle vivant – des grands groupes aux indépendants –, constitue une réalité complexe à prendre en compte. Les actions que nous menons et décidons ensemble au PRODISS aujourd'hui ne doivent pas être le reflet des rapports de puissance, mais d'une intelligence collective pour demain, permettant le partage de acquis pour dépasser nos business models et leurs limites.

Et cette conquête doit être solidaire. Le spectacle n'est pas une « vache à lait » qui peut être exploitée à volonté et sans conséquences. Tant pour la politique culturelle que pour le reste de la filière. Le renouveau de la croissance du disque, grâce au streaming, doit bénéficier aux artistes dont l'équilibre économique ne saurait reposer sur la seule dynamique de la scène.

J'interroge ici la responsabilité de l'ensemble des organisations et des acteurs de la filière musicale pour fonder un établissement commun

qui ne peut s'envisager en spoliant uniquement les acquis du principal maillon qui en est le moteur : la scène.

Les festivals, évidents reflets de la dynamique de nos territoires, de par leur multiplicité, constituent le parfait contre-exemple du succès apparent de notre secteur. Vecteurs d'emplois, de retombées économiques, de lien social, ils sont aujourd'hui, pour la plupart, peu rentables, et font l'objet de ponctions sans merci pour récupérer ce qui peut l'être, sans prendre en compte le levier majeur que constituent ces apporteurs de ressources.



Plus largement, l'entrepreneur de spectacles inscrit son activité et ses projets artistiques dans une continuité temporelle.

Si nous intégrons dans nos stratégies les attentes des parties prenantes de la filière, celles-ci ne doivent pas occulter le bien-fondé de notre rôle et du bénéfice qu'il produit dans l'écosystème, sans être cannibalisé. Une fois encore, le bénéfice commun se coconstruit.

Politiquement, nous avons besoin d'un pacte de confiance réel.

À trois reprises en 2018, des décisions gouvernementales, prises sans aucune concertation, sont venues bouleverser les grands équilibres qui font pourtant la viabilité et la vitalité de notre secteur :

1 REFACTURER

aux entrepreneurs de spectacles les frais de sécurité engagés par la police et la gendarmerie ;

2 ÉDICTER

de nouvelles contraintes sur les volumes sonores des spectacles, sans études de faisabilité techniques, économiques ou artistiques ;

3 EXCLURE

dans la loi de finances pour 2019, les spectacles d'humour du crédit d'impôt pour le spectacle vivant musical en faveur des artistes en développement.

Alors, oui, aujourd'hui, on avance vers le CNM, malgré des incertitudes en toile de fond quant à la véritable place donnée au spectacle musical et de variété. Défendre le CNM comme un nouveau bien commun, c'est invoquer la capacité collective de la filière et de l'État à construire un projet éthique au bénéfice de la création. C'est affirmer pour le PRODISS une éthique de la solidarité contre celle d'une culture individualiste.

Oui, nous sommes sur nos gardes quant à la volonté de nos décideurs publics de défendre la place de la scène française dans un contexte budgétaire contraint.

Ne laissons pas le spectacle vivant devenir une variable d'ajustement :

le renouvellement de la politique culturelle doit être le fruit d'une réinvention

face aux nouveaux équilibres qui se dessinent pour les années à venir, et ne pas se limiter à une correction des déséquilibres installés depuis plusieurs dizaines d'années.

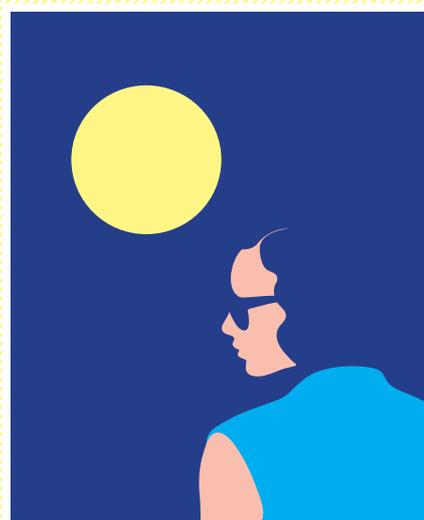
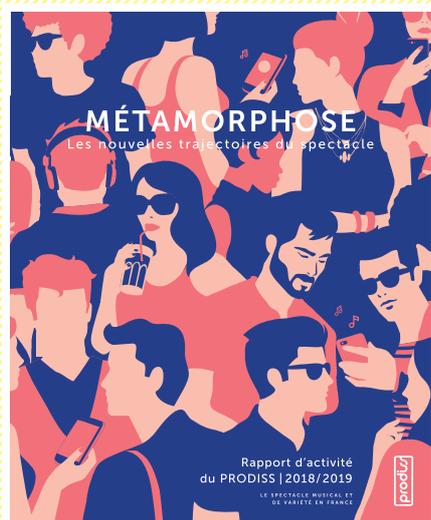
Ne laissons pas l'équilibre précaire et les fragilités de notre secteur nous entraîner vers un « repli sur soi ».

Ne soyons pas court-termistes, mais ambitieux.

Nous allons continuer à avancer en 2020, ensemble. Le PRODISS continuera de se renouveler, de se réinventer, de porter haut et fort sa part de vision d'avenir pour la culture. Parce que la scène innove, depuis toujours. Parce que la scène est, et restera, le lieu de rencontre de l'artiste et de son public.



SOMMAIRE



07

Le syndicat

08

Coulisses

Une brève histoire du temps

20

Filigranes 2018|2019

22

L'année en revue

26

Lâcher de voile

*Les Assises des femmes
de la musique et du spectacle*

36

**Spectacles
et territoires**

52

**Les défis
du spectacle vivant
en matière de droits**

60

Merci

62

**Nos mandats
nationaux
et régionaux**

1^{ER}
SYNDICAT
représentatif
au niveau national*



350
ENTREPRISES
ADHÉRENTES



4
Métiers
PRODUCTEUR
DIFFUSEUR
EXPLOITANT DE SALLE
ORGANISATEUR DE FESTIVAL



Composé à
85% de
PME

prodiss

SYNDICAT NATIONAL
DU SPECTACLE
MUSICAL ET DE VARIÉTÉ

Depuis
1984

Chiffres clés
de nos adhérents

1,7
MD
D'€

CHIFFRE D'AFFAIRES
ANNUEL GLOBAL
SOIT ENVIRON LES TROIS QUARTS
DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR

NOS MISSIONS

représenter
promouvoir
défendre

CHIFFRES CLÉS DE NOS ADHÉRENTS

534 M€

RECETTES
DE BILLETTERIE

SOIT 57% DU SECTEUR DU SPECTACLE MUSICAL ET DE VARIÉTÉ EN 2017

* Avec une audience mesurée au sein de la branche du spectacle vivant privé de 54 % des salariés des entreprises représentées.
Fixée par l'arrêté du 26 juillet 2017, publié au Journal officiel du 3 août 2017
Retrouvez la liste de nos entreprises membres sur www.prodiss.org



— COULISSES —

Une brève HISTOIRE DU TEMPS

Pierre-Marie Bouvery (avocat)
et Gilles Lanier (fondateur de *vivelaculture.com*)

Tandis que les professionnels réunis autour du berceau du Centre National de la Musique lui souhaitent chacun un avenir radieux, sans, pour l'instant s'accorder sur le futur métier de l'enfant, il est proposé au lecteur un voyage dans le passé : une tentative de synthèse de 50 ans (1970-2019) de la profession d'entrepreneur de spectacles musicaux et de variété en France. La tâche se révèle compliquée : pour les 30 premières années, la mémoire de ce métier n'est faite que des souvenirs des femmes et des hommes qui le composent ; en outre, plus que tout autre secteur de la musique, le spectacle vivant est à la fois acteur des mouvements sociaux et économiques de la société française, et dépendant de ces mêmes mouvements. Humble tentative donc.

1970-1980 Inspiration

« Je ne comprends pas pourquoi pour écouter un concert de pop music, il faut se mettre à 25 000 le plus sale possible et en refusant quatre sous pour entendre des musiciens qui se font payer très cher. Ceci étant dit, je n'ai rien contre la pop music¹. » Ainsi s'exprime Georges Pompidou, président de la République française, lors d'une conférence de presse en 1971 contre la tenue du Festival de musique pop d'Aix-en-Provence. Ces propos – par ailleurs presciens du débat contemporain sur le prix des billets et le cachet des artistes – illustrent la rupture adultes/jeunes révolue en France en mai 1968.

PARANOÏDE En 1970, l'ordre moral et républicain a repris la main et la jeunesse est en descente de trip. Les grands festivals hippies anglo-saxons marquent le pas pour des raisons économiques et d'organisation et, en France, la pop music fait peur. Les édiles locaux de tous bords sont dépassés par une jeunesse qui revendique sa place et qu'ils ne comprennent plus. Sous la menace de la « loi anticasseurs » votée en juillet 1970, tout regroupement d'un public jeune est, aux yeux de Ray la Matraque² et de ses préfets, suspect d'un comportement gauchiste, séditionnaire et violent. Dans ce contexte, le Festival BYG/Actuel est interdit en France et doit se tenir à la frontière belge à Amougies. En 1971, la tenue du Festival d'Aix (interdit) fait l'objet d'un débat national ; l'échec du Popanalia à Biot (de nouveau organisé par BYG/Actuel), puis le désastre du Festival d'Auvers-sur-Oise finissent par étouffer pendant plusieurs années les velléités de créer des festivals.

1 – Cité par Johanna Amar dans *Festivals pop 70 en France ou Le souci de tous ceux qui voient un lanceur de bombe dans un amateur de rock'n'roll*, actes du colloque international organisé à l'université de Rouen Normandie en juin 2017, publié par Crimino Corpus.

2 – Surnom donné à Raymond Marcellin, ministre de l'Intérieur (1968-1974).



Pour voir Johnny Hallyday au Palais des Sports en 1971, il faut déboursier 50 francs ; pour Grateful Dead à l'Olympia, 22 francs et Gong à la salle Wagram en 1974 20 francs.

Et, pour les kobaiens, un billet de 10 francs suffit pour voir Magma à la MJC de Fresnes.



NO FUN Il ne se passe donc pas grand-chose en France durant la première moitié des années 1970 dans la pop music et plus généralement dans la musique. Rappelons pour les moins de 50 ans que la télévision française n'offre alors que deux chaînes et qu'il n'existe que quatre radios : France Inter, Europe n° 1, Radio Télé Luxembourg et Radio Monte Carlo. Même si RTL ou Europe 1 sont à cette époque les médias les plus prescripteurs pour la musique (« Musi-corama » sur Europe 1, « Pop » sur RTL), les concerts sont rares. Car la France manque de salles. « Très vite, la plupart des agents du rock à Londres m'ont reçu de façon assez extraordinaire car ils ne voulaient plus travailler en France. Il n'y avait pas de salle à la dimension du rock ni aucune structure de production créative : backstages, gardes du corps, limousines, arrangements avec les hôtels, créativité des tickets, liaisons avec les autorités, etc. », rappelle Albert Koski, fondateur en 1972 de KCP (Koski Cauchoix Productions). À Paris, les concerts se tiennent dans quelques lieux : le Palais des Sports, le Parc des Expositions, la Mutualité, l'Olympia, le Bataclan, etc.



Une brève HISTOIRE DU TEMPS

— COULISSES —



*Avec la légère brise
de renouveau apportée
par l'élection de Valéry
Giscard d'Estaing,
l'étau du bien-pensant
et de la morale
pompidolienne
se desserre*

Mire d'étalonnage ❶

Guitare électrique ❷

Voir Gainsbourg
au Palace (1979) ❸

LES BARBARES En province, les temps sont plus durs encore. Si les grandes villes de France peuvent accueillir des artistes internationaux ou nationaux de grande renommée dans des stades, des arènes, des palais des sports ou des parcs des expositions à l'acoustique baroque et aux lumières incertaines, la diffusion d'artistes de moindre notoriété est quasi inexistante. C'est alors le temps des chapiteaux. « On les louait souvent à une famille de forains, les Fanny, qui arrivait avec une dizaine de gros bras qui montaient les grosses structures métalliques. Avec les Fanny, pas de papier, pas de facture... », se souvient Jules Frutos (Alias).

La crainte de la « subversion gauchiste » conduit les municipalités à fermer les portes aux concerts de pop. Ainsi, par exemple, profitant d'incidents intervenus à l'occasion du concert de Led Zeppelin au stade Gerland le 26 mars 1973, le maire de Lyon, Louis Pradel, vitupère : « Plus de musique de sauvages dans ma ville ! » et fait voter un arrêté municipal précisant que toute musique autre que classique ou d'opéra devient indésirable dans les salles municipales. Cet arrêté s'appliquera pendant trois ans...

Restent alors les réseaux informels des universités, de quelques MJC et clubs/discothèques, voire de quelques prêtres bienveillants qui ouvrent leurs portes à la pop : Soft Machine à l'église Saint-Étienne de Lille en 1971 (20 francs), Tangerine Dream + Nico + John Cale + Brian Eno à la cathédrale de Reims en 1974 (20 francs).

En 1973, seuls 2 % des Français de plus de 15 ans habitant dans des communes rurales ont assisté à un concert de rock ou jazz au cours des 12 derniers mois, contre 18 % pour les habitants de Paris intra-muros¹.

CHOUANS, EN AVANT ! Durant cette période, alors que la jeunesse est « pop », la comédie musicale, elle, est « rock ». Après le succès de *Hair* – perturbé néanmoins par les manifestations de l'Armée du salut et d'autres ligues morales – vont surtout se succéder durant les années 1970 des opéras-rocks : *La Révolution française*, *Gomina*, *Megalopolis*, *Mayflower* et pour finir *Starmania* en 1979.

Ces spectacles préfigurent deux particularités de la plupart des comédies musicales *made in France* : un spectacle principalement constitué de chansons up tempo adaptées au format radio, et la commercialisation d'un album avant le début des représentations. Le succès de l'album conditionne même la production du spectacle : après un accueil plus que mitigé des albums *36 Front Populaire*, ou *Hamlet*, de Johnny Hallyday, ces projets ne seront jamais montés en spectacle.

1 — Étude SER 1973-2008 sur la consommation culturelle des Français.



80s

3



En 1979, voir Gainsbourg au Palace

ou Higelin au pavillon Baltard coûte respectivement 60 et 40 francs, les Who au pavillon de Pantin 45 francs et un bon encore jeune Dr. Feelgood, 35 francs au Bataclan. The B-52's au Palace : 70 francs, c'est trop cher, on n'y va pas.

C'EST L'HISTOIRE D'UN MEC On rigole peu au début des années 1970. Bourvil, Francis Blanche, Fernandel et Fernand Raynaud ont quitté la scène et mis à part l'humour du Splendid ou du café de la Gare alors réservé à quelques Parisiens initiés, ou encore celui de Zouc ou d'Alex Métayer dans les circuits des maisons de la culture, règne à cette époque l'humour « à la papa » des chansonniers et des cabarets.

C'est cet humour qu'affectionnent la télévision et la radio (« C'est pas sérieux » sur la Télévision Française 1, « Les Jeux de 20 heures » sur la toute récente France Région 3, « L'Oreille en coin » sur France Inter, etc.). Mais, au milieu de la décennie, deux humoristes d'un nouveau genre émergent et marquent leur époque : Coluche et Thierry Le Luron et avec eux, leur producteur, Paul Lederman.

ROCK À LA RADIO Avec la légère brise de renouveau apportée par l'élection de Valéry Giscard d'Estaing, l'état du bien-pensant et de la morale pompidolienne se desserre. Au mitan des années 1970, le message politique porté par la pop music s'étiole et la pop (re ?) devient rock. Entre 1978 et 1982, on compte sur la nouvelle bande FM plusieurs centaines de radios dites « pirates » puis « libres » puis commerciales... : le rock investit le hit-parade en chassant le disco. De nouveaux lieux s'ouvrent à Paris : le pavillon de Pantin, le pavillon Baltard, l'Élysée Montmartre, le Palace, le Rose Bonbon, les Bains Douches, etc. Ce sont les années KCP et Zéro Productions (Bernardin/Camus), alors principaux promoteurs d'artistes internationaux de rock. Ce sont également, dans la variété, les années Camus, Hubert et CWP.



Une brève HISTOIRE DU TEMPS

— COULISSES —

HEXAGONE En province, les lieux de diffusion restent rares. Au moins note-t-on la naissance de plusieurs festivals : Mont-de-Marsan (1976), Le Printemps de Bourges (1977), Élixir (1979), Les Trans Musicales de Rennes (1979) et l'émergence d'artistes non parisiens : Étienne Daho, Marquis de Sade, Starshooter, The Dogs, etc. Ainsi, pour 50 francs, les chanceux Lyonnais peuvent assister le 29 juillet 1978 au théâtre antique de Fourvière au festival new wave French Connection, en soutien à la fermeture du Rock'n'roll Mops. Outre les Parisiens Téléphone et Bijou, s'y produisent notamment les régionaux de l'étape : Starshooter, Marie et les Garçons et Ganafoul et les Havrais de Little Bob Story.

IL FAUT TOUJOURS UN PERDANT Que retenir de la dimension politique de cette décennie, si ce n'est le désintérêt manifeste des pouvoirs publics pour la culture populaire et particulièrement la musique ? L'instauration de la taxe parafiscale sur les spectacles de variété mise à part (moitié moindre que celle sur les spectacles dramatiques et gérée par le Fonds de soutien au théâtre privé), la seule avancée sociale des années 1970 consiste dans la création de l'Afdas et du Griss¹.

Quant aux aides, l'État et les collectivités publiques appliquent à la lettre les termes de l'ordonnance de 1945 qui les réserve aux « spectacles [...] qui paraissent plus particulièrement dignes d'encouragement, et notamment ceux qui ont pour objet principal l'éducation et la propagande artistique [...] ». Autant dire que rares sont les spectacles de ce que l'on nomme désormais « musiques actuelles », d'humour et de variété à en bénéficier... Ainsi, en 1980, le budget gouvernemental consacré au rock, à la chanson aux variétés et au jazz est de 0 franc...²

IL EST LIBRE MAX La nature ayant horreur du vide, cette période voit naître les entrepreneurs « sans lieux », les organisateurs de tournées, nouveaux intermédiaires entre les artistes et le public.

Véritable tiers état de l'ordonnance de 1945, les « entrepreneurs de spectacles forains, exhibitions de chant et de danse dans les lieux publics et tous spectacles de curiosités ou de variété » créent de façon empirique une pratique contractuelle verbale – le fax n'existe pas encore et le télex n'est réservé qu'à certains. Jules Frutos rappelle qu'à l'époque, « on organisait un concert sur la foi d'un simple échange téléphonique. L'essentiel se déroulait au moment de la représentation : on se mettait d'accord le soir même avec l'artiste en fonction de la recette. »

Le spectacle vivant privé entretient alors des rapports lointains avec les organismes privés et publics – dont l'administration fiscale – dans une économie fondée en bonne partie sur l'argent liquide. Près de la moitié des billets sont généralement vendus au moment de la représentation.

1 – Rappelons que l'accès des artistes-interprètes au statut de salarié et, accompagnés des techniciens du spectacle, au régime de l'intermittence date de 1969.

2 – Dorian Kelberg, *La Chanson française et les pouvoirs publics*, thèse de l'université de droit d'Aix-Marseille, tome 2, p. 39, publiée aux Presses universitaires d'Aix-Marseille en 1997.



1



2

1 Le festival Elixir, cofondé par le producteur de spectacles Gérard Pont s'est tenu de 1979 à 1987 dans différents lieux de Bretagne, Toulouse et Athènes. Premier gros festival rock en France, il a accueilli de nombreux artistes internationaux (The Clash, Leonard Cohen, The Cure, Depeche Mode etc.)

2 Premier festival européen punk

1981-2005 Extension

« La culture est l'ensemble de nos modes de vie et de pensée. [...] Le socialisme, c'est d'abord un projet culturel, c'est moins un choix de société qu'un choix de civilisation : en vérité, un choix de vie ou plutôt un choix de survie¹. » Ainsi s'exprime à la tribune de l'Unesco celui qui, moins de deux mois plus tard, devient président de la République française. Cette conception extensive du « tout-culture » mise en œuvre par le couple Mitterrand-Lang constitue un véritable point de rupture avec la vision hiérarchique du couple de Gaulle-Malraux d'une « culture des lettres, des arts et des sciences » qui, isolée et supérieure aux « expressions sociales », ne saurait être portée que par des chefs-d'œuvre. C'est durant cette période que s'édifie progressivement la structure professionnelle et économique actuelle du spectacle vivant, sous l'impulsion des pouvoirs publics et grâce à un contexte économique favorable pour les médias et l'industrie phonographique.

ONE VISION Reconnues désormais comme partie intégrante de la culture, mais aussi comme outil et vecteur de cohésion sociale et d'aménagement du territoire, les « musiques d'aujourd'hui » (jazz, rock et variétés) bénéficient pour la première fois d'un budget propre : partant d'un montant symbolique de 500 000 francs en 1981, il progressera régulièrement jusqu'à devenir 10 fois supérieur en 1996². Initialement centralisée puis progressivement déconcentrée auprès des DRAC, une partie des budgets concerne directement la diffusion du spectacle vivant et permet progressivement un accueil enfin décent des artistes et du public³.

Outre l'aide aux festivals, on doit bien évidemment citer le Programme Zénith : en 2005, plus des deux tiers des actuels Zéniths sont en activité, la majeure partie datant des années 1990. S'agissant des lieux de plus petites capacités, retenons la politique d'agencement des lieux musicaux lancée à partir de 1988-1989, puis le programme « cafés-musiques » remplacé à partir de 1996 par le dispositif de labellisation SMAC.

Dans la province alors en déficit de salles, la politique culturelle de l'État a donné l'impulsion qui a permis le développement de ces nouveaux lieux de représentation. Mais le financement de leur construction, équipement et exploitation (hors Zéniths) est principalement assuré par les collectivités territoriales, municipalités en tête.

1 — Déclaration de M. François Mitterrand, candidat du PS à l'élection présidentielle de 1981, au Symposium international sur la science et la culture, sur les propositions socialistes sur la culture, Paris le 19 mars 1981.

2 — Sans compter le budget dédié à la formation et l'information et les crédits d'équipement. In *La Chanson française et les pouvoirs publics, op. cit.*, p. 40.

3 — N'oublions pas qu'un grand nombre d'actions ou de dispositifs dirigés vers la création ont indirectement bénéficié au spectacle vivant telle la création du Studio des Variétés en 1983.

« La culture est l'ensemble de nos modes de vie et de pensée »

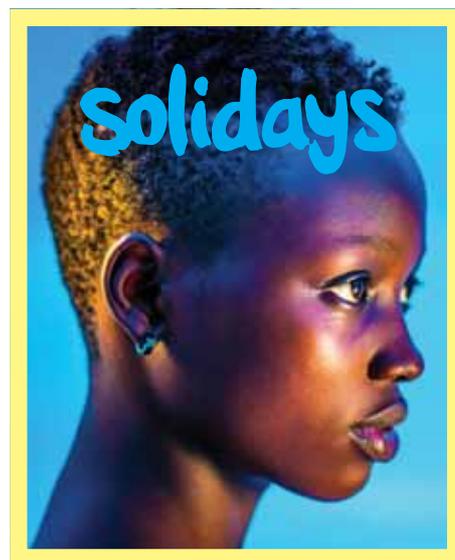
François Mitterrand





1 Salle Le Transbordeur à Lyon

2 Festival de musique Solidays



2

En 1984, une place pour les Cure au Zénith coûte 80 francs et pour Renaud au palais des sports d'Orléans (à l'acoustique digne d'un sous-marin), 70 francs. En 1990, un David Bowie au POPB (160 francs) vaut deux Bertignac et les Visiteurs à l'Aéronef ou deux Ride à Ornano. En 1994, un plateau Nirvana + Buzzcocks au Summum (140 francs) talonne un Nougaro au palais des sports de Paris (150 francs). En 2000, l'hésitation reste permise entre un Mylène Farmer au palais des sports de Lyon (235-264 francs) ou deux Muse à l'Élysée Montmartre (132 francs). En 2005, il faut se décider : soit un Véronique Sanson à la Bourse du travail de Lyon (37 euros), soit un NIN au Zénith de Paris (39,50 euros).

WIND OF CHANGE La création d'une salle de spectacles devient même une promesse électorale (parfois non tenue), comme lors des élections municipales de Lyon en 1983. Ainsi, aux côtés d'initiatives privées telles que la construction de l'Exocet à Rouen, ou l'ouverture de certaines discothèques à une programmation de concerts, à partir de 1983, s'ouvrent les portes du Bikini, du Plan, de l'Ubu, du Transbordeur, de l'Aéronef, de l'Olympic, etc. Puis, à compter de 1998 et jusqu'au milieu des années 2000, près de 70 salles labellisées SMAC sont inaugurées dans toute la France. En province toujours, mais aussi en région parisienne, naissent en une quinzaine d'années près d'un millier de festivals dédiés aux « musiques actuelles » – ainsi qu'on les dénomme à partir des années 1990 – à la chanson ou pluridisciplinaires, intégrant des spectacles d'humour¹. Citons, pour les plus notoires, les Eurockéennes (1989), les Vieilles Charrues (1992), Garorock (1997), Solidays et Marsatac (1999), Musilac (2002), les Nuits sonores (2003), Rock en Seine (2004), le Main Square et le Cabaret Vert (2005). En 2005, les festivals représentent 11 % des entrées des spectacles relevant du CNV.

La politique volontariste de l'État et son mode de financement conduisent rapidement à une juxtaposition de deux mondes : celui commercial/privé de la production et des tournées, et celui associatif/public de la diffusion dans les festivals et les lieux labellisés SMAC ou assimilés.

Le tropisme associatif relève d'abord d'un choix idéologique : la culture, bien public, ne saurait être laissée aux mains du monde marchand. Il est également guidé par les avantages offerts aux associations : facilité de création, faculté de recourir aux emplois aidés et aux objecteurs de conscience et surtout libre accès aux subventions, dont les sociétés commerciales se voient en grande partie privées à partir de 1982.

En 2005, le secteur associatif représente 45 % des représentations des spectacles relevant du CNV et le secteur public 14 %, laissant au secteur privé 40 % des représentations (mais 79 % des recettes).

MA PETITE ENTREPRISE Pour autant, le secteur privé n'est pas délaissé : à partir de 1986, il bénéficie des premières subventions versées par les organismes de gestion collective et le taux de TVA est abaissé. De plus, à l'initiative des producteurs de spectacles est créé le Fonds de soutien chanson, variétés, jazz, auquel se substitue le CNV en 2002. Si le déploiement du programme Zénith traîne les pieds durant les années 1980, le public parisien et les artistes de rock et de variété de grande notoriété disposent depuis 1984 de nouveaux lieux de grande capacité aux conditions d'accueil enfin adaptées : le Zénith et le POPB. En 1998 s'ajoute le Stade de France.

1 – Chiffres tirés de l'étude conduite par le CNV, l'IRMA et la Sacem, *La Carte des festivals en 2013*, disponible sur le site du CNV.



