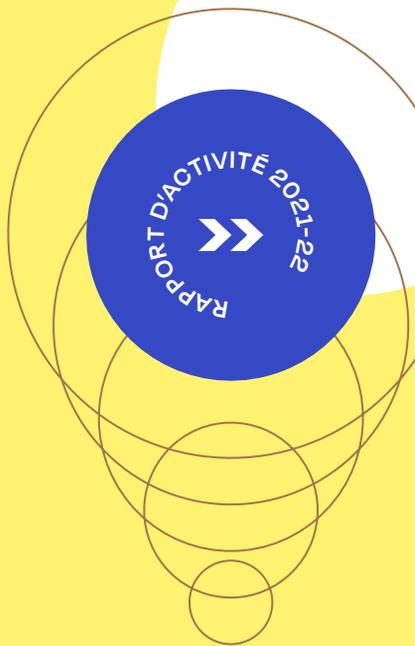


**Conjuguons**

**LE LIVE** au

**FUTUR**

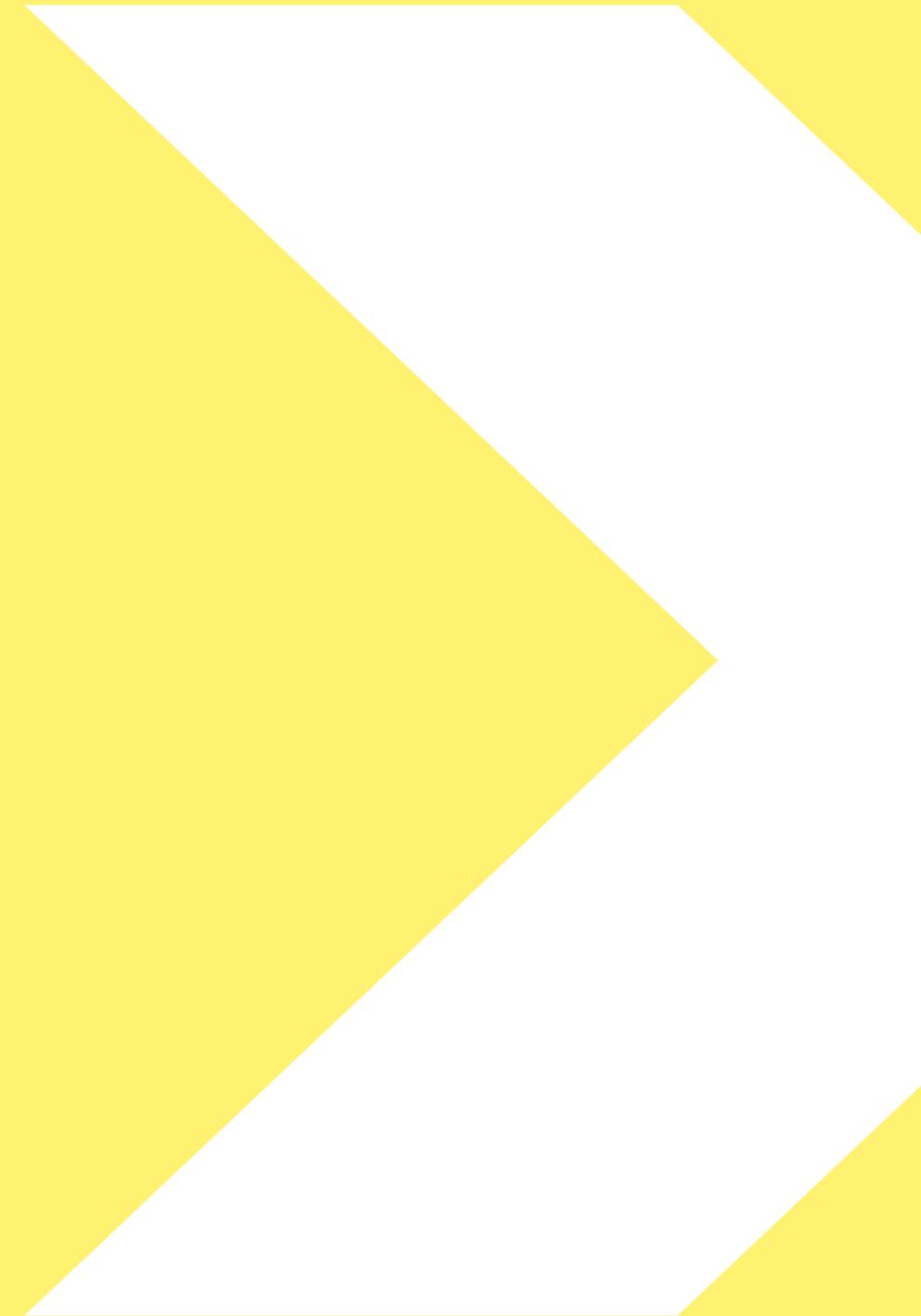


Syndicat national du spectacle musical et de variété

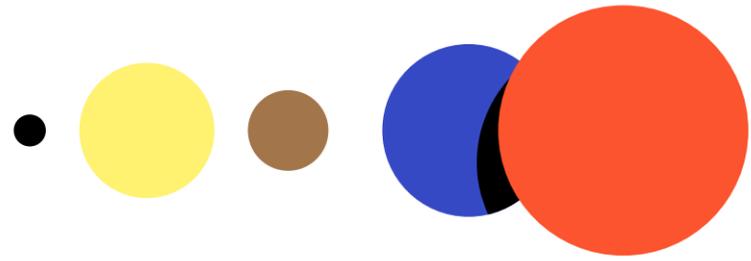


**PANSE  
REPENSE  
SE DÉPASSER**

---



# SOMMAIRE



04

**Édito**  
Olivier Darbois

08

**Le PRODISS en chiffres**

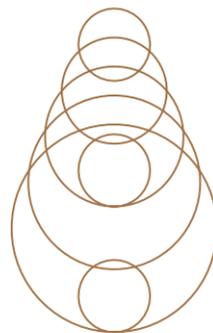
06

**Édito**  
Malika Séguineau



10

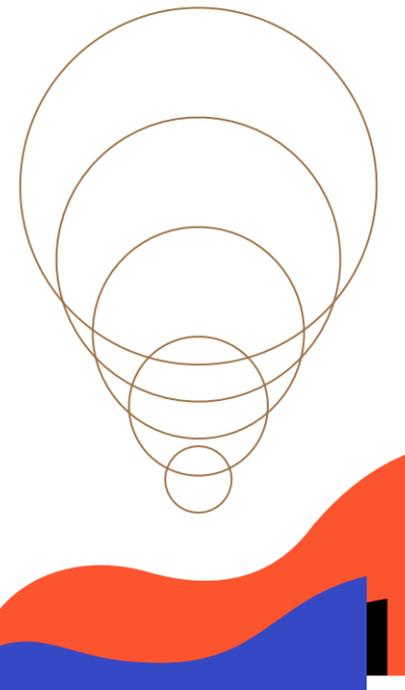
**Panorama 2021 - 2022**



16

**Étude Ifop**

- Étude : Les Français et le *live*
- Témoignage : Jérôme Fourquet, directeur du département Opinion et Stratégies d'Entreprise de l'Ifop



18

**Six enjeux pour le spectacle vivant pour les cinq prochaines années**

- 22 **Enjeu n°1 :**
- Permettre des retrouvailles durables entre les Français et le spectacle vivant
  - Témoignage : Hélène Amblès  
Directrice du développement du « pass Culture »

- 28 **Enjeu n°2 :**
- Encourager la poursuite des investissements dans un secteur compétitif et dynamique
  - Témoignage : Laurence Le Ny  
Directrice de l'écosystème start-up des industries créatives chez Orange, membre du comité de pilotage culture de France 2030

- 32 **Enjeu n°3 :**
- Renforcer les instances de dialogue autour de la filière musicale
  - Témoignage : Jean-Philippe Thiellay  
Président du Centre national de la musique

- 38 **Enjeu n°4 :**
- Anticiper un écosystème du spectacle vivant en pleine mutation
  - Témoignage : Françoise Benhamou  
Économiste et professeure à l'Université Sorbonne Paris Nord

- 42 **Enjeu n°5 :**
- Accroître l'attractivité de la musique, et de ses métiers, à tout âge
  - Témoignage : Thierry Teboul  
Directeur général de l'Afdas
  - Témoignage : Frédéric Olivennes  
Directeur général d'Audiens

- 52 **Enjeu n°6 :**
- Relever le défi de la transition écologique
  - Enquête : Les adhérents du PRODISS et l'écoresponsabilité en 2022
  - Témoignage : Charles Gachet-Dieuzeide  
Co-fondateur, Secoya Éco-tournage

60

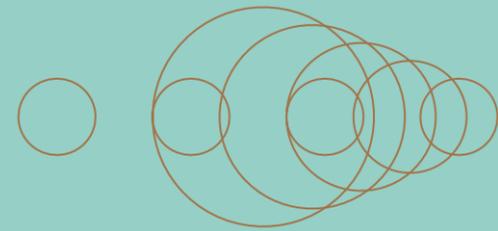
**Notre organisation**

- Le Bureau du PRODISS
- Les 4 comités métiers
- Les délégués PRODISS en région en 2022
- L'équipe permanente
- Merci à tous les adhérents mobilisés

66

**Mandats du PRODISS**

Liste des mandats régionaux et nationaux



## édito

# RETROUVONS-NOUS ET CONJUGUONS NOS FORCES POUR UNE FILIÈRE PLUS FORTE

Si l'heure est à la relance, et nous nous en réjouissons, et si les spectateurs réguliers de concerts et spectacles vivants nous disent dans leur grande majorité qu'ils ont envie de retrouver les concerts, beaucoup de défis se posent encore à nous avant que notre secteur puisse retrouver – et surtout conserver – son dynamisme et son rayonnement uniques, dans nos territoires comme à l'international.

**E**n effet, des tendances de fond, potentiellement destructrices pour beaucoup d'acteurs, traversent aujourd'hui notre secteur et posent des enjeux majeurs que nous détaillons dans ce rapport d'activité. Si la crise sanitaire a pu les accélérer, elle n'est pas à l'origine de ces tendances. Des faiblesses structurelles préexistaient, et nous n'avons pas su, collectivement, les surmonter jusqu'alors. Il est temps de regarder la réalité dans les yeux pour mieux faire face au futur.

Le modèle économique du secteur compte parmi ses faiblesses. Le secteur privé repose sur une économie de prototype : la totalité des dépenses de création, de production et de réalisation sont engagées avant même de savoir si le concert ou le spectacle rencontrera une demande. Cela fonctionne bien dans un contexte ordinaire, mais dès que des aléas surviennent, comme la crise sanitaire l'a montré, nous ne pouvons plus avancer sans soutien des pouvoirs publics. Le risque ne peut plus être assumé.

À moyen et long terme, nous devons être en mesure d'être plus autonomes, ou du moins plus solidaires entre nous, sous la houlette d'un acteur désormais indispensable : le Centre national de la musique (CNM). Il doit être, comme il l'a été pendant la crise sanitaire, mais de façon pérenne, l'outil filière clé pour maintenir les équilibres au sein du secteur. C'est pourquoi je tiens à souligner un point sur lequel le PRODUS a alerté depuis sa création : la question de son financement et de la participation à celui-ci de tous les acteurs relevant du périmètre du CNM. En effet, son mode de financement repose aujourd'hui essentiellement sur la collecte de la taxe fiscale sur la billetterie

du spectacle musical et de variété, alors même que son périmètre couvre l'ensemble de la filière musicale. Ce mode de financement n'est pas suffisant pour faire face aux enjeux à venir. Il est indispensable de pouvoir lui garantir de nouvelles ressources, en proportion du poids de chaque acteur de la filière. Il est indispensable de renforcer le financement de la filière musicale, car des mécanismes d'aides publiques, à vocation de soutien de la filière et d'incitations fiscales pourront garantir la diversité des projets et des acteurs, et au-delà, contribuer à la régulation de l'écosystème.

Et tous les acteurs doivent contribuer, y compris les plus récemment arrivés, comme les plateformes de streaming et les GAFAM. Ces nouveaux acteurs puissants transforment notre secteur et apportent un vent nouveau : ils contribuent à nous réinventer en ouvrant la porte à de nouvelles façons de profiter du spectacle vivant, mais cela ne doit pas se faire au détriment de tout l'écosystème « physique ». En effet, ces acteurs ne retransmettent pas seulement en *livestream* des spectacles, ils développent la réalité augmentée ou virtuelle (via le métavers), ont un accès inégalé aux consommateurs de concerts et à leurs données, disposent d'avantages technologiques et de capacités d'investissement considérables leur permettant, par exemple, d'organiser des concerts et des festivals en propre... bref, ils désintermédièrent le modèle, reposant de façon aiguë la question du droit de propriété intellectuelle du producteur de spectacles, sans contribuer à la chaîne de valeur. Si l'on souhaite que ces acteurs restent des partenaires, nous devons inventer un nouveau modèle qui nous permette de jouer à armes égales avec eux, afin de pouvoir tous coexister.

Enfin, pour inventer un modèle qui nous permette d'être plus autonomes, à long terme, nous devons aussi repenser profondément la façon dont la filière culturelle se structure, à l'échelle la plus large possible, en mettant toutes les parties prenantes des industries culturelles et créatives autour de la table. Un dialogue doit s'ouvrir entre tous ces acteurs pour recenser les projets structurants, mettre en lumière les innovations et les bonnes pratiques, promouvoir l'emploi, accélérer la transition numérique mais aussi environnementale, autrement dit pour installer un véritable comité stratégique de filière des industries culturelles et créatives (ICC), comme cela existe dans d'autres secteurs économiques d'excellence en France. Nous traversons les mêmes mutations que d'autres filières mais nous ne sommes pas assez armés et structurés, aujourd'hui, pour y faire face.

Au niveau du spectacle vivant privé, nous l'avons compris avant la crise sanitaire, et celle-ci nous a confortés dans l'idée que c'est un syndicat de secteur, au périmètre élargi qui saura accompagner les mutations de nos entreprises. C'est pourquoi, nous avons signé en juillet 2022, avec le SNDTP et le CAMULC un protocole préparant la fusion de nos trois organisations au sein d'un PRODUS transformé.

Comme nous l'avons fait avec les publics, « #RetrouvonsNous » aussi entre professionnels, avec le soutien du CNM et de l'État, pour accompagner la mutation que traverse le spectacle vivant français... car l'existence d'une filière musicale forte représente plus que jamais un enjeu de souveraineté pour notre pays.

**OLIVIER DARBOIS**  
PRÉSIDENT DU PRODUS

édito



# UN SEUL OBJECTIF : UNE REPRISE DURABLE... VRAIMENT DURABLE !

Après deux ans d'interdictions, de relances éphémères et de « stop and go » incessants, le secteur du spectacle vivant peut aujourd'hui se tourner vers demain.

Pour tous les professionnels, un seul objectif : créer les conditions d'une reprise durable, dans un moment particulier qui fait bouger les lignes.