1

NUIT MAGIQUE Les années 1980-1990 vont connaître l'implication dans le spectacle vivant d'un acteur jusque-là très discret : les maisons de disques. La combinaison du lancement du CD (1983), de la baisse de la TVA (1987) et de l'accès à la pub télé (1988) permet à l'édition phonographique de doubler son chiffre d'affaires entre 1988 et 2002, pour atteindre plus d'1,2 milliard de francs. La pratique du tour support se développe ainsi jusqu'en 2005.

Durant cette même période, aux réseaux FM qui se constituent s'ajoute la télévision avec la naissance de nouvelles chaînes : MTV (1981), Canal+ (1984), TV6 puis M6 (1986) MCM (1989). Apparaissent aussi des émissions sur les chaînes hertziennes aux heures de grande écoute, comme Les Enfants du rock (Antenne 2 1982-1988), le Top 50 (Canal + 1984-1993) ou encore les Victoires de la musique (Antenne 2 1985).

L'équation est trouvée : marché du disque en croissance + nouvelles fenêtres d'exposition = apparition de nouveaux artistes, à Paris comme en province. C'est l'émergence de la génération Top 50 : Vanessa Paradis, Mylène Farmer, Les Rita Mitsouko, etc., puis de la première « nouvelle scène française » inaugurée par Miossec, Dominique A et Thomas Fersen, suivie de la seconde génération des Bénabar, Vincent Delerm et Keren Ann.

« On a trouvé dans les années 1990, un équilibre entre l'offre et la demande et une cadence harmonieuse entre le temps de développement d'un artiste en disque et celui dont nous avons besoin pour le spectacle en France et à l'étranger. Les maisons de disques nous regardaient travailler de loin en nous aidant régulièrement mais sans y prêter un vrai intérêt », se souvient Jules Frutos.



2

ANTENNE



3

« Les maisons de disques nous regardaient travailler de loin en nous aidant régulièrement mais sans y prêter un vrai intérêt »

Jules Frutos



Naissance du CD et logo Top 50 1

Célèbre logo de la chaîne MTV 2

Logo de la chaîne de télévision Antenne 2 3

L'ADDITION La radio et surtout la télévision jouent un rôle majeur dans l'émergence et la promotion des humoristes francophones, y compris en dehors des périodes de tournée. Grâce à la succession d'émissions dédiées [« Le petit théâtre de Bouvard » (1982-1985), « Merci Bernard » (1982-1984), « La Classe » (1987-2005), « Rien à cirer » (1991-1996)], la télévision fait découvrir les générations successives d'artistes d'humour. En outre, la naissance à la radio et à la télévision d'émissions de divertissement ou d'*infotainment* offre aux humoristes chroniqueurs ou aux panélistes une présence promotionnelle quasi constante entre tournées et projets cinématographiques.

« Jusqu'au début des années 1990, ni les producteurs ni les artistes n'imaginaient se produire dans des grandes salles. À Paris, on s'en tenait aux salles de 600-700 places, le palais des Glaces, le Splendid, le théâtre Grévin, etc., et au mieux on faisait un Olympia. Les tournées dans des grandes salles de province de type Zénith n'ont commencé qu'au milieu des années 1990 avec Jean-Marie Bigard et Muriel Robin. L'avènement du micro sans fil qui permet des déplacements et une mise en scène/scénographie adaptée à ces grands plateaux ont facilité cet accès aux grandes salles », se rappelle Gilles Petit (Little Bros).

Les producteurs Roland Hubert et Paul Lederman passent de belles années 1980, le dernier commençant en fanfare les années 1990 avec les Inconnus. Viennent ensuite Jimmy Lévy et les Québécois de Juste pour Rire. Le climax de cette expansion des spectacles d'humour reste sans nul doute un événement non encore réédité par d'autres humoristes du spectacle à ce jour : le one man show de Jean-Marie Bigard au Stade de France en 2004.





1

LES ROIS DU MONDE Le succès en 1980 des *Misérables* au palais des Congrès ne relance pas l'intérêt des Français pour les comédies musicales, à l'exception de celles destinées aux enfants : les lapins de Chantal Goya sillonnent la France et *Émilie Jolie* rencontre un certain succès en 1984 au Cirque d'hiver.

Au cours des années 1990, exceptions faites du *reboot* québécois de *Starmania* et des spectacles musicaux de Roger Louret, les quelques tentatives de comédies musicales ambitieuses ne trouvent pas leur public.

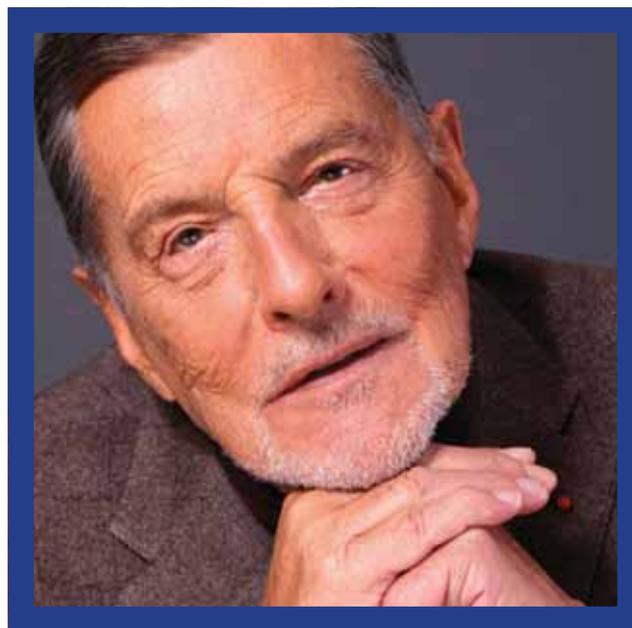
Mais, en 1998, découverte de la pierre philosophale : *Notre-Dame de Paris*. Les Français aimeraient-ils enfin le musical à l'instar des Anglo-Saxons ? Pas si sûr : plus d'une dizaine de grosses productions se succèdent jusqu'en 2005, mais moins de la moitié sont de véritables succès publics.

La production française crée alors un modèle d'affaires périlleux qui revient à produire un film qui ne passerait que dans une seule salle et dont on brûlerait chaque soir la pellicule. « En France, la production d'une comédie musicale signifie l'engagement financier initial de 3 ou 4 millions d'euros. [...] J'ai donc perdu entre 500 000 et 1 million pour chaque échec ! », se souvient Jean-Claude Camus.

Le modèle à la française de ces superspectacles de variété repose sur deux éléments principaux : toujours un succès de plusieurs singles en amont de la première date de représentation pour assurer les préventes, et désormais un partenaire média (de préférence TF1 ou M6) pour remplir une grande salle parisienne, puis celles de province. Une fois le succès parisien acquis, c'est la tournée qui permettra de réaliser le bénéfice de l'opération.

Entre 2000 et 2005, l'équipe gagnante est sans conteste le duo Attia/Cohen, enchaînant plus de la moitié des succès de cette période, dont celui des *Dix Commandements*.

1 — Jean-Claude Camus, *ibid.*, p. 274.



2

DU CIMENT SOUS LES PLAINES C'est au cours des années 1990 que la profession du spectacle vivant s'organise et se structure : le Syndicat national des producteurs de spectacles se crée en 1984, accueille les organisateurs au milieu des années 1990 pour devenir le Synpos, et devient le PRODISS en 2000 en y associant le syndicat des salles de spectacles. Les modifications apportées en 1999 à l'ordonnance de 1945 prennent enfin en considération les principaux métiers avec une approche, cette fois, socio-économique et non plus fondée sur les bonnes mœurs ou une prétendue hiérarchie des arts du spectacle vivant.

Les différentes aides publiques et subventions et le déploiement de la réglementation du travail resserrent les liens entre le monde du spectacle vivant et celui des administrations fiscales, sociales et des organismes de gestion collective. La profession est conduite progressivement à intégrer dans son exercice les règles et les contraintes qu'ils imposent.

Avec le développement des moyens de communication à distance (téléx, puis fax, puis e-mail), on passe de l'âge des accords oraux à celui de l'écrit.

L'usage des cartes bancaires et le développement de la billetterie électronique font progressivement disparaître l'argent liquide. Et les billets de concerts sont devenus moches.

Editors au Festival les inRock's 2007 pour 28,50 euros ou Queens of the Stone Age à la Cigale pour 26,50 euros, entre nous, c'est donné. En 2009, Alain Bashung pour 44 euros ou Valérie Lemerrier à 39,50 euros à l'Olympia : on prend les deux. *Mozart, l'opéra rock* à la patinoire de Mériadeck pour 68 euros en 2011 ? Mille fois oui. Et pour Metallica en 2012 au Stade de France : à 50,80 euros, la vérité, c'est cadeau.

1 Backstage

2 Portrait de Jean-Claude Camus, producteur de spectacles — Crédit photo : © Starface



2005-2012 Flexion

« Un métier qui se prend sur le tard l'industrie dans la gueule. » Ainsi s'exprime en 2010, en parlant du métier d'entrepreneur de spectacles, Jules Frutos, alors président du PRODISS¹.

COUP DE BOULE La crise du disque amorcée à l'étranger au tournant des années 2000 atteint la France qui résistait jusqu'alors grâce à l'importance de son marché local. La première conséquence pour le spectacle vivant est la réduction des investissements des maisons de disques (et des éditeurs) dans le tour support : divisés par deux entre 2006 et 2009, ils finissent par quasiment disparaître.

La seconde conséquence est plus structurante : autrefois partenaires éloignés des producteurs de spectacles, les producteurs phonographiques deviennent leurs concurrents directs.

Dans cette stratégie dite « 360° », le marché jusqu'alors parallèle du spectacle vivant devient désormais, pour la production phonographique, un marché induit. On note ainsi au fil des années l'acquisition par Because de Corida en 2004 puis de la Cigale en 2006, celle d'Arachnée par Sony music Entertainment en 2007, puis celle de Jean-Claude Camus Productions par Warner Music France en 2008. Seule Universal semble rester en marge, son unique incursion étant l'achat de l'Olympia en 2001. Mais sa maison mère, Vivendi, devient actionnaire majoritaire de Digitick en 2011. À côté de la croissance externe, les producteurs phonographiques indépendants lancent leurs propres structures de production de spectacles vivants.

ALL DELIGHTED PEOPLE Ce marché à forte croissance (+ 50 % de chiffre d'affaires dans le spectacle musical et de variété entre 2006 et 2012) attire de nouveaux acteurs espérant vraisemblablement y trouver la rentabilité qui fuit celui de la musique enregistrée. D'abord Fimalac, dans une stratégie verticale, après sa prise de participation dans Vega (et son portefeuille de salles et d'équipements), investit la production de spectacles : Gilbert Coullier Productions en 2010 puis Auguri en 2011. Le groupe Lagardère entre dans le *game* durant cette période en devenant actionnaire minoritaire du Zénith de Paris en 2010 puis en rachetant les Folies Bergère en 2011.

Pendant cette période, à l'exception de Stage Entertainment qui investit le théâtre Mogador en 2010, les deux multinationales du spectacle vivant observent le marché français sans y prendre une part très active. Après l'acquisition du Main Square Festival et de la majorité des parts de la société Jackie Lombard Productions en 2007, Live Nation reste discrète tout en commençant le développement d'un *roster* d'artistes français. AEG n'apparaît dans le paysage qu'en 2013, au travers de sa participation minoritaire dans le POPB (Palais omnisport de Bercy). Mais quand le silence se fait dans la plaine, c'est que les Indiens sont sur la colline...

La diffusion du spectacle vivant se poursuit avec la construction des cinq derniers Zéniths, la relance du plan SMAC, et la nouvelle passion des municipalités pour les Arenas (Liévin, Montpellier et Lille).

Durant cette période, plus de 700 festivals se créent, dont le Hellfest (2006), les Déferlantes (2007) et We love green (2011). Leur poids a déjà doublé en sept ans, représentant, en 2012, 20 % de la fréquentation et 16 % de la billetterie.

LA SUITE La comédie musicale poursuit ses activités à haut risque, alternant échecs et succès dont *Mamma Mia!*. Dove Attia et Albert Cohen continuent d'avoir la main chaude avec *Mozart*, *l'opéra rock* et *1789 : les Amants de la Bastille*.

L'humour se renouvelle sous le vent qui souffle des Amériques avec le stand-up dont Jamel Debbouze est l'étendard. Cet humour souvent communautaire et encore très masculin va non seulement remplir les *comedy clubs*, mais aussi les Zéniths, complétant l'offre de spectacles de one man shows plus traditionnels.

Avec la signature par le PRODISS, en février 2012, de la convention collective du spectacle vivant privé (après six ans de négociation), la profession poursuit sa structuration.

La pratique des contrats d'exclusivité commence à se développer : vraisemblablement par capillarité avec l'usage des contrats d'artiste importés dans le spectacle vivant par les producteurs phonographiques, mais également en raison de la demande des artistes, même en développement, de bénéficier désormais d'une participation sur les bénéfices des tournées.

1 — Cité par Stéphane Davet dans l'article du *Monde* du 24 avril 2010 : « La France conquise par Live Nation, numéro 1 du spectacle ».



Une brève HISTOIRE DU TEMPS

— COULISSES —

2013-2019 Industrialisation

« J'ai fait mes comptes : les tournées françaises de cinq à 10 concerts d'artistes anglo-saxons, ma spécialité, c'est mort. Les mecs préfèrent désormais jouer dans un seul festival : fini les camions et les bus, ils arrivent en limousine, les mains dans les poches, et ramassent beaucoup plus de pognon. Alors, j'ai décidé de changer de métier... » Ainsi intervient, en 2018, Salomon Hazot en qualité de président de Live Nation France¹.

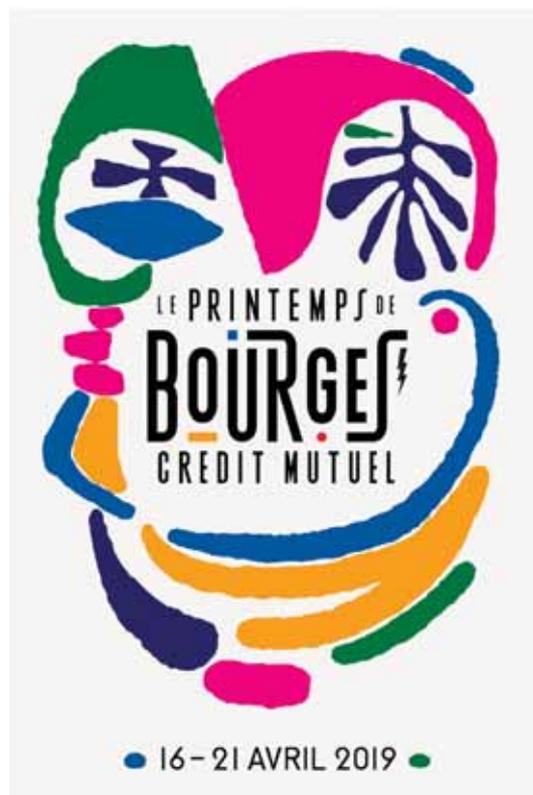
BLITZKRIEG BOP En quatre années, Lagardère, Fimalac, AEG et Live Nation affermissent leur position tous azimuts : Lagardère (tout comme Live Nation) se porte candidate pour l'acquisition du Printemps de Bourges qui reviendra finalement à Morgane Production, prend possession du Casino de Paris, lance BilletRéduc, prend la gestion de plusieurs Arenas, se met sur les rangs (en duo avec Live Nation) pour la gestion du Zénith de Nantes et rachète le Bataclan. Fimalac poursuit son développement en achetant les sociétés de Thierry Suc et acquiert la salle Pleyel. À la corde, Vivendi fonde sa filiale de production de spectacles Olympia Prod, se lance dans la production de spectacles, et prend des participations dans le Brive Festival, Garorock et les Déferlantes.

Et les Indiens dévalent la colline... Live Nation lance les festivals I Love Techno, le Download Festival puis le Lollapalooza, rachète Nous Productions à Warner Music France (qui l'avait acquise un an seulement auparavant), prend une participation dans le festival Marsatac et poursuit son développement de producteur/tourneur d'artistes français. AEG, en casaque rouge, après sa prise de participation dans le POPB, tente une édition parisienne du festival Coachella, acquiert 30 % du festival Rock en Seine et installe les bureaux de sa filiale française à Paris en 2018. Dans la dernière ligne droite, on assiste au premier accrochage entre les deux géants : Paris Summer Jam vs Rock en Seine. Pas de vainqueur, chacun rentre au box.

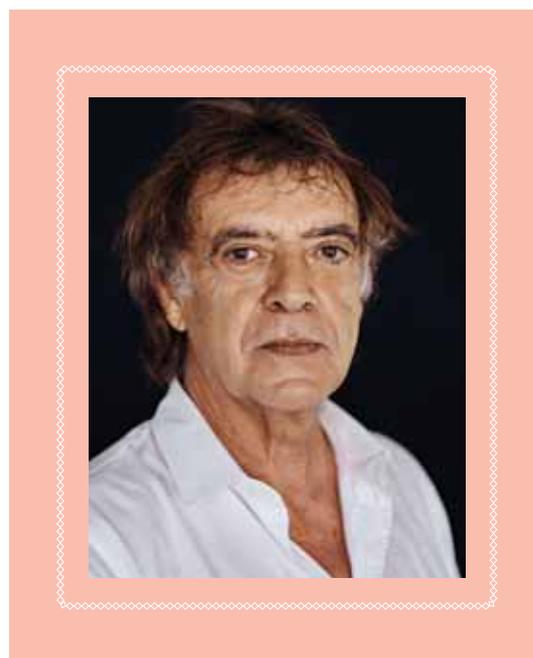
À L'AMMONIAQUE Cette accélération du processus de concentration du marché est au rythme de la marche forcée qu'impose le streaming aux maisons de disques, jusqu'à alors maîtres du temps. Le développement concomitant, voire symbiotique, du streaming et de la musique urbaine, érode le tempo de l'album et son temps de développement, au profit d'une consommation instantanée de titres par un public compulsif et volatil. Un mercato s'est ouvert en quelques années, dans le disque ou le spectacle, accompagné d'une inflation des conditions financières souvent déraisonnables sur lesquelles, bien souvent, seules les filiales de grands groupes sont en mesure de s'aligner. Les artistes de la musique dite désormais « adulte » – c'est-à-dire à peu près tout sauf l'urbain – sont bien à la peine et le spectacle vivant devient, pour ceux qui ont encore la main, le seul levier financier leur permettant de compenser au moins partiellement l'inexorable déclin des revenus issus de leurs enregistrements. En 2017, les festivals représentent 25 % des entrées des spectacles en France et 25 % de la billetterie.

Le festival du Printemps de Bourges a été fondé en 1977 ¹ par Daniel Colling, producteur de spectacles, Maurice Frot et Alain Meilland. Daniel Colling est également co-concepteur du programme Zénith aux côtés de Jack Lang dans les années 80.

Jules Frutos, producteur de spectacles ²



Cet été, danser sur The Chemical Brothers à la Grande Seine vous coûtera 54 euros et les blagues de Kev Adams, 39 euros au Zénith d'Amiens. Il vous faudra choisir : une place entre 33 et 69 euros pour faire vos adieux à Patrick Timsit à l'Olympia, ou 65 euros en Benz avec JoeyStarr jusqu'au Zénith de Nantes pour voir NTM. Peut-être vous conduira-t-il au festival de La Route du rock (46,50 euros ou passe trois jours à 108 euros), ou déciderez-vous de vous rendre seul à Landerneau pour le festival Fête du bruit, et pogoter avec Nekfeu, Roméo Elvis, Orelsan, Soprano et tous leurs amis pour 47 euros par soirée (87,75 euros x 2, 121,50 euros x 3).



1 — Interview de Salomon Hazot dans *Télérama* en juin 2018.

« Plus encore que le stand-up, l'évolution remarquable de ces dernières années est l'arrivée des femmes dans l'humour »

Gilles Petit - Producteur de spectacles

Si entre 2004 et 2016, le budget moyen des festivals a doublé, tout comme le prix moyen du billet, la part des dépenses artistiques reste nettement inférieure aux charges techniques, logistiques et de sécurité (en moyenne 30 % vs 43 % en 2016). Il ne s'agit toutefois de moyennes : la place désormais prise par les « gros » festivals et l'expansion verticale et horizontale des groupes nationaux ou multinationaux suscitent ou accompagnent l'augmentation des prétentions financières des artistes en têtes d'affiche.

Les festivals ont représenté le premier relais de croissance du spectacle musical et de variété durant ces 15 dernières années, mais les premiers chiffres des éditions 2019 peuvent laisser craindre un début d'essoufflement de ce mode de diffusion.

LE DÉBUT DE LA SUITE Les temps deviennent durs pour les comédies musicales qui n'ont pas un compositeur ou un interprète notoire à proposer au public dans la distribution. Comme les maisons de disques avant elles, les chaînes de télévision et les radios commencent à délaisser la variété et, partant, les comédies musicales. Pourtant, à la rentrée 2016, une dizaine de grosses créations ou reprises se poussent au guichet. Mais seules quelques-unes en ressortent indemnes.

En dépit de nouveaux investisseurs se substituant aux médias traditionnels, la comédie musicale à la française commence à s'essouffler. Et adopter le modèle anglo-saxon n'est pas encore d'actualité : les salles de moyenne capacité (1 000-1 500 places) sont peu nombreuses et la pratique d'une prolongation automatique dans la même salle n'est pas dans les usages. La production de comédies musicales risque donc de devoir réinventer son économie et peut-être adopter une esthétique plus proche du théâtre que du mégaconcert de variété.

Même phénomène pour l'humour mais avec un effet différent : les producteurs de spectacles de variété investissent le genre.



Mais, malgré son succès², la diffusion en province des spectacles humoristiques rencontre ses limites : « Nous manquons de salles de 1 500 places. Les Zéniths sont trop coûteux pour des spectacles de 2 000 spectateurs avec un prix de billet raisonnable. Mis à part les casinos, il est très difficile de trouver des salles de cette jauge en province. L'une des solutions serait que les scènes nationales, qui disposent de très belles salles de cette capacité, d'équipements et de personnels compétents ouvrent plus largement leurs lieux aux producteurs privés. Mais cette mutualisation n'est malheureusement pas encore entrée dans les mœurs », déplorent Matthieu et Gilles Petit. L'humour évolue en dépit de ces contraintes. Selon Gilles Petit, « plus encore que le stand-up, l'évolution remarquable de ces dernières années est l'arrivée des femmes dans l'humour : Sylvie Jolie puis Muriel Robin en ont donné le point d'appui, Florence Foresti a amplifié le mouvement et le succès de Blanche Gardin en marque l'avènement. »

IDON'T CARE Profession la plus directement touchée par les attentats de novembre 2015, les entrepreneurs de spectacles s'attendent alors à un soutien des pouvoirs publics. Certes, le crédit d'impôt pour le spectacle vivant musical – adopté le 13 novembre 2015 – entre en vigueur en 2016, mais les nouvelles contraintes de sécurité entraînent un doublement des coûts pour la profession. En 2018, la profession reçoit trois succès semblant avoir été tirés de l'ère pompidolienne : la circulaire Collomb, le nouveau décret sur le son, et l'exclusion du bénéfice du crédit d'impôt pour le spectacle vivant musical 2019 des spectacles d'humour (et *de facto* des comédies musicales).

C'est dans ce tumulte, à l'aube de ce jubilé, que finit par naître le Centre National de la Musique.

En le constituant autour du CNV, du FCM et de l'IRMA, le ministère de la Culture lui a donné ses premières orientations : le soutien financier et l'information.

Cependant, le récent processus de concentration des structures de production et de diffusion, vs la place des entrepreneurs indépendants, l'avenir de la bipolarité privé/associations-collectivités territoriales face aux risques de désengagement de ces dernières, ou encore l'évolution des lignes de partage de programmation public/privé dans les salles du secteur public, sont autant de thèmes qui devront vraisemblablement être discutés au sein du CNM. Rappelons à cet égard les missions confiées au fil du temps au CNC : soutenir, réglementer, promouvoir, diffuser, coopérer, négocier, éduquer et protéger, etc.

Gilles Lanier a travaillé chez Polydor, BMG, à la DP disque de la Fnac, dans les groupes Canal+ et Novapress. Il a créé le cabinet de conseil 2^e Round en 2007, et le site vivelaculture.com en 2015.

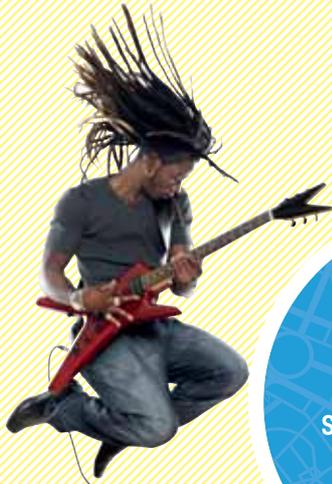
Pierre Marie Bouvery, cofondateur du cabinet Factori, est avocat à la cour de Paris et intervient dans le secteur du divertissement et en particulier de la musique. Il est l'auteur de deux ouvrages publiés à l'IRMA : *Les Contrats de la musique* et *Les Contrats 360°*.

2 — Si l'humour est en tête du nombre de représentations, il a néanmoins le plus faible ratio en billetterie : 28 % des représentations pour 10 % de la billetterie (chiffres CNV 2017).



Filigranes 2018|2019

NOS ACTIONS EN BREF



01

SEP|2018
Assemblée générale du PRODISS

Rendez-vous annuel rassemblant les adhérents du PRODISS.



Safe PRO
JECT

Safety training on public events



02

SEP|2018
Projet Safe

Lancement du projet européen coordonné par le PRODISS.

03

OCT|2018
MaMA Festival & Convention

Présentation du cinquième Baromètre du live et de l'étude d'impact du crédit d'impôt pour le spectacle vivant musical.



04

OCT|2018
Déjeuner des femmes de la filière musicale

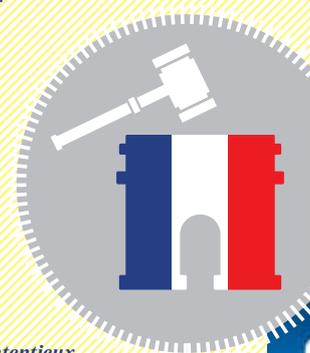
Ce rendez-vous dans le cadre du MaMA Festival & Convention a permis de lancer le projet des premières Assises des femmes de la musique et du spectacle.



05

NOV|2018
Recours contentieux

Le PRODISS et le SMA ont déposé un recours contentieux pour demander le retrait de la circulaire Collomb et empêcher la facturation des frais de sûreté aux entrepreneurs de spectacles.



06

DÉC|2018
#FanPasGogo

En cette fin d'année et de période de fêtes, le PRODISS a continué la lutte contre la revente illicite de billets de spectacles avec une campagne de sensibilisation.





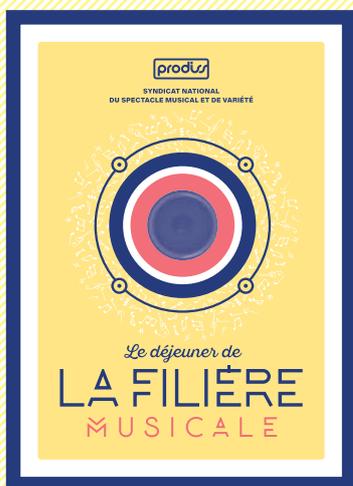
07.
MAR|2019
Centre National de la Musique

Le ministre de la Culture, Franck Riester, annonce le lancement de la mission de préfiguration du CNM en vue de son installation le 1^{er} janvier 2020.

09
JUIN|2019
Déjeuner de la filière musicale

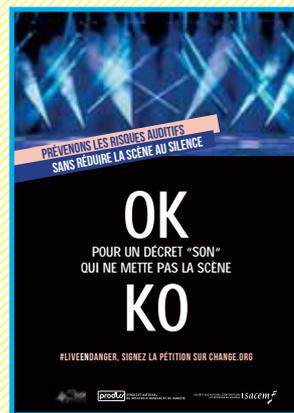
« CNM, le new deal de la filière »

Le huitième Déjeuner de la filière musicale a réuni 100 personnalités autour du CNM et de l'impact des spectacles sur les territoires, et en présence du ministre de la Culture.



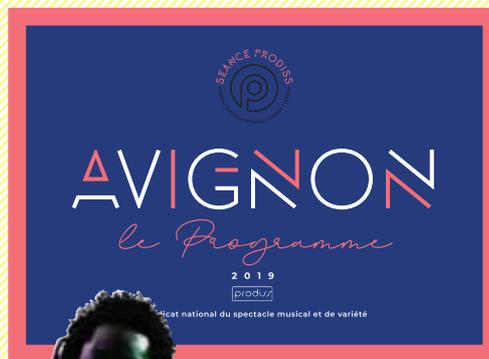
08
2018|2019
Campagne #LiveEnDanger

Le PRODISS et ses partenaires Agi-son et la Sacem ont demandé la modification du décret du 7 août 2017 qui prévoit des nouvelles normes de réglementation sonore incompatibles, pour certaines, avec les réalités de la scène.



10.
JUIN|2019
Assises des femmes de la musique et du spectacle

Treize organisations professionnelles et institutions sociales ont décidé de se rassembler, sous le parrainage du ministre de la Culture, autour d'une problématique commune : l'égalité femme-homme.



11.
JUIL|2019
Festival d'Avignon

Le PRODISS a diffusé largement le programme des spectacles de ses adhérents et organisé avec des partenaires, la quatrième édition de la soirée La Générale.





L'année en revue

2018 | 2019

SEPTEMBRE 2018

Assemblée générale 2018

ÉLECTIONS ET NOUVELLE ELLIPSE

L'édition 2018 de l'assemblée générale électorale du PRODISS a réuni à Strasbourg plus de 200 adhérents. Trente-deux élus des comités métiers ont été élus pour les trois prochaines années, reflets de la diversité des composantes du spectacle : producteurs, diffuseurs, exploitants de salles et organisateurs de festivals. Le bureau nouvellement élu est présidé par Olivier Darbois qui insuffle pour ce mandat une politique volontariste et engagée vers le rassemblement. De nouvelles alliances de connaissances et de savoir-faire ont influé durant cette première année de mandature sur les grands enjeux sectoriels portés par le syndicat auprès des instances publiques.

Convention collective

UN TEXTE EN CONSTANTE ÉVOLUTION

La convention collective du spectacle vivant privé est un texte vivant ; chaque mois, les partenaires sociaux du secteur se réunissent pour la négocier au plus près des réalités du secteur. Cette année, le travail a notamment porté sur la mise en conformité de la convention avec la loi travail et les ordonnances Macron ainsi que sur la formation professionnelle des intermittents. Le PRODISS participe aux réunions de négociation de la CPPNI (Commission paritaire permanente de négociation et d'interprétation de la branche spectacle vivant privé) et travaille avec ses adhérents sur les évolutions de la convention collective.



Safe

LANCEMENT DU PROJET EUROPÉEN

Neufs organisations représentatives du secteur du *live* en Europe* se sont mobilisées autour du projet Safe coordonné par le PRODISS dans le cadre du programme ERASMUS+, avec pour objectif de développer un programme de formation adapté aux nouvelles stratégies de sécurité et de sûreté en Europe. Le projet Safe s'inscrit sur une durée de 24 mois, à compter de septembre 2018.

* Les partenaires du projet européen Safe sont ILMC — International Live Music Conference (UK) ; MOM Consultancy (UK) ; LABA (FR) ; ISSUE (CH) ; EAA — European Arenas Association (NL) ; ICMS — International Crowd Management & Security Group (NL) ; BDV — German Association for the Events Industry (DE) ; Wallifornia MusicTech (BE) ; PRODISS (coordinateur du projet).

OCTOBRE 2018



Crédit : Patrice Soufflin

Franck Riester,
ministre de la CultureACCÉLÉRATION DE LA VITESSE
ORBITALE DU CNM

Le PRODISS a accueilli très favorablement la nomination de Franck Riester. Le nouveau ministre s'inscrit dans la continuité de la politique conduite par Françoise Nyssen, autour de l'avènement du Centre National de la Musique. Son arrivée au ministère de la Culture coïncide avec la trajectoire du rapport confié aux députés Bois et Cariou dont la publication en octobre 2018 précise les orientations précédemment établies par Roch-Olivier Maistre. En particulier la nécessité d'un financement extrasectoriel pour le CNM, évalué par les deux rapports à 20 millions d'euros annuels.

Baromètre du *live*CINQUIÈME ÉDITION
AU MAMA FESTIVAL & CONVENTION

Le PRODISS présente chaque année le Baromètre du *live*, réalisé par l'institut de sondage Harris Interactive. Véritable Polaroid de l'opinion des Français, le Baromètre du *live* offre une observation des pratiques culturelles des Français en matière de spectacles. Parmi les grandes tendances 2018, l'attractivité confirmée auprès des publics jeunes (+8 %). Les Baromètres sont disponibles sur prodiss.org.

Impacts du crédit d'impôt
spectacleL'EFFICACITÉ D'UN DISPOSITIF
FISCAL ESSENTIEL

En 2018, le PRODISS a souhaité se doter d'une étude d'impact, afin de fournir une première grille de lecture économique de l'efficacité et de l'efficience du crédit d'impôt pour le spectacle vivant musical (CISV). Cette étude, confiée au cabinet EY, évalue l'impact du CISV sur la création artistique, ses effets sur l'emploi et son coût réel pour

l'État. Pour sa première année pleine, en 2017, l'étude démontre en particulier que le CISV a rendu possible l'accompagnement de 875 projets artistiques, représentant à eux seuls plus de 14 700 représentations diffusées sur l'ensemble du territoire national.

Premier Déjeuner
des femmes
de la filière musicale

OUVRIR DE NOUVEAUX HORIZONS

Puisqu'être ensemble est une force, nombre d'organisations partenaires se sont mobilisées sur l'initiative du PRODISS pour impulser une nouvelle réflexion sur la place des femmes dans la musique. L'Adami, le groupe Audiens, l'association Campus M, le CNV, la CSDEM, le MaMA, le PRODISS, la Sacem, la Fédération Scènes, le SNEP, la SPPF et l'UPFI, ont ensemble réuni une centaine de participants. Ce premier rendez-vous, ancré au MaMA Festival & Convention, a permis de lancer le projet des Assises des femmes de la musique et du spectacle.

NOVEMBRE 2018

Frais de sûreté : recours
contentieux du PRODISSPOUR UNE ANNULLATION
DE LA CIRCULAIRE COLLOMB

En mai 2018, une instruction ministérielle a demandé aux préfets de refacturer les frais de police et de gendarmerie liés aux événements culturels à leurs organisateurs, sans aucune considération pour l'augmentation démesurée que cela pouvait représenter pour ces derniers. Le PRODISS et le SMA ont conjointement déposé un recours contentieux en novembre 2018, devant le Conseil d'État, et demandé l'annulation de la circulaire Collomb du 15 mai 2018. Pour les professionnels, la sûreté est une mission régalienne et ne saurait être à la seule charge de l'organisateur de festivals ou de spectacles.

Non au décret « Son »

OK POUR UN DÉCRET SON
QUI NE METTE PAS LA SCÈNE KO

Le PRODISS a demandé la modification du décret du 7 août 2017 qui prévoit des nouvelles normes de réglementation sonore incompatibles, pour certaines, avec les réalités de la scène. Agi-son, le PRODISS et la Sacem ont lancé ensemble la campagne « OK pour un décret son qui ne mette pas la scène KO » afin de mobiliser les professionnels, mais également le public, face aux désastreuses conséquences de ce nouveau

décret. Les professionnels ont demandé, à travers cette campagne, la réouverture d'une concertation sur le décret du 7 août 2017 et l'instauration d'une période transitoire afin de permettre la mise au point des outils adéquats et de faciliter l'équipement des lieux de diffusion.

DÉCEMBRE 2018

Rejet de la QPC¹
Viagogo et TicketbisLE CONSEIL CONSTITUTIONNEL
RENFORCE LA LOI FRANÇAISE

La société Viagogo, dont l'activité consiste notamment en la revente de billets sans autorisation des producteurs de spectacles, avait soulevé une question prioritaire de constitutionnalité, dans le cadre d'un litige initié à son encontre par l'UEFA. Par décision du 14 décembre 2018, le Conseil constitutionnel a déclaré conforme à la Constitution l'article 313-6-2 du Code pénal qui interdit la vente à titre habituel de billets de spectacles sans autorisation du producteur et la fourniture des moyens en vue de cette vente. Le PRODISS est intervenu à la procédure en faveur de la constitutionnalité de l'article 313-6-2 du Code pénal, dont il avait soutenu l'adoption en 2012.

#FANPASGOGO

LUTTER CONTRE LA REVENTE ILLICITE
DE BILLETS DE SPECTACLES

En cette fin d'année où nombre de dates importantes de spectacles sont mises en vente pour 2019, le PRODISS a relancé #FanPasGogo, sa campagne de sensibilisation contre les abus du marché noir. Depuis 2017, #FanPasGogo mobilise l'opinion pour lutter contre ce fléau : pétition, guide de 10 conseils pour ne pas se faire arnaquer, un spot publicitaire à partager sur les réseaux et site Web ainsi que des affiches. Toutes les informations sont en lignes sur fanpasgogo.fr. Par ailleurs, le PRODISS, aux côtés de plusieurs producteurs de spectacles, a porté plainte contre VIAGOGO avec constitution de partie civile. Cette action au pénal a pour effet de mettre en mouvement l'action publique par la désignation d'un juge d'instruction et l'ouverture d'une information judiciaire.

1 — La Question prioritaire de constitutionnalité (QPC) est le droit reconnu de soutenir, devant le Conseil constitutionnel, qu'une disposition législative est contraire aux droits et aux libertés que la Constitution garantit. Ce contrôle est dit *a posteriori* : le Conseil constitutionnel examine une loi déjà entrée en vigueur.



MAI 2019

Proposition de loi créant le Centre National de la Musique

L'ASSEMBLÉE NATIONALE ADOPTE LA PROPOSITION EN PREMIÈRE LECTURE

Le 6 mai 2019, le texte sur la création du Centre National de la Musique (CNM) a été adopté à la quasi-unanimité à l'Assemblée nationale. Le texte a également été examiné par le Sénat au mois de juillet, dans l'objectif d'une publication de la loi en octobre 2019. Ce nouvel organisme public devrait voir le jour en janvier 2020 et rassemblerait le Centre national de la chanson, des variétés et du jazz (CNV), le Fonds de la création musicale (FCM) et le Centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles (IRMA). Placé sous la tutelle du ministre de la Culture, le Centre bénéficiera du produit de la taxe sur les spectacles, aujourd'hui affecté au CNV. Le ministre a évoqué de futures « ressources complémentaires » dans le cadre du projet de loi de finances pour 2020, après évaluation des « besoins nouveaux ».

JUIN 2019

Assises des femmes de la musique et du spectacle

TRANSFORMER LES PRATIQUES PROFESSIONNELLES

Suite à l'initiative du PRODISS d'organiser le premier Déjeuner des femmes de la filière musicale, 13 organisations professionnelles et institutions sociales : Audiens, l'Adami, l'Afdas, le CNV, la CSDM, la Fédération Scènes, la GAM, le PRODISS, la Sacem, la SCPP, le SNEP, la SPPF et l'UPFI ont décidé de se rassembler autour d'une problématique commune : l'égalité femme-homme. Sous le parrainage du ministère de la Culture et sous l'égide d'Agnès Saal, haut fonctionnaire à l'égalité, à la diversité et à la prévention des discriminations, auprès du secrétaire général du ministère de la Culture, les partenaires ont établi un premier bilan chiffré. Le constat montre que les choses n'ont que très peu évolué depuis 2012 : les femmes sont sous-représentées dans les effectifs des entreprises du secteur, en particulier chez les intermittents (34 % d'artistes femmes, 27 % de techniciennes). Un acte 1 pour lancer des actions qui donnent un sens immédiat aux assises.

Trois groupes de travail se sont réunis lors de ces assises pour réfléchir autour de :

- 01 | La formation, un outil pour le renforcement du leadership féminin
- 02 | Le mentorat, un renforcement de la capacité d'agir des femmes
- 03 | L'accompagnement économique des femmes dans le secteur de la musique et du spectacle

FÉVRIER 2019

Projet Safe

PREMIER TEST DE FORMATION À LA SCÈNE MUSICALE

Le schéma Learning in the Round décrit les relations et les engagements fluides entre les différents acteurs du processus d'apprentissage (participants, spécialistes et animateurs) qui sont au cœur de la pédagogie proposée. Développé par le professeur Chris Kemp (partenaire du projet Safe), Learning in the Round propose un apprentissage innovant par lequel les participants développent leur capacité d'acquisition de connaissances en interaction avec les autres participants, des spécialistes et des experts. En s'appuyant sur cette pédagogie, le projet Safe vise à développer des types de formations ajustés aux différents contextes et domaines pratiques spécifiques à la sécurité événementielle. Financé par l'Union européenne (programme Erasmus+) et coordonné par le PRODISS, le projet Safe vise à expérimenter des formats innovants de formation en matière de sécurité événementielle. La gestion de la sécurité d'événements est une activité complexe pour laquelle il existe peu de méthodologies stabilisées. Pour répondre à ce besoin de référentiels et de connaissances des bonnes pratiques dans le domaine, les partenaires du projet Safe conçoivent des programmes de formation inédits. À l'occasion de ce premier test à Paris, à la Seine Musicale, les participants ont été invités à appréhender par la pratique cette pédagogie innovante et contribuer à son développement.

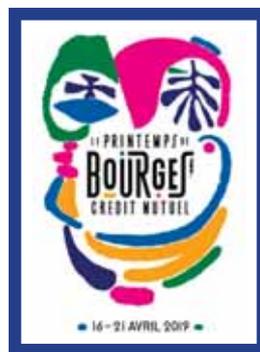
Cette annonce très attendue a donné un coup d'accélérateur à un projet qui tient tout particulièrement à cœur au ministre de la Culture et au PRODISS. Le PRODISS participe activement aux travaux de préfiguration.

Directive européenne du droit d'auteur

UN MESSAGE FORT ENVOYÉ EN FAVEUR DE LA CULTURE

Le 26 mars, le Parlement européen a adopté le projet de directive sur le droit d'auteur, après deux ans et demi de négociations intenses entre le Parlement, la Commission et les États de l'Union. Par ce vote historique, un message est envoyé par l'Europe au monde entier, en faveur de la culture, de la création, des auteurs, des artistes et des journalistes, et de leur droit à une juste rémunération dans l'univers numérique. Le projet de la directive sur le droit d'auteur dans le marché unique numérique a été adopté en séance plénière, au Parlement européen, par 348 voix, contre 274 (et 36 abstentions), le 26 mars 2019. Ce texte, voté dans un premier temps au Parlement le 12 septembre 2018, avait fait par la suite l'objet d'un accord entre le Parlement, la Commission et le Conseil européens, entré en vigueur le 13 février 2019.

AVRIL 2019



Printemps de Bourges

OUVRIR LE PRODISS À DE NOUVEAUX ADHÉRENTS

Lors du Printemps de Bourges, le PRODISS a lancé sa nouvelle offre d'adhésion en direction des professionnels du spectacle. Cette offre tend à favoriser l'accès aux TPE et PME à ses services. Depuis 2018, le PRODISS investit de nouveaux domaines d'action permettant de placer son expertise sectorielle au service de ses membres. Avec de nombreux services, pratiques, indispensables, novateurs, qui leur permettent d'accélérer et de renforcer leur compétitivité.

Projet de loi de finances 2019

LE SPECTACLE, VARIABLE D'AJUSTEMENT ?

Le crédit d'impôt pour le spectacle vivant musical (CISV) permet aux entrepreneurs de spectacles de produire et développer de nouveaux artistes, avec des tournées plus longues diffusées plus largement à travers les territoires.

À titre d'exemple, parmi les 875 spectacles bénéficiaires du CISV en 2017, 153 – représentant près de 2 400 dates – n'auraient pas eu lieu sans ce dispositif. Pourtant le projet de loi de finances 2019, voté le 20 décembre 2018, a fragilisé le dispositif notamment en considérant que les spectacles d'humour n'avaient pas leur place dans la culture, et en révisant, sans évaluation et au détriment du seul spectacle vivant, certains critères du CISV aboutissant à exclure de fait les comédies musicales.

JANVIER 2019

Les vœux 2019 du PRODISS

PORTER HAUT ET FORT NOS AMBITIONS

Lors de ses vœux, le PRODISS a fait le constat d'un bilan politique 2018 en demi-teinte, le secteur ayant subi des décisions gouvernementales prises sans aucune concertation, et venues bouleverser les grands équilibres qui font pourtant la viabilité et la vitalité du *live* en France. Pour 2019, trois vœux pour le PRODISS : construire un pacte de confiance avec le ministère de la Culture, notamment autour du projet CNM ; relever le défi de l'engagement, pour donner encore plus de place aux territoires, aux jeunes adhérents et aux femmes ; relever le défi de la coopération, en formant des alliances dans le spectacle.

Assurance chômage

L'INTERMITTENCE AU CŒUR DES NÉGOCIATIONS

Depuis 2016, les partenaires sociaux du spectacle négocient les règles spécifiques d'indemnisation des intermittents du spectacle. Un nouvel accord a été négocié et signé le 21 janvier 2019. Cet accord a été rendu possible grâce aux travaux menés par la Fédération des entreprises du spectacle vivant, de la musique, de l'audiovisuel et du cinéma (FESAC) et la Commission paritaire de suivi de l'accord (CPSA), auxquels le PRODISS a contribué et participé.

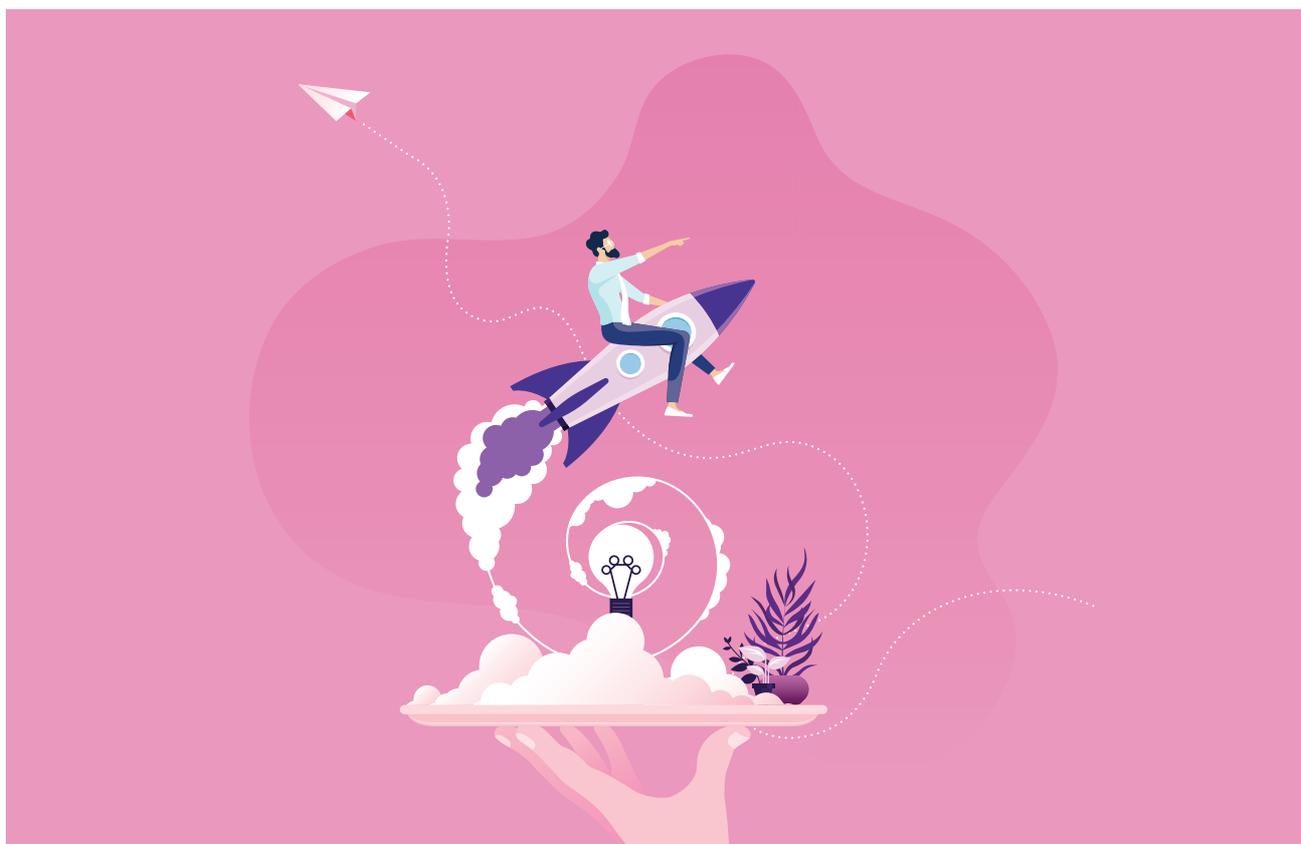
MARS 2019



Printemps du Centre National de la Musique

LE NEW DEAL DE LA FILIÈRE MUSICALE

Franck Riestler a annoncé la nomination de Catherine Ruggeri en tant que préfiguratrice du Centre National de la Musique (CNM). Inspectrice générale des affaires culturelles, formée à l'ENA, Catherine Ruggeri connaît les rouages du financement de la culture : elle a été secrétaire générale adjointe du ministère de la Culture, a dirigé le Mobilier national et les manufactures des Gobelins.



Le Déjeuner de la filière musicale

LE CNM ET L'IMPACT DES SPECTACLES SUR LES TERRITOIRES, AU CŒUR DES ÉCHANGES

Le PRODISS a organisé, le vendredi 21 juin, le huitième Déjeuner de la filière musicale, en marge de la Fête de la musique. Marc Lhermitte (associé EV) a présenté, en introduction de ce temps d'échange, un bilan chiffré sur « le spectacle vivant et les territoires ». Ensuite, le débat a été lancé autour de la mise en place du Centre National de la Musique (CNM) en présence du ministre de la Culture, Franck Riester, et d'une centaine de personnalités emblématiques de l'écosystème musical.

JUILLET 2019

Licence d'entrepreneur de spectacles

RÉFORMER POUR SIMPLIFIER

Partant du constat que le dispositif de la licence d'entrepreneur de spectacles devait être réformé pour être simplifié. Le PRODISS a participé aux travaux du gouvernement sur la réforme de la licence et formulé des propositions d'évolutions adaptées aux réalités des entreprises.

L'ordonnance du 3 juillet 2019 transforme en profondeur la licence d'entrepreneur de spectacles en remplaçant la demande d'autorisation d'exercer par une déclaration d'activité. Le nouveau régime, qui sera prochainement précisé par décret, entrera en vigueur le 1^{er} octobre 2019. La nouvelle procédure se fera sur une plateforme dématérialisée dédiée.



La proposition de loi du CNM adoptée au Sénat

SIX AMENDEMENTS DÉPOSÉS

Dans la nuit du 9 au 10 juillet 2019, la loi relative à la création du CNM a été adoptée à l'unanimité par le Sénat. De plus, lors de ce vote les sénateurs ont apporté plusieurs modifications au texte ayant pour effet de préciser que le CNM doit intégrer « une analyse de la data dans les fonctions dévolues à son observatoire de l'économie de la musique », soutenir « l'écriture, la composition, l'interprétation » et l'innovation, assurer une fonction d'ingénierie en formation professionnelle, etc.

Festival d'Avignon

LA SCÈNE À L'HONNEUR

Pour la 73^e édition du Festival d'Avignon, le PRODISS a publié pour la quatrième année consécutive, son programme qui met à l'honneur les séances PRODISS en référence plus de 30 spectacles de ses adhérents dans le cadre du Festival d'Avignon.

Le 10 juillet le PRODISS et ses partenaires ont organisé La Générale à la Collection Lambert. Cette soirée a été une nouvelle fois l'occasion de mettre à l'honneur le spectacle vivant !

Avec un nouveau format d'échanges animés par Antoine Pecqueur, La Générale a accueilli en amont du début de la soirée, en complicité avec le Festival d'Avignon, des étudiants de l'université UCLA, spécialisation en spectacle vivant. L'occasion d'en savoir plus sur le regard que portent ces futurs professionnels d'outre-Atlantique sur nos pratiques culturelles.

Une table ronde autour de l'égalité dans le spectacle « Comment porter haut et fort les couleurs du changement ? » avec Malika Séguineau, Cécile Denis, directrice communication de l'Afdas, et Paul Rondin, directeur adjoint du Festival d'Avignon a fait écho aux assises organisées à Paris en juin.





— LÂCHER DE TOILE —

LES ASSISES DES FEMMES DE LA MUSIQUE ET DU SPECTACLE

TRANSFORMER LES PRATIQUES PROFESSIONNELLES... PAS SEULEMENT LES CONVICTIONS !

LE PRODISS PLACE DEPUIS TOUJOURS LA DIVERSITÉ AU CŒUR DE SES VALEURS, ET VEILLE À EN FAIRE UNE RÉALITÉ : DIVERSITÉ DES ENTREPRISES MEMBRES, DIVERSITÉ DE CRÉATION ET DE PROJETS ARTISTIQUES, DIVERSITÉ DES MÉTIERS, DIVERSITÉ DES PERSONNES.

Diversité mon amour... Égalité pas toujours !

Pour autant, la diversité n'est pas toujours synonyme d'égalité, et en ce qui concerne les femmes du secteur de la musique, elle semble loin d'être acquise, voire envisagée... Et pourtant, qu'elles soient artistes, entrepreneuses, porteuses de projets ou dirigeantes, on ne compte plus les noms de ces femmes qui soufflent un véritable vent de renouveau dans l'univers de la musique et du spectacle. Ce dernier en est-il pour autant devenu plus féminin ?

« Au rythme actuel, il faudrait attendre 150 ans pour que nos filles et nos petites-filles puissent atteindre l'égalité en termes de salaires »

Fanny Guinochet, journaliste et modératrice des assises.

On constate que les femmes sont sous-représentées dans les effectifs et la masse salariale du secteur. Chez les intermittentes, les femmes sont beaucoup moins nombreuses que les hommes avec 34 % d'artistes femmes et 27 % de techniciennes. Chez les



1

permanentes, la différence de rémunération est frappante avec un salaire inférieur de 21 % et des inégalités qui persistent, et ce, quel que soit leur âge ou leur niveau de responsabilité, quand elles ne disparaissent pas tout simplement du marché du travail après 30 ans...