**UNE REPRISE DURABLE**, c'est d'abord s'assurer que nos activités ne seront plus jamais interdites, et ce même en cas de rebond de l'épidémie.

C'était tout le sens du concert expérimental organisé par le PRODISS et l'AP-HP en mai 2021 : tester des protocoles adaptés qui garantissent la sécurité de tous (spectateurs, artistes, équipes) tout en préservant l'équilibre économique des spectacles. Les professionnels du *live* ont besoin de visibilité pour se projeter vers l'avenir et continuer de prendre des risques. Le rôle du CNM sera déterminant à cet égard.

**UNE REPRISE DURABLE**, c'est aussi favoriser des rassemblements plus écoresponsables. La prise en compte des enjeux de transition écologique n'est plus une option aujourd'hui. Cet impératif vaut pour tous, et le spectacle vivant ne fait pas exception. Des initiatives ont été lancées par un certain nombre d'organisations en France et à l'étranger ; l'enjeu est désormais d'identifier et de généraliser ces bonnes pratiques, de lancer un mouvement annonciateur de changements durables et profonds. C'est une exigence sociétale, avec l'urgence climatique qui se fait plus pressante mais c'est aussi une nécessité économique

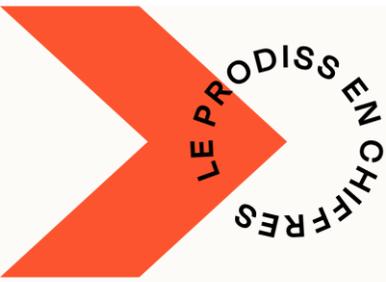
alors que la question environnementale est au cœur des préoccupations des jeunes générations privilégiant de plus en plus les entreprises engagées.

**UNE REPRISE DURABLE**, c'est enfin réfléchir à l'évolution de nos modèles pour durer dans le temps et s'adapter à de nouveaux usages. Cela passe bien sûr par la prise en compte des enjeux liés au numérique, qui constitue un des axes majeurs de travail pour le PRODISS dans les prochains mois ; le développement d'une culture de l'innovation, l'attention aux solutions immersives de réalité dite augmentée est un champ de réflexion que le PRODISS a d'ores et déjà investi. Cela passe aussi par une réflexion nouvelle sur l'emploi. La question de l'emploi et du travail touche les entreprises bien au-delà du secteur culturel. En juin 2022, 58 % des entreprises ont ainsi déclaré rencontrer des difficultés pour recruter. Mais le secteur du spectacle vivant a une spécificité qui amène parfois à surestimer les attentes vis-à-vis des salariés. Cette manière d'appréhender le travail, aux confins de l'emploi et de la passion, doit être questionnée, repensée. Le rapport des jeunes générations au travail dans un contexte renouvelé est différent de celui de leurs aînés. Notre secteur n'y échappe pas.

La thématique de l'emploi et du travail constitue un chantier de long terme pour le PRODISS et ses membres : quels sont les métiers de demain ? Comment attirer de nouvelles compétences et de nouveaux profils plus divers dans une perspective plus inclusive ? Comment recruter aujourd'hui sur des métiers en tension et demain sur des métiers émergents ? Investir ces questions, échanger avec d'autres secteurs permettra d'anticiper les changements pour ne plus les subir, et redevenir une filière attractive.

Tous les professionnels abordent la période qui arrive avec beaucoup d'envie et le plaisir de retrouver un public qui a tant manqué aux artistes et aux acteurs du secteur. Notre impact est plus que jamais essentiel au sein d'une société fracturée et nous sommes résolument tournés vers l'avenir, de nouveau prêts à jouer notre rôle de créateur de lien social. En conjuguant enfin au futur un *live* qui ne doit plus jamais être au conditionnel.

**MALIKA SÉGUINEAU**  
DIRECTRICE GÉNÉRALE  
DU PRODISS



## Le premier syndicat représentatif de la branche du spectacle vivant privé<sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup> avec une audience mesurée au sein de la branche du spectacle vivant privé de 46,14 % des salariés des entreprises représentées. Fixée par l'arrêté du 06 octobre 2021, publié au Journal officiel du 23 octobre 2021.

# 392

**Entreprises adhérentes en 2022<sup>(2)</sup>**

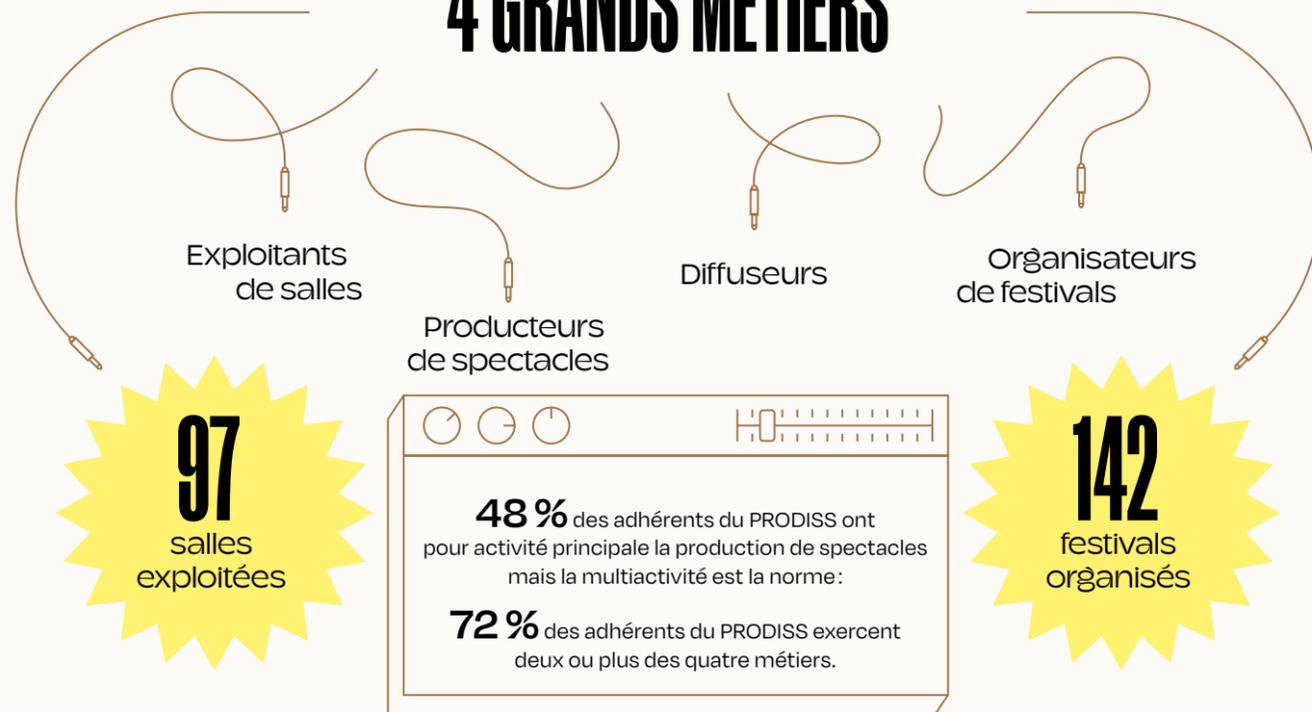
<sup>(2)</sup> Au 30 juin 2022, le PRODISS compte 392 adhérents actifs établis en France, dont deux membres associés (Solidarité Sida et Les Restaurants du Cœur).

# 2

**syndicats adhérents depuis 2019 : celui des théâtres privés et celui des cabarets<sup>(3)</sup>**

<sup>(3)</sup> CAMULC - Syndicat national des cabarets, music-halls et lieux de création / SNDTP - Syndicat national du théâtre privé.

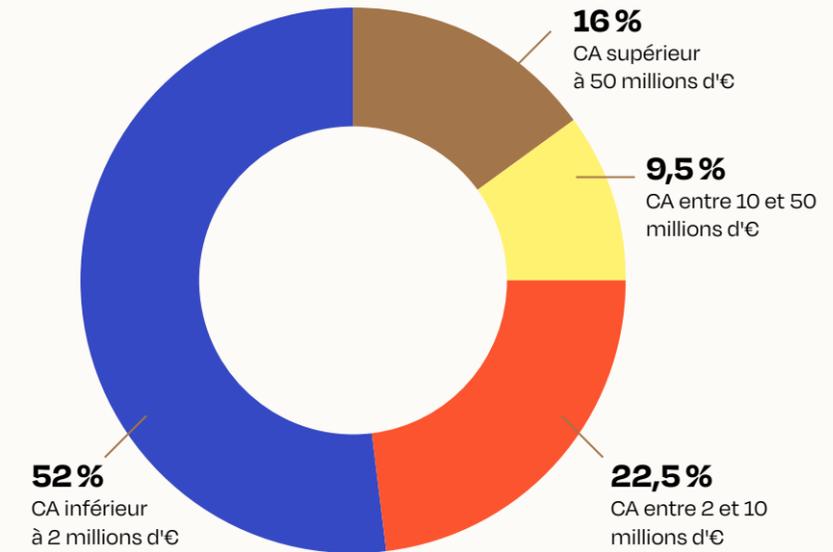
## à travers 4 GRANDS MÉTIERS



**Les adhérents du PRODISS sont à :**

**84%**  
des PME

**52%**  
des microentreprises.  
À noter, il faut au minimum employer un salarié permanent pour adhérer au PRODISS.



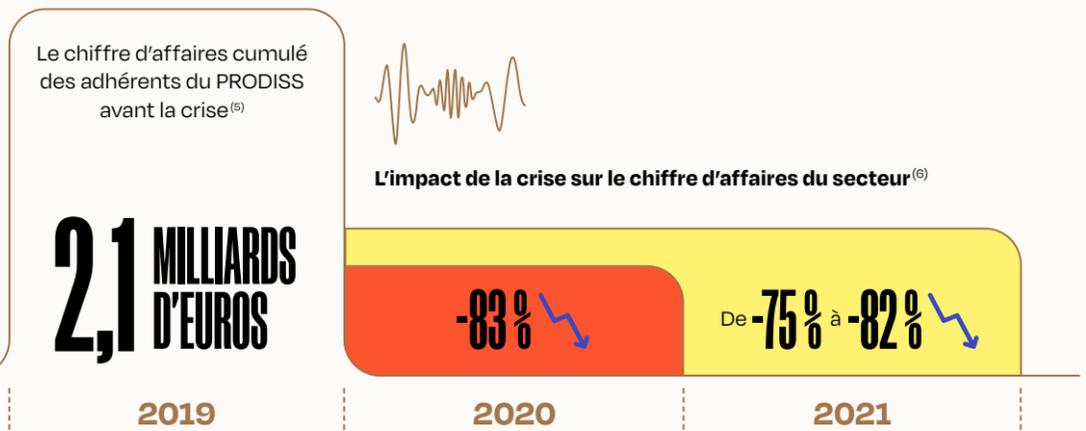
### Répartition des adhérents du PRODISS par classe de chiffre d'affaires 2019 :

(dernier exercice avant la crise) incluant l'appartenance à un groupe (4)

Nom de la catégorie	Condition de chiffre d'affaires
ETI et grandes entreprises	CA > 50 M€ et CA > 1 500 M€
PME   Petites et moyennes entreprises	CA < 50 M€
PME   Dont petites entreprises	CA < 10 M€
PME   Dont microentreprises	CA < 2 M€

<sup>(4)</sup> Répartition réalisée sur un échantillon des 386 unités légales adhérentes du PRODISS au 30 juin 2022 pour lesquelles la classe de chiffre d'affaires 2019 est connue ou extrapolable. Cette classification prend en compte les liens capitalistiques. Les unités légales adhérentes contrôlées par un groupe se sont vues affecter la classe du chiffre d'affaires cumulé de ce groupe, dans le respect de la définition de l'entreprise établie par la loi de modernisation de l'économie en 2008. Les unités légales appartenant au même groupe n'ont pas été agrégées dans une même entité, ce qui tend à sous-estimer le pourcentage de PME. À noter, la classification en PME et micro-entreprise a été réalisée sur le seul critère du CA, sans prise en compte de ceux du total bilan et de l'effectif.

**Un chiffre d'affaires fortement impacté par la crise :**



<sup>(5)</sup> Chiffre d'affaires 2019 cumulé des 379 adhérents du PRODISS au 30 juin 2022 pour lesquels le chiffre d'affaires 2019 est connu.  
<sup>(6)</sup> Estimations du Centre national de la musique.

# 2021 PANORAMA 2022

## Légende :

-  Décisions des autorités publiques
-  Action de communication
-  Sollicitation des pouvoirs publics
-  Publication d'études

## Année 2021

### JUILLET

-  **1<sup>er</sup> juillet**  
Conclusion d'un accord activité partielle longue durée au sein de la branche du spectacle vivant privé.
-  **6 juillet**  
Présentation du projet du concert-test « Ambition Live Again » par Malika Séguineau à l'assemblée générale du MEDEF.
-  **7 juillet**  
Publication des résultats de l'audience des organisations professionnelles des employeurs confirmant que le PRODISS et le SNDTP et le CAMULC (Fédération SCENES) restent les premières organisations patronales de la branche du spectacle vivant privé.
-  **8 juillet**  
Communiqué de presse du PRODISS et de l'AP-HP annonçant les résultats de l'étude Spring organisée dans le cadre du concert-test Ambition Live Again.
-  **12 juillet**  
Allocution du président de la République et annonce de nouvelles mesures pour éviter une 4<sup>e</sup> vague épidémique (notamment l'allongement de l'application du passe sanitaire).

### **21 juillet**

Abaissement du seuil d'application du passe sanitaire de 1 000 à 50 personnes pour un grand nombre d'établissements recevant du public, dont les salles de spectacles et les festivals.

### **21 juillet**

Publication d'une troisième étude d'impact par EY pour le PRODISS. La baisse de chiffre d'affaires des adhérents du PRODISS sur le second semestre 2021 est estimée à 60 % en moyenne, avec des baisses beaucoup plus élevées pour les entreprises spécialisées dans les spectacles debout, de grandes jauges et les artistes internationaux. Les deux tiers des dirigeants ne prévoient pas un retour au niveau d'activité avant-crise avant le 3<sup>e</sup> trimestre 2022.

### **28 juillet**

Intervention du président du PRODISS, au nom du secteur du spectacle vivant, à la réunion organisée par Bruno Le Maire, ministre de l'Économie, des Finances et de la Relance, Roselyne Bachelot, ministre de la Culture, et Alain Griset, ministre délégué en charge des PME, sur l'impact de la situation sanitaire et sur la situation économique des secteurs culturels.

 Envoi de courriers de félicitations aux nouveaux exécutifs régionaux.

 Sensibilisation du président de la République et des ministres sur les conséquences de la prolongation de nouvelles mesures visant à contenir l'épidémie.

### AOÛT

### **9 août**

Suppression du seuil minimal d'application du passe sanitaire : le passe sanitaire est exigé à l'entrée de nombreux ERP à partir de 1 personne.

### **30 août**

Application du passe sanitaire pour tous les intervenants dont les salariés dans les ERP concernés.