Ces constats, et la volonté d'agir ont amené 13 organisations¹, dont le PRODISS, à se rassembler autour d'un acte fondateur : les premières Assises des femmes de la musique et du spectacle, le 19 juin 2019. Sous le parrainage du ministère de la Culture, cet acte 1 est une démarche d'engagement sur le long terme pour enfin changer la donne !

« L'État doit prendre sa part pour instaurer l'égalité et l'inscrire dans les faits, et pas seulement dans des discours pétris de bonnes intentions, mais finalement très inopérants »

Agnès Saal, haut fonctionnaire à l'égalité, à la diversité et à la prévention des discriminations, auprès du secrétaire général du ministère de la Culture.

Élargir l'horizon des femmes de la musique et du spectacle, encourager leur leadership, insuffler une véritable dynamique de soutien pour les entrepreneuses et les porteuses de projets, et instaurer, à long terme une parité dans le secteur, tels sont les principes fondateurs de cette action.

S'engager avec des pistes d'action concrètes

Avec plus d'une centaine de participantes et participants, la première journée des assises a permis de tracer des pistes d'action concrètes, grâce au soutien d'Agnès Saal, haut fonctionnaire à l'égalité, à la diversité et à la prévention des discriminations, auprès du secrétaire général du ministère de la Culture et à l'accompagnement de Altidem, cabinet de conseil en diversité et égalité professionnelle.

ENSEMBLE, NOUS AVONS AVANCÉ SUR DES PISTES

1 | Formation : Sensibilisation autour des métiers auprès des jeunes avec un tour de France des collèges et lycées - Améliorer les axes de communication de l'Afdas - Faire évoluer la position des dirigeants

2 | Entrepreneuriat : Proposer d'inclure des modules sur l'entrepreneuriat dans les formations en portant une note à l'attention des écoles culturelles - Réaliser un glossaire du vocabulaire de nos métiers en intégrant la féminisation des termes

3 | Mentorat : Réfléchir à un centre de ressources regroupant les informations pour lancer son programme de mentorat - Développer des actions de mentorat avec les structures de la filière musicale

1 — Le groupe Audiens, l'Adami (Société civile pour l'administration des droits des artistes et musiciens interprètes), l'Afdas (Opérateur de compétences), le CNV (Centre national des variétés), la CSDEM (Chambre syndicale de l'édition musicale), la fédération Scènes (Syndicat national du théâtre privé), la GAM (Guilde des artistes de la musique), le PRODISS (Syndicat national du spectacle musical et de variété), la Sacem (Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de la musique), la SCPP (Société civile des producteurs phonographiques), le SNEP (Syndicat national de l'édition phonographique), la SPFF (Société civile des producteurs de phonogrammes en France) et l'UPFI (Union des producteurs phonographiques français indépendants).



Focus sur les intermittentes

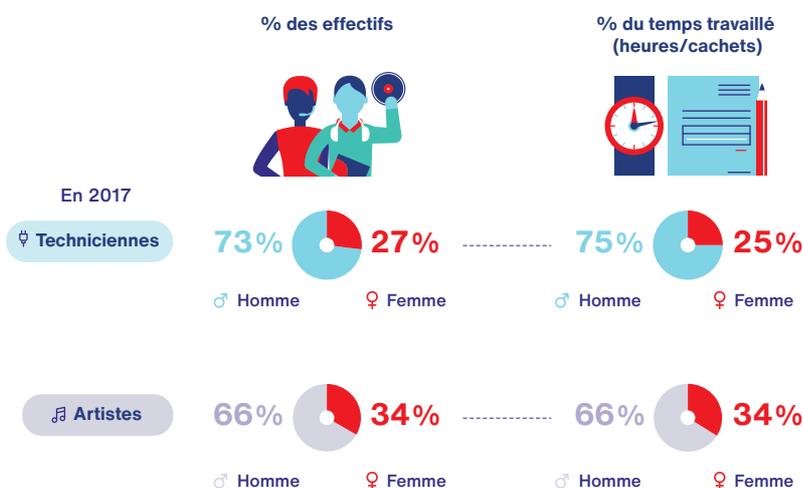
— La place des femmes dans la musique et le spectacle —

CE PREMIER BILAN* FAIT ÉTAT DE LA PLACE DES FEMMES INTERMITTENTES, AU SEIN DES ENTREPRISES DU SECTEUR DE LA MUSIQUE ET DU SPECTACLE VIVANT PRIVÉ.

— LES INTERMITTENTES —

Des intermittentes fortement **sous-représentées**, particulièrement les techniciennes

Des intermittentes qui sont également **moins bien rémunérées**



Le salaire d'une femme exerçant un métier de...



... **technicienne** est en moyenne **inférieur de 6 %** à celui d'un homme



... **artiste** est en moyenne **inférieur de 9 %** à celui d'un homme

Un constat : les inégalités entre les femmes et les hommes du secteur ont des causes nombreuses

Les rapports de domination de genres, le poids de l'histoire, les discriminations directes et indirectes, les représentations sociales, la socialisation, l'organisation du travail en France, les pratiques musicales de loisirs, les méthodes de sélection des écoles, les mécanismes d'autocensure des femmes, le manque de modèle d'identification positive, etc., autant de facteurs qui viennent aussi bien de l'organisation de la société en France (et dans le monde) que des spécificités de la filière.



Quand la méthode est plus qu'un discours, mais un moyen incontournable pour instaurer la parité

POUR ÊTRE EFFICACE, L'ACTION EN FAVEUR DE L'ÉGALITÉ ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES DOIT PASSER PAR PLUSIEURS ÉTAPES :

- 1 | Établir et partager un état des lieux
- 2 | Se fixer des objectifs réalistes dans sa zone de « choix »
- 3 | Agir sur l'ensemble des causes d'inégalités sans moraliser ou accuser
- 4 | Transformer les pratiques professionnelles (et pas seulement les convictions)
- 5 | Augmenter la connaissance et l'expertise sur le sujet au moyen de la formation, de l'observation ou de la recherche
- 6 | Communiquer son engagement de manière large
- 7 | Évaluer les résultats de manière régulière



3



4 5



6

Formation, mentorat, accompagnement économique : trois champs d'action prioritaires

Sans épuiser l'ensemble des sujets, ces thématiques ont été retenues comme axes prioritaires d'action.

FORMATION : UN OUTIL POUR LE RENFORCEMENT DU LEADERSHIP FÉMININ

La formation des décideurs et décideuses est un moyen indispensable pour faire évoluer les pratiques. À côté d'une meilleure communication au sein des écoles pour agir en amont sur l'orientation des filles, l'évolution, l'enrichissement et le renforcement de la formation continue sont des leviers puissants.

La liste des cibles à adresser en priorité, et/ou sur le long terme est large et variée :

1 | Les employeurs, dirigeants et recruteurs (qui sont parfois les mêmes personnes dans les TPE-PME qui représentent 91 % du secteur), en s'appuyant notamment sur les prestations d'appui-conseil RH et d'appui-conseil RSE, notamment aux TPE-PME proposées dans le cadre de l'EDEC Culture, Création et Communication, initié par l'Afdas en octobre 2018.

2 | Les femmes, dans leur trajectoire d'artistes, de salariées ou d'entrepreneuses. Pour les intermittentes, les formations techniques ou métiers doivent être particulièrement considérées car essentiellement suivies par des hommes. Les formations leur permettant de mieux appréhender la gestion de leurs carrières, comme le retour à l'emploi après la maternité, doivent également devenir une priorité et être facilitées.

3 | Les étudiants et les jeunes, du secondaire au postbac. Les modules de sensibilisation au sujet de l'égalité femme-homme doivent devenir des passages obligatoires. Et pour déconstruire les stéréotypes, rien de mieux que la preuve par l'exemple : les représentations féminines doivent aller à la rencontre de plus jeunes pour leur montrer que toutes les voies sont possibles et devenir source d'inspiration !

4 | Les dirigeants et les enseignants des grandes écoles, des écoles d'art et des conservatoires doivent enfin être parmi les premiers à être sensibilisés et formés au sujet de l'égalité. Dans un secteur essentiellement constitué de petites structures, la gratuité de la formation n'est pas un axe suffisant d'engagement. La force publique doit donc s'impliquer et, au-delà du rappel des réglementations et des obligations, inciter les entreprises afin qu'elles soient plus enclines à s'engager dans des plans de formations.

La conformité ne doit cependant pas être la seule porte d'entrée : la question de la performance d'entreprise est ainsi un argument de poids à valoriser

① Malika Séguineau, directrice générale du PRODISS

② Vue d'ensemble de l'auditorium durant la restitution

③ Agnès Saal, haut fonctionnaire à l'égalité, à la diversité et à la prévention des discriminations, auprès du secrétaire général du ministère de la Culture

④ Ariane Raynaud, directrice de Big Drama

⑤ Une participante en train de consulter le bilan chiffré

⑥ Fanny Guinochet et Antoine Pecqueur, les journalistes modérateurs des assises

⑦ L'ensemble des participantes et des participants aux groupes de travail des assises

⑧ Participantes et participants à l'événement

⑨ Cécile Denis, directrice de la communication à l'Afdas



7



8



9



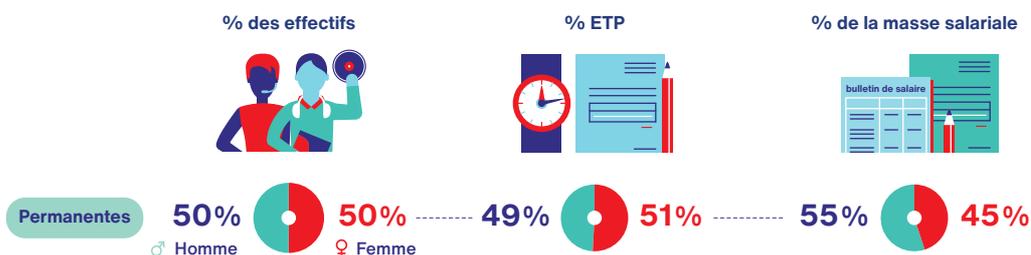
Focus sur l'emploi permanent des femmes

— La place des femmes dans la musique et le spectacle —

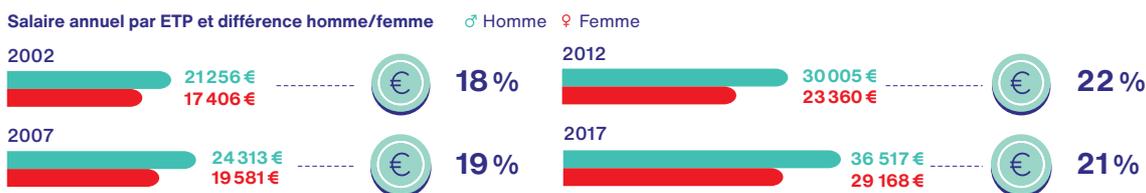
CE PREMIER BILAN* FAIT ÉTAT DE LA PLACE DES FEMMES PERMANENTES, AU SEIN DES ENTREPRISES DU SECTEUR DE LA MUSIQUE ET DU SPECTACLE VIVANT PRIVÉ.

— LES PERMANENTES —

Les permanentes sont aussi nombreuses et travaillent autant que les permanents, mais pour une **rémunération moindre**



Le salaire d'une permanente est en moyenne **inférieur de 21 %** à celui d'un homme



LE MENTORAT, UN RENFORCEMENT DE LA CAPACITÉ D'AGIR DES FEMMES

Les femmes ne manquent pas de talent pour occuper l'ensemble des fonctions de la musique et du spectacle. Alors que les hommes développent implicitement des pratiques sociales d'entraide et de cooptation, les femmes doivent pouvoir également développer un réseau pour se rendre visibles et voir leurs compétences plus facilement reconnues.

Le mentorat est une réponse, parmi d'autres, pour contribuer à une meilleure insertion professionnelle des femmes. Il se définit comme une relation interpersonnelle de soutien, d'aide, d'échange et d'apprentissage dans laquelle une personne d'expérience, le mentor, offre sa sagesse acquise

et son expertise, dans le but de contribuer au développement d'une autre personne, le mentoré, qui a des compétences à acquérir et des objectifs à atteindre.



Le succès du mentorat au féminin tient essentiellement aux recrutements des mentors et des mentorées

Pour les mentors, l'approche doit être directe, pour expliquer ce qu'elles ou ils peuvent apporter, les convaincre de leur légitimité et les rassurer sur le temps nécessaire.

Pour les mentorées, il s'agit d'être informées et claires sur ses objectifs. Tout tient ensuite à la qualité des associations, qui se font aujourd'hui essentiellement au cas par cas, sur la connaissance des particularismes des mentors et des mentorées. Un passage à

l'échelle nécessiterait sans doute l'intervention d'une intelligence artificielle, sans toutefois négliger l'importance du facteur humain pour mettre en avant la valeur de la transmission.

Le mentorat peut toutefois poser question : accepter que les mentorées quittent leur poste à la fin du programme est aussi un indice de succès ! Il faut également assumer, en particulier pour les artistes, d'ouvrir ses bonnes pratiques quand la concurrence est féroce.

Un appel clair a été lancé à l'Afdas : le mentorat permet somme toute la montée en compétences de chacun, et pourrait à ce titre être un élément à part entière de sa mission, permettant ainsi de sortir de systèmes encore trop restreints et parfois payants, toute en concernant une large part du secteur culturel.





PREMIER RÉSEAU D'ACTEURS DU SPECTACLE

Service
écoute
RÉSEAU
ACTION

Plus de 350 adhérents
ont rejoint la dynamique du PRODISS.

→ POURQUOI PAS VOUS ? ←

**RENDEZ-VOUS SUR PRODISS.ORG
ESPACE « REJOIGNEZ-NOUS ».**

Bénéficiez de 50 % de réduction sur
la 1^{re} et la 2^e années pour toute nouvelle adhésion.

Adhérez au succès.

RETROUVEZ TOUTES LES MODALITÉS DE CETTE OFFRE SUR PRODISS.ORG | ESPACE « REJOIGNEZ-NOUS »



LE PRODISS

en action



UNE DYNAMIQUE D'ÉCHANGES ET D'EXPERTISES

L'organisation du PRODISS repose, depuis 2016, sur un socle composé de trois instances statutaires, accompagnées de l'équipe permanente, qui assurent le traitement des enjeux de l'ensemble des métiers qui les composent.

①

BUREAU

fixe et pilote la politique générale du PRODISS constitué de neuf membres, issus des comités métiers.

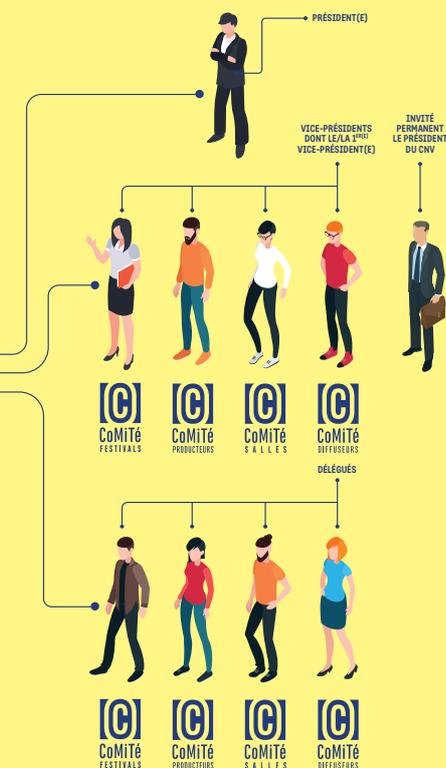
COMPOSITION DU BUREAU

- 1 président(e)
- 1^{er}(e) vice-président(e) issu(e) des
- 4 vice-présidents producteurs, diffuseurs, salles et festivals
- 4 délégués producteurs, diffuseurs, salles et festivals

①

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

Chaque année, le PRODISS réunit ses adhérents lors de ce rendez-vous majeur qui permet de faire le bilan sur l'année passée, d'échanger sur les perspectives du secteur et d'élire tous les trois ans leurs représentants. C'est également l'occasion pour les adhérents venus de toute la France de se rencontrer, d'échanger et de développer des collaborations.



④

COMITÉS MÉTIERS

32 membres sont chargés d'orienter le bureau dans les travaux du syndicat.

Ils pilotent les groupes de travail qui permettent au PRODISS d'être au cœur des pratiques et des enjeux de ses membres.



19 GROUPES DE TRAVAIL

Rassemblent 20 à 30 entrepreneurs de spectacles membres du PRODISS

Pour l'année 2018-2019, 29 réunions se sont tenues

Des thématiques variées : crédit d'impôt pour le spectacle vivant musical, Centre National de la Musique, billetterie, réglementation sonore, sûreté, captation, contrat de cession, implantation locale, etc.

①

ÉQUIPE PERMANENTE

dirigée par la directrice générale qui élabore la stratégie en lien avec le bureau et se charge de la mise en œuvre accompagnée par son équipe, constituée de 10 membres.

Serviss écoute
ACTION

Pour retrouver la liste des élus et de l'équipe permanente du PRODISS, rendez-vous sur PRODISS.ORG

L'ÉQUIPE DU PRODISS

— *Qu soutien de ses adhérents* —



SERVICE ÉCONOMIQUE

+ de 100 dossiers accompagnés

au crédit d'impôt pour le spectacle vivant musical, commissions d'aides du CNV, fonds d'urgence, fonds d'intervention pour la sécurité, recours à l'IFCIC, données sur le marché, etc.



SERVICE JURIDIQUE

+ de 600 consultations juridiques

Droit social, fiscal, contrats, propriété intellectuelle, RGPD, mobilité internationale, billetterie, sûreté, etc.



PLUS DE 20 RENDEZ-VOUS PROFESSIONNELS
organisés : conf'experts,
ateliers et réunions d'information



SERVICE COMMUNICATION

6 grands événements annuels

La Générale à Avignon, l'assemblée générale, le premier Déjeuner des femmes de la filière musicale, les premiers vœux du PRODISS, les Assises des femmes de la musique et du spectacle, le Déjeuner de la filière musicale.

SERVICE INSTITUTIONNEL ET AFFAIRES PUBLIQUES

+ de 200 réunions à l'année

Ministères, Assemblée nationale, Sénat, collectivités territoriales, élus, etc. : des cycles de travaux annuels, des auditions, des rendez-vous stratégiques autour des enjeux clés du syndicat. Animer le réseau et faire bouger les lignes.



Spectacles & TERRITOIRES

À LA RENCONTRE DES TERRITOIRES

Malika Séguineau
DIRECTRICE GÉNÉRALE DU PRODISS

Le spectacle et la musique ont cette capacité à rapprocher les gens, en leur faisant vivre des expériences communes et des émotions partagées. Ils ont aussi la force de rapprocher les territoires, et de retisser, à l'échelle d'une ville, d'un département, d'une région ou d'un pays le lien social qui se distend par endroits. La culture constitue une des réponses aux divisions qui fragmentent aujourd'hui notre société et est, à ce titre, un des leviers au service des territoires : présente partout, pour toutes et tous, elle incarne, à l'heure où le territoire semble fracturé, un indispensable trait d'union entre les collectivités. La culture doit plus que jamais être présente à la fois dans les métropoles, les villes moyennes et les zones rurales, sans jamais opposer les unes aux autres. Les festivals attirent et font se rencontrer des publics venus de tous horizons et de tous âges, les salles de spectacles rassemblent autour d'un artiste, les tournées créent du lien et animent la France, revitalisent même parfois des zones défavorisées.

Un million et demi de Français a participé au grand exercice démocratique du débat national et a indiqué souhaiter voir améliorer l'accessibilité des services publics de façon générale, le renforcement des infrastructures et des services de l'État. Cette nécessité pour l'État de « recréer du lien » et de « réinclure », le ministre de la Culture Franck Riester l'a lui-même placée au cœur de ses priorités.

*La culture
constitue une
des réponses
aux divisions
qui fragmentent
aujourd'hui
notre société*

Il faut que nos entreprises restent compétitives, c'est un enjeu aux échelles locale et nationale

Sur le terrain de l'ancrage local et de l'inclusion culturelle, le PRODISS et ses membres sont en première ligne. La présence dans les territoires et l'accessibilité de tous au spectacle est une évidence, elle est au cœur même de leurs métiers. Le spectacle musical et de variété est un secteur dynamique, réalisant près de 5 milliards d'euros de chiffre d'affaires direct et indirect et employant plus de 135 000 personnes (dont 83 % directement), dans toutes les régions de France, qui expriment leurs talents au travers de plus de 191 métiers différents. Il constitue un vecteur économique et territorial majeur.

Par leur action quotidienne, et animés par leur volonté d'amener la culture partout et à toutes et tous, les entrepreneurs de spectacles contredisent le présupposé répandu qui est d'associer uniquement la culture à la ville.

À l'aune des élections municipales en 2020, le PRODISS aura à cœur de contribuer aux débats, et porter au niveau local les propositions répondant aux enjeux essentiels de nos politiques culturelles. Parce que nos 350 adhérents constituent avant tout un formidable maillage de la création artistique et de sa diffusion, partout dans l'Hexagone, et au-delà, à l'international. Mais, pour demeurer l'artisan de ce lien, il faut que nos entreprises restent compétitives, c'est un enjeu aux échelles locale et nationale. Parce que le risque artistique ne peut être assumé que par des entreprises dynamiques, pérennes, le crédit d'impôt pour le spectacle vivant musical est essentiel au développement artistique et de l'emploi dans nos territoires. À ce titre, il doit être défendu, sécurisé et renforcé. Sur le terrain de l'emploi, le PRODISS y contribue activement, au travers d'un dialogue social constructif, parce que la création d'emplois, le maintien dans l'emploi et le retour dans l'emploi constituent nos principaux objectifs.

En 2020, au-delà de la compétitivité et de l'emploi, nos ambitions nous amèneront à relever deux grands défis. D'une part, celui de la coopération. Face aux zones de turbulences, aux incertitudes et aux difficul-

tés, nous devons rester mobilisés ensemble et nous le serons. Notre union fait notre force, et elle doit être préservée, organisée (autour d'un CNM), mais aussi amplifiée. L'écosystème du spectacle vivant est riche de la diversité de ses acteurs, de ses disciplines et de ses métiers. Nous devons demain élargir le périmètre du PRODISS. Pour répondre aux enjeux de notre secteur, nous irons, en effet, chercher toutes les externalités positives et les alliances qui nous rendront toujours plus forts, en nous réinventant. Nous développer, rassembler toujours plus pour parler au nom du secteur privé du spectacle vivant, afin de pouvoir continuer à défendre nos spécificités, dans un monde secoué par les nombreuses réformes gouvernementales.

D'autre part, notre second défi sera celui de l'engagement. Afin de le renforcer, le PRODISS s'efforce d'insuffler partout et toujours le renouvellement, celui de nos entreprises, de leurs publics et de leurs moyens. Accueillir au sein du PRODISS de jeunes entrepreneurs pour les accompagner et qu'ils assurent la relève, explorer et leur donner les moyens de conquérir les nouveaux territoires de l'économie numérique, réfléchir à la transmission et au renouvellement de nos publics, etc. Telles sont nos ambitions. Elles sont imprégnées des valeurs qui fondent le PRODISS : la passion, la créativité et l'innovation.

Vous l'avez compris, nous allons cette année encore coopérer, écouter, échanger, construire, nous engager et vibrer !

Autrement dit, encore une fois, retisser du lien. Parce que c'est du lien que l'on crée entre deux notes que naît la musique, du lien que l'on crée entre deux personnes qu'émerge le partage d'une passion, et du lien que l'on crée entre les gens d'horizon différents que l'on fait société. Faisons vivre encore longtemps ensemble tous ces liens !

Malika Séguineau



Spectacles et TERRITOIRES

LE SPECTACLE MUSICAL ET DE VARIÉTÉ ET LES TERRITOIRES

LE SPECTACLE MUSICAL ET DE VARIÉTÉ PÈSE DANS L'ÉCONOMIE FRANÇAISE

UN SECTEUR ÉCONOMIQUE MAJEUR ET EN CROISSANCE

4,9 MD€
CHIFFRE D'AFFAIRES
DIRECT ET INDIRECT
DU SPECTACLE MUSICAL
ET DE VARIÉTÉ
(ESTIMATION 2017)

135 000
EMPLOIS DIRECTS ET INDIRECTS
DU SPECTACLE MUSICAL
ET DE VARIÉTÉ (ESTIMATION 2017)

Le spectacle musical et de variété pèse dans l'économie française : près de 5 milliards de chiffre d'affaires direct et indirect et plus de 135 000 emplois, dont 83 % directs, en 2017¹.

À première vue, le secteur se porte bien : son chiffre d'affaires direct a crû de 6 % par an en moyenne entre 2012 et 2017. Cependant,

cette croissance masque la fragilité d'un tissu économique composé de 4 000 entreprises qui sont à 99 % des PME, peu subventionnées (à hauteur de 10 % de leur chiffre d'affaires, contre 30 % pour l'ensemble des industries créatives et culturelles)² et qui ont absorbé une hausse significative des coûts liés à la sûreté sans les reporter sur le prix des billets. Malgré le dynamisme de leurs offres et l'en-

thousiasme des Français, notamment des plus jeunes, pour les spectacles, leur équilibre économique est menacé. Déjà faible par rapport à l'ensemble de l'économie et aux autres secteurs culturels, la marge nette du spectacle musical et de variété est devenue négative en 2016, à -0,2 %³.

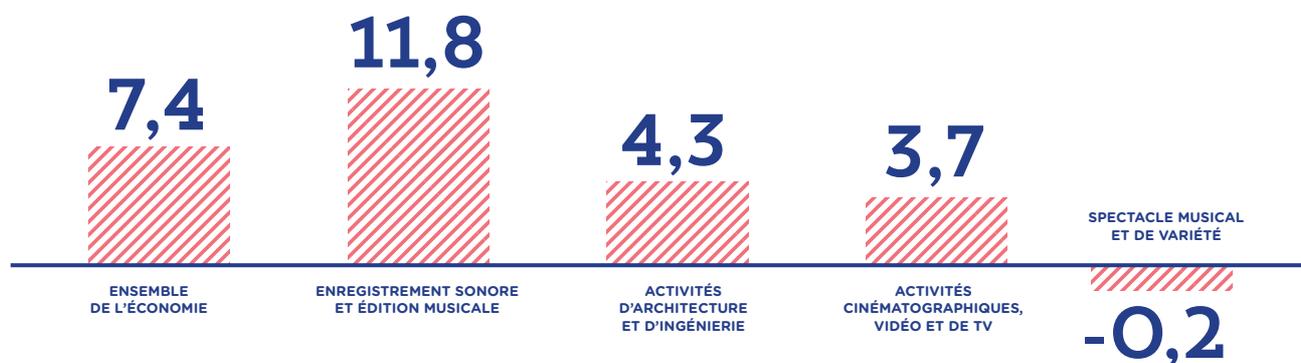
1 – Estimations EY, en 2017.

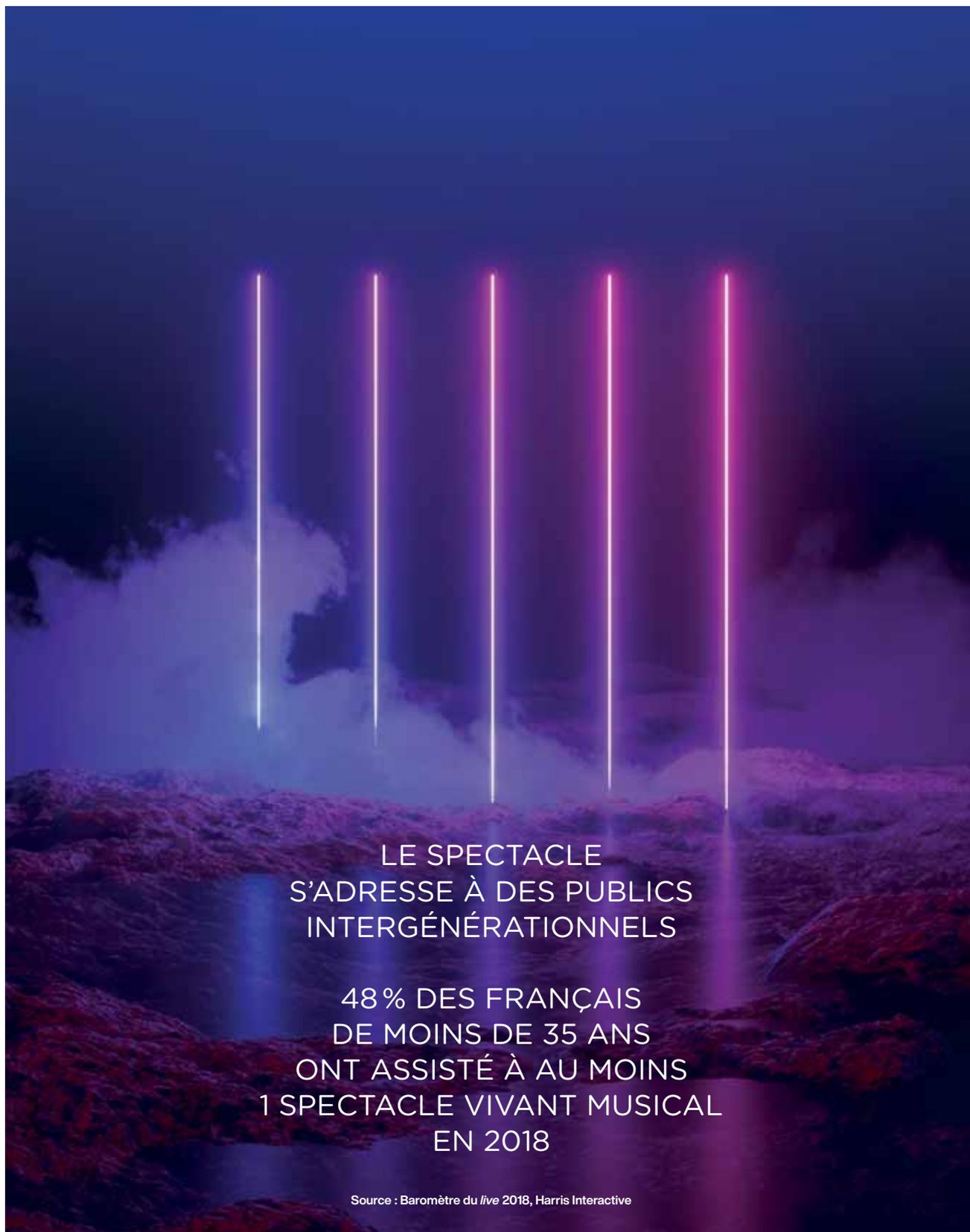
2 – Estimations EY, en 2017 pour le spectacle vivant musical et de variété, 2012 pour les ICC.

3 – Estimations EY en 2016.

UN MODÈLE ÉCONOMIQUE, ENTREPRENEURIAL, FRAGILE ET PEU SUBVENTIONNÉ

Marges nettes (résultat net/chiffre d'affaires) en 2016





LE SPECTACLE
S'ADRESSE À DES PUBLICS
INTERGÉNÉRATIONNELS

48% DES FRANÇAIS
DE MOINS DE 35 ANS
ONT ASSISTÉ À AU MOINS
1 SPECTACLE VIVANT MUSICAL
EN 2018

Source : Baromètre du *live* 2018, Harris Interactive





EN FRANCE,
1 450 COMMUNES
BÉNÉFICIENT
DE LA PRÉSENCE
D'UNE SALLE DE SPECTACLES
OU D'UN FESTIVAL
DE MUSIQUES ACTUELLES
OU DE VARIÉTÉ

Spectacles et TERRITOIRES

LE SPECTACLE MUSICAL ET DE VARIÉTÉ ET LES TERRITOIRES

UN VECTEUR ÉCONOMIQUE ET CULTUREL POUR LES COLLECTIVITÉS

UN SECTEUR PRÉSENT SUR TOUS LES TERRITOIRES ET PAS SEULEMENT DANS LES GRANDES MÉTROPOLIS¹

En France, 1450 communes bénéficient de la présence d'une salle de spectacles ou d'un festival de musiques actuelles ou de variété. Le spectacle musical et de variété est présent partout et pas seulement dans les grandes métropoles. Par comparaison, les quelque 1200 musées de France ne couvrent qu'environ 850 communes.

En termes de densité des représentations sur le territoire, Paris atteint sans surprise un maximum très élevé de 124 représentations par an pour 10 000 habitants. En dehors de Paris, la moyenne nationale s'établit à six spectacles pour 10 000 habitants. Les départements présentant une densité de population supérieure à la moyenne ne sont pas nécessairement les plus urbanisés. Ils sont concentrés pour la plupart autour d'un axe rhodanien et sur le littoral, terres de festivals.

1450

COMMUNES BÉNÉFICIENT
DE LA PRÉSENCE D'UNE SALLE DE SPECTACLES

124

REPRÉSENTATIONS PAR AN
POUR 10 000 HABITANTS À PARIS

1 — Sur la base de chiffres EY, à partir de l'étude « En scène » et des données du CNV. NB : le CNV ne dispose pas de données suffisantes sur les DROM.

UNE VALEUR ÉCONOMIQUE QUI RESTE CONCETRÉE EN ÎLE-DE-FRANCE ET DANS LES GRANDES AGGLOMÉRATIONS, MAIS DES IMPACTS INDIRECTS TOURISTIQUES IMPORTANTS POUR LES TERRITOIRES ÉLOIGNÉS

La valeur économique, en chiffre d'affaires et en emplois, reste concentrée en Île-de-France, à 39 %. Cela s'explique par le nombre élevé de représentations qui y sont organisées, les salles de très grandes jauges qui y sont implantées et la multiplication de festivals de grande ampleur. Mais cela découle également de l'implantation naturelle des entreprises de production de spectacles, et par conséquent de leur chiffre d'affaires et de leurs emplois directs en Île-de-France d'où ils font rayonner leurs tournées.

Mais il ne faut pas ignorer les fortes retombées économiques indirectes des spectacles. Pour 1€ de CA direct, le secteur génère ainsi plus d'1€ de CA indirect auprès de ses fournisseurs et prestataires et au sein de l'économie touristique. En 2018, selon le Baromètre du *live* réalisé par Harris Interactive pour le PRODISS, assister à un spectacle entraîne des dépenses d'hébergement pour 27 % des spectateurs et des dépenses de restauration pour 70 % d'entre eux, un chiffre en augmentation de neuf points par rapport à 2014.

Et ce sont finalement les territoires les plus éloignés qui bénéficient le plus des retombées indirectes du spectacle vivant musical. Le premier festival de jazz en France, Jazz in Marciac, situé dans le département rural du Gers et à plus de 100 km d'une métropole,

profite de retombées économiques bien plus fortes en termes d'hébergement, de restauration, de transports et de valorisation des autres activités locales du fait de son éloignement qu'un festival comme Solidays. Ce dernier enregistrera certes de plus fortes rentrées de billetterie et des consommations annexes importantes, mais générera moins de développement dans le secteur touristique. Les territoires se sont-ils saisis de cet enjeu ? De plus en plus de collectivités, pourtant initialement étrangères à ce monde du spectacle vivant musical et de variété, sont désormais sensibles à ces retombées et ont compris le vecteur économique que représentait ce secteur.



Spectacles et TERRITOIRES

AVEC LES FESTIVALS, LES RÉGIONS SONT MISES EN VALEUR

ANGELO GOPEE | DIRECTEUR GÉNÉRAL | LIVE NATION FRANCE
VICE-PRÉSIDENT DU COMITÉ PRODUCTEURS

Comment se passe la stratégie d'implantation en France d'un groupe comme Live Nation ?

Live Nation s'est implanté en France comme n'importe quel producteur. La feuille de route que je me suis donnée était de s'ancrer sur le territoire, pour être le plus rentable et le plus productif possible.

Vous avez signé avec la ville et la communauté urbaine d'Arras pour le Main Square Festival, qui a décollé cette année. Quel est le cycle nécessaire pour implanter un festival en région ?

Cela nécessite un vrai travail de cinq à sept ans minimum avec les collectivités, pour déterminer comment construire ensemble, et développer le maximum de retombées territoriales. Pour un festival, il est indispensable d'avoir l'idée du maillage et de l'ancrage local... Sans cela on est dans une vision court-termiste ! Nous œuvrons main dans la main avec la ville et la communauté urbaine d'Arras, d'autant que nous avons mis en place une scène destinée aux artistes des Hauts-de-France. Nous montons des tremplins artistes en collaboration avec plusieurs salles de spectacles locales, ce qui permet, entre autres, de mettre en lumière une région et de la valoriser. La programmation du Main Square fait, quant à elle, la part belle aux artistes français, et aux artistes en développement.

Plus de 80 % du public du Main Square viennent de la région. Avec la puissance de Live Nation et une programmation attractive, l'objectif est-il de faire venir des spectateurs de plus loin en France et à l'international ?

Non ce n'est pas le seul objectif. Nous effectuons un travail différent sur chacun de nos festivals. Afropunk Paris est, par exemple, un festival plus communautaire et se concentre sur la *black culture*, inspirée de Brooklyn aux États-Unis. Afropunk a l'esprit ancré dans la culture du DIY punk, avec une programmation unique (SZA, D'Angelo, Wizkid, Damian Marley, Gary Clark Jr, Sandra Nkaké, etc.). Nous avons un espace associatif, des créateurs venus du monde entier, des restaurateurs, pour prolonger l'expérience « Afropunk », qui a été passée sous silence pendant longtemps et dont on connaît peu les qualités artistiques. On est loin de l'idée d'un grand groupe qui fait une programmation de stars.

Le Download festival a fait une pause cette année à Paris, l'avenir est donc dans les territoires ?

L'avenir, c'est surtout de comprendre les exigences du marché, les envies des spectateurs. Les gens veulent des plus petits festivals avec des priorités environnementales, d'ancrage local. Il est plus facile de mettre en place des festivals locaux avec l'ensemble des acteurs que de faire des grands événements nationaux. Le Download a eu lieu trois ans. La dernière édition a été un challenge, notamment avec la concurrence d'autres festivals de métal. Au final, le succès est en fait venu d'opérations plus locales, comme cet événement avec 500 enfants qui ont passé deux jours à la mer à la fin du festival. Nous voulons remettre la priorité là-dessus.

Allez-vous investir sur d'autres territoires ?

Cet été nous sommes partenaires d'une tournée avec Bpifrance qui emmène des entrepreneurs sur les plages, pour rencontrer des jeunes, et promouvoir des emplois qui sont non pourvus dans l'industrie. Nous sommes sponsors, cela ne nous rapporte pas d'argent, mais ainsi nous mettons en avant nos jeunes artistes en développement. Les industries culturelles et créatives ont la même potentialité que d'autres industries, avec des enjeux sur l'avenir et l'emploi. C'est plus important pour moi que de rajouter un festival dans mon catalogue pour briller sur un territoire où je ne suis pas présent. Il peut y avoir des opportunités locales, mais il nous faut être en adéquation sur la philosophie avec les autorités locales. Cela demande une grande responsabilité d'accompagner une ville, une métropole, il faut savoir l'assumer et travailler dur pour être garant de l'argent public.

LE SPECTACLE

**EST PRÉSENT SUR TOUS LES TERRITOIRES,
PAS SEULEMENT DANS LES GRANDES MÉTROPOLIS**

**DENSITÉ DE REPRÉSENTATIONS
PAR DÉPARTEMENT**

- < 4 POUR 10 000 HABITANTS/AN
- 4 OU 5 POUR 10 000 HABITANTS/AN
- 5 OU 6 POUR 10 000 HABITANTS/AN
- > 6 POUR 10 000 HABITANTS/AN



NB : Le CNV ne dispose pas de données suffisantes sur les DROM.

Source : analyse EY à partir des données CNV

**TOUT EN DYNAMISANT L'ATTRACTIVITÉ
ET L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE DES TERRITOIRES**

**UN VECTEUR DE LIEN SOCIAL
ET D'ACTIVITÉ TOURISTIQUE**

ACTIVITÉS RÉALISÉES EN MARGE DES CONCERTS



Source : Baromètre du live 2018, Harris Interactive



Spectacles et TERRITOIRES

RELEVER LE DÉFI DE LA PRODUCTION ET DE LA DIFFUSION ARTISTIQUE EN OUTRE-MER

JÉRÔME GALABERT, GÉRANT | FESTIVAL SAKIFO

Vous êtes producteur, booker, label... Faut-il cumuler ces trois fonctions quand on travaille dans un territoire d'outre-mer ?

C'est un heureux hasard lié à la force des choses. Notre vrai métier est de produire des spectacles, tout en ayant cette volonté d'aider les artistes de la Réunion et de l'océan Indien à avoir plus de visibilité et des tournées. Il y avait un besoin, nous avons créé un label, puis le booking. On ressent moins ce besoin aujourd'hui, plutôt qu'il y a 15 ans. La filière musicale à la Réunion s'est structurée. On le voit d'année en année lors du marché des musiques de l'océan Indien (IOMMa) qui existe maintenant depuis huit ans et qui développe la coopération culturelle dans la zone, en allant de la Tanzanie jusqu'à l'Inde et l'Australie. D'autre part, le PRMA (Pôle régional des musiques actuelles) a développé un dispositif de tournée à l'intérieur même de la Réunion, dans des lieux non institutionnels (bars de plage, etc.), ce qui permet aux artistes de toucher un cachet déclaré.

Même si l'axe majeur d'export des artistes réunionnais reste la métropole, nous avons créé un circuit de festivals fondé il y a cinq ans : Igoda. Il est constitué de six membres : Sakifo (la Réunion), Zakifo (Afrique du Sud), Bassline (Afrique du Sud), Bushfire (Swaziland) et Azgo (Mozambique), Bayimba (Ouganda). Cela nous permet de monter des tournées de cinq ou six dates.

En plus de ces axes « sud-sud », nous créons en complémentarité des opportunités avec un axe sud-nord. Nous sommes actuellement en négociation pour signer un artiste mozambicain en booking (signé également avec un label métropolitain et un management sud-africain).

Est-ce un métier différent de produire et de programmer dans les territoires d'outre-mer ?

C'est un métier différent car nous sommes éloignés des circuits de tournées en métropole. Donc il faut les inventer. Une date chez nous, c'est le temps de trois dates ailleurs. Notre bassin de population n'est pas aisé, et nos offres de cachets artistiques sont nécessairement plus basses. L'équation est différente, mais notre modèle de développement et diffusion artistique se rapproche probablement de celui en ruralité au niveau métropolitain.

Êtes-vous impacté de la même manière qu'en métropole par la hausse des frais de sûreté et de sécurité, des baisses de fréquentation, ou la contraction des subventions publiques ?

Nous avons peu subi la hausse des coûts en matière de sécurité. La fréquentation, quant à elle, est en hausse d'année en année, avec une moyenne de 7 % à 10 %. Le festival fête ses 16 ans, mais la dynamique est forte : avec l'appétence des publics et l'envie de découverte assez récentes de ce type d'événement sur nos territoires, la potentialité pour les années à venir est bien là.

Nous nous sommes développés avec un taux de subventions bas, et aucune aide particulière pour tout ce qui concerne les frais d'approche, très élevés. Nous avons le soutien de la ville ainsi que la région et l'État nous aide à un niveau très faible. Le département est absent. Nous venons de signer avec la région une convention grâce aux retombées et l'impact économique produit par le festival. Au fil des discussions avec la région, nous sommes partis sur le même modèle que la filière du cinéma qui obtient 50 % d'aide sur les dépenses locales. 80 % de nos dépenses

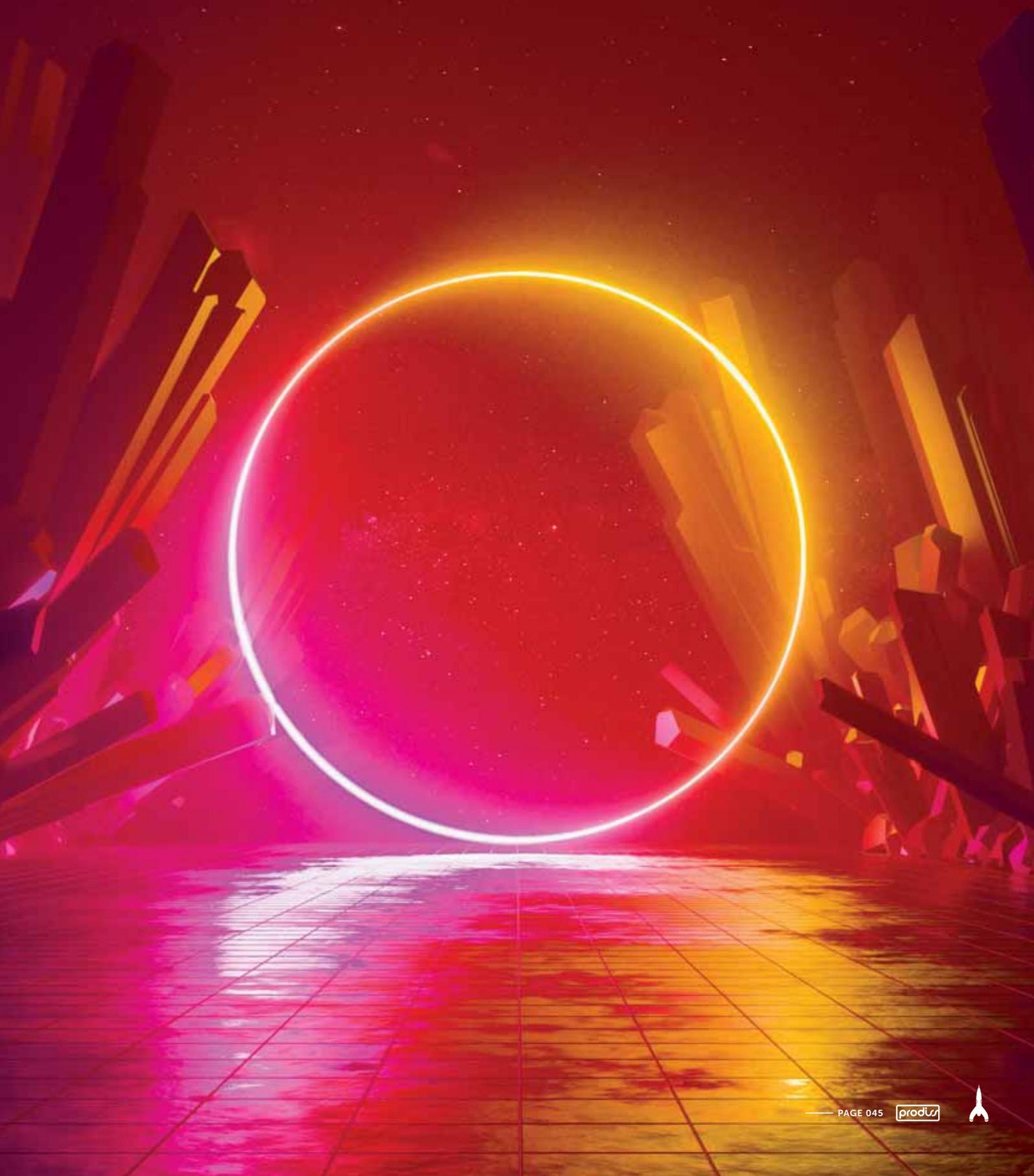
sont locales. On a donc négocié une aide financière de la région, liée aux retombées que le festival génère notamment pour le secteur touristique.

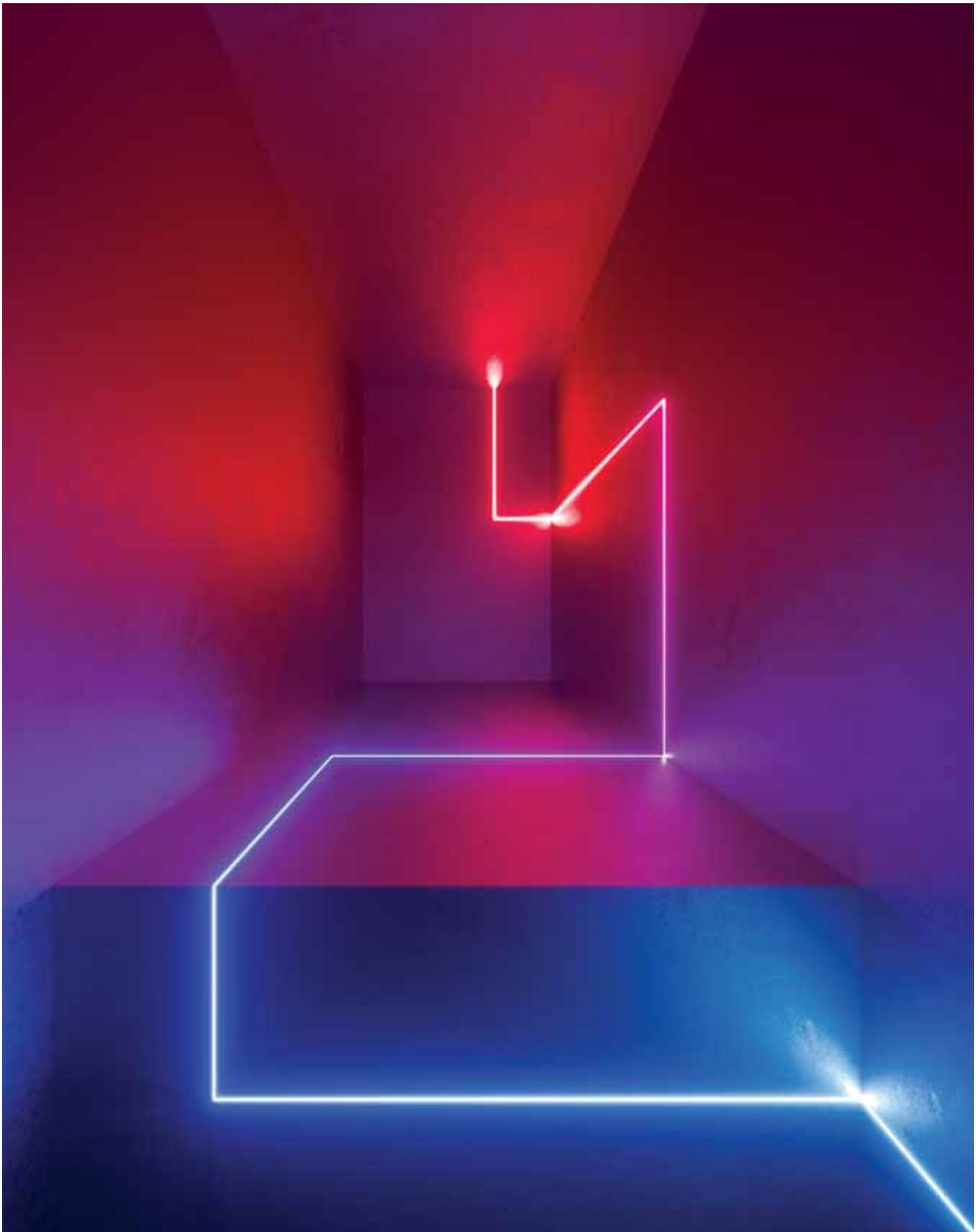
Une attention identique est-elle portée pour les retombées économiques géné- rées par l'offre culturelle de spectacles, que pour celles du tourisme insulaire ?

Nous ouvrons enfin un dialogue autour du potentiel de création d'emplois, et de retombées de la filière musicale. Nous vivons sur un territoire avec 35 % de chômage, peu de secteurs d'activité sont localement porteurs. En même temps, l'ap-pétence ici est très forte pour la musique. En production et en autoproduction, 350 albums sortent chaque année. Ramené à 850 000 habitants, c'est énorme. Nous avons tout le potentiel de structurer localement la filière, avec les retombées économiques qui peuvent en découler. Le public du Sakifo ou des Francofolies de la Réunion est constitué pour l'instant à 95 % de Réunionnais. Nous avons aussi la capacité d'élargir ce bassin de fréquentation : nous commençons à toucher Mayotte, l'île Maurice, l'Afrique du Sud, la métropole.

Vous avez un prix moyen du billet de festival assez faible, de l'ordre de 28 €. Cela s'en ressent-il sur les cachets artistiques ?

Nous avons été contraints de beaucoup négocier par le passé, mais nous subissons comme tout le monde le phénomène de hausse des cachets. Je ne sais pas combien de temps nous pourrions maintenir notre fragile équilibre, sans un renforcement de l'accompagnement économique public. Nous proposons un prix moyen de billet inférieur à la moyenne nationale, avec des charges supérieures. En même temps, il est compliqué d'avoir une politique tarifaire élevée sur notre territoire.





Spectacles et TERRITOIRES

ARTISTIQUE ET ENVIRONNEMENT AU CŒUR DE L'ENGAGEMENT

MARIE SABOT, DIRECTRICE GÉNÉRALE | FESTIVALS WE LOVE ART ET WE LOVE GREEN | ÉLUE DU COMITÉ FESTIVALS

COMMENT SE FAIT L'IMPLANTATION D'UN FESTIVAL DANS UNE RÉGION COMME L'ÎLE-DE-FRANCE ? AVEC QUELLE COMPLÉMENTARITÉ ?

Une implantation en Île-de-France est longue et complexe. L'événement s'est construit petit à petit, avec 10 000 festivaliers en 2011 et jusqu'à 80 000 cette année. Nous avons déjà testé la démarche « développement durable » dans nos événements précédents. Nous avons approché le label Because pour leur présenter notre envie d'un festival moderne et engagé. Des discussions ont eu lieu avec la ville de Paris qui nous a proposé le parc de Bagatelle mi-septembre. C'est un jardin botanique avec beaucoup de contraintes, qui nous ont forcés à aller jusqu'au bout de la démarche artistique et environnementale.

LA DÉMARCHE ENVIRONNEMENTALE A-T-ELLE FACILITÉ LE LIEN AVEC LES COLLECTIVITÉS ET L'ÉTAT ?

Nous sommes arrivés avec notre charte clés en main. Ce n'était pas courant en France, les pouvoirs publics étaient sceptiques sur la véracité de cette démarche. Mais ils ont vu dès la première année débarquer les générateurs solaires, le festival a été vite observé par la ville, et a été ensuite la base de la charte écoresponsable des événements de Paris.