### **30 août**

Participation du PRODISS à une réunion concernant l'impact de la crise sanitaire sur la situation économique du secteur en présence de Bruno Le Maire, ministre de l'Économie, des Finances et de la Relance, Roselyne Bachelot-Narquin, ministre de la Culture et Alain Griset, ministre délégué auprès du ministre de l'Économie, des Finances et de la Relance, chargé des petites et moyennes entreprises.

### **30 août**

Rendez-vous avec Sylvain Maisonneuve, Conseiller ministériel en charge du commerce au cabinet d'Alain Griset, sur les sujets du passe sanitaire et de la reprise.

### SEPTEMBRE

### **23 septembre**

Lancement d'une mission Écoresponsabilité & RSE au sein du PRODISS.

### **30 septembre**

Application du passe sanitaire aux mineurs de plus de 12 ans et 2 mois.

 Le fonds de solidarité est prolongé en septembre. Le dispositif coûts fixes est également prolongé.

 Transmission, au Parlement et au Gouvernement, d'une note de rentrée sur la situation du spectacle vivant privé et sur les propositions du PRODISS dans le cadre du projet de loi de finances pour 2022.



### OCTOBRE

### **1<sup>er</sup> octobre**

Audition avec Constance Le Grip, rapporteure pour avis, au nom de la commission des Affaires culturelles et de l'Éducation de l'Assemblée nationale, pour les crédits budgétaires de la mission Culture dans le cadre du projet de loi de finances pour 2022.

**🕒 4 octobre**  
Levée de la restriction de la jauge debout à 75 % dans certains départements notamment pour les salles de spectacles.

**🌟 4 octobre**  
Communiqué de presse du PRODISS annonçant la mise en place d'une assurance mutualisée couvrant le risque COVID, proposée par trois acteurs de l'assurance (MAIF, AREAS, AON France) pour aider les professionnels du spectacle vivant à reprendre confiance et réinvestir dans la création.

**📌 7 octobre**  
Participation du PRODISS à une audition organisée par Marie-Ange Magne, rapporteure spéciale de la mission Médias, livre et industries culturelles à l'Assemblée nationale, dans le cadre du projet de loi de finances pour 2022.

**📌 8 octobre**  
Lettre ouverte au président de la République sur la situation du secteur à l'automne 2021 et demande d'un plan d'action afin d'assurer une réelle reprise dès 2022.

🕒 Activité partielle : prolongation du taux de participation de 70 % pour l'allocation versée aux entreprises justifiant d'une perte de CA supérieure à 80 % jusqu'au 31 décembre 2021.

🕒 Les fonds de compensation et de soutien aux festivals du CNM sont prolongés jusqu'au 31 décembre 2021.

**📌 11 octobre**  
Participation du PRODISS à une audition organisée par Michèle Victory, membre de la Commission des affaires culturelles de l'Assemblée nationale, sur le bilan du quinquennat et les perspectives pour les années à venir, dans le cadre du projet de loi de finances pour 2022.

**12 octobre**  
Cérémonie de la remise des prix des Trophées Cedap. Le PRODISS est nommé dans la catégorie « Influence » pour son projet *Ambition Live Again*.

**Du 13 au 15 octobre**  
Participation du PRODISS au MaMA festival et échanges avec les professionnels et les acteurs de la filière.

**📌 18 octobre**  
Rendez-vous avec Roselyne Bachelot-Narquin, ministre de la Culture.

**23 octobre**  
Publication des résultats de l'audience des organisations professionnelles d'employeurs représentatives dans la branche du spectacle vivant privé, issus de l'arrêté du 6 octobre 2021 publié au Journal officiel du 23 octobre (le PRODISS conforte sa première place dans le secteur).

**📌 23 octobre**  
Audition avec Dominique David, rapporteure spéciale sur la mission Culture et membre de la Commission des Finances de l'Assemblée nationale dans le cadre du projet de loi de finances pour 2022.



## NOVEMBRE

🕒 **3 novembre**  
Mise en place de la nouvelle aide coûts fixes « rebond » généralisée aux entreprises de toutes tailles, sur une période unique : janvier | octobre 2021.

🕒 **8 novembre**  
40 nouveaux départements sont réintégrés à la liste des zones où une circulation élevée de l'épidémie est constatée, avec pour conséquence une baisse à 75 % des jauges pour les concerts debout dans ces départements.

🕒 **15 novembre**  
Alerte auprès du Gouvernement et des parlementaires sur les conséquences catastrophiques de la nouvelle baisse des jauges debout à 75 %.

📌 Suppression du plafond de 75 % pour les jauges debout, à la suite de l'action du PRODISS et aux résultats de l'expérimentation menée lors du concert test du 29 mai 2021.

📌 Réalisation par Harris Interactive d'une étude sur les attentes des spectateurs après la crise sanitaire : Quel retour dans les salles pour les spectateurs de *live* ? Quelles nouvelles envies ? Quelles craintes ?

**📌 19 novembre**  
Réunion avec Soizic Wattinne, conseillère sociale au cabinet de la ministre de la Culture, sur le niveau de reprise d'activité des intermittents du spectacle et de l'audiovisuel dans le contexte de sortie de crise sanitaire.

📌 **27 novembre**  
Publication de l'étude SPRING AP-HP dans la revue *The Lancet Infectious Diseases*. Résultats définitifs du concert-test du 29 mai 2021.



## DÉCEMBRE

📌 **1<sup>er</sup> décembre**  
Réalisation par EY d'une quatrième étude d'impact pour le PRODISS. Elle confirme que 2021 sera une seconde année noire pour le secteur, alerte sur la dégradation de la situation bilantielle des adhérents, avec un triplement du taux d'endettement. La réduction des effectifs, principalement due à des départs volontaires, laisse présager de graves difficultés de recrutement à venir.

**📌 2 décembre**  
Interpellation des candidats à l'élection présidentielle sur les grands axes de leur programme concernant le spectacle vivant.

**📌 7 décembre**  
Sensibilisation de la ministre de la Culture, Roselyne Bachelot-Narquin et du ministre des Solidarités et de la Santé, Olivier Véran, sur la situation du secteur en fin d'année et aux perspectives pour le début d'année (pas d'interdiction en droit mais une interdiction de fait).

**12 décembre**  
Assemblée générale du PRODISS. Élection des 32 nouveaux élus, au sein des comités métiers et du président du PRODISS. Adoption d'une nouvelle feuille de route pour les 3 ans à venir.

📌 **13 décembre**  
Diffusion du communiqué de presse sur l'assemblée générale aux cibles institutionnelles.

**17 décembre**  
Vote par le conseil d'administration du CNM d'aides exceptionnelles à la reprise pour 2022 dont un fonds dédié au spectacle vivant musical et de variété doté de 75 millions d'euros, et vote de la feuille de route transition écologique.

🕒 **27 décembre**  
Présentation du projet de loi renforçant les outils de gestion de la crise sanitaire et modifiant le code de la santé publique (passe vaccinal).

🕒 **30 décembre**  
Allocution de Jean Castex annonçant de nouvelles restrictions sanitaires.  
Loi de finances pour 2022 :  
• Prolongation jusqu'au 31 décembre 2021 de l'exonération du paiement de la taxe sur les spectacles versée au CNM ;  
• Mise en place d'un délai dérogatoire d'obtention de l'agrément définitif pour le crédit d'impôt spectacles vivants.



# Année 2022

## JANVIER

🕒 **1<sup>er</sup> janvier**  
Début de la présidence française du Conseil de l'Union européenne.

🕒 **3 janvier**  
Déclaration de Bruno Le Maire, ministre de l'Économie, des Finances et de la Relance, sur les aides aux entreprises concernées par les nouvelles mesures de restriction sanitaire.

🕒 **3 janvier**  
Nouvelles restrictions : l'accueil du public dans les salles de spectacles est limité à 2000 personnes et 5000 en extérieur. Les jauges debout sont de nouveau interdites.

📌 **5 janvier**  
Communication d'enquête flash réalisée par le PRODISS entre le 28 décembre 2021 et le 4 janvier 2022 sur les conséquences des nouvelles restrictions sur un panel de producteurs : 85 % des dates programmées sur le premier trimestre sont concernées pour 93 % des recettes de billetterie.

**📌 6 janvier**  
Rendez-vous avec Bruno Le Maire, ministre de l'Économie, des Finances et de la Relance, et Roselyne Bachelot-Narquin, ministre de la Culture.

**🌟 7 janvier**  
Publication de la tribune « Après deux ans la crise devient systémique et notre colère grandit » dans *Le Figaro*, rédigée à l'initiative du PRODISS et signée par d'autres acteurs du spectacle vivant comme le SMA, SCENES, le SNDTP, le CAMULC, la FESAC ainsi que TPLM, cette tribune a également été diffusée aux cibles institutionnelles.

**📌 18 janvier**  
Courrier à la ministre de la Culture, Roselyne Bachelot-Narquin, sur les conditions de reprise du secteur.

**🌟 20 janvier**  
Communiqué de presse du PRODISS sur la condamnation de la société Global Service Concierge pour les sites next-concert.com et live-booker.fr en réparation du préjudice causé à la profession des producteurs de spectacles résultant de la violation de l'article 313-6-2 du Code pénal (marché noir de la billetterie).

🕒 **24 janvier**  
Le passe sanitaire est remplacé par le passe vaccinal pour toute personne de plus de 16 ans souhaitant accéder à certains ERP dont les salles de spectacles.

🕒 Activité partielle : prolongation du taux de 70 % pour l'allocation versée aux entreprises justifiant d'une perte de CA abaissée de 80 % à 65 % jusqu'au 31 janvier 2022.

**📌 25 janvier**  
Réunion avec l'équipe de campagne de Yannick Jadot.

**📌 25 janvier**  
Réunion avec Jean-Marc Dumontet, conseiller Culture pour la campagne d'Emmanuel Macron.



## FÉVRIER

**📌 1<sup>er</sup> février**  
Commission culture de France Urbaine. Intervention du PRODISS sur l'actualité du spectacle vivant.

🕒 **2 février**  
Levée de limite d'accueil du public qui était fixée à 2000 personnes en intérieur, notamment dans les salles de spectacles.

🕒 **2 février**  
Mise en place d'une aide « coûts fixes consolidation » pour les mois de décembre 2021 et de janvier 2022.

**★ 3 février**

Diffusion du communiqué de presse sur la condamnation de la société Global Service Concierge pour les sites next-concert.com et live-booker.fr en réparation du préjudice causé à la profession des producteurs de spectacles résultant de la violation de l'article 313-6-2 du code pénal à l'association européenne Feat (Face-value European Alliance for Ticketing).

— **11 février**

37<sup>e</sup> Victoires de la Musique.

— **14 février**

Installation du Comité de Pilotage Ecoresponsabilité & RSE interne au PRODISS.

| **🕒 16 février**

Fin des restrictions de jauges debout.

| **📌 21 février**

Audition par la mission de l'IGAC (Inspection Générale des Affaires Culturelles) sur la captation et la diffusion de spectacles.

| **📌 25 février**

Première plénière des 32 nouveaux élus du PRODISS et lancement de la feuille de route du mandat 2022-2024.

| **🕒 28 février**

Fin de l'obligation du port du masque dans les établissements soumis au passe vaccinal, dont les salles de spectacles.

🕒 Activité partielle : prolongation du taux de 70 % pour l'allocation versée aux entreprises justifiant d'une perte de CA de 65 % jusqu'au 28 février 2022.

| **★ 28 février**

Lancement de *NEOVOX. La mensuelle*, la newsletter publique du PRODISS diffusée à plus de 2 000 contacts.

**MARS**

🕒 Activité partielle : fin du bénéfice du taux de 70 % pour l'allocation versée aux entreprises du secteur culturel, quelles que soient les pertes de CA.

| **🕒 14 mars**

Fin du passe vaccinal.

| **🕒 16 mars**

Présentation du plan de résilience par le Gouvernement.

| **🕒 30 mars**

Le conseil d'administration du CNM met en œuvre le fonds d'accompagnement à la reprise du spectacle vivant musical et de variété. Doté au total de 80 millions d'euros, il se compose de trois volets : sauvegarde, relance et compensation bars et restauration.

— **2 mars**

Participation d'Olivier Darbois au *European Internet Forum* sur « La revente de billets en ligne et le Digital Service Act : comment garantir l'équité pour les consommateurs et les organisateurs d'événements en direct ? ».

| **★ 3 mars**

Lancement de *l'Entrevue*, une série de portraits pour découvrir les adhérents du PRODISS et leur donner la parole.

— **11 mars**

Participation du PRODISS à la réunion de présentation du fonds d'urgence pour l'Ukraine, mis en place par le ministère de la Culture.

— **16 mars**

Intervention de Malika Séguineau dans le cadre du débat organisé par le club Culture & Management sur l'état du secteur et les perspectives après deux ans de pandémie.

— **17 mars**

Arrêté du Premier ministre portant nomination de Malika Séguineau au Haut Conseil de l'égalité entre les femmes et les hommes.

| **📌 18 mars**

Entretien avec Sylvie Robert, membre de l'équipe de campagne d'Anne Hidalgo.

| **📌 21 mars**

Rendez-vous avec l'équipe de campagne de Valérie Pécresse.

| **★ 23 mars**

Communiqué de presse du PRODISS « #6QuestionsPourLeLive : le PRODISS interpelle les candidats à la présidentielle pour obtenir des réponses concrètes sur l'avenir du spectacle vivant ».

📌 #6QuestionsPourLeLive : des questions, posées par les représentants des comités métiers du PRODISS, captées en vidéo et postées sur les réseaux

sociaux pour interpeller les équipes des candidats à l'élection présidentielle sur les préoccupations concrètes des professionnels du spectacle vivant.

| **📌 29 mars**

Rendez-vous avec Jean-Marc Vayssouze-Faure, maire de Cahors et président de l'Association des maires du Lot, membre de l'Association des maires de France.

**AVRIL**| **📌 4 avril**

Publication de la vidéo d'Aurore Bergé, membre de l'équipe de campagne d'Emmanuel Macron, en réponse à l'interpellation #6QuestionsPourLeLive du PRODISS pour ses adhérents.

— **4 avril**

Webinaire sur le métavers organisé par le PRODISS pour ses adhérents.

| **🕒 8 avril**

Publication de la nouvelle instruction relative à l'indemnisation des services d'ordre.

| **🕒 10 avril**

Premier tour de l'élection présidentielle.

— **14 avril**

Désignation des délégués régionaux du PRODISS pour l'année 2022-2023.

| **★ 20 avril**

Diffusion d'une tribune appelant à voter pour Emmanuel Macron face à Marine Le Pen au second tour de l'élection présidentielle.

— **21 avril**

Organisation de la table ronde « Le live & le numérique, où en serons-nous dans 5 ans ? » au Printemps de Bourges, rassemblant Françoise Benhamou, professeure d'économie à l'Université Sorbonne Paris Nord, Jean-Philippe Thiellay, président du CNM, Angelo Gopee, Directeur général de Live Nation France, Aurélien Binder, président de Fimalac Entertainment,

Frédéric Lefret, Directeur Général de Immersive Talent Agency et Conseil en stratégie d'usage du Metaverse, Lucas Serralta, VP Design & Stratégie Produit chez Deezer.

| **🕒 24 avril**

Second tour de l'élection présidentielle.

— **Du 26 au 29 avril**

Participation du PRODISS à l'International Live Music Conference (ILMC), à Londres.

**MAI**| **🕒 2 mai**

Extension de l'aide « coûts fixes consolidation » au mois de février 2022.

— **5 mai**

Participation à l'IntercoTOUR - La culture à l'ère numérique : quel rôle pour les territoires ? (France Urbaine).

| **★ 12 mai**

Communiqué de presse du PRODISS sur le lancement de la campagne #RetrouvonsNous.

— **17 mai**

Participation du PRODISS à la journée de l'Innovation organisée par le CNM.

| **🕒 20 mai**

Nomination du nouveau gouvernement.

📌 Diffusion aux représentants politiques d'un document programmatique résumant les enjeux et attentes des membres du PRODISS : « Nos propositions pour le nouveau quinquennat ».

| **★ 23 mai**

Communiqué de presse du PRODISS pour féliciter la nouvelle ministre de la Culture, Rima Abdul-Malak.

— **30 mai**

Première plénière des délégués régionaux du PRODISS.

**JUIN**| **🕒 12 juin**

Premier tour des élections législatives.

| **★ 17 juin**

Animation du PRODISS à l'atelier « Prévention des risques dans le spectacle vivant » dans le cadre du Festival des Nuits de Fourvière. Présentation du guide PRODISS d'introduction au plan de prévention.

| **🕒 19 juin**

Second tour des élections législatives.

— **27 juin**

Déjeuner de la Filière, organisé par le PRODISS, rassemblant une centaine de personnalités de l'écosystème en présence de la ministre de la Culture, Rima Abdul-Malak et de parlementaires.

| **📌 27 juin**

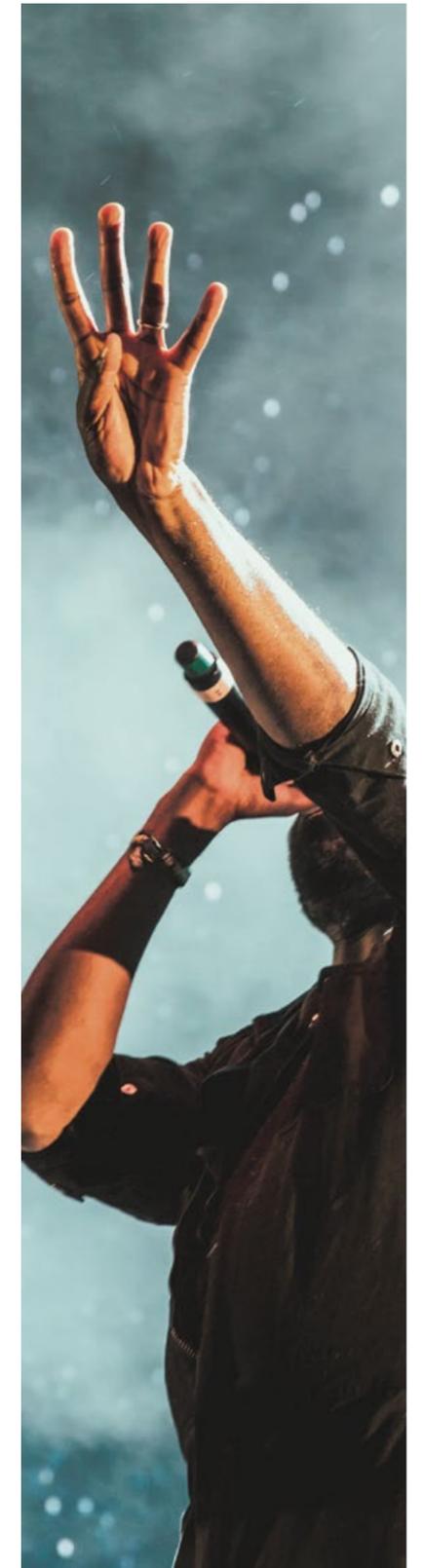
Diffusion d'une étude réalisée par l'Ifop pour le PRODISS les 7 et 8 juin 2022 sur le rapport des Français aux spectacles vivants. Parmi ses principaux résultats : l'envie de retrouver la scène, l'attrait des jeunes pour les nouvelles expériences numériques et adhésion des Français aux propositions portées par le secteur.

| **📌 27 juin**

Diffusion des premiers résultats d'une étude du Pass Culture réalisée au début du mois de juin en collaboration avec le PRODISS sur les jeunes et le live, et d'un chiffre porteur d'espoir : 69% des jeunes utilisateurs du pass comptent se rendre à un concert ou à un festival dans les prochains mois.

| **📌 28 juin**

Réalisation d'une Fresque du Climat par l'équipe permanente du PRODISS.





# Les Français et le *live*

Étude Ifop pour le PRODISS, réalisée en ligne les 7 et 8 juin 2022 auprès d'un échantillon de 1 020 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

## Les Français souhaitent retrouver le *live*

L'ENSEMBLE DES FRANÇAIS :

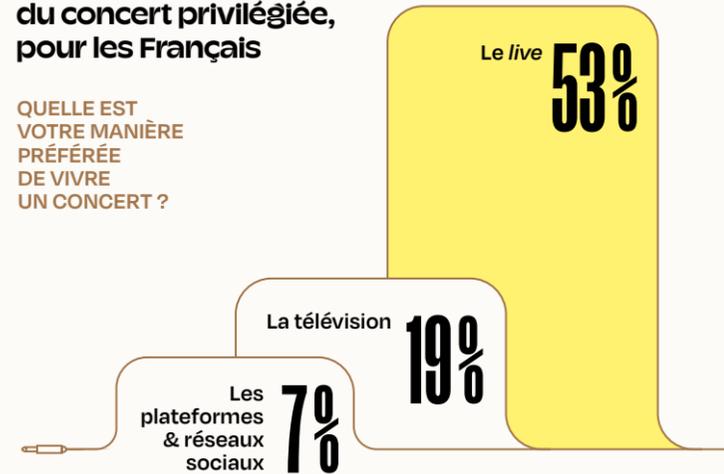


LES SPECTATEURS RÉGULIERS\* :  
\* ceux qui ont l'habitude de s'y rendre plusieurs fois par an.



## Le *live* reste l'expérience du concert privilégiée, pour les Français

QUELLE EST VOTRE MANIÈRE PRÉFÉRÉE DE VIVRE UN CONCERT ?



## Les nouvelles expériences numériques séduisent les jeunes

Les Français de moins de 35 ans sont intéressés :



## Les propositions visant à développer les secteurs de la musique et du *live* suscitent l'adhésion des Français

Les Français se prononcent pour :



# Jérôme FOURQUET

DIRECTEUR DU DÉPARTEMENT OPINION ET STRATÉGIES D'ENTREPRISE DE L'IFOP

« Le *live* reste très largement le mode préféré de consommation du concert pour les Français »

Comme le révèle l'étude conduite par l'Ifop pour le PRODISS, les Français ont largement envie de retourner voir des concerts et de soutenir les acteurs traditionnels du secteur, bien que leurs usages aient évolué pendant la crise sanitaire. Jérôme Fourquet, Directeur du département Opinion et Stratégies d'entreprise de l'Ifop, livre quelques éléments d'explication.

## Après deux ans d'arrêt forcé, quel est le sentiment des Français vis-à-vis du spectacle vivant ?

Les amateurs de concerts, les passionnés de musique ont envie de spectacles, de concerts et sans doute de rattraper un peu le temps perdu : neuf sur dix déclarent ainsi que ne pas pouvoir assister à un concert leur a manqué durant les périodes de confinement et de restrictions et ont l'intention de se rendre à un concert ou un festival cet été. Au sein de l'ensemble des Français, une proportion conséquente, de l'ordre de 40 %, a manifesté un manque durant les deux dernières années et exprime le souhait de profiter du spectacle vivant. Mais les clivages traditionnels qui structurent les pratiques culturelles, et qui existaient avant le Covid, perdurent : les jeunes et les membres des catégories supérieures sont sensiblement plus nombreux que les retraités et les membres des classes populaires à avoir envie de retrouver le plaisir du concert. Ils y allaient plus avant, ils ont logiquement plus envie d'y aller après.

## Les usages évoluent depuis plusieurs années ; quelle est la place du *live* dans ces nouveaux usages ?

On constate que les « modes de consommation » du concert et du spectacle vivant se transforment. Un tiers des Français environ, et plus chez les moins de 35 ans, dit par exemple regarder au moins une fois par an un concert sur les grandes plateformes ou les réseaux sociaux. Les plus de 65 ans, eux, restent plus attachés au mode de consommation traditionnel qu'est la télévision. Pour autant, si les usages évoluent, les préférences demeurent. Notre étude montre ainsi que le *live* reste très largement le mode préféré de consommation

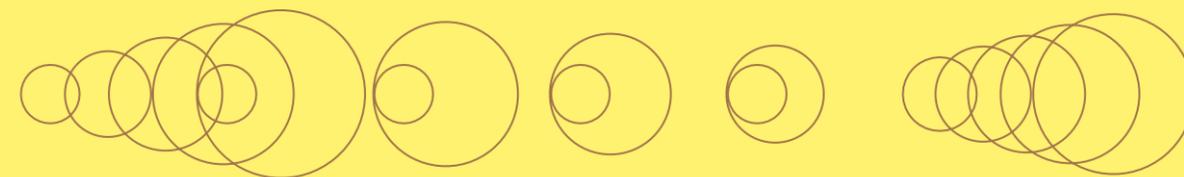
du concert pour les Français. Le plaisir, l'émotion du spectacle en direct restent une expérience unique. Une expérience qui fait qu'en la matière les Français préfèrent le réel au virtuel !

## Et si on se projette vers demain, quel accueil pour les différentes propositions du PRODISS ?

Notre étude montre que de nouvelles expériences numériques, associées au *live*, comme la réalité augmentée ou le métavers, sont susceptibles de séduire une majorité des moins de 35 ans. À condition qu'elles soient financièrement accessibles. Le coût, dans un contexte d'inflation et de très vives tensions sur le pouvoir d'achat, demeure le facteur crucial de détermination des choix. Sur les propositions portées par la filière, les Français y adhèrent largement, et de manière consensuelle. Le développement de l'éducation artistique à l'école, la mise à contribution des grandes plateformes pour le financement du secteur de la musique ou encore la protection des droits des créateurs de spectacle sont largement approuvés. Dans ce domaine comme dans d'autres, on peut par exemple penser au commerce, à l'agriculture, l'opinion prise le « petit » contre le « gros », le « proche » contre le « lointain », d'où la défiance à l'égard des grands groupes et des GAFAM. Sans évidemment être spécialiste de ces questions, l'opinion émet des positions de principe qui montrent son attachement à la création, et donc à sa rémunération et sa protection. Les Français aiment la musique, on l'a encore vu dans nos rues le 21 juin, et la défendent !



# Six enjeux pour le spectacle vivant pour les cinq prochaines années



**2022** est une année charnière pour le secteur du spectacle vivant. Les prochains mois vont poser les bases d'une reprise que les professionnels espèrent enfin pérenne et durable. Ils marquent aussi l'ouverture d'un nouveau quinquennat, avec la possibilité de réfléchir à de nouveaux dispositifs pour inciter et soutenir l'investissement des entreprises dans un contexte économique incertain, mais aussi les adapter à toutes les évolutions en cours de leur modèle.

À court terme, les objectifs principaux sont bien sûr de **lever les freins** que pourraient encore avoir une partie des spectateurs et de **retrouver des habitudes** oubliées au cours des dernières années. Si l'heure est désormais à la relance, le **secteur doit toutefois encore être accompagné pour retrouver les moyens d'investir**. Dans cette optique, le rôle de l'opérateur de l'État, le Centre national de la musique (CNM), sera prédominant. Il doit être renforcé, avec un financement pérennisé.

À plus long terme, les professionnels du spectacle vivant doivent évidemment se saisir de la question de **l'évolution des usages**, notamment liés aux **dernières évolutions numériques** et à **l'arrivée de nouveaux acteurs**. Une réflexion doit également être engagée autour de **l'attractivité des métiers** du secteur et de **l'éducation à la musique dès le plus jeune âge**.

Par ailleurs, **conscient des risques sociaux et environnementaux** liés aux activités du secteur comme des risques pour ses adhérents, le PRODISS affirme aujourd'hui sa volonté d'une meilleure prise en considération de ces enjeux. Le PRODISS rejoint le mouvement de réflexions, d'expérimentations et d'actions qui s'est engagé dans la société et dans le secteur, pour participer à **la définition et à l'émergence d'un spectacle vivant durable et responsable**. Notre feuille de route recherche sur ce sujet la juste conjugaison entre urgence et réalisme, à l'écoute des typologies d'entreprises et des difficultés qu'elles rencontrent, et en visant la coopération avec les différents acteurs publics et privés sans l'aide desquels elles ne pourront agir.

Ces grands enjeux, développés dans les pages qui suivent, tracent des lignes d'actions et dessinent les principaux axes de travail du PRODISS pour les prochaines années dans une démarche prospective. Chaque enjeu se conjugue au présent, mais aussi au futur, à travers la présentation des recommandations que le PRODISS formule pour les cinq années à venir. En outre, chaque enjeu est complété par un témoignage d'expert, de décisionnaire ou d'acteur de terrain, qui éclaire de sa vision ces sujets stratégiques pour le secteur.



# Enjeu N°1

22

Permettre des retrouvailles durables entre les Français et le spectacle vivant

# Enjeu N°4

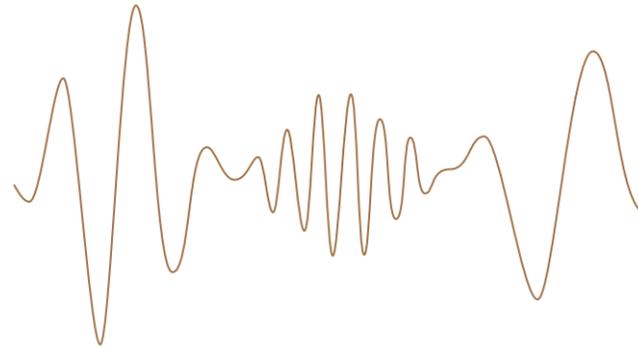
38

Anticiper un écosystème du spectacle vivant en pleine mutation

# Enjeu N°2

28

Encourager la poursuite des investissements dans un secteur compétitif et dynamique



# Enjeu N°5

42

Accroître l'attractivité de la musique et de ses métiers à tout âge



# Enjeu N°3

32

Renforcer les instances de dialogue autour de la filière musicale

# Enjeu N°6

52

Relever le défi de la transition écologique



# ENJEU N°1



## Permettre des retrouvailles durables entre les Français et le spectacle vivant

### AU PRÉSENT

Le spectacle vivant est l'un des rares secteurs économiques à avoir subi l'arrêt total de certaines de ses activités pendant près de deux ans. Face à cette situation inédite, les professionnels du spectacle vivant ont, d'une part, fait preuve d'une grande responsabilité et, d'autre part, montré leur impressionnante capacité d'adaptation, afin de permettre au public de renouer, le plus rapidement possible, avec les plaisirs du *live*.