CELA A-T-IL PERMIS UN TAUX DE SUBVEN- TIONNEMENT PLUS IMPORTANT ?

On aimerait qu'ils y soient plus sensibles. La nouvelle génération de festivals ne touche plus rien. Cela correspond dans le budget à 3,7 % de subventions, c'est bien moins important que d'autres festivals. Cela bouge lentement depuis l'année dernière avec la région. Nous avons en outre un apport en industrie avec Eau de Paris (EdP) à hauteur de 40 000 €. L'eau est rendue gratuite sur le festival mais ça nous coûte cher, car nous n'avons pas les recettes des bouteilles et l'apport en industrie d'EdP ne représente que 40 % du dispositif.

AVEZ-VOUS VOCATION À VOUS IMPLANTER EN RÉGION S'IL Y A DES OPPORTUNITÉS ?

Nous sommes en discussion avec certains opérateurs en France, notamment à Arles. Ce n'est pas We love green qui va s'implanter, c'est la fondation Luma qui nous invite sur un territoire où ils ont une démarche de développement durable assez forte sur la Camargue.

CELA PERMET-IL DE TOUCHER DE NOUVELLES FRANGES DE PUBLIC ÉLOIGNÉES DU MONDE DES FESTIVALS ?

Nous ne l'avons pas pensé comme cela, on ne pouvait tout simplement pas faire un festival autrement. Est-ce simplement de l'*entertainment* ou bien doit-on délivrer un message plus global ? Nous avons une grande variété de public : 15 000 billets « ados » (25 €), 2 000 enfants (10 €) ont été vendus. Nous avons des tarifs réduits pour les communes voisines, les étudiants, les chômeurs, etc. Le but est que tous les publics se croisent.



ANCREDER L'ARTISTIQUE AU CŒUR DES TERRITOIRES

CHRISTOPHE DAVY | FONDATEUR DE RADICAL PRODUCTION

**SUR LE SITE DE RADICAL PRODUCTION,
VOUS METTEZ EN AVANT
« LE BOOKING MILITANT DÉCENTRALISÉ ».
LES TERRITOIRES SONT-ILS AU CŒUR DE
VOTRE ACTIVITÉ ? EST-CE UN ÉLÉMENT
DE DIFFÉRENCIATION POUR
LES ENTREPRENEURS INDÉPENDANTS ?**

C'est un hasard pour ma part, j'ai grandi à Angers. Je n'ai pas de revendication militante de ce côté-là, le militantisme, c'est avant tout le répertoire artistique. Rester à Angers correspondait en revanche à un modèle économique. Quand on fait des choix artistiques moins « grand public », on n'a pas besoin d'être à Paris, et surtout nos coûts fixes ne sont pas les mêmes. Les grands groupes pourraient investir, en soi, sur les territoires, mais une importante société de production a intérêt à être à Paris, là où une grande partie du marché se concentre. Plus on fait du grand public, plus le public parisien est clé. Pour un indépendant, l'intérêt est de rester sur son territoire, où il y a une histoire, et un ancrage presque affectif.

**OBSERVEZ-VOUS UN CHANGEMENT
DE REGARD DES COLLECTIVITÉS
TERRITORIALES SUR L'ATTRACTIVITÉ
DU SECTEUR ?**

Les collectivités territoriales ont toujours regardé le secteur sous l'angle public : il fallait avoir « sa » salle de concert, « son » théâtre, « sa » compagnie, etc.

L'évolution majeure, c'est qu'avoir sa salle de musiques actuelles est devenu désormais un élément primordial dans l'offre culturelle, ce qui était loin d'être gagné il y a 20 ans. En parallèle des équipements, les collectivités voient enfin les festivals comme une donnée économique et d'attractivité du territoire. Un festival de musiques actuelles il y a 20 ans, ce n'était pas leur monde, aujourd'hui, c'est devenu monnaie courante.

**COMMENT CELA S'EST-IL TRADUIT
SUR LA VILLE D'ANGERS ?**

Avec un réseau assez militant sur la ville, nous avons eu, il y a 25 ans, une salle de musiques actuelles. Une des premières dans l'Ouest, bien avant Nantes par exemple. Mais aucun festival n'a émergé localement à Angers. Seuls un festival de rue, piloté par la ville, et un autre de théâtre, sous la houlette du département, se sont principalement développés. En 2014, j'ai monté un festival de rock à consonance psychédélique, Lévitation. Il s'agit d'un festival de niche qui se tient actuellement au Quai¹, et que je souhaiterais voir évoluer vers du plein air, d'ici deux à trois ans.

**QUEL EST LE POTENTIEL
D'ATTRACTIVITÉ POUR UN FESTIVAL
LOCAL COMME LÉVITATION ?**

Une étude a été réalisée par un organisme de la métropole. En attirant plus de 2 500 personnes par édition, c'est le festival qui produit le plus de retombées économiques.

80 % de notre public résident hors département Maine-et-Loire, avec 15 % d'internationaux. En générant d'importantes retombées en termes de transports, d'hôtellerie, et de restauration, c'est un festival de niche qui a déjà fait ses preuves, à l'échelle d'Angers. Si l'on passe demain à une fréquentation de 4 000 ou 6 000 personnes par jour, ce sera un bel objectif. Le festival est un vecteur de plus-value artistique et de reconnaissance au niveau national et international qui reflète une image de qualité pour la ville. Le quantitatif n'est pas la seule mesure, le qualitatif rentre nécessairement en ligne de compte, même s'il est plus difficile à évaluer.

**LE CRÉDIT D'IMPÔT POUR LE SPECTACLE
VIVANT MUSICAL VOUS AIDE-T-IL
DANS LA PRISE DE RISQUE ARTISTIQUE ?**

Sur des esthétiques exigeantes, ce dispositif permet d'avoir une partie des coûts du lancement d'un projet artistique pris en compte, et de travailler ainsi plus d'artistes ou de produire des dates supplémentaires. À titre d'exemple, avec l'artiste Johan Papaconstantino, nous avons pu prolonger des tournées, aller à l'international. Nous pouvons « forger » un public petit à petit, analyser leurs réactions. Le groupe a pris en maturité dans sa carrière scénique. Bref, nous avons pu donner de l'ampleur au développement de ce projet artistique, grâce à l'effet levier du crédit d'impôt pour le spectacle vivant musical.

1 — Le Quai est un lieu culturel de la Ville d'Angers, à la fois espace de création, de spectacles et de rencontres, incluant les arts vivants, plastiques, numériques, scéniques, lyriques, le cirque, le théâtre, la danse, les musiques, etc.

Spectacles et TERRITOIRES

FAVORISER LA RENCONTRE DES PUBLICS AVEC LA DIVERSITÉ ARTISTIQUE

SÉBASTIEN VIDAL | DIRECTEUR ARTISTIQUE DU DUC DES LOMBARDS,
DU FESTIVAL DJANGO REINHARDT ET DU NICE JAZZ FESTIVAL. DIRECTEUR DE TSF JAZZ

VOUS ÊTES DIRECTEUR ARTISTIQUE D'UN DES FESTIVALS DE JAZZ PIONNIERS EN RÉGION, LE NICE JAZZ FESTIVAL. QUEL EST LE RÔLE JOUÉ PAR LES COLLECTIVITÉS DANS CETTE ÉMERGENCE ?

C'est un festival qui a eu une histoire particulière, avec une longue interruption entre sa création et sa reprise. Il est désormais en régie municipale depuis 2011, donc la ville a un rôle essentiel quant à son développement. Le jazz peut exister à partir du moment où il y a une volonté politique. La ville organise et produit le festival. C'est complètement différent sur la forme et le fond. Et surtout, assez unique qu'une ville puisse produire un festival d'un budget de 3,8 millions d'euros.

OBSERVEZ-VOUS UN TOURNANT DANS LA PROGRAMMATION AVEC LA RÉGIE MUNICIPALE ?

À partir du moment où le programmeur a pour seul intérêt de faire une bonne programmation, c'est en soi un véritable tournant. En l'occurrence, ni moi, ni la ville ne sommes agents ou producteurs d'artistes, nous sommes donc indépendants dans nos choix. Le festival propose des programmations plus pointues, avec une couleur et une façon de faire différentes.

ON PARLE BEAUCOUP DE LA CONCENTRATION DANS LES MUSIQUES ACTUELLES... QUID DU JAZZ ?

On pourrait voir une forme de concentration des pouvoirs entre le Duc des Lombards, le festival Django Reinhardt et TSF Jazz.

Mais la synergie produite grâce à la rencontre de ces trois entités favorise la structuration de ce métier : elle permet de professionnaliser, et d'accélérer l'émergence des artistes. La concurrence qui peut exister entre des groupes comme AEG et Live Nation, favorise quant à elle la montée en puissance de certaines TPE/PME indépendantes, voire des regroupements entre plusieurs structures, pour être plus forts. La concurrence ne se fait pas sur l'argent mais aussi sur les bonnes idées !

Quant à TSF Jazz, avec 3,5 millions d'auditoire global en France et trois points d'audience sur la région Côte d'Azur, forcément cela contribue à porter une programmation artistique à la connaissance du public ! En promotion locale, ce sont presque 400 000 personnes sur le bassin méditerranéen qui écoutent cette radio. Un levier indéniable.

COMMENT PROGRAMME-T-ON TROIS LIEUX DE RENCONTRES AVEC LE PUBLIC AUSSI DIFFÉRENTS QUE LE NICE JAZZ FESTIVAL, LE DUC DES LOMBARDS, ET LE DJANGO REINHARDT FESTIVAL ?

La salle du Duc des Lombards à Paris est une forme d'incubateur artistique. Avec le Django Reinhardt Festival en Seine-et-Marne, on est plus proche des musiques manouches apatrides, et des musiques du monde. Pour Nice, il faut aller chercher des artistes plus crossovers, adaptés à une scène attirant jusqu'à 6 500 personnes.

Pour la deuxième scène dont la jauge est de 3 000 personnes, on peut se permettre d'être plus pointus dans la sélection artistique. Aujourd'hui, la grande différence, c'est la compatibilité par exemple du public « populaire » du hip-hop avec le jazz. Selon moi, le groupe The Black Eyed Peas a toute sa place dans un festival de jazz.

QUE REPRÉSENTE LA FRÉQUENTATION DU NICE JAZZ FESTIVAL ?

Nous atteignons 42 000 spectateurs pour cette édition 2019, soit une progression de 20 % par rapport à 2018. Avec un prix moyen de 39 € pour un billet permettant l'accès à six concerts, quand le tarif était précédemment de 60 €. Le maire favorise cette politique de démocratisation. Et en proposant des musiques d'une grande diversité, nous donnons une raison à des publics très différents de se rejoindre. Nous avons une forte proportion de Niçois, un public très transgénérationnel, avec une forte féminisation de l'audience. Cela en correspond aussi à la programmation égalitaire homme-femme sur scène.

LES PARTENARIATS PRIVÉS SONT-ILS POSSIBLES AVEC UNE RÉGIE MUNICIPALE ?

La ville a une régie, des écrans, un village VIP partenaires. Les fonctionnaires municipaux sont tout aussi efficaces. Les processus sont plus longs en matière d'appels d'offres, avec la nécessité d'une exigence administrative. Les 400 personnes de la ville qui œuvrent au festival savent produire. Ils ont 2 000 événements par an, ils sont rodés.





PREMIER RÉSEAU D'ACTEURS
DU SPECTACLE

*350 entreprises adhérentes
ont rejoint
le réseau du PRODISS*

①

UN RÉSEAU UNIQUE

Échangez avec
les professionnels
du secteur
lors des événements
PRODISS.

②

DES ACTIONS EN PERMANENCE

À vos côtés, le PRODISS
agit, prend la parole
sur des enjeux majeurs et participe
aux évolutions qui font progresser le secteur
(#FanPasGogo | la campagne pour lutter
contre le marché noir de la billetterie,
le crédit d'impôt pour le spectacle
vivant musical, le Centre National
de la Musique, etc.).

③

DES SERVICES CRÉÉS POUR VOUS

Le PRODISS a mis en place
de nombreux services.
Pratiques, indispensables, novateurs,
ils vous sont réservés exclusivement
pour accélérer et renforcer
votre compétitivité.

Rendez-vous
sur prodiss.org
espace « Rejoignez-nous ».





Les défis

du spectacle vivant en matière de droits



REPENSER LES MODÈLES TRADITIONNELS

Alors que les artistes sont aussi nombreux que talentueux, que la scène constitue un espace de rencontre et d'émotion privilégié avec le public, pour continuer à susciter le rêve, le *live* doit se renouveler, repenser les modèles traditionnels, etc., tout en se heurtant à de nombreuses barrières, qu'elles soient politiques, sociales, fiscales, administratives. Cette nécessité d'évolution est d'autant plus marquée que les disruptions technologiques et numériques transforment, de l'expérience du spectateur à l'exploitation possible d'un spectacle. La scène trouve ainsi par exemple de nouveaux débouchés au travers des captations.

LA DISRUPTION DE LA CAPTATION

De nouveaux modèles économiques émergent pour les exploiter : téléchargement, publicité, abonnement, etc. Le public lui-même participe au développement de ce nouvel écosystème, en postant sur des plateformes de vidéo comme YouTube sa production d'UGC (User Generated Content – souvent des captations de quelques minutes réalisées avec un Smartphone), ou en la diffusant sur les réseaux sociaux. Les moyens de production se démocratisent et les barrières à l'entrée tombent. Les intervenants se multiplient : *pure players* de la diffusion de concerts en ligne ou en VOD, géants d'Internet, des télécoms, des médias et de l'électronique grand public. Le droit de propriété intellectuelle du producteur de spectacles participe également de cet enjeu du numérique.

LA ZONE DE NON-DROIT DU SPECTACLE

Or, le producteur d'un spectacle est, en France, le seul producteur de biens culturels à ne pas bénéficier d'une protection légale. Lorsque le spectacle dont il est à l'initiative, fait l'objet d'une captation audiovisuelle, le producteur est exclu des fruits de son investissement lors de la captation et de la commercialisation du spectacle. Contrairement à l'ensemble des acteurs de l'entier secteur culturel (auteurs, artistes-interprètes, producteurs phonographiques et audiovisuels, éditeurs de librairie, de musique, de jeux vidéo, de logiciels, télédiffuseurs, producteurs de bases de données, etc.), le producteur ne dispose d'aucun droit de propriété intellectuelle sur son spectacle, alors même qu'il a existé de par son seul investissement.

UN ENJEU ÉCONOMIQUE ESSENTIEL

Les nouveaux espaces d'exploitation des captations de concerts constituent non seulement un relais de croissance financier pour le secteur, mais également de nouveaux médias de découverte des artistes émergents.

Les possibilités de diffusion des captations de concerts se multiplient : plateformes dédiées aux spectacles captés (Culturebox, Arte concert), applications de *live streaming* (Facebook Live) ou autres médias comme Netflix qui remportent un succès croissant (+50 % sur Culturebox entre 2016 et 2017). Les salles de cinéma participent également avec succès aux retransmissions de concerts en direct ou en

différé, alors même que la taxe de 10,72 % sur les prix des billets est perçue seulement par le CNC (Centre national du cinéma et de l'image animée).

LES NOUVELLES FRONTIÈRES DE LA DATA

Autre levier de bouleversement des modèles, la dématérialisation de la billetterie a exposé le secteur tout entier aux ruptures technologiques dont le numérique est porteur. En tant que formidable levier d'innovation dans les services (e-ticket, m-ticket, CRM, paiement sans contact, etc.) et dans d'autres propositions de valeur associées au spectacle vivant (forfaits, voyages, cadeaux, merchandising, etc.), la maîtrise de sa chaîne de valeur devient essentielle.

Les analytiques, qui sont le fruit d'analyses systématiques de données et de statistiques par ordinateur, pénètrent aujourd'hui au cœur de tous les métiers. Les techniques et les technologies permettant de traiter de très importants volumes de données à un coût abordable se généralisent. C'est la révolution de la data.

LA MÉTAMORPHOSE DES MÉTIERS

Quels sont les enjeux des big datas pour le spectacle ? Nouveau « pétrole » du XXI^e siècle, dont les réserves croissent de manière exponentielle, les données collectées sur les réseaux sociaux, les plateformes de streaming, et *via* la billetterie en ligne, dessinent une nouvelle frontière pour le secteur. Pour les entrepreneurs de spectacles, elles pourraient constituer l'un des leviers d'une métamorphose en profondeur de leur modèle économique, et leur permettre d'accélérer leur niveau d'efficacité dans l'ensemble de leurs processus métier.





Étienne Papin

Étienne Papin est avocat au barreau de Paris depuis 1999. Il est spécialiste du droit de l'innovation et de la création. Il dispose d'une expérience importante dans le droit du spectacle et de la musique.

Il n'est quasiment aucune œuvre représentée qui ne fasse l'objet d'une fixation préalable, indispensable à son exécution : la pièce de théâtre est éditée pour que les comédiens puissent apprendre leur texte, la musique est mise en partition pour être jouée par les musiciens, les films sont fixés (avant sur une pellicule maintenant sur des disques durs), afin de pouvoir être représentés en salle. Sans le secours d'une reproduction, le droit de représentation s'épuise aussitôt qu'on l'exploite.

Peut-être est-ce la raison pour laquelle le spectacle vivant est l'oublié du droit d'auteur et des droits voisins. L'entrepreneur qui assemble tous les éléments pour qu'en un lieu et à une heure donnée soient jouées devant un public des œuvres de l'esprit, tire sa rentabilité de la vente des autorisations d'accès au spectacle. Ici s'arrêtera sa capacité à exploiter économiquement les œuvres représentées : nul besoin de protéger un support matériel contre une exploitation abusive. C'est l'instantanéité, l'éphémère qui protège — ou qui limite — le producteur de spectacles. Le spectacle donné, il a aussitôt disparu, il n'y a plus rien sur lequel exercer un droit patrimonial.

MAIS CECI N'EST PLUS VRAI

Deux révolutions technologiques ont changé la donne : ce qui ne pouvait pas être accaparé par des tiers — l'éphémérité du spectacle, la valeur économique des titres d'accès — l'est devenu.

À l'insu de son producteur, le spectacle peut être capté sur des Smartphones puis diffusé sur Internet. À l'insu de son producteur, des autorisations d'accès au spectacle peuvent être vendues par des sites Internet qui s'immiscent dans le processus de commercialisation de la billetterie.

Comme tout entrepreneur de la création, le producteur de spectacles doit être protégé contre les agissements de ceux qui tirent profit sans légitimité des initiatives qu'il prend et des risques qu'ils supportent pour produire un spectacle. Las. Celui-ci, à l'inverse des producteurs de phonogrammes et des producteurs audiovisuels, ne dispose pas de droit voisin.

COMMENT PALLIER CETTE CARENCE LÉGISLATIVE ?

La protection du spectacle au titre du droit d'auteur

Évacuons de notre recherche un sujet qui ne pose pas de difficultés : lorsque le spectacle est une œuvre, il sera alors une œuvre composite. Spectacle de musique, pièce de théâtre, stand-up, etc., le spectacle repose sur des œuvres premières (musiques, chansons, textes) propriété d'auteurs ayant le plus souvent apporté leurs droits aux sociétés de gestion collective : Sacem et SACD. Pas de difficulté : le producteur du spectacle acquiert les droits nécessaires à l'exécution des œuvres en public par des contrats généraux de représentation. Dans son acception la plus simple, la problématique s'arrête où elle commence : un interprète,

un micro, voici un spectacle qui se réduit aux œuvres interprétées (musiques ou textes). Il n'y a pas de place pour une œuvre seconde.

Mais il y a aujourd'hui sur scène souvent bien plus que cela : un décor, des chorégraphies, une mise en scène, des costumes, des effets visuels, une scénographie, etc. Autant de créations, réunies à l'instigation du producteur pour créer le spectacle, susceptibles d'être également protégées par le droit d'auteur. Le tout forme-t-il une œuvre nouvelle qui ne se réduit pas à la somme des œuvres qui le composent ?

LE SPECTACLE, UNE ŒUVRE COLLECTIVE ?

« Est dite collective l'œuvre créée sur l'initiative d'une personne physique ou morale qui l'édite, la publie et la divulgue sous sa direction et son nom et dans laquelle la contribution personnelle des divers auteurs participant à son élaboration se fond dans l'ensemble en vue duquel elle est conçue, sans qu'il soit possible d'attribuer à chacun d'eux un droit distinct sur l'ensemble réalisé. »

On est frappé par la prévalence du droit de reproduction dans la définition qui faite de l'œuvre collective par l'article L. 113-2 du Code de la propriété intellectuelle. C'est l'œuvre qui est « éditée » ou « publiée » donc fixée sur un support matériel par son initiateur. Que faire de la titularité des droits sur une œuvre qu'on ne fait que représenter et dont l'exploitation ne se conçoit pas au-delà du temps de sa représentation ?





Pourtant, le spectacle est un candidat idéal à la qualification d'œuvre collective car il n'est pas de spectacle sans cet organisateur qui commande et réunit l'ensemble des contributions nécessaires au divertissement des spectateurs.

Il la divulgue sous son nom : les affiches du spectacle et les billets portent le nom du producteur. Le spectacle est bien le creuset dans lequel « se fond » chaque contribution des coauteurs : on parle ici des auteurs des œuvres jouées mais aussi des auteurs des décors, mises en scène, chorégraphies, contenus audiovisuels diffusés sur la scène pendant le spectacle, voire les jeux de lumières ou de pyrotechnie lorsque ces éléments accèdent à la qualité d'œuvre à raison de l'originalité suffisante qui leur serait reconnue.

Nous trouvons en jurisprudence quelques décisions qui ont reconnu la qualification d'œuvre collective à un spectacle. Un spectacle intitulé *L'Écho râleur* « basé sur la reprise d'œuvres musicales préexistantes et alliant chant, mise en scène et chorégraphie » est reconnu comme œuvre collective, propriété d'une association, par le TGI de Paris dans sa décision du 29 mai 2009. Un numéro de prestidigitation est reconnu comme œuvre collective appartenant à la société David Copperfield's Disappearing

Inc. par le TGI de Paris dans sa décision du 20 décembre 1996 confirmée par la cour d'appel de Paris le 30 avril 1998. Les juges reconnaissent tant l'originalité que la titularité des droits à la société divulgatrice au motif que « le numéro de "l'homme volant" témoign[e] d'originalité et port[e] l'empreinte de la personnalité de ses créateurs par sa mise en scène faisant appel à un accompagnement musical, à des jeux de lumière, à des décors spécifiques dans lesquels s'enchaînent suivant un ordre particulier divers tours et figures. »

L'intérêt pour le producteur de revendiquer la protection au titre de l'œuvre collective sera double : elle lui permettra de disposer *ab initio*, des droits patrimoniaux sur l'œuvre sans avoir à se préoccuper d'obtenir les cessions de droits afférentes des auteurs, ni d'être contraint par la rémunération proportionnelle pour certains d'entre eux. Rappelons, s'agissant de la musique (spectacles de variété) et des textes (pièces de théâtre) que l'apport des droits des auteurs et compositeurs aux sociétés d'auteurs n'interdit pas que l'œuvre collective soit également une œuvre composite incluant les musiques et textes préexistants joués sur scène au cours du spectacle.

L'autre intérêt sera de pouvoir s'opposer efficacement à la réexploitation du spectacle par un tiers, par exemple sous forme de télédiffusion ou webdiffusion, ou par la reprise sur scène des éléments originaux dans un autre spectacle.

Peut-on, lorsque l'on est un professionnel de l'industrie du spectacle, se contenter de la qualification d'œuvre collective pour asseoir sa protection sur le spectacle que l'on produit ? C'est ici la faiblesse pour le praticien de l'œuvre collective : l'incertitude de sa reconnaissance la prive d'effet économique utile. L'œuvre collective s'envisage souvent comme un moyen de défense lorsque l'un des contributeurs vient à revendiquer des droits à l'encontre de la personne morale exploitant l'œuvre et non comme un outil utile d'exploitation d'un actif incorporel.

Aussi, la prudence commandera de prévoir des clauses de cession de droits, en prenant le soin de veiller à leur conformité à l'article L. 131-4 du Code de la propriété intellectuelle, dans les contrats avec les différents contributeurs participant à la production du spectacle.

Reste un parent pauvre : les spectacles les plus démunis d'artifices ou de mises en scène n'en sont pas moins parfois les plus vivants et les plus appréciés du public. Un artiste, un instrument, une voix, à peine une lumière, et cela peut être suffisant. Il n'y aura pas dans ces circonstances pour le producteur de salut par le recours à l'œuvre collective fautive d'œuvre. Ce n'est pas pour autant que l'investissement du producteur dans le spectacle ne mériterait pas d'être protégé. C'est ici qu'il faut appeler à la création d'un droit voisin au bénéfice du producteur de spectacles anormalement exclu de cette protection.

LE SPECTACLE, UNE ŒUVRE DE COLLABORATION ?

« Est dite de collaboration l'œuvre à la création de laquelle ont concouru plusieurs personnes physiques », nous apprend l'alinéa 1 de l'article L. 113-2 du Code de la propriété intellectuelle.

Impossible de concevoir qu'un spectacle puisse être à la fois une œuvre de collaboration et une œuvre collective. C'est nécessairement l'une ou l'autre, et dans la mesure où nous concluons volontiers que dans la situation d'un entrepreneur s'assurant des efforts collectifs d'auteurs pour offrir au public un spectacle, l'œuvre ainsi représentée est une œuvre collective, nous devrions exclure dans la même situation la qualification d'œuvre de collaboration.

On rencontre cependant dans la jurisprudence, au gré des circonstances d'espèce, des spectacles que le juge qualifiera d'œuvre de collaboration ; par exemple, un spectacle de ballets. Rien à critiquer si aucun des plaideurs n'a songé à invoquer la qualification d'œuvre collective.

Reste que la qualification d'œuvre de collaboration n'a pas d'intérêt pour le producteur qui ne peut pas même revendiquer une quote-part indivise dans l'œuvre à défaut d'investissement artistique dans sa création. Ici encore, il lui faut s'assurer, par des cessions en bonne et due forme, la réunion sur sa tête de l'ensemble des droits patrimoniaux des auteurs impliqués dans la production du spectacle.

Les protections périphériques à la propriété intellectuelle

LA COMMERCIALISATION ILLICITE DES TITRES D'ACCÈS AU SPECTACLE

Vendre des billets de spectacles exigeait naguère des investissements importants car il fallait couvrir le territoire d'un réseau de points de ventes physiques dans lesquelles les futurs spectateurs pouvaient venir « acheter » leur billet et repartir avec un titre papier qui leur permettrait, plus tard, d'être autorisés à

pénétrer dans le lieu où se tiendrait le spectacle. Voilà qui décourageait l'escroquerie. La vente des billets de spectacles a donc toujours été confiée par les producteurs à des intermédiaires professionnels spécialement mandatés par eux à cet effet : les distributeurs de billetterie. Aujourd'hui, les billets de spectacles sont très majoritairement vendus par ces distributeurs sur Internet et dématérialisés : le billet est imprimé directement par le spectateur ou conservé sur son Smartphone sans nécessité d'impression.