#### Quelques exemples

- En mai 2021, le PRODISS a organisé, avec l'AP-HP, une expérimentation de concert test en jauge debout à l'Accor Arena à Paris, « *Ambition Live Again* », qui a permis de valider un protocole sanitaire adapté à la reprise des spectacles en fonction de la circulation de la covid-19.
- Dès l'été 2021, le PRODISS a soutenu la mise en place des passes, sanitaire puis vaccinal, conditions nécessaires à la reprise de tous les spectacles.
- Tout au long de la crise, les professionnels du spectacle vivant ont été particulièrement agiles pour se conformer aux changements fréquents de cadres légal et réglementaire et gérer les impacts sur les équipes.



### Une relance durable difficile

Depuis le 16 février 2022, les restrictions appliquées spécifiquement au spectacle vivant ont été levées : reprise des concerts debout, réouverture des bars, fin des jauges réduites, etc. Depuis le 14 mars, le passe vaccinal n'est plus obligatoire pour accéder à un spectacle. Alors que ces assouplissements auraient pu laisser espérer un retour massif des Français dans nos lieux, la reprise reste encore fragile, et ce pour les raisons qui suivent :

- Les lieux de spectacle ont été associés à des lieux de contamination, malgré les engagements constants des professionnels et les études scientifiques objectives.

- La crise sanitaire a modifié les habitudes des Français. Ainsi, en octobre 2021, une étude du ministère de la Culture montrait que 46% des interrogés indiquaient avoir pris l'habitude d'utiliser des moyens numériques pour accéder à des contenus culturels.

- À cela s'ajoute désormais le contexte économique et géopolitique qui conduit notamment à des hausses de coûts importantes, sans oublier les soucis logistiques nouveaux. Enfin, les multiples concerts et spectacles reportés ont provoqué une offre surabondante rendant les prévisions de reprise totalement aléatoires.

- Cependant, l'étude réalisée par l'Ifop pour le PRODISS en juin 2022 est un motif d'espoir : l'enquête montre que 42% des Français avaient l'intention de se rendre à un concert ou un festival durant l'été ; ce chiffre monte jusqu'à 90% pour les spectateurs réguliers, qui sont également 87% à avoir ressenti un manque lors des périodes de confinement.

### Des chiffres de la billetterie qui peinent à repartir

Le secteur du spectacle de musiques actuelles et de variétés a vécu deux années noires en 2020 et 2021 avec des pertes de billetterie estimées par le CNM à 83% en 2020 par rapport à 2019 et entre 75% et 82% en 2021, toujours par rapport à 2019.

En janvier et février 2022, de nouvelles restrictions ont été mises en place (spectacles debout, spectacles de plus de 2 000 places). Leur impact sur la billetterie a été estimé par le CNM entre -50 et -66%.

Depuis mars 2022, la reprise est très progressive. Elle est également très variable selon les typologies de spectacles et de festivals ce qui la rend complexe à quantifier.

### AU FUTUR

**Une campagne de communication grand public doit être portée politiquement pour inciter les Français à revenir au spectacle**

Les professionnels du *live* (CNM, ASTP, CAMULC, PRODISS, SACD, Sacem, SMA, SNES et SNDTP) ont lancé en mai 2022 #RetrouvonsNous, une campagne pour la reprise du spectacle vivant : « La scène reprend, la vie avec ». Cette première étape doit être suivie d'une campagne institutionnelle et d'une parole politique forte.



**Tous les freins faisant obstacle à une reprise sereine doivent être levés, notamment en faisant évoluer le décret « Son »**

Pris en août 2017, le décret « Son » s'avère inapplicable pour les acteurs du spectacle vivant. Si le PRODISS s'est toujours engagé en faveur d'une gestion sonore maîtrisée, ce décret condamne tous les événements en plein air (festivals, concerts, meetings, etc.).

Il impose aussi des investissements intenable, dans un contexte où les professionnels ont besoin d'être accompagnés. L'association AGI-SON, dont le PRODISS est membre fondateur, a fait des propositions concrètes dans son *livre blanc*, pour faire évoluer ce texte avant qu'il ne soit trop tard. #NeCoupezPasleSon.

“ La scène reprend, la vie avec. ”

# Hélène AMBLÈS

DIRECTRICE DU DÉVELOPPEMENT  
DU « PASS CULTURE »

« Nous avons fait  
du spectacle vivant  
un de nos axes  
prioritaires. »

Politique publique prioritaire du Gouvernement pour intensifier et diversifier les pratiques culturelles des jeunes, le pass Culture est aussi un outil de la reprise et du retour des Français à la culture. Un vecteur de démocratisation qui doit permettre aux plus jeunes d'accéder plus facilement et plus largement aux biens culturels, comme l'explique Hélène Amblès, directrice du développement de la société pass Culture.



## À qui est destiné le pass Culture, que propose-t-il ?

C'est un dispositif gouvernemental de soutien à la jeunesse et à la culture, généralisé en mai 2021 à tous les jeunes de 18 ans via une appli dédiée géolocalisée. L'idée : octroyer une enveloppe de 300 € pour acheter un bien culturel ou participer à un atelier pratique, voire une exposition ou un spectacle. En janvier 2022, le dispositif a été étendu aux 15-17 ans – avec un crédit individuel de 20 € pour les jeunes de 15 ans, 30 € à 16 ans, puis de nouveau 30 € à 17 ans, avant de bénéficier de 300 € à 18 ans. Il se déploie également dans une dimension collective à travers des activités organisées en classe (de la 4<sup>e</sup> à la Terminale).

## Quel bilan, un an après sa généralisation ?

Avec la mise en place de la part collective du pass Culture, 45 millions d'euros de nouveaux crédits ont été mobilisés par le ministère de l'Éducation nationale. Cela a permis d'octroyer une enveloppe par classe, calculée en fonction du nombre d'élèves (soit en moyenne 900 € par classe, de la 4<sup>e</sup> à la Terminale). Ainsi, les jeunes bénéficient d'un dispositif assez complet, associant activité collective en classe et prise d'autonomie individuelle à l'âge de leur « première fois », c'est-à-dire leur primo activité culturelle sans les parents ni la classe. L'ambition est de susciter l'autonomie et la pratique individuelle. La dimension collective de médiation répond à des attentes très fortes. Aujourd'hui, 2,1 millions de jeunes utilisent le pass Culture, dont 1,1 million âgés de 18 ans, 75 % des jeunes de cet âge ayant activé ce dispositif – un chiffre très satisfaisant.

## Quelle utilisation est faite du pass Culture pour le spectacle vivant ?

Sur la partie individuelle du dispositif, la lecture est l'activité la plus plébiscitée (53 %), devant le cinéma et l'achat d'instruments de musique. La proportion des réservations liées au spectacle vivant est en perpétuelle et positive évolution. En mai 2021, le spectacle vivant était en difficulté, il a fallu attendre la reprise pour embarquer tous les acteurs du secteur dans notre démarche. Ce printemps, avec la programmation des festivals très prisés par les jeunes, notamment les festivals de musiques actuelles, on voit que le pass Culture est utilisé à hauteur de 15 % pour la musique *live*. Sur le moteur de recherche associé au pass Culture, le mot « concert » arrive en 3<sup>ème</sup> position, juste derrière « manga » et « cinéma ». Aujourd'hui, 14 000 acteurs culturels proposent des offres sur le pass, dont près de 4 000 de la musique *live*. Nous sommes convaincus que c'est un outil indispensable pour le spectacle vivant, sachant que la pandémie a empêché beaucoup de jeunes d'aller voir pour la première fois un concert. Le pass Culture participe d'ailleurs à la campagne #RetrouvonsNous, avec la Sacem et le PRODISS, qui incite à vivre l'expérience unique du *live*. L'étude que nous avons réalisée en juin 2022, en collaboration avec le PRODISS, montre bien que les jeunes souhaitent être au rendez-vous des événements musicaux : 7 utilisateurs sur 10 indiquaient compter se rendre à un concert ou à un festival cet été ou dans les mois à venir.

## Le pass Culture est donc un bon moyen d'attirer des publics plus jeunes vers des spectacles vivants, notamment après la crise sanitaire ?

Oui. C'est pour cela que l'on a fait du spectacle vivant, de la musique et des festivals un de nos axes prioritaires. Avec 2,1 millions de jeunes utilisateurs, on voit bien que, peu à peu, le pass Culture va devenir, pour cette population, une véritable porte d'entrée vers la culture. Qu'une relation de confiance s'instaure entre chaque jeune et son pass, qu'il y trouve des offres sans cesse renouvelées et des « bons plans », c'est notre but. Et ça marche : pendant l'édition 2022 du Printemps de Bourges,

le pass a représenté plus de 3 800 ventes, soit le 2<sup>e</sup> canal de réservation. Au cœur des régions, nos équipes associées aux acteurs culturels coconçoivent des bons plans – rencontrer son artiste préféré dans les coulisses, découvrir les métiers de la scène, etc. C'est ce que les jeunes attendent du pass Culture : avoir des offres exclusives et l'impression d'appartenir à un « club VIP » ! C'est aussi un des enseignements de l'étude réalisée par le pass Culture avec le PRODISS.

#### **Comment favoriser davantage l'accès à la culture pour les jeunes à des pratiques culturelles diversifiées ?**

L'une des pistes explorées est de commencer plus tôt l'apprentissage culturel, c'est-à-dire d'ouvrir la part collective du dispositif dès la classe de 6<sup>e</sup>. Ce qui permettrait de toucher les jeunes de 11-12 ans jusqu'à 18-20 ans. D'ici quelques années, on saura ainsi mieux comment chacun aura exercé sa curiosité culturelle pendant ses années d'apprentissage. Plus il y aura d'événements qui proposeront des offres exclusives *via* le pass Culture et plus les jeunes auront envie de s'en saisir. Notre quête d'exhaustivité doit permettre à n'importe quel jeune, même éloigné des grands pôles culturels, d'accéder à un maximum de propositions.

#### **Le PRODISS sera-t-il associé aux futurs développements du pass Culture ?**

Nous avons atteint un degré inédit de connaissance de la pratique culturelle des jeunes, de quoi mieux comprendre ce que cette population consulte, réserve, achète – évidemment de manière anonymisée, dans le respect du RGPD. Ces données peuvent être mises à disposition des acteurs du secteur pour les aider à mieux toucher cette partie de la population. Depuis janvier 2022, plusieurs webinaires ont eu lieu avec les adhérents du PRODISS, notamment pour répondre à leurs attentes – comme la création d'interfaces avec les billetteries, sujet technique très important sur lequel nous travaillons. Le pass Culture a vocation à être un partenaire multisectoriel, à même de répondre à l'appétence des jeunes pour

les musiques actuelles et tous les événements propres à la sphère des adhérents du PRODISS. Surtout, le pass Culture est en permanence à l'écoute de ses utilisateurs, c'est-à-dire les jeunes et les acteurs culturels, pour faire évoluer le dispositif et le rendre toujours plus facile d'utilisation et efficace pour tous.

#### **Quel regard les jeunes posent-ils sur la musique *live* ?**

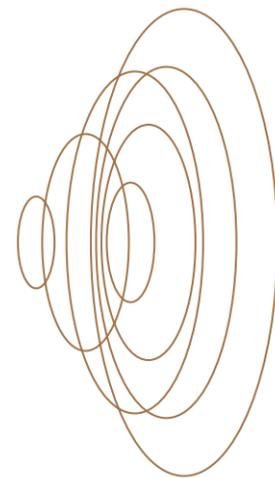
En collaboration avec le PRODISS, le pass Culture a mené en juin 2022 une étude auprès de ses utilisateurs pour appréhender leur rapport aux concerts et aux festivals. Cette étude comporte une analyse des données d'utilisation de l'application, ainsi qu'une enquête administrée par questionnaire numérique à 1 600 utilisateurs du pass Culture (18-20 ans). 69 % des utilisateurs interrogés comptaient se rendre à un concert ou à un festival cet été ou dans les mois à venir. Parmi les utilisateurs ayant réservé une offre de musique *live*, 69 % ont déclaré avoir découvert au moins un festival ou une salle de concert grâce au pass. 18 % d'entre eux déclarent même n'avoir jamais assisté à un concert ou un festival avant l'activation de leur pass. Par ailleurs, 84 % considèrent que le pass Culture leur a permis d'aller plus souvent à des concerts ou des festivals.



“ 84 % considèrent que le pass Culture leur a permis d'aller plus souvent à des concerts ou des festivals. ”

# ENJEU N°2

## Encourager la poursuite des investissements dans un secteur compétitif et dynamique



### AU PRÉSENT

Une reprise forte et rapide du secteur du spectacle vivant est essentielle pour l'économie française, notamment dans les territoires. Pour un euro et un emploi équivalent temps-plein (ETP) générés par le cœur de l'industrie, ce sont un euro et un emploi ETP supplémentaires qui sont créés parmi les prestataires et au sein de l'économie touristique. C'est le sens de la quatrième vague des « Programmes Investissements d'Avenir » (PIA) et de France 2030, dont les volets « Culture » doivent permettre aux entreprises de se tourner vers demain et d'investir de nouveau.

Le secteur du spectacle vivant a été d'autant plus touché par la crise sanitaire qu'il a subi les multiples « stop and go » imposés



par les vagues épidémiques successives. Les contraintes sanitaires ont entraîné des annulations et reports en cascade, empêchant un redémarrage réel et complet du secteur avant le printemps 2022.

Par ailleurs, l'augmentation conjoncturelle des coûts, liée au contexte mondial et à plusieurs charges additionnelles (en matière de règles sanitaires, de sécurité, de sûreté, etc.), empêche encore une reprise durable du secteur et interroge sur l'efficacité de certains dispositifs de soutien pour favoriser le financement des créations de demain.

### AU FUTUR

#### Une mesure à même de renforcer les investissements : la prolongation et la bonification du crédit d'impôt spectacle vivant (CISV)

Le CISV a été créé en 2015 pour soutenir les artistes en développement et favoriser la création, en donnant la possibilité aux producteurs de spectacles de déduire de leurs impôts une partie des dépenses de création, d'exploitation et de numérisation de leurs spectacles. Il a fait ses preuves. Afin de permettre une relance dynamique et durable du secteur, il est indispensable que le projet de loi de finances (PLF) pour 2023 contienne une bonification et une prolongation du CISV.

L'incitation fiscale permettra ainsi aux producteurs de spectacles d'investir dans des projets ambitieux relevant d'une économie de prototype. À titre d'exemple, une augmentation des plafonds permettrait d'augmenter de près de 25 % l'activité des artistes en développement.

#### Réexaminer les contraintes imposées au spectacle vivant en matière de sécurité et de sûreté

Par ailleurs, une instruction ministérielle du 15 mai 2018 met à la charge des entrepreneurs de spectacles les frais d'intervention des forces de police et de gendarmerie sur un périmètre très large prenant en compte les abords du lieu de l'événement. Outre les lourdes contraintes imposées par ce texte et un manque d'encadrement des échanges entre l'État et les organisateurs, de nombreuses disparités d'application de la circulaire sur le territoire ont été constatées.

Une instruction du 8 avril 2022 devait apporter des solutions concrètes à ces problématiques : ce n'est malheureusement pas le cas. Il est donc essentiel de réexaminer les modalités d'application du texte et plus généralement les contraintes imposées en matière de sécurité pour limiter le poids qu'elles représentent pour un secteur qui peine à reprendre son activité.

“ Une incitation fiscale renforcée permettrait aux producteurs de spectacles d'investir dans des projets ambitieux. ”

# Laurence

# LE NY

## LAURENCE LE NY

DIRECTRICE DE L'ÉCOSYSTÈME  
START-UP DES INDUSTRIES  
CRÉATIVES CHEZ ORANGE  
MEMBRE DU COMITÉ  
DE PILOTAGE MINISTÉRIEL  
CULTURE DE FRANCE 2030

**France 2030**  
« C'est le moment  
d'être curieux  
et de s'ouvrir  
à d'autres  
secteurs. »

## FRANCE 2030

**54 milliards d'euros**, dont 1 milliard d'euros pour la culture Piloté par Bruno Bonnell, qui dirige le secrétariat général pour l'investissement (SGPI)

- 50 % sont dédiés à la décarbonation et 50 % aux structures émergentes
- 40,5 milliards d'euros pour accompagner les filières stratégiques
- 13,5 milliards d'euros pour l'enseignement supérieur et la recherche

Avec le plan France 2030, le Gouvernement déploie un programme d'investissement majeur pour anticiper les défis stratégiques de demain. Dans la continuité du plan de relance, il soutient des projets innovants pour répondre aux défis d'aujourd'hui et de demain dans la production, la connaissance et la qualité de vie. Laurence Le Ny, directrice de l'écosystème start-up des industries créatives chez Orange et membre du comité stratégique culture de France 2030, en tant que personnalité/ambassadrice nous en dévoile quelques-uns.

### En quoi consiste le plan France 2030 ?

Le plan France 2030 est un plan de 54 milliards d'euros pour projeter la France dans l'avenir. Il a été mis en place et défini par l'État afin de fédérer les énergies de toutes les filières. Pour la stratégie d'accélération des industries culturelles et créatives (ICC), c'est le résultat d'un travail de concertation avec les acteurs de la filière piloté par le ministère de la Culture : les États généraux des ICC. C'est une action interministérielle placée sous l'égide du SGPI dans les services de la Première ministre dont le ministère de la Culture est chef de file. Des ambassadeurs ont également été nommés, parmi des personnalités extérieures qualifiées: Jean-Michel Jarre, Denis Ladegaillerie (Believe), Catherine Peyrot (incubateur LINCC), Sylvie Corréard (Arts décoratifs), Marc Tessier (Forum des images) et Michel Reilhac (Biennale de Venise). Le dispositif fonctionne avec 2 opérateurs principaux pour la gestion des crédits publics : la Banque des Territoires/Caisse des Dépôts et la BPI avec des opérateurs délégués comme l'IFCIC.

### Quels en sont les principaux objectifs ?

L'objectif principal pour la culture est de soutenir la filière des ICC qui est confrontée à de nombreux défis : l'accès au financement, une concurrence accrue, une transformation des modes de création et un bouleversement des modes de production et de diffusion. L'idée est d'investir aussi dans la recherche et les innovations.

Dans la stratégie d'accélération définie suite aux États généraux des industries culturelles et créatives (ICC), 5 axes ont été identifiés : renforcer la solidité et la compétitivité des entreprises du secteur, hisser la France au premier rang de la nouvelle économie numérique en matière culturelle en accompagnant les entreprises dans leur transformation numérique, accompagner le développement à l'international de la filière, créer de nouvelles dynamiques dans les territoires et faire de la filière une référence en matière de responsabilité écologique. Une enveloppe de 400 millions d'euros sur 5 ans y est dédiée provenant du quatrième programme d'investissements d'avenir (PIA 4). A cela s'ajoute une enveloppe de 600 millions d'euros issue du volet Culture du plan France 2030 et visant à placer la France en tête de la production des contenus culturels et créatifs et des technologies immersives. Cela fait donc au global un budget de 1 milliard d'euros pour la culture, ce qui est inédit. Il faut s'en saisir.

### Quel est l'enjeu pour la souveraineté française ?

C'est un enjeu majeur. Concrètement, le plan s'adresse aux entreprises françaises qui sont en phase d'accélération ou de développement, et qui ont du potentiel à l'international. Il ne s'agit pas que de numérique, cela concerne les innovations de modèle, d'usage, la transition écologique, la formation... Il faut que nous soyons capables de faire en sorte que nos créateurs nourrissent toujours demain les imaginaires quels que soient les supports d'expression artistique et cela tout en respectant le droit d'auteur.

### Quels types de projets sont soutenus ?

Plusieurs appels à projets ont été lancés comme le concours d'innovation « I-Nov » de la BPI qui soutient l'émergence d'entreprises proposant des briques technolo-

giques structurantes pour la filière des ICC (prochaine date de dépôt des dossiers le 28 septembre prochain), les accélérateurs dont celui tout nouveau pour « Musique et spectacle vivant » opéré par la BPI (candidature à déposer jusqu'au 17 octobre) ainsi que le programme « Cultur'Export » pour viser le développement sur le marché américain cette année (candidature à déposer jusqu'au 10 octobre). Des dispositifs de subventions existent pour « des solutions de billetterie innovantes » avec 13 projets déjà soutenus et une deuxième phase qui sera lancée en fin d'année après un connectathon associant tous les acteurs de la filière pour définir des standards d'interopérabilité sous l'égide du ministère de la Culture, « les alternatives vertes » ou « l'expérience augmentée du spectacle vivant » avec 7 projets soutenus pour la phase 1. Pour cet appel à projets, toutes les entreprises, établissements publics culturels ou associations peuvent en bénéficier.

Un des lauréats est par exemple Artech dont les porteurs de projets sont le Théâtre du Châtelet, la startup VrTuoz et Télécom SudParis. Ce projet propose de tester et déployer un nouveau format d'expérience augmentée du spectacle vivant construit autour d'une scénographie 3D avec un parcours du spectateur dans la salle et/ou à distance. La première application se fera avec le collectif La Horde, le Ballet national de Marseille et l'artiste Rone pour leur ballet « *A view with a Room* » cet automne au Châtelet.

Les objectifs de cet appel à projets sont de développer des nouveaux outils de diffusion pour les créateurs, de rapprocher les structures culturelles et les entreprises technologiques, puis de développer des nouveaux modèles économiques, de permettre une diversification des propositions artistiques et ainsi d'élargir la fréquentation des lieux. Il est possible de déposer un dossier pour la 3<sup>e</sup> vague jusqu'au 3 novembre prochain. Sur l'immersif, on voit bien aujourd'hui qu'il y a une porosité entre les différents secteurs de la filière et l'ensemble des métiers avec le besoin de compétences nouvelles d'où le partenariat avec des laboratoires de recherche très performants que nous avons en France. Les artistes ont toujours utilisé la technologie et l'innovation pour créer. Il y a désormais une possibilité de financer ces projets.

### Quels messages envoyer aux entreprises du secteur pour qu'elles se saisissent de ces opportunités ?

Souvent, quand on est acteur dans une filière, on est pris par son quotidien, avec en plus des problématiques conjoncturelles qui n'ont pas manqué ces dernières années pour le spectacle vivant. Ce n'est pas un manque de curiosité mais plutôt un manque de bande passante et je pense aussi de diversité des profils dans les équipes. De lisibilité parfois aussi... Il y a un vrai enjeu à ce que les acteurs de la filière soient mieux informés des appels à projets, mais aussi soient accompagnés dans la compréhension, dans la recherche de partenaires qui pourraient y contribuer. Il faut qu'ils s'en saisissent. Le plan France 2030 est une opportunité formidable pour être inventif, pour se rapprocher d'acteurs différents, se donner la possibilité d'élargir son champ de vision, intégrer de nouvelles ressources / profils qui apporteront de la valeur et permettront de répondre aux enjeux de la filière. Il faut jouer le jeu et être collectif.

### Et concernant le spectacle vivant en particulier ?

Le spectacle vivant est à la croisée des chemins. C'est un secteur qui a souffert et qui est encore très segmenté, mais où il y a déjà de super initiatives et encore beaucoup à faire. Je suis jurée dans pas mal des commissions (CNM, BPI Innov, IFCIC...), je vois passer des dossiers avec de formidables initiatives et il devrait y avoir un « endroit » où l'on peut partager ces retours d'expériences positives et je rappelle : tout n'est pas forcément « numérique ». Il faut prendre le temps de rencontrer un maximum de nouveaux acteurs, c'est inspirant. L'important est d'ouvrir ses « chakras », de regarder aussi ce qui se passe dans les autres secteurs des ICC. C'est le moment d'être curieux. C'est un bon moyen d'acquiescer une taille critique que l'on n'aurait pas atteinte autrement. Et justement, le PRODISS est à la bonne place pour accompagner les acteurs sur ce type d'appels à projet.

Une seule adresse à garder en tête pour être informé(e) de tous les dispositifs et des dates limites des prochains appels à projets : [www.culture.gouv.fr/strategie-icc](http://www.culture.gouv.fr/strategie-icc)

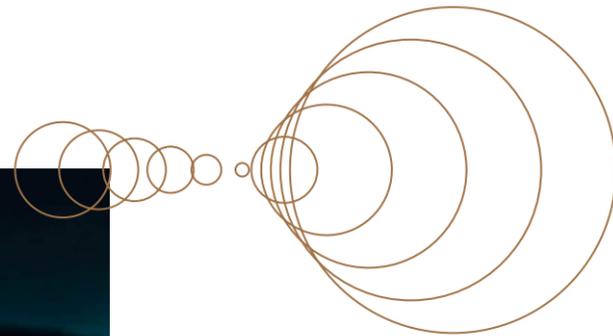
# ENJEU N°3

## Renforcer les instances de dialogue autour de la filière musicale

### AU PRÉSENT

Depuis quelques années, les professionnels du secteur musical font face à une multiplicité d'interlocuteurs et d'organes de gouvernance :

- Une double administration – la Direction générale de la création artistique (DGCA) et la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) – avec des périmètres d'actions parfois difficiles à identifier.
- Un Centre national de la musique (CNM), créé en 2020, qui doit encore monter en puissance financièrement mais aussi clarifier son champ d'intervention vis-à-vis de certains acteurs de l'écosystème musical.
- Un Conseil national des professions du spectacle (CNPS), qui est l'instance de dialogue et d'échanges notamment autour des questions d'emploi et de formation.



### AU FUTUR >

**Un CNM qui doit être pérennisé, grâce notamment à un financement plus large impliquant tout l'écosystème**

Le CNM a très largement prouvé son utilité dès sa création, en 2020, avec un soutien sans faille à l'ensemble de la filière. Il doit désormais être renforcé et sa pérennité, notamment financière, doit être assurée.

Aujourd'hui, l'État abonde le CNM à hauteur de 20 millions d'euros par an. Le CNM collecte, par ailleurs, une taxe fiscale sur la billetterie des seuls spectacles musicaux et de variété, alors même que son périmètre couvre l'ensemble de la filière musicale. Ce n'est pas suffisant pour faire face aux grands enjeux à venir. Il est indispensable de pouvoir garantir de nouvelles ressources, en proportion du poids de chaque acteur de la filière.

Demain, d'autres acteurs relevant du périmètre du CNM devront contribuer à son financement. De plus en plus intéressées par les contenus créés par la filière, les plateformes devront soutenir les entre-

“ Il est indispensable de pouvoir garantir de nouvelles ressources. ”

**Un comité stratégique de filière des industries culturelles et créatives (ICC) à relancer**

Parallèlement, la réflexion sur l'installation d'un comité stratégique de filière des industries culturelles et créatives doit être relancée, après une interruption liée à la crise sanitaire.

Ce comité doit permettre de formaliser une véritable vision pour l'avenir du secteur des ICC en accompagnant les transformations des modèles, préalable incontournable pour bâtir une politique forte, notamment en faveur du spectacle vivant.

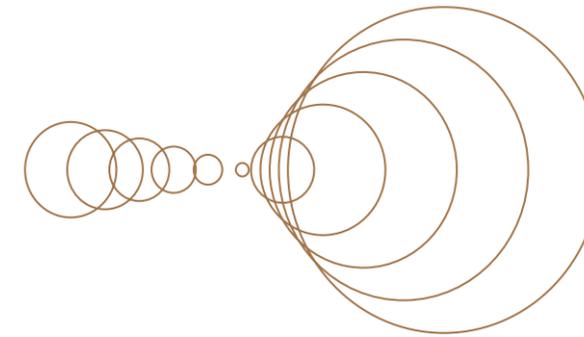
Il permettra également d'ouvrir un dialogue entre les différents acteurs, de recenser les projets structurants et de mettre en lumière les innovations et les bonnes pratiques. Il doit être une priorité pour les prochains mois, afin d'accélérer la transition numérique des acteurs, de développer de nouveaux projets et de promouvoir l'emploi au sein d'une filière d'excellence en France.





# Jean-Philippe THIELLAY

**JEAN-PHILIPPE THIELLAY**  
PRÉSIDENT DU CENTRE  
NATIONAL  
DE LA MUSIQUE



**« Demain, il faudra rééquilibrer le modèle de financement de la filière musicale, identifier de nouveaux contributeurs, de nouvelles opportunités. »**

Créé début 2020, le Centre national de la Musique (CNM) a vocation à garantir la diversité, le renouvellement et la liberté de la création musicale. Ses dispositifs d'aides financières et non financières ont pour objectif de soutenir les auteurs, compositeurs, artistes et les professionnels qui les accompagnent pour leur permettre d'aller à la rencontre de tous les publics, en France et à l'international. Entre temps, le CNM est devenu l'acteur principal de la réponse publique aux conséquences dramatiques de la crise sanitaire sur la filière de la musique et des variétés. Et le lieu de concertation de la filière à l'écoute des professionnels de toutes les esthétiques et de tous les métiers, comme le rappelle Jean-Philippe Thiellay, président du CNM.