Depuis plusieurs années ont été constatées des pratiques consistant en la mise en vente de billets de spectacles, notamment par **des sites Internet non autorisés par les producteurs des spectacles concernés**, à des prix souvent considérablement supérieurs à la valeur faciale du billet. Ces prétendus revendeurs proposent même parfois des billets sans avoir l'assurance que le spectacle aura lieu !

Pour lutter contre la revente de billets, sur Internet ou dans notre monde physique, le législateur a adopté, par l'article 3 de la loi n° 2012-348 du 12 mars 2012 tendant à faciliter l'organisation des manifestations sportives et culturelles, une infraction à l'article 313-6-2 du Code pénal.

L'article 313-6-2 dispose : « Le fait de vendre, d'offrir à la vente ou d'exposer en vue de la vente ou de la cession ou de fournir les moyens en vue de la vente ou de la cession des titres d'accès à une manifestation sportive, culturelle ou commerciale ou à un spectacle vivant, de manière habituelle et sans l'autorisation du producteur, de l'organisateur ou du propriétaire des droits d'exploitation de cette manifestation ou de ce spectacle, est puni de 15 000 € d'amende. Cette peine est portée à 30 000 € d'amende en cas de récidive. »

Pour l'application du premier alinéa, est considéré comme titre d'accès tout billet, document, message ou code, quels qu'en soient la forme et le support, attestant de l'obtention auprès du producteur, de l'organisateur ou du propriétaire des droits d'exploitation du droit d'assister à la manifestation ou au spectacle. »

Cette infraction, rendue nécessaire par les comportements peu scrupuleux contre lesquels elle entend lutter, est la traduction en droit pénal d'une situation juridique simple. Le billet matérialise l'existence d'un contrat de service (*instrumentum*) entre le spectateur et le producteur dont l'objet (*negotium*) est le droit d'accéder à la représentation d'un spectacle contre le paiement du prix. La chaîne de distribution des billets d'un spectacle est organisée par une succession de contrats de mandat ou de commissionnement. Par l'effet juridique du mécanisme de représentation, c'est le producteur qui contracte directement avec le spectateur. Or, nul n'a le droit de s'immiscer dans une relation contractuelle. C'est ce que rappelle cet article 313-6-2 du Code pénal que les tribunaux ont déjà eu l'occasion d'appliquer à de nombreuses reprises contre les prétendus sites de revente de billets.

L'article 313-6-2 du Code pénal réaffirme donc les prérogatives essentielles du producteur sur la billetterie du spectacle. **Seul le producteur a le droit d'organiser le circuit de distribution des titres d'accès qui permettront au public d'assister au spectacle** et au producteur de rentrer dans ses frais. Cette prérogative trouve son fondement dans deux considérations qui fondent l'article 313-6-2 du Code pénal.

D'une part, lorsque l'on considère la distribution d'un service, comme c'est le cas pour les billets de spectacles, la chaîne de distribution doit être maîtrisée de bout en bout par le fournisseur du service (le producteur) afin d'assurer au spectateur l'obtention d'un titre d'accès valable. En effet, le « billet » n'est qu'une donnée informatique, présente dans le système des distributeurs et sous-distributeurs de billetterie, qui est authentifiée lors du contrôle d'accès sur le lieu du spectacle. L'authenticité d'un billet ne résulte pas des qualités intrinsèques de son support physique qui serait infalsifiable ou difficilement falsifiable mais de la fiabilité de la chaîne de traitement de l'information de la vente du billet jusqu'au contrôle d'accès. Lorsqu'un acteur non autorisé s'immisce dans cette chaîne, la confiance sur la fiabilité du billet ne peut plus être garantie au spectateur.

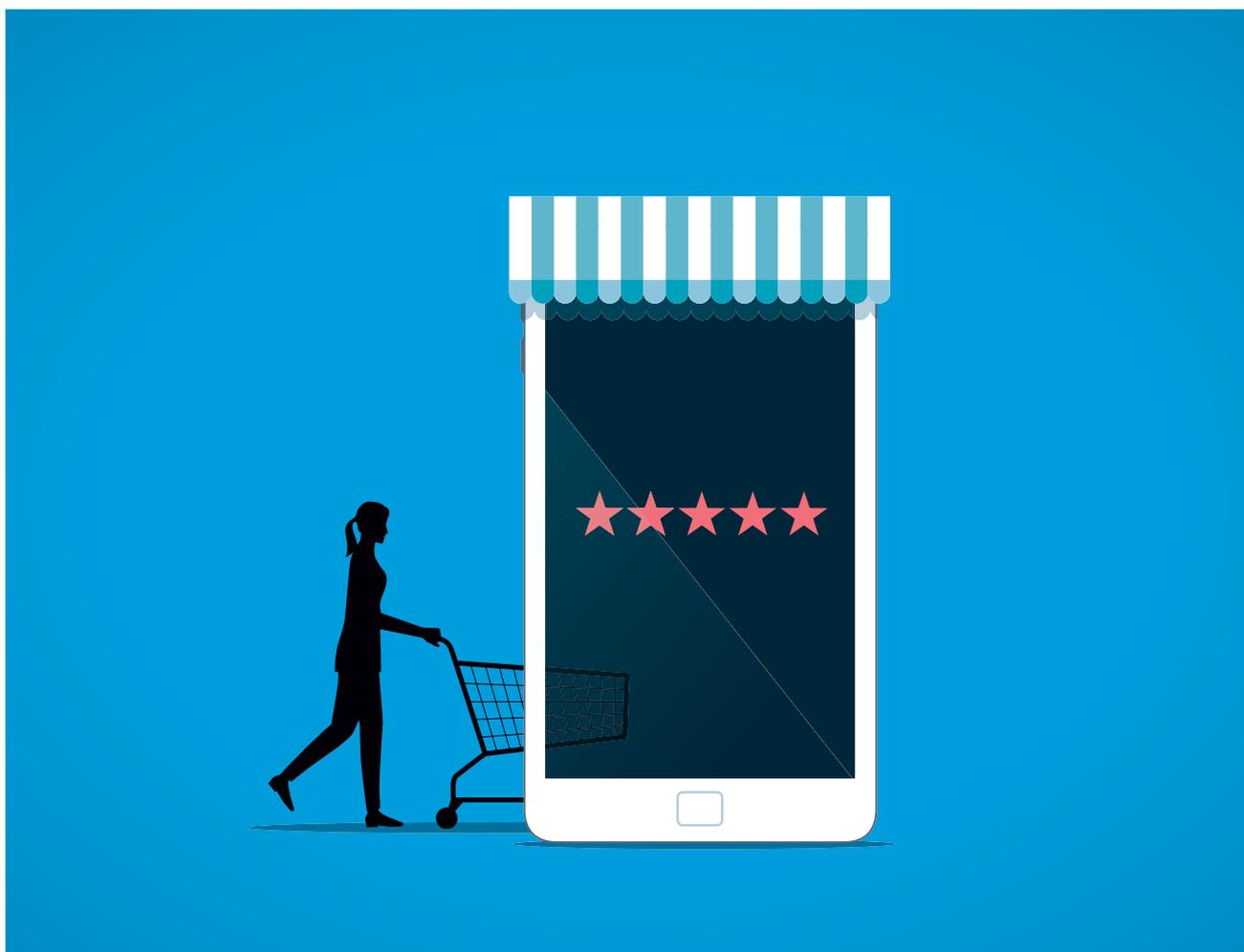


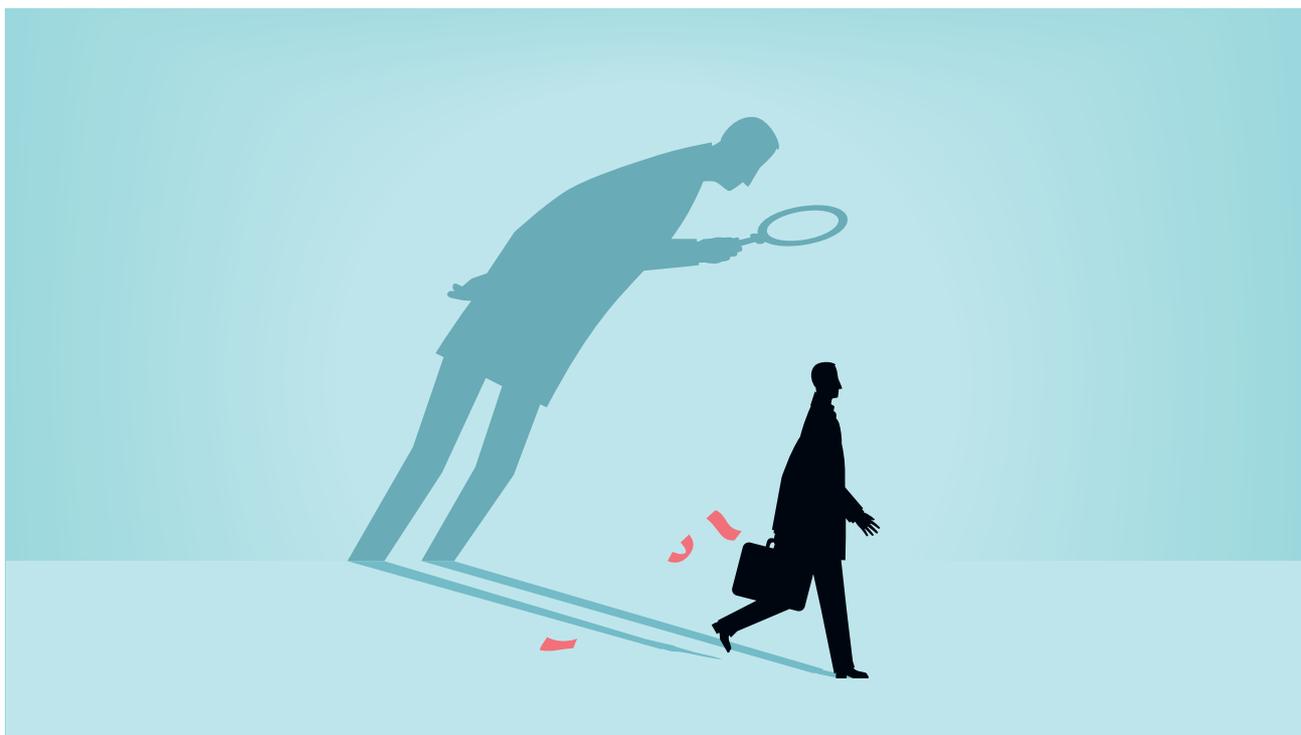
D'autre part, le principe est depuis longtemps établi que la capacité de tirer un profit d'une entreprise est réservée à celui qui investit dans cette activité et en supporte les risques en cas d'échec. Point n'est besoin de revenir ici en détail sur la notion de parasitisme. Il est de jurisprudence constante que le parasitisme est un comportement délictuel qui engage la responsabilité civile de son auteur. **Le parasitisme se manifeste par l'exploitation du travail, des idées, des investissements, de la publicité ou de la notoriété d'autrui.** Il vise à utiliser, pour son propre profit, le succès commercial et industriel d'un autre. L'article 313-6-2 du

Code pénal constitue ainsi l'incrimination d'un comportement spécifique de concurrence parasitaire. Il en découle l'interdiction faite à tout tiers d'agir à quelque titre que ce soit, sans autorisation du producteur, sur un marché qui aurait pour objet le billet. Les actes incriminés permettent de rendre compte de toute la gamme des opérations juridiques possibles sur le marché : offrir à la vente ou à l'achat, acheter pour revendre mais aussi offrir les moyens juridiques (par le courtage, le mandat à l'achat ou à la vente) ou techniques (notamment sous forme de places de marché électronique) grâce auxquels s'opère la transaction d'achat/vente du billet. Aucun de ces actes n'échappe à l'autorisation du producteur, dessinant ainsi l'étendue de ses droits exclusifs.

Il n'est qu'une exception à cette nécessaire autorisation du producteur : le cas dans lequel l'un des actes précités est effectué à titre non commercial. La revente de billets entre proches, voisins, amis, etc., par son caractère exceptionnel, n'est pas attentatoire à la valeur économique que l'article 313-6-2 du Code pénal protège.

Le droit accordé par l'article 313-6-2 du Code pénal au profit du producteur de spectacles forme ainsi un droit voisin qui ne dit pas son nom, réduit cependant à un droit de distribution.





LA CONCURRENCE DÉLOYALE

Le producteur de spectacles tire ses ressources quasi uniquement de la vente de la billetterie. Cette valeur est donc aujourd'hui protégée par l'article 313-6-2 du Code pénal.

Reste qu'il s'agit **d'une protection incomplète** car, on l'a vu, le spectacle peut faire l'objet de détournements qui ont pour objet les éléments qui le composent : captation et diffusion des images et vidéos du spectacle.

Faute de droits de propriété intellectuelle nés sur la tête du producteur ou acquis par lui à la suite de cessions, l'action en concurrence déloyale conservera alors tout son intérêt.

Elle sera susceptible d'assurer une protection au titre du spectacle. Ainsi, l'ensemble désigné sous le nom « les chœurs de l'armée Rouge de la ville de Kiev » entretient une confusion fautive avec un premier ensemble désigné « chœurs et danses de l'armée Rouge ». Plus fondamentalement, les éléments constitutifs du spectacle lui-même sont susceptibles d'une appropriation fautive par un entrepreneur concurrent. Les enseignements de la célèbre

jurisprudence « la nuit des héros » sont transposables au spectacle vivant. Il faudra bien sûr que la mise en scène, le choix des titres, leur ordonnancement (*setlist*), le choix des artistes, la chorégraphie, la scénographie, etc., présente une spécificité — on n'ose pas dire une originalité — suffisante pour que la reprise de tout ou partie de ces éléments par un autre entrepreneur de spectacles puisse être fautive vis-à-vis du premier.

Tout est affaire d'espèce et d'appréciation souveraine du juge du fond. On trouvera ainsi en jurisprudence, dans un secteur périphérique au spectacle vivant à proprement parler, une décision qui refuse de considérer comme fautive la reprise des tours de magie exploités par une société sous forme de DVD par une société concurrente éditant également ses propres DVD. Le tribunal de grande instance de Tarascon constate dans sa décision du 21 septembre 2012 « qu'il ne saurait être envisagé de déférer devant les tribunaux tous les illusionnistes utilisant leur main, un foulard, faisant apparaître un oiseau ou un lapin ou disparaître un objet précieux tant le procédé est usité depuis des temps immémoriaux ; qu'en l'espèce l'absence d'originalité de l'ac-

cessoire et de la gestuelle ne saurait faire obstacle à l'utilisation du même procédé avec des accessoires différents sans générer un acte de concurrence déloyale. »

En revanche, concurrence déloyale il y a dans l'espèce tranchée par la cour d'appel de Paris le 1^{er} décembre 2015. Ainsi, la société qui a exploité pendant 30 ans un spectacle d'images et de lumières projetées sur les parois d'une carrière louée à la commune des Baux-de-Provence ne peut voir son travail repris par l'entreprise à laquelle la mairie a concédé, en remplacement du précédent locataire, l'exploitation du lieu. Le juge d'appel relève d'abord que les projets présentés par le nouvel exploitant « sont en continuité absolue avec la programmation passée ». Il relève ensuite que le nouvel exploitant reprend le « concept » du précédent consistant à projeter des images sur les parois des carrières et à y immerger le spectateur ; reprise également des mêmes thèmes (les œuvres de grands noms de la peinture). La cour d'appel relève enfin que le nouvel exploitant a délibérément cherché à se placer dans la continuité de la société précédente et l'a même revendiqué. Le parasitisme est ici constitué, là où la contrefaçon a été écartée.





UN SYNDICAT PLUS FORT

ça réussit à tous!

**73 adhérents du syndicat
se sont engagés tout au long de l'année
via un mandat pour le PRODISS.**

**Grâce à eux et à leur investissement
au sein des différentes instances
dans lesquelles siège le PRODISS,
les intérêts de tous sont représentés
et défendus aux niveaux national et régional.**

LISTE DES ADHÉRENTS ENGAGÉS DANS UN MANDAT PRODISS

ARNAUD FAZ (213 PRODUCTIONS)CHRISTOPHE BOSQ (3C)ALEXIS BOURIEAU (3C)SOPHIE PEDUZZI (ADL PRODUCTIONS)ANNE-SOPHIE GADREY (AGDL (À GAUCHE DE LA LUNE])GUILLAUME BENFEGHOUL (ALLÔ FLORIDE)JEAN-MARC PAILHOLE (ANDROMÈDE | CARGO DE NUIT)RENO DI MATTEO (ANTEPRIMA PRODUCTIONS)CHARLOTTE GUIOT (ARACHNÉE CONCERTS)JULIE FIGHIERA (ASTERIOS SPECTACLES)JULIEN LAVERGNE (AZ PROD)BERNARD BATZEN (AZIMUTH PRODUCTIONS)GENEVIÈVE GIRARD (AZIMUTH PRODUCTIONS)BENJAMIN LEVY (BL MUSIC EURL)SOPHIE LEVY-VALENSI

(BLEU CITRON PRODUCTIONS | ASSOCIATION LES CURIOSITÉS)

SYLVAIN BAUDRILLER (BLEU CITRON PRODUCTIONS)SANDRINE MARREL (CARAMBA SPECTACLES)GAËLLE GOURGUECHON (CARAMBA SPECTACLES)MÉLODIE BLANCHARD (CARAMBA SPECTACLES)FRÉDÉRIC JÉRÔME (CASINO DE PARIS)YVES BARRÉ (CITEDIA SERVICES | LE LIBERTÉ)OLIVIER DARBOIS (CORIDA)CHRISTEL MARTINET (CORIDA)LAURENCE GUINOT (CRISTAL PRODUCTION)CHARLOTTE GLUZMAN (DÉCIBELS PRODUCTIONS)JEAN-LUC ROUSSELET (DESSOUS DE SCÈNE)JACQUES ABALAIN (DIOGÈNE)PASCAL BERNARDIN (ENCORE PRODUCTIONS)VALÉRIE ÉTIENNE (F2F MUSIC)GÉRARD PONT (FRANCOFOLIES)PIERRE-PASCAL HOUBEINE (FURAX)JULES FRUTOS (J.H.D PRODUCTION | ALIAS)DOMINIQUE REVERT (J.H.D PRODUCTION | ALIAS)CLOTAIRE BUCHE (JUNZI ARTS)FRÉDÉRIC SAINT-DIZIER (LES PRODUCTIONS LABEL LN)FLORENCE JEUX (LE BATACLAN)SÉBASTIEN VIDAL (LE DUC DES LOMBARDS)ALAIN LAHANA (LE RAT DES VILLES)DOMINIQUE DELORME (LES NUITS DE FOURVIÈRE)CYRIL PUIG (LES NUITS DE FOURVIÈRE)GILLES PETIT (LITTLE BROS)ALEXANDRA GROSEILLER (LIVE NATION)MATTHIAS LEULLIER (LIVE NATION)ANGELO GOPEE (LIVE NATION)YANN DERNAUCOURT (L'OLYMPIA)MATTHIEU IRLES (MAD IN EVENT)CORINNE SERRES (MAD MINUTE MUSIC)FRÉDÉRIC LOMEY (MELODYN)MYRIAM KANOU (MYGAL PRODUCTIONS)CLAUDE-JEAN ANTOINE (TITO) (NANCY JAZZ PULSATIONS)CYRIL BAHSIEF (ÖCTÖPUS)GILDAS DEXHEIMER (P BOX)ALEXANDRE BAUD (QUARTIER LIBRE PRODUCTIONS)CHRISTOPHE DAVY (DOUDOU) (RADICAL PRODUCTION)RENÉ GENTIL (RADICAL PRODUCTION)JÉRÔME GALABERT (SAKIFO PRODUCTION)CRISTELLE GIOANNI (SNC LTT - LE TRIANON-L'ÉLYSÉE MONTMARTRE)FLORENT DECROIX (SO-LIVE)BORIS JOURDAN (SOUND SURVEYOR SARL)FANNY JOURDAN (TCHOLÉLÉ PRODUCTIONS)BÉATRICE MACÉ (ATM | LES TRANS MUSICALES)EMMANUEL TALLIEU (TS3)MERYEM FRITESSE (TS3)THIERRY LANGLOIS (UNI-T)CÉCILE MOREAU (UNI-T)THOMAS SABOT (UNI-T)JORAN LE CORRE (WART)EDDY PIERRES (WART)SÉBASTIEN ZAMORA (ZAMORA PRODUCTIONS)FRÉDÉRIC MAZZOLINI (ZAMORA PRODUCTIONS)SYLVIE LIOGIER (ZEN GESTION (ZÉNITH DE SAINT-ÉTIENNE))MYLÈNE HUARD (ZÉNITH DE DIJON)LILY FISHER (ZÉNITH DE PARIS)

NOS MANDATS NATIONAUX ET RÉGIONAUX

Pour défendre les intérêts de tous

LE PRODISS SIÈGE AU SEIN DE 24 INSTANCES. CES MANDATS LUI PERMETTENT DE VOUS REPRÉSENTER ET DE FAIRE ENTENDRE VOTRE VOIX. RETROUVEZ L'ENSEMBLE DE CES INSTANCES CLASSÉES PAR THÉMATIQUE.

SOMMAIRE

1 | SOCIAL

DIALOGUE SOCIAL

CPPNI
FCAP - SV
FESAC
OBSERVATOIRE DU DIALOGUE SOCIAL
COREPS

FORMATION

AFDAS
CPNEF - SV
CFPTS
LES FORMATIONS D'ISSOUDUN
CAMPUS M
CREPOP
SPECTACLE VIVANT EN BRETAGNE
COEF
CNESERAC
CPC - SV

SANTÉ/PRÉVOYANCE

AUDIENS

PRÉVENTION DES RISQUES

CMB

CONGÉS SPECTACLES

LES CONGÉS SPECTACLES

2 | FILIÈRE

CNPS
COMMISSION DE DÉSAFFECTATION
AGI-SON
BUREAU EXPORT
CNV
TOUS POUR LA MUSIQUE
LES VICTOIRES DE LA MUSIQUE

1. SOCIAL

DIALOGUE SOCIAL

CPPNI | COMMISSION PARITAIRE PERMANENTE DE NÉGOCIATION ET D'INTERPRÉTATION DE LA BRANCHE SPECTACLE VIVANT PRIVÉ

Représentants PRODISS :
Malika Séguineau et Pierre Renaud

FCAP - SV | FONDS COMMUN D'AIDE AU PARITARISME DU SPECTACLE VIVANT PRIVÉ

INSTANCES OÙ SIÈGE LE PRODISS

BUREAU —
COMITÉ DE GESTION —
ASSEMBLÉE GÉNÉRALE —

Représentante PRODISS :
Malika Séguineau | présidente

FESAC | LA FÉDÉRATION DES ENTREPRISES DU SPECTACLE VIVANT, DE LA MUSIQUE, DE L'AUDIOVISUEL ET DU CINÉMA



La FESAC regroupe les organisations professionnelles :

- du spectacle vivant, de la musique
- de la radiodiffusion
- de la télédiffusion
- de la production audiovisuelle
et cinématographique
- de l'édition
- de l'édition phonographique
- de l'édition musicale
- de la prestation technique

Malika Séguineau a été vice-présidente
de la FESAC jusqu'en mars 2019.
Depuis cette date, elle occupe le poste
de trésorière.

INSTANCES OÙ SIÈGE LE PRODISS

BUREAU —

Représentante PRODISS :
Malika Séguineau

CONSEIL D'ADMINISTRATION —

Représentants PRODISS :
Malika Séguineau
Pierre Renaud

GROUPES DE TRAVAIL RELATIFS
AUX QUESTIONS SOCIALES

Représentants PRODISS :
Malika Séguineau
Pierre Renaud
Pauline Auberger

OBSERVATOIRE DU DIALOGUE SOCIAL



Les ordonnances Macron ont créé un nouvel observatoire dans chaque département pour favoriser et encourager le développement du dialogue social et de la négociation collective au sein des entreprises de moins de 50 salariés. L'observatoire a pour objectif spécifique d'inciter et d'accompagner les TPE-PME en matière de dialogue social et de négociation collective. Il a pour missions de dresser un bilan annuel de la négociation au plan départemental, de traiter des difficultés dans le cadre de négociations et peut apporter une expertise juridique en droit social. C'est une instance qui « observe » et peut faire remonter ses constats et ses propositions au niveau national. La FESAC, dont le PRODISS est membre, est invitée à y siéger en tant qu'organisation multiprofessionnelle.

Représentants PRODISS (mandats FESAC) :

RÉGION PACA

Matthieu Irlès (Mad In Event)

DÉPARTEMENT DE LA CORRÈZE

Frédéric Lomey (Melodyn)

COREPS | COMITÉ RÉGIONAL DES PROFESSIONS DU SPECTACLE

Le Coreps est l'instance de dialogue social régionale du secteur du spectacle vivant, du cinéma et de l'audiovisuel. Il a pour objet d'instaurer un lien permanent de dialogue social, de consultation, de concertation, de réflexion et de proposition pour l'État, les collectivités territoriales, les partenaires sociaux et les organismes sociaux et professionnels. S'inscrivant dans une complémentarité avec les autres espaces de dialogue social, qu'ils soient sectoriels ou interprofessionnels, le Coreps constitue le pendant régional du CNPS.

COREPS OCCITANIE



Représentante PRODISS : Sophie Levy-Valensi (Bleu Citron Productions/Association Les Curiosités)

COREPS NOUVELLE-AQUITAINE



Représentants PRODISS :

Laurence Guinot (Cristal Groupe) | titulaire

Alexis Bourieau (3C) | suppléant

FORMATION

AFDAS | FONDS D'ASSURANCE FORMATION DES SECTEURS DE LA CULTURE, DE LA COMMUNICATION ET DES BIENS



OPÉRATEUR DE VOS COMPÉTENCES

Avec la réforme de la formation professionnelle, le rôle, le périmètre et la gouvernance de l'Afdas ont largement évolué. Depuis le 1^{er} avril 2019, 11 opérateurs de compétences (OPCO), chargés d'accompagner la formation professionnelle, ont été agréés. Ils remplacent les anciens organismes paritaires collecteurs agréés (OPCA). Ces opérateurs de compétences ont pour missions de financer l'apprentissage, d'aider les branches à construire les certifications professionnelles et d'accompagner les PME pour définir leurs besoins en formation. L'Afdas fait partie des 11 OPCO retenus sur les 20 OPCA qui existaient auparavant. Il a été officiellement agréé par un arrêté du 29 mars 2019. Le périmètre de l'Afdas s'est étendu à un champ plus large intégrant notamment culture, médias, loisirs, sport, et télécommunications.

En tant qu'OPCO nouvellement agréé, l'Afdas fonctionne depuis le 1^{er} avril 2019 avec une nouvelle gouvernance et de nouveaux statuts.

Les nouvelles instances paritaires :

BUREAU

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Représentante PRODISS :

Malika Séguineau | suppléante de la présidente

LES PÔLES SECTORIELS

Spectacles et création, communication et industrie créative, médias, loisirs et divertissement, sport, télécommunications, territoires et tourisme. Les mandats dans ces différents pôles sont en cours de finalisation.