**Quelles actions du CNM sont à souligner durant cette dernière année 2021, notamment depuis les réouvertures ?**

Tout au long de la crise sanitaire, le CNM n'a pas arrêté de modifier ses dispositifs, de les compléter, de se concerter avec les professionnels sur l'utilisation des fonds qui sont venus grossir notre budget. Dans ce contexte, « agilité » est le mot qui caractérise le mieux la période 2020-2021 : le conseil professionnel, les groupes de travail et le conseil d'administration du CNM se sont souvent réunis, y compris avec de nombreux membres du PRODISS, auxquels je veux rendre un hommage particulier ici, qui ont fourni un travail considérable. Résultat : en 2021, le CNM a instruit 10 000 dossiers et aidé près de 9 000 d'entre eux pour un montant total de 161 millions d'euros, dont une part importante est allée aux acteurs du spectacle vivant – soit 120 millions d'euros alloués à des structures commerciales (à hauteur de 65 %), à des associations (29 %) et à des acteurs publics (6 %).

**En quoi la période a-t-elle fait évoluer les attributions du CNM, et qu'en est-il de ses missions premières, notamment de financement de la création ?**

Tout au long de la période, nous n'avons pas cessé de construire le CNM, qui est une institution jeune. Et la crise sanitaire a fait évoluer ses attributions. Le CNM est ainsi intervenu, par exemple au secours des festivals, à hauteur de plus de 20 millions d'euros. Un budget qui n'était pas prévu, orienté en direction de toutes les esthétiques, et qui a nourri la confiance avec la filière et ses interlocuteurs, dont le PRODISS, avec lesquels, je crois, nous avons vraiment bien travaillé. Nous n'avons pas, pour autant, laissé de côté nos missions premières, et la loi ne nous l'autoriserait pas. De fait, il y a eu une série d'aides pérennes, indépendamment du plan France Relance et du soutien face à la crise, à savoir 25 millions d'euros versés dont 13,5 millions d'euros pour le spectacle vivant.

### Comment se porte le secteur musical : est-il sorti de la crise ?

La filière musicale n'est pas sortie d'affaire. Beaucoup d'entreprises sont endettées, certaines ayant perdu 90 % de leur chiffre d'affaires en 2021, comme en 2020... Quant à la reprise, elle est contrastée : certains événements fonctionnent très bien, tandis que d'autres ne trouvent pas leur public. Le constat global, c'est que nombreux sont celles et ceux dans le public qui ont perdu l'habitude d'acheter des billets et d'aller voir des spectacles, et qu'il faut affronter aujourd'hui la concurrence des écrans, l'inflation et les difficultés de pouvoir d'achat... La bonne nouvelle, c'est qu'en 2022 le CNM dispose à nouveau d'un budget d'intervention de 195 millions d'euros, de quoi adapter le fond de sauvegarde aux besoins des professionnels. 74 millions d'euros ont ainsi été attribués à ce titre au début de l'été et versés dans les jours qui ont suivi.

### Dans ce contexte, quelles sont les pistes pour une reprise durable que pourraient emprunter les professionnels du secteur ?

La relation avec le public doit évoluer, être enrichie, pour convaincre notamment les plus jeunes de sortir de chez eux, d'abandonner les écrans, de retrouver le sens de la fête. Le CNM a publié au printemps une étude sur l'expérience spectateur, où l'on voit que l'articulation avec l'information digitale, la qualité de la restauration et de l'accueil (le confort, les toilettes, etc.), doivent faire l'objet d'une réflexion et d'investissements y compris les questions de transition écologique et de la lutte contre le harcèlement à caractère sexuel. C'est aussi pour cela que le CNM s'est associé à la Sacem et au PRODISS dans le cadre de la campagne #RetrouvonsNous.

### Quelles seront les priorités du CNM en 2023, et après ?

Nous devons d'abord trouver notre rythme de croisière et toute l'équipe du CNM a besoin de pouvoir se recentrer sur les missions de l'établissement, en sortant d'un mode de fonctionnement régi par l'urgence. À nous de parachever le CNM,

de continuer et d'accentuer notre travail d'observation de la filière, de recueil de données, de rédaction d'études, mais aussi de formation – à caractère artistique, sur les carrières, les droits, etc. Objectif : monter en gamme collectivement, tout en continuant – et c'est l'objet de la loi – à soutenir la diversité, parce qu'on a besoin de tout le monde, petits et grands acteurs de la musique, pour faire fonctionner le CNM. Nous allons aussi réinvestir le soutien au développement international, qui fait partie de nos missions. Nous avons investi avec 5 millions d'euros en 2022. Nous étions à 5 000 concerts à l'international en 2019 produits par des équipes françaises, nous avons une ambition de 10 000 concerts dans 2 ou 3 ans.

### Comment faire évoluer le modèle des aides à la filière, mieux l'articuler avec les plateformes numériques, et trouver d'autres sources de financement ?

Le CNM est très attentif aux innovations et tendances de fond (livestream, métavers, etc.), notamment pour aider les TPE-PME à gérer les datas ou à s'équiper. Côté financement, au-delà du montant pérenne à hauteur de 27 millions d'euros apporté par le ministère de la Culture, la taxe sur la billetterie est aujourd'hui la source principale de financement. Aujourd'hui, il faut rééquilibrer cette contribution et trouver 15 à 20 millions d'euros supplémentaires pour pouvoir assumer les missions qui sont celles du CNM, en particulier en direction de la musique enregistrée, en trouvant d'autres sources de financement. Les organismes de gestion collective (Sacem, ADAMI, SPEDIDAM, SPPF) devraient contribuer davantage au financement du CNM en 2023, au-delà de leur contribution qui reste symbolique aujourd'hui. Quant au monde du phono, il a bénéficié de soutiens très importants pendant la crise, il faut que le monde du streaming puisse contribuer à alimenter le soutien à la filière, c'est-à-dire à des projets qui en ont besoin pour exister et trouver leur public – reste à déterminer à quel taux, selon quelle assiette, etc. C'est un sujet majeur pour la législature qui s'est ouverte au printemps. Nous y travaillons avec le ministère. Autre piste étudiée : les institutions communautaires

prennent conscience que les industries musicales représentent des opportunités, et cela pourrait bénéficier au CNM, via le programme Creative Europe.

### Comment voyez-vous le secteur musical dans un proche avenir ?

Je suis très optimiste, conscient de l'extraordinaire diversité et du fourmillement d'idées et de créations dans le secteur, dans tous les genres. La France est un pays incroyable du point de vue de la richesse de la proposition faite au public, partout sur le territoire. Je suis confiant aussi, parce que la filière musicale compte de vrais entrepreneurs, passionnés par leur métier. Comme le CNM le fait depuis sa création, nous allons continuer d'aider les acteurs de la filière à prendre les virages de la création de valeurs, d'emploi, de richesse, mais aussi d'aborder de front les sujets du moment, tels que l'arrivée des GAFAM ou les possibilités de concentration du secteur qui peuvent porter atteinte à sa diversité. J'ai confiance en notre capacité de construire ensemble.



La France est un pays incroyable du point de vue de la richesse de la proposition faite au public.

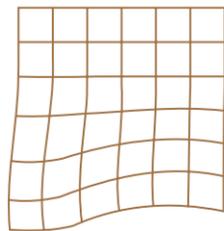


# ENJEU N°4

## Anticiper un écosystème du spectacle vivant en pleine mutation

### AU PRÉSENT

Re transmissions en *livestream* des spectacles, importance accrue du rôle des réseaux sociaux dans la chaîne de valeur, développement de la réalité augmentée, début du métavers et arrivée des plateformes : le numérique a un impact à divers niveaux sur le secteur du spectacle vivant, et ces bouleversements ont été accélérés par la pandémie. S'il s'agit d'une nouvelle façon de profiter du spectacle vivant, elle ne doit pas se faire au détriment de tout l'écosystème « physique », au risque d'organiser une désintermédiation violente et de nuire à la diversité de la création du secteur.



#### De nouveaux usages

- Selon une étude de mars 2021 du CSA et d'Hadopi, l'audience des plateformes de streaming a augmenté de 37 % en 2020.
- Le concert de Travis Scott, organisé en *livestream* dans le jeu Fortnite en avril 2020, a rassemblé plus de 12 millions de joueurs en *live* et plus de 27 millions en replay.
- Ed Sheeran, Dua Lipa ou Green Day devraient participer à un concert dans le métavers, organisé grâce à un partenariat inédit entre Warner Music Group et The Sandbox, figure française du métavers.

Les plateformes numériques ont investi le secteur du spectacle vivant, à l'image notamment de Facebook (Meta) qui explore le métavers pour retransmettre des événements en *live*, d'Apple qui héberge des diffusions de spectacles en *live* sur Apple TV, d'Amazon qui détient désormais la plateforme Twitch qui propose une offre de *livestreams* musicaux et qui organise le festival Intersect à Las Vegas ou de Spotify qui a lancé une plateforme permettant d'acheter des billets de concert directement par les biais du service de *streaming*.

#### Le risque d'une désintermédiation des acteurs historiques

Ce nouveau contexte représente une opportunité de collaboration entre le secteur traditionnel du spectacle vivant et ces nouveaux acteurs spécialisés, notamment sur des projets innovants comme la proposition d'offres en réalité augmentée ou la production de concerts virtuels.

Néanmoins, ce contexte pose aussi de nouveaux défis en termes de rémunération des acteurs et de concurrence. Sans un encadrement national et européen clair, la numérisation dérégulée du *live* musical pourrait conduire à une diminution de la diversité artistique et à la disparition des plus petits acteurs du secteur.

En effet, face aux producteurs de spectacles, les plateformes disposent de capacités d'investissement considérables, d'avantages technologiques et d'un accès incomparable aux consommateurs de concerts. Elles multiplient les contrats d'exclusivité avec certains artistes et tendent à monopoliser les données personnelles. Il est donc urgent d'adapter la réglementation et de mettre en conformité la chaîne de valeur.

### AU FUTUR

#### La chaîne de valeur doit être révisée et un droit de propriété intellectuelle doit être reconnu pour le producteur de spectacles

À ce jour, les producteurs de spectacles n'ont aucun droit sur les captations des spectacles qu'ils ont créés. Ils sont rémunérés par les seules recettes de billetterie. Cette situation, tout incompréhensible qu'elle soit, n'est pas nouvelle. Cependant, elle pourrait avoir des conséquences dramatiques sur l'écosystème du *live* avec le développement de projets numériques à partir de concerts physiques. Il est donc indispensable de reconnaître un droit de propriété intellectuelle pour le producteur de spectacles, qui viendra protéger ses investissements, sur le modèle de ce qui a été instauré pour les autres acteurs de la chaîne de valeur (le producteur de disques par exemple).

C'est au gré des évolutions techniques et des modes d'exploitation de contenus que les droits ont été créés au profit de divers

ayants droit, et ce dans plusieurs secteurs d'activités. Seuls les producteurs de spectacles sont exclus d'une telle protection juridique sur le spectacle créé et, par conséquent, d'une valorisation de leurs investissements sur les autres modes d'exploitation de leurs spectacles.

#### Les ressources du CNM doivent être élargies avec la mise en place d'une contribution sur le streaming, payant et gratuit

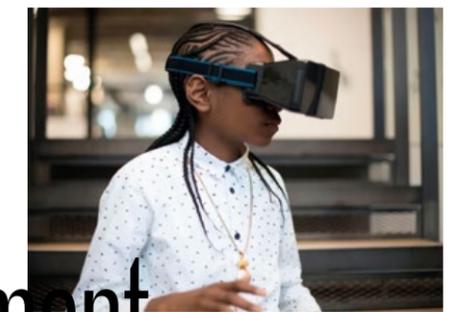
Le numérique doit contribuer au financement de la création musicale. À l'image de ce qui est pratiqué dans le secteur du cinéma, il est indispensable de réfléchir à l'instauration d'une contribution sur la diffusion en ligne de contenus musicaux. En effet, un financement plus large, impliquant tout l'écosystème musical, apporterait une première réponse à l'objectif de consolidation et de pérennisation du CNM. Cette nouvelle contribution pourrait être assise sur la part du chiffre d'affaires issue de la musique des acteurs de l'inter-

net (services de streaming par abonnement, fournisseurs de services de partage de contenus en ligne, réseaux sociaux) et viendrait alimenter les programmes de soutien du CNM.

#### Une véritable stratégie numérique doit être déployée pour la musique, en lien avec les professionnels de la filière

Il convient de s'assurer de l'intégration pleine et entière du secteur du spectacle vivant à des programmes nationaux et transverses de soutien à l'économie (France 2030, PIA 4), en mettant en place des dispositifs d'accompagnement renforcés.

Le numérique doit contribuer au financement de la création musicale.

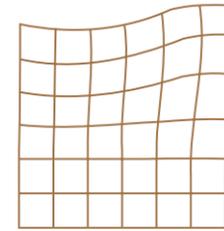


# Françoise BENHAMOU

FRANÇOISE BENHAMOU  
ÉCONOMISTE ET PROFESSEURE  
À L'UNIVERSITÉ SORBONNE  
PARIS NORD

« Le spectacle vivant a tout à gagner à s'investir dans le numérique. »

À l'occasion de la pandémie, les mouvements de numérisation de la culture se sont accélérés. Faut-il participer à ce mouvement, contribuer à son accélération ou au contraire tenter de le freiner ? Que doivent faire les pouvoirs publics ? Éléments de réponse avec Françoise Benhamou, spécialiste de l'économie de la culture, qui a notamment participé à la table ronde organisée par le PRODISS au Printemps de Bourges, en avril 2022, sur « Le live et le numérique, où en serons-nous dans 5 ans ? »



**Quels sont les liens aujourd'hui entre numérique et culture ? Quelles sont les spécificités pour le spectacle vivant ?**

Le numérique apporte à la fois le pire et le meilleur. Avec le numérique, vous pouvez repousser les murs de la salle, vous donnez la possibilité à des personnes qui sont à l'autre bout du monde de suivre un spectacle. En même temps, l'expérience n'est pas la même, elle peut même parfois être fortement dégradée. Il y a une inquiétude légitime à ce que les pratiques physiques soient cannibalisées par le numérique mais je n'y crois pas. Justement parce que, dans le spectacle vivant, il y a nécessairement quelque chose de vivant, que le numérique ne parvient pas à restituer.

**Quel équilibre trouver entre les acteurs technologiques et les acteurs historiques du spectacle vivant ?**

Je suis persuadée qu'aller à l'encontre de ces mouvements est la pire des choses. C'est ce qui a été fait au départ par l'industrie de la musique enregistrée, ce qui était une erreur. Il faut chercher à comprendre ces mouvements. J'ai beaucoup travaillé sur les NFT dans le marché de l'art. On voit qu'il faut d'abord établir des règles et se prémunir des mouvements spéculatifs, mais que de nouvelles pratiques culturelles se mettent en place qui peuvent apporter des éléments positifs, par exemple de nouvelles possibilités d'accès ou de découverte des œuvres.

L'enjeu est d'enrichir le contenu numérique. Si on se contente de transposer le monde physique en moins bien, cela ne fonctionnera pas. Par exemple, si vous assistez à un concert, on peut imaginer donner accès à des extraits d'autres concerts du même artiste. Il s'agit de faire des incursions dans d'autres univers. On est encore

au début de l'histoire sur ces sujets-là. Il faudra encore du temps, des compétences et c'est possiblement coûteux. Mais il me semble que le spectacle vivant a tout à gagner à s'investir dans le numérique.