COMMISSION PARITAIRE DE GESTION DES CONTRIBUTIONS CONVENTIONNELLES

Les mandats de cette commission sont en cours de finalisation.

LE PÔLE PARITAIRE DES SALARIÉS INTERMITTENTS DU SPECTACLE

Le collège « employeurs » comprend les représentants des organisations professionnelles signataires de l'accord relatif à la formation professionnelle des salariés intermittents du spectacle en vigueur.

Le PRODISS est membre de ce pôle.

CPNEF - SV | COMMISSION PARITAIRE NATIONALE EMPLOI-FORMATION DU SPECTACLE VIVANT



La CPNEF - SV a été créée par les organisations professionnelles représentatives des employeurs et des salariés du spectacle vivant en juin 1993. Elle agit en faveur de l'emploi et de la formation professionnelle dans le spectacle vivant. Elle assure le pilotage de l'Observatoire prospectif des métiers et des qualifications, en lien avec l'Afdas, sur tous les arts de la scène, sur l'ensemble des entreprises du spectacle vivant, secteurs publics et privé, quelles que soient leurs activités (production, diffusion, tournées, exploitation de lieux et prestations de services techniques).

INSTANCES OÙ SIÈGE LE PRODISS

BUREAU

Représentants PRODISS :

Malika Séguineau | titulaire

Pierre Renaud | suppléant

GROUPES DE TRAVAIL

CCP (Certificat de qualification professionnelle) Gestion sonore et fondamentaux à la prévention des risques :

Représentants PRODISS :

Pierre Renaud

Pauline Auberger

Le Guide des métiers :

Personnels administratifs :

Relations avec le public, commercialisation, billetterie, accueil, communication :

Représentants PRODISS :

Pierre Renaud

Pauline Auberger

Groupe de travail « Besoins d'emplois et besoins de formation en sûreté »



Représentants PRODISS :

Malika Séguineau | présidente
Pierre Renaud

Assemblée générale

Représentants PRODISS :

Malika Séguineau
Pierre Renaud

**CFPTS | CENTRE DE
FORMATION PROFESSION-
NELLE AUX TECHNIQUES
DU SPECTACLE**



INSTANCE OÙ SIÈGE LE PRODISS

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Représentante PRODISS :
Pauline Auberge

**LES FORMATIONS
D'ISSOUDUN**



Créées en 1989, les Formations d'Issoudun ont été précurseurs dans l'enseignement de la production musicale en proposant la formation de manager du monde de la musique, appelée aujourd'hui assistant de production, et complétée par deux autres formations longues appelées régisseur de production et technicien backliner. Ces stages sont, aujourd'hui, reconnus par l'ensemble de la profession. D'autres formations courtes sont également proposées, telles que l'organisation du monde de la musique ou la sécurité des lieux de spectacles.

Président PRODISS :

Frédéric Saint-Dizier (Les Productions Label LN)
jusqu'en février 2019

Depuis février 2019, Julien Lavergne (AZ PROD) est le représentant PRODISS au sein du conseil d'administration.

**CAMPUS M |
ASSOCIATION À L'INITIATIVE
DU MASTÈRE SPÉCIALISÉ®
MANAGEMENT DE LA
FILIERE MUSICALE**



Association loi 1901, Campus M est née en décembre 2017 de la volonté commune d'un producteur de spectacles, d'un homme d'affaires et du PRODISS de s'engager en faveur du droit pour tous aux études supérieures et à l'entrepreneuriat. Campus M permet ainsi à des étudiants de l'enseignement supérieur n'ayant pas les moyens matériels d'accéder à une formation de troisième cycle d'une grande école de commerce de bénéficier de bourses pour s'inscrire au « Mastère Spécialisé® Management de la Filière Musicale », une formation créée à l'initiative de Campus M, et mise en place par Audencia Business School, établissement de formation supérieure porteur du projet, accueillant et délivrant le diplôme. La première promotion du « Mastère Spécialisé® Management de la Filière Musicale » a fait sa première rentrée en septembre 2019, avec l'ambition de former de futurs cadres et dirigeants des organisations et entreprises de la filière musicale, en France et en Europe. Une opportunité unique aux plus méritants des étudiants passionnés de la musique, quelles que soient leurs origines et leurs ressources, d'accéder à une formation dans une grande école pour se préparer aux métiers d'encadrement et de direction d'un secteur passionnant, en pleine transformation et en croissance.

INSTANCE OÙ SIÈGE LE PRODISS

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Représentante PRODISS :
Malika Séguineau

**CREFOP | CENTRE
RÉGIONAL DE L'EMPLOI,
DE LA FORMATION
ET DE L'ORIENTATION
PROFESSIONNELLE**

Le CREFOP (créé en 2014) désigne le Comité régional de l'emploi, de la formation et de l'orientation professionnelles (c'est

l'ancien Comité régional de l'emploi et de la formation professionnelle). Ce comité réunit l'État, représenté par le préfet de région, les recteurs, le DIRECCTE, le DRJSCS (Directeur régional de la jeunesse, des sports et de la cohésion sociale), le DRAAF (Directeur régional de l'alimentation de l'agriculture et de la forêt), le DREAL (Directeur régional environnement, aménagement, logement), le président du conseil régional et six conseillers régionaux, les partenaires sociaux représentatifs au niveau national et interprofessionnel ou multiprofessionnel, ou intéressés, ainsi que les chambres consulaires et les principaux opérateurs de l'emploi et de la formation. Le CREFOP est une instance de concertation, de suivi, de coordination, et d'évaluation des politiques de l'emploi de la formation professionnelle initiale et continue et de l'orientation tout au long de la vie.

Le CREFOP est chargé :

① **D'organiser au plan régional la concertation** entre les acteurs emploi/orientation/formation professionnelle pour coordonner leurs actions, assurer en particulier **la cohérence des programmes de formation, des politiques d'emploi et de formation**

② **D'évaluer** les politiques régionales d'emploi, de formation, d'information et d'orientation professionnelle et leurs conditions de mise en œuvre

③ De rendre des **avis** sur des documents prévus par les textes

Dans cette perspective, il assure des fonctions de diagnostic, étude, suivi, évaluation des politiques régionales d'emploi, de formation, d'information, d'orientation professionnelle. Pour ce faire, il s'appuie sur les études et travaux d'observation de différentes instances

Concrètement,

le CREFOP rend des avis sur :

① Les conventions régionales pluriannuelles de coordination emploi, orientation, formation

② La carte régionale des formations professionnelles initiales

③ Le cahier des charges fixant des normes de qualité aux organismes participant au Service public régional de l'orientation (SPRO)

④ Le Contrat de plan régional de développement des formations et de l'orientation professionnelle (CPRDOFP)

⑤ Le Programme régional d'accès à la formation et à la qualification professionnelle des personnes handicapées (PRITH)

⑥ La convention annuelle État/région de coordination relative au SPRO

⑦ Le projet de convention région/Pôle Emploi

Et il produit :

① Un bilan annuel régional des actions financées au titre de l'emploi, de l'orientation et de la formation professionnelle

② Un dispositif de suivi et d'évaluation des parcours VAE

Il informe le CNEFOP (Conseil national de l'emploi, de la formation et de l'orientation professionnelles, forme d'équivalent du CREFOP au niveau national) des avis rendus. De manière générale, le CREFOP permet de mettre en œuvre de manière concertée les politiques publiques dans les domaines de l'emploi, l'orientation et la formation professionnelles à l'échelle du territoire régional.

Représentants PRODISS (mandats FESAC) :

Région Auvergne-Rhône-Alpes

Sylvie Liogier

(Zen Gestion | Zénith de Saint-Étienne) | titulaire

Département de la Réunion

Jérôme Galabert (Sakifo Production) | titulaire

SPECTACLE VIVANT EN BRETAGNE

SPECTACLE vivant EN BRETAGNE



ÉTABLISSEMENT PUBLIC DE COOPÉRATION CULTURELLE

Spectacle vivant en Bretagne est un établissement public de coopération culturelle (EPCC) fondé par la région Bretagne et l'État-ministère de la Culture/DRAC Bretagne. Son cœur de mission : la diffusion, prioritairement en France et à l'étranger, des équipes artistiques professionnelles implantées en Bretagne. Ses domaines d'intervention : la musique, la danse, le théâtre, le cirque, leurs formes diverses et croisées ; pour la scène, la rue, la piste. Ses trois axes de travail : le développement de la diffusion, la coopération, la prospective. Ses outils : le conseil en stratégie, la mise en réseau, le soutien à la mobilité et les aides financières à la diffusion, la formation.

CONSEIL D'ORIENTATION

Représentants PRODISS :

Eddy Pierres (WART) | titulaire

Jacques Abalain (DIOGÈNE) | suppléant

COEF | CONTRAT D'OBJECTIF EMPLOI/FORMATION



La région Auvergne-Rhône-Alpes souhaite relancer un contrat d'objectif emploi/formation (COEF) dans le secteur culturel : spectacle vivant, audiovisuel cinéma, livre, arts plastiques, jeux vidéo.

Représentants PRODISS

Dominique Delorme et Cyril Puig

(Les Nuits de Fourvière)

CNESERAC | CONSEIL NATIONAL DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE ARTISTIQUES ET CULTURELS



Instance consultative créée par la loi relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (LCAP) du 7 juillet 2016, ce conseil est notamment consulté sur les orientations générales de la politique du ministère de la Culture en matière d'enseignement supérieur et de recherche dans les domaines de la création artistique, de l'architecture et du patrimoine. Il donne également son avis sur les projets de textes législatifs ou réglementaires relatifs à l'enseignement supérieur et à la recherche qui lui sont soumis, ainsi que sur le rapport annuel présentant l'état de l'enseignement supérieur et de la recherche Culture. Il peut faire des propositions au ministre sur toute question relative à son domaine de compétence et sera consulté sur l'accréditation des écoles de la création artistique (arts plastiques, spectacle vivant, cinéma et audiovisuel).

Représentante PRODISS (mandat FESAC)

Malika Séguineau | suppléante

CPC – SV | COMMISSION CONSULTATIVE DU SPECTACLE VIVANT



Le CPC formule des avis et des propositions sur la création et l'actualisation ou la suppression des diplômes, des certifications professionnelles découlant de l'analyse des métiers existants et émergents, ainsi que sur les règles et les critères régissant l'accès à la certification (huit représentants employeurs et huit représentants salariés).

Représentants PRODISS :

Malika Séguineau | titulaire

Pierre Renaud | suppléant



SANTÉ PRÉVOYANCE

AUDIENS



LA PROTECTION SOCIALE PROFESSIONNELLE
Culture • Communication • Médias

Acteur de l'économie sociale et solidaire, Audiens est le groupe de protection sociale des secteurs de la culture, de la communication et des médias. Il accompagne au quotidien les employeurs, les créateurs d'entreprise, les salariés permanents et intermittents, les journalistes, les pigistes, les retraités et leurs familles.

INSTANCES OÙ SIÈGE LE PRODISS

COMITÉ PARITAIRE PROFESSIONNEL DE L'ALLIANCE PROFESSIONNELLE RETRAITE AGIRC-ARRCO – SECTION AUDIENS

Représentant PRODISS : Pierre Renaud

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DU GROUPEMENT DE MOYENS AUDIENS ET DE LA SOMMITALE

Représentants PRODISS :
Malika Séguineau
Pierre Renaud

CONSEIL D'ADMINISTRATION AUDIENS PRÉVOYANCE SANTÉ

Représentante PRODISS : Malika Séguineau

COMMISSION SOCIALE AUDIENS PRÉVOYANCE SANTÉ

Représentante PRODISS : Malika Séguineau

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE AUDIENS PRÉVOYANCE

Représentantes PRODISS :
Malika Séguineau
Meryem Fritesse (TS3)
Gaëlle Gourguechon (Caramba Spectacles)
Julie Fighiera (Asterios Spectacles)

COMMISSION PARITAIRE PROFESSIONNELLE DU SPECTACLE VIVANT : (MANDAT FESAC)

Représentante PRODISS :
Malika Séguineau

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE CLUB ABC

Représentants PRODISS :
Malika Séguineau
Pierre Renaud

PRÉVENTION DES RISQUES

CMB | CENTRE MÉDICAL DE LA BOURSE



Le CMB est un service interentreprises de santé au travail dont l'activité est régie par le Code du travail. L'équipe pluridisciplinaire du CMB conseille et accompagne les employeurs dans la mise en œuvre de la prévention des risques professionnels et assure le suivi de la santé au travail de leurs salariés.

Au-delà de la visite médicale individuelle, le CMB développe des actions :

- 1 De prévention en milieu du travail
- 2 D'information et de sensibilisation des employeurs et des salariés aux risques professionnels

Il développe également une compétence professionnelle nationale pour les intermittents du spectacle. Un accord national interbranches, signé le 29 juin 2009 par les partenaires sociaux du spectacle, mandate le CMB pour le suivi de la santé au travail des intermittents du spectacle sur le territoire national.

INSTANCES OÙ SIÈGE LE PRODISS

CONSEIL DE GESTION DES INTERMITTENTS : IL VEILLE AU SUIVI DE L'ACCORD COLLECTIF NATIONAL INTERBRANCHES DE 2009, AU BON FONCTIONNEMENT DE L'OBSERVATOIRE DE LA SANTÉ AU TRAVAIL DES ARTISTES ET DES TECHNICIENS DU SPECTACLE

Représentante PRODISS :
Malika Séguineau | titulaire

COMMISSION DE CONTRÔLE DU CMB : INSTANCE DE SURVEILLANCE CHARGÉE DE CONTRÔLER L'ORGANISATION ET LE FONCTIONNEMENT DU SERVICE

Représentant PRODISS :
Pierre Renaud | titulaire
Secrétaire de la commission de contrôle

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

Représentants PRODISS
Malika Séguineau
Pierre Renaud

CONGÉS SPECTACLES

LES CONGÉS SPECTACLES



La Caisse des congés spectacles assure le service du congé payé aux artistes et techniciens qui n'ont pas été occupés de manière continue chez un même employeur au cours des 12 mois précédant la demande de congé.

INSTANCES OÙ SIÈGE LE PRODISS

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Représentante PRODISS :
Malika Séguineau

COMMISSION PARITAIRE

Représentante PRODISS :
Malika Séguineau

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

Représentante PRODISS : Malika Séguineau

2. FILIÈRE

CNPS | CONSEIL NATIONAL DES PROFESSIONS DU SPECTACLE

Le Conseil national des professions du spectacle (CNPS) et ses sous-commissions : la commission emploi et la commission nationale de la sécurité dans le spectacle vivant et enregistré. Le CNPS est un lieu important d'information et d'échanges sur les questions concernant les professions du spectacle vivant et enregistré. Présidé par le ministre chargé de la Culture, le conseil est la seule instance qui peut être consultée par le Gouvernement sur l'ensemble du champ du spectacle, vivant et enregistré.

INSTANCES OÙ SIÈGE LE PRODISS

SÉANCE PLÉNIÈRE EN PRÉSENCE DU MINISTRE DE LA CULTURE

ET DEPUIS MAI 2019

BUREAU

SOUS-COMMISSION DE L'EMPLOI DANS LES MUSIQUES ACTUELLES
Représentante PRODISS :
Malika Séguineau | titulaire

COMMISSION DE DÉSAFFECTATION



Cette commission paritaire, au sein du ministère de la Culture, est chargée de donner un avis sur les changements d'affectation des salles de spectacles.

Représentant PRODISS :
Frédéric Jérôme (Casino de Paris) | titulaire

AGI-SON



Depuis plus de 10 ans, Agi-son mène avec rigueur et expertise la mission que ses membres fondateurs lui ont fixée : mobiliser le secteur du spectacle vivant pour répondre aux problématiques liées aux risques auditifs et plus globalement à la gestion sonore dans les musiques amplifiées dans un premier temps et, plus généralement, du spectacle vivant aujourd'hui.

INSTANCES OÙ SIÈGE LE PRODISS

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Représentants PRODISS :
Mylène Huard (Zénith de Dijon) | trésorière
Malika Séguineau | suppléante

COMITÉ SCIENTIFIQUE

Représentante PRODISS :
Lily Fisher (Zénith de Paris)

BUREAU EXPORT



Créé en 1993, le Bureau Export accompagne la filière musicale française dans le développement de ses artistes à l'international, dans le domaine des musiques actuelles et des musiques classiques.

INSTANCES OÙ SIÈGE LE PRODISS

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Représentants CNV :
Angelo Gopee (Live Nation)
Malika Séguineau (PRODISS) | titulaires

BUREAU

Vice-présidence :
Angelo Gopee (Live Nation)
Secrétaire générale :
Malika Séguineau (PRODISS)

PROGRAMME D'AIDES « EXPORT 1 »

Soutien aux actions de développement de projets d'artistes à l'international sur plusieurs territoires

Représentants PRODISS | jusqu'en janvier 2019 :

Boris Jourdain
(IN VIVO | Sound Surveyor) | titulaire
Bernard Batzen
(Azimuth Productions) | titulaire
Clotaire Buche
(Junzi Arts) | suppléant
Sébastien Zamora
(Zamora Productions) | suppléant
Matthias Leullier (Live Nation) | suppléant

Représentants PRODISS | depuis février 2019 :

Bernard Batzen
(Azimuth Productions) | titulaire
Thomas Sabot
(Uni-T) | titulaire
Clotaire Buche
(Junzi Arts) | suppléant
Sébastien Zamora
(Zamora Productions) | suppléant
Matthias Leullier (Live Nation) | suppléant
Mélodie Blanchard
(Caramba Spectacles) | suppléante



PROGRAMME D'AIDES « EXPORT 2 »

Soutien à la stratégie des artistes confirmés à l'international, souhaitant pérenniser un projet sur un ou plusieurs territoires de marché majeur

Représentants PRODISS | jusqu'en janvier 2019 :

Clotaire Buche (Junzi Arts) | titulaire

Sébastien Zamora (Zamora Productions) | titulaire

Matthias Leullier (Live Nation) | titulaire

Émilie Houdebine (Traffix Music) | suppléante

Bernard Batzen (Azimuth Productions) | suppléant

Représentants PRODISS | depuis février 2019 :

Clotaire Buche (Junzi Arts) | titulaire

Sébastien Zamora (Zamora Productions) | titulaire

Matthias Leullier (Live Nation) | titulaire

Mélo die Blanchard (Caramba Spectacles) | titulaire

Thomas Sabot (Uni-T) | suppléant

Bernard Batzen (Azimuth Productions) | suppléant

PROGRAMME « EXPORT/JAZZ »

Soutient une ou plusieurs actions ponctuelles liées au développement d'un projet à l'international

Représentants PRODISS :

Reno Di Matteo (Anteprima Productions) | titulaire

Benjamin Levy (BL Music EURL) | titulaire

CNV | CENTRE NATIONAL DE LA CHANSON, DES VARIÉTÉS ET DU JAZZ



centre national
de la chanson des
variétés et du jazz

Le Centre national de la chanson, des variétés et du jazz (CNV) est un établissement public industriel et commercial (EPIC), créé par la loi n° 2002-5 (article 30) du 4 janvier 2002. Le champ de ses activités inclut depuis peu une mission d'observation du secteur afin d'améliorer la connaissance des conditions de production et de diffusion des spectacles en France. Il a aussi pour tâche de suivre le programme et le cahier des charges des Zéniths. La mission du CNV est de soutenir le spectacle vivant de musiques actuelles et de variété, grâce aux fonds collectés par la taxe sur les spectacles et par la redistribution de ceux-ci sous la forme d'aides financières aux divers porteurs de projets.

INSTANCES OÙ SIÈGE LE PRODISS

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Administrateurs du Collège des entrepreneurs de spectacles

Représentants PRODISS :

Gilles Petit (Président | Little Bros) | président titulaire

Mylène Huard (Zénith de Dijon) | suppléante

Luc Gaurichon (Caramba Spectacles) | titulaire (jusqu'en novembre 2018)

Olivier Darbois (Corida) | titulaire (depuis décembre 2018)

Geneviève Girard (Azimuth Productions) | suppléante

Pascal Bernardin (Encore Productions) | titulaire

Frédéric Saint-Dizier (Les Productions Label LN) | suppléant

Personnalités qualifiées

Représentants PRODISS :

Malika Séguineau

Jules Frutos (JHD Production/Alias)

Christophe Davy | Doudou (Radical Production)

COMITÉ DES PROGRAMMES

Représentants PRODISS :

Commission ①

Pierre-Pascal Houdebine (Furax)

Commission ②

Béatrice Macé (ATM/Les Trans Musicales)

Commission ③⑤/1

Christophe Bosq (3C)

Commission ③⑤/2

Thierry Langlois (UNI-T)

Commission ⑥

Mylène Huard (Zénith de Dijon)

Commission ⑦

Gilles Jumaire (Bleu Citron Productions) jusqu'en décembre 2018 | remplacé par Charlotte Guiot (Arachnée Concerts) depuis janvier 2019.

Malika Séguineau en tant que personnalité qualifiée.

COMMISSIONS

Représentants PRODISS :

Commission 1 | « Comptes entrepreneurs et économie des entreprises »

Pierre-Pascal Houdebine (Furax), Jean-Luc Rousselet (Dessous de Scène), Valérie Étienne (F2F Music), Guillaume Benfeghou (Allô Floride), Julien Lavergne (AZ Prod).

Commission 2 | « Festivals »

Béatrice Macé (ATM/Les Trans Musicales), Dominique Revert (JHD Production/Alias), Pascal Bernardin (Encore Productions), Gérard Pont (Francofolies), Christel Martinet (Corida), Frédéric Mazzolini (Zamora Productions).

Commission 3 | « Structuration et développement professionnels »

Sandrine Marrel (Caramba Spectacles), Anne-Sophie Gadrey (AGDL Productions), Sylvain Baudriller (Bleu Citron Productions) jusqu'en janvier 2019, Myriam Kanou (Migal Productions), Boris Jourdain (Sound Surveyor SARL), Alexandre Baud (Quartier Libre Productions), Florent Decroix (So-Live) depuis janvier 2019.

Commissions 4 et 5 (section 1) | « Production »

Christophe Bosq (3C), Geneviève Girard (Azimuth Productions), Bertrand Aubonnet (P BOX) jusqu'en septembre 2018, puis Gildas Dexheimer (depuis septembre 2018), René Gentil (Radical Production), Frédéric Saint-Dizier (Les Productions Label LN), Charlotte Gluzman (Auguri Productions jusqu'en mai 2018 puis Décibels Productions à compter de juin 2018).

Commissions 4 et 5 (section 2) | « Production »

Thierry Langlois (UNI-T), Emmanuel Tallieu (TS3), Yann Dernaucourt (L'Olympia), Corinne Serres (Mad Minute Music), Lily Fisher (Zénith de Paris), Joran Le Corre (Wart).

Commission 6 | « Aménagement et équipement des salles de spectacles »

Mylène Huard (Zénith de Dijon), Frédéric Jérôme (Le Casino de Paris), Denis Turmel (Zénith de Nantes), Cristelle Gioanni (Le Trianon-L'Élysée Montmartre), Sébastien Vidal (Le Duc des Lombards) depuis janvier 2019, Yves Barré (Citedia Services — Le Liberté) depuis avril 2019.

Commission 7 | « Activité des salles de spectacles »

Gilles Jumaire (Bleu Citron Productions) jusqu'en décembre 2018/ remplacé par Charlotte Guiot (Arachnée Concerts) depuis janvier 2019, Laurent Sabatier (Avec Plaisir)/ remplacé par Jean-Marc Pailhole (Andromède-Cargo de Nuit) depuis janvier 2019, Pierre Pauly (Zénith de Nancy) jusqu'en décembre 2018/remplacé par Florence Jeux (Le Bataclan) depuis février 2019, Fanny Jourdan (Tcholélé Productions), Sylvain Baudriller (Bleu Citron Productions) depuis janvier 2019.

Commission 8 | « Résidences »

Alexandra Groseiller (Live Nation).

Comité d'engagement | Ville de Paris depuis fin 2018

Mylène Huard (Zénith de Dijon).

COMITÉS EN RÉGIONS —

Représentants PRODISS :

Bretagne :
Cécile Moreau (Uni-T)
Centre | Val de Loire :
Sophie Pedduzi (ADL Productions)
Grand Est : Cyril Bahsief (Ötöpus)
Normandie : Arnaud Faz (213 Productions)
Nouvelle-Aquitaine :
Claude-Jean Antoine (Tito) (Nancy Jazz Pulsations)
Occitanie : Christophe Bosq (3C)
PACA : Valérie Étienne (F2F Music)

TOUS POUR LA MUSIQUE



Tous pour la musique est une association qui fédère les professions de la musique : auteurs, compositeurs, artistes-interprètes et musiciens, éditeurs, producteurs, managers, entrepreneurs de spectacles et diffuseurs, afin de promouvoir la création musicale en France dans toute sa diversité, en particulier les nouveaux talents.

Ses actions :

- ① Mettre la musique en valeur
- ② Informer sur la diversité des métiers qui composent la filière et favoriser la compréhension de ses mécanismes complexes
- ③ Expliquer la propriété intellectuelle : le droit d'auteur
- ④ Promouvoir les nouveaux services musicaux qui respectent la chaîne des ayants droit

INSTANCES OÙ SIÈGE LE PRODISS

CONSEIL D'ADMINISTRATION ET BUREAU —

Représentants PRODISS :

Malika Séguineau
Aline Renet

LES VICTOIRES DE LA MUSIQUE



Les Victoires de la Musique sont une cérémonie de remise de prix qui se tient annuellement en France depuis 1985 et au cours de laquelle sont décernés des trophées nommés Victoires à des artistes du monde de la musique produits dans le monde francophone lors de l'année écoulée.

INSTANCE OÙ SIÈGE LE PRODISS

CONSEIL D'ADMINISTRATION —

Représentants PRODISS :

Aline Renet, Anne Fossati (depuis juillet 2018)
Geneviève Girard (Azimuth Productions)
Alain Lahana (Le Rat des Villes)



***Le PRODISS
remercie
chaleureusement
tous ses partenaires
institutionnels
ainsi que leurs équipes,
dans le cadre
des différents projets
et collaborations
réalisés
en 2018/2019.***

CRÉDITS INTERVIEWS

Antoine Pecqueur
Directeur de la rédaction de La Lettre du Musicien

Gabrielle Maréchaux
Journaliste

CRÉDITS PHOTOS

Getty images

Philippe Levy
(portrait d'Olivier Darbois, Jules Frutos, fly cases,
groupe du Déjeuner de la filière musicale,
portrait de Catherine Ruggeri,
reportage photo des Assises des femmes)

Starface
(portrait de Jean-Claude Camus)

Sébastien Bozon
(portrait Fabienne Roux)

Patrice Soudin
(portrait de Franck Riester)

IMPRESSION

Imprimé
en septembre 2019
par Grafik+
gp3.fr

MAQUETTE | EXÉCUTION

Sébastien Prieur
sebastienprieur.myportfolio.com

DESIGN GRAPHIQUE

Sébastien Matesco
matesco.com







PRODISS.ORG
PRODISS@PRODISS.ORG
@PRODISS

SYNDICAT
NATIONAL
DU SPECTACLE
MUSICAL
ET DE VARIÉTÉ

23, RUE DU RENARD 75004 PARIS
T +33 1 42 65 73 13