**À quoi peut ressembler la stratégie de la filière pour le numérique ?**

Les modèles économiques du physique et du numérique ne peuvent pas être les mêmes. La rentabilité arrive très tard dans le numérique, c'est par tâtonnements successifs que l'on pourra trouver les bons modèles et générer des recettes. L'accompagnement économique des pouvoirs publics est donc déterminant. Il faut aussi un accompagnement « juridico-économique ». Aujourd'hui, quand elle réalise une captation, l'entreprise qui produit doit répondre aux critères du CNC pour bénéficier des aides à la production. Or, les producteurs de spectacles, par définition, ne sont pas des producteurs d'œuvres audiovisuelles. Il faut donc faire évoluer ce cadre réglementaire. Les pouvoirs publics doivent être convaincus de l'importance du *livestream* et doivent mettre en place ce double accompagnement.

**Que pensez-vous des propositions du PRODISS sur le droit de propriété intellectuelle pour le producteur de spectacles ou la contribution sur le streaming pour financer le CNM ?**

Ce sont de bonnes idées. Si les *livestreams* doivent se multiplier à l'avenir, les producteurs de spectacles doivent aussi être rémunérés. Aujourd'hui il y a une propension à ce que l'argent pris sur la taxation des GAFAM aille plutôt à l'image animée, c'est-à-dire au CNC. Je pense qu'il doit servir l'ensemble des filières culturelles. L'idéal serait qu'une partie des aides du CNC puisse aller vers la filière musicale ou qu'une partie des revenus issus de la taxation des GAFAM aille vers le CNM. Pas parce que ces entreprises sont riches, mais surtout parce qu'elles prélèvent une partie des revenus des industries culturelles et qu'elles doivent donc en restituer une partie pour financer la création. Par

ailleurs, depuis sa création, le CNM a plus que montré son utilité et sa nécessité. Il faut désormais en conforter les revenus.

**Comment voyez-vous les années à venir ?**

Certaines tendances fortes vont s'accroître. L'importance de l'offre festivalière par exemple qui permet de « consommer » sur une durée très courte beaucoup de spectacles qui correspondent à ses goûts. C'est un mode de consommation qui continuera de se développer. Je pense aussi que le paysage sera de plus en plus concurrentiel. Cela implique qu'on réfléchisse à créer des offres adaptées aux goûts et aux moyens financiers des publics auxquels on entend s'adresser. Enfin, je crois que le *livestream* sera un débouché important du spectacle vivant. C'est une offre complémentaire qui est amenée à se développer fortement, qui trouvera son modèle économique, et qui s'étendra au profit d'entreprises non nationales si nous ne montons pas dans ce train dès son démarrage. Le monde culturel l'a appris à ses dépens : grâce à ce que les économistes désignent par des effets de réseaux (plus il y a de monde sur un réseau, plus il est attractif) et des économies d'échelle quasi-infinies (plus il y a de monde sur un réseau, plus la valeur de ce réseau s'accroît et cela quasi infiniment), le premier arrivant a toutes les chances d'éliminer ses concurrents. En d'autres termes, si vous ne vous êtes pas lancé à temps, vous n'avez presque aucune chance de réussir à entrer dans un marché tel que celui du *livestream*. Il ne faudrait pas, une fois encore, se désoler dans quelques années d'avoir laissé ce marché aux géants du numérique et de l'industrie musicale.



# ENJEU N°5

## Accroître l'attractivité de la musique, et de ses métiers, à tout âge.

### AU PRÉSENT



Les Français sont profondément attachés à la musique et au spectacle vivant. Avant la crise sanitaire, selon le Baromètre du Live d'Harris Interactive pour le PRODISS (octobre 2019), 41 % d'entre eux déclaraient voir un concert ou un spectacle d'humour au moins une fois par an. Selon l'étude Ifop réalisée pour le PRODISS en juin 2022, 87 % des spectateurs réguliers ont ressenti un manque lors des périodes de confinement et de restrictions. Le *live* reste par ailleurs l'expérience du concert privilégiée pour 53 % des Français, loin devant la télévision ou les plateformes et réseaux sociaux.

En dépit de ce lien fort avec les Français, le secteur du spectacle vivant fait aujourd'hui face à des difficultés de recrutement, tant pour les emplois intermittents que pour les emplois permanents, et notamment pour les postes administratifs et les fonctions support, essentiels à la structuration des entreprises du spectacle vivant. À l'occasion de la pandémie (et malgré les aides de l'État et les efforts des employeurs), de nombreux salariés, permanents ou intermittents, ont décidé de se reconverter et de quitter le secteur.



### AU FUTUR

#### Un travail nécessaire sur l'attractivité du secteur et l'offre de formation

Ces difficultés, nouvelles pour une filière historiquement attractive avec bien souvent des « métiers-passion », rendent nécessaire un travail sur l'attractivité des emplois du secteur et le renforcement des offres de formation tout au long de la vie. Cette offre de formation (formation initiale et formation tout au long de la vie) doit être adaptée aux enjeux, aux besoins, et permettre à tous les profils de trouver leur place. C'est un sujet de réflexion à long terme qu'il est urgent d'ouvrir avec les professionnels et les pouvoirs publics, avec notamment une réflexion sur l'adaptation des critères de régulation de l'opérateur France compétences aux spécificités du secteur.

En parallèle, le secteur du spectacle vivant doit être accompagné dans le recrutement de nouveaux profils et de nouveaux postes en lien avec les grands enjeux de notre époque, comme celui du développement durable. Si les entreprises souhaitent recruter dans ce domaine, cela implique des investissements qui nécessitent un « coup de pouce ». Ainsi, une aide à l'embauche pourrait être mise en place via le FONPEPS (le Fonds national pour l'emploi pérenne dans le spectacle).

#### Une politique ambitieuse et concrète en matière d'éducation artistique et culturelle (EAC)

Au-delà des travaux à mener sur l'attractivité et la formation, l'éducation à la musique doit également faire l'objet d'une réflexion approfondie, pour continuer à entretenir ce lien des Français avec la musique. Ce lien doit être consolidé dès l'école, notamment en renforçant l'apprentissage de la musique à tout âge. Mais il faut aussi rapprocher les enfants des artistes, en permettant à tous de se familiariser avec les œuvres et en donnant davantage de place aux programmes éducatifs autour de la musique au sein du service public audiovisuel.



“ Il faut renforcer l'apprentissage de la musique à tout âge. ”



# Thierry TEBOUL

THIERRY TEBOUL  
DIRECTEUR GÉNÉRAL  
DE L'AFDAS



**« Le secteur doit être capable de se fédérer, c'est un sujet d'avenir qui doit être posé sur la table au même titre que l'avenir de l'aéronautique ou d'autres secteurs d'activité qu'on met plus souvent en avant. »**

Agréé par l'État pour accompagner les professionnels et les entreprises du secteur de la culture, dans la montée en compétences des premiers et les problématiques d'emploi et de formation des secondes, l'Afdas est à la manœuvre aujourd'hui pour renforcer les offres de formation et accroître l'attractivité des emplois du secteur. Des missions cruciales pour aider le secteur à se transformer, comme l'analyse Thierry Teboul, directeur général de l'Afdas.

**Quels sont les nouveaux enjeux du spectacle vivant en matière d'emploi, comment renforcer l'attractivité d'activités qui sont souvent des « métiers-passion » particulièrement exigeants ?**

Le modèle économique du spectacle vivant traverse de grandes mutations. L'un des enjeux majeurs de la filière concerne la montée en compétences et la professionnalisation est l'une de nos priorités. Ensuite, nous promouvons les métiers émergents, en orchestrant une nouvelle offre de formation en adéquation avec les attentes des professionnels. Sur des métiers en expansion, tels que ceux liés au développement de l'activité économique et de la billetterie, ou encore le métier de technicien qui ne cesse de se digitaliser, nous veillons à challenger les organismes de formation. D'où l'importance de la veille stratégique à l'Afdas, poste d'observation privilégié de l'évolution des compétences et des besoins des entreprises. Le troisième enjeu est la problématique des

métiers en tension : si l'univers du spectacle vivant reste attractif, l'appétence pour la filière a un peu diminué après la crise sanitaire, marquée par de nombreux stop and go qui ont pu décourager certains professionnels et renforcer leur sentiment de précarité. Nous assistons aujourd'hui à ce qui ressemble à une crise des vocations... À nous de trouver les bons leviers pour attirer de nouveaux profils, via des stratégies innovantes et plus de diversité sociale. Au-delà de la dimension passion qui portait jusqu'alors ces métiers, il faut pouvoir se projeter dans un parcours professionnel clairement balisé, en s'attaquant de front à des questions telles que celle de l'équilibre vie professionnelle-vie personnelle. Enfin, le dernier enjeu est celui de l'élargissement du recrutement à de nouvelles populations dites « empêchées » ou qui ne franchissent pas le pas pour des raisons de handicap, de discrimination sociale ou de genre.

### Quels sont les besoins spécifiques de formation pour le spectacle vivant ?

Il faut distinguer l'artistique de la technique avec, d'un côté, la question de comment entretenir sa capacité de création *via* des expériences de formation, et de l'autre les métiers techniques qui exigent des mises à jour sur de nouvelles pratiques, de nouveaux outils. Dans le champ des compétences transverses, l'un des sujets prioritaires aujourd'hui est celui de la professionnalisation du management. Cela implique d'aller sur le terrain des violences et du harcèlement sexiste ou sexuel, afin que soit pris en compte ce type de prévention, ainsi que les risques psychosociaux, dans le management. L'autre domaine sur lequel nous accompagnons les entreprises est la transition écologique, *via* une offre qui acculture progressivement les équipes à la mise en œuvre de démarches vertueuses en matière d'environnement. Autant de critères d'attractivité très regardés aujourd'hui par les professionnels du spectacle vivant.

### Comment mieux anticiper les bouleversements futurs du secteur ?

L'observation prospective de l'emploi compte parmi les missions de l'Afdas. Nous incitons les entreprises à se projeter en termes de ressources humaines, à cartographier les emplois et compétences futurs, ce qui n'est pas évident dans un milieu où l'on ne sait pas toujours de quoi demain sera fait... Nous veillons aussi à rappeler dans quelle mesure le secteur contribue à l'économie : quand un festival n'a pas lieu, tout l'écosystème de l'événement est impacté. Il y a un sujet de cohésion sociale derrière, de création d'emplois directs et indirects, qui constitue un sujet de dialogue avec les pouvoirs publics. Enfin, pour sensibiliser très tôt à l'attractivité des métiers du spectacle vivant et susciter des vocations, l'Afdas pourrait également devenir demain un opérateur de l'orientation professionnelle des jeunes. Dès lors, il incombera à l'Afdas de promouvoir ces métiers, de mettre en scène le caractère

durable et responsable du secteur, avec un storytelling qui corrige l'image de précarité liée à ces métiers. Un dernier levier d'anticipation : l'apprentissage. En France, on est passé d'environ 400 000 à 700 000 apprentis, et cette formation initiale est devenue une modalité pédagogique pour acquérir un diplôme. L'Afdas propose de nouveaux modèles à décliner, comme un nouveau CFA pour les métiers de la danse et un nouveau CFA pour les métiers du cinéma, avec des groupements d'employeurs qui embauchent les apprentis sur les tournages, ce sont là de véritables territoires de conquête pour la culture.

### Quelle est votre vision pour l'avenir ?

La crise a montré le degré de dépendance économique du secteur. Pour un opérateur comme l'Afdas, la question est de savoir si le secteur va être capable de se fédérer pour mener des opérations de promotion commune, notamment autour de l'impact sociétal et économique de la culture en France. C'est un sujet d'avenir qui doit être posé sur la table au même titre que l'avenir de l'aéronautique ou d'autres secteurs d'activité qu'on met plus souvent en avant. On doit être fiers de la manière dont la culture contribue à la cohésion économique et sociale du pays : si, demain, la culture veut continuer de démontrer son utilité politique, économique et sociale, ses acteurs vont devoir plus se fédérer. L'Afdas et le PRODISS pourraient y contribuer, en co-construisant des programmes de formation et en incitant à mieux partager les compétences, en dehors de toute logique de compétition.

## L'AFDAS EN QUELQUES MOTS

En tant qu'opérateur de compétences (OPCO) des secteurs de la culture, des industries créatives et des industries récréatives (médias, sport, tourisme, loisirs, divertissement, mais aussi communication et télécommunications), l'Afdas propose à la fois de l'ingénierie pédagogique et financière (notamment pour monter des projets de formation), de l'appui conseil aux entreprises (notamment auprès des petites structures) et de la veille stratégique pour le compte des 33 branches dont elle a la charge – dont le spectacle vivant. Au fil du temps, l'Afdas est également devenu « le DRH des intermittents du spectacle » mais aussi une organisation d'accompagnement des salariés permanents de ces structures. Parmi ses autres missions prioritaires, l'opérateur œuvre à vulgariser les problématiques de formation et à faciliter leur accès pour ces publics. Sur l'ensemble de ses missions, l'Afdas continue de creuser le sillon des innovations sociales qui constitue son ADN depuis sa création en 1972.

<https://www.afdas.com/>

“ La culture contribue à la cohésion économique et sociale du pays. ”



# Frédéric

# OLIVENNES



FRÉDÉRIC OLIVENNES  
DIRECTEUR GÉNÉRAL  
D'AUDIENS

## AUDIENS EN QUELQUES MOTS

Audiens a été créé par les partenaires sociaux de trois grands secteurs professionnels : le spectacle vivant, le spectacle enregistré (cinéma-production musicale et audiovisuelle, TV...) et la presse écrite. C'est une structure à but non lucratif dont la mission est d'une part d'apporter le meilleur rapport qualité/prix en matière de protection sociale complémentaire à ses bénéficiaires ; d'autre part, de réserver des budgets à l'accompagnement social de publics fragilisés (par un événement individuel ou par une crise collective comme celle de la Covid-19). Par ailleurs, Audiens gère dans l'intérêt collectif la Caisse des Congés des intermittents du spectacle. Conjoncturellement, notre objectif est de maintenir la compétitivité tarifaire des solutions santé-prévoyance d'Audiens dans un contexte où de nombreux éléments viennent en modifier le modèle économique, l'augmentation des dépenses de santé des assurés notamment, tout en modernisant notre relation-client.

[www.audiens.org](http://www.audiens.org)



« Dans le champ de la culture, les branches professionnelles ont construit des régimes complémentaires protecteurs... un atout en termes d'attraction des candidats et de fidélisation. »

Le système de protection sociale a permis d'absorber une partie du choc lié à la crise de la Covid-19 pour les salariés du secteur. Ce système, protecteur, doit continuer d'être renforcé et pérennisé. Il permettra ainsi de garantir l'attractivité des métiers du spectacle vivant, à l'heure où des difficultés de recrutement se font sentir partout dans l'économie. Explications de Frédéric Olivennes, Directeur général du groupe de protection sociale Audiens, spécialisé dans le secteur de la culture et des médias.

### Comment percevez-vous l'état du spectacle vivant à l'heure actuelle ?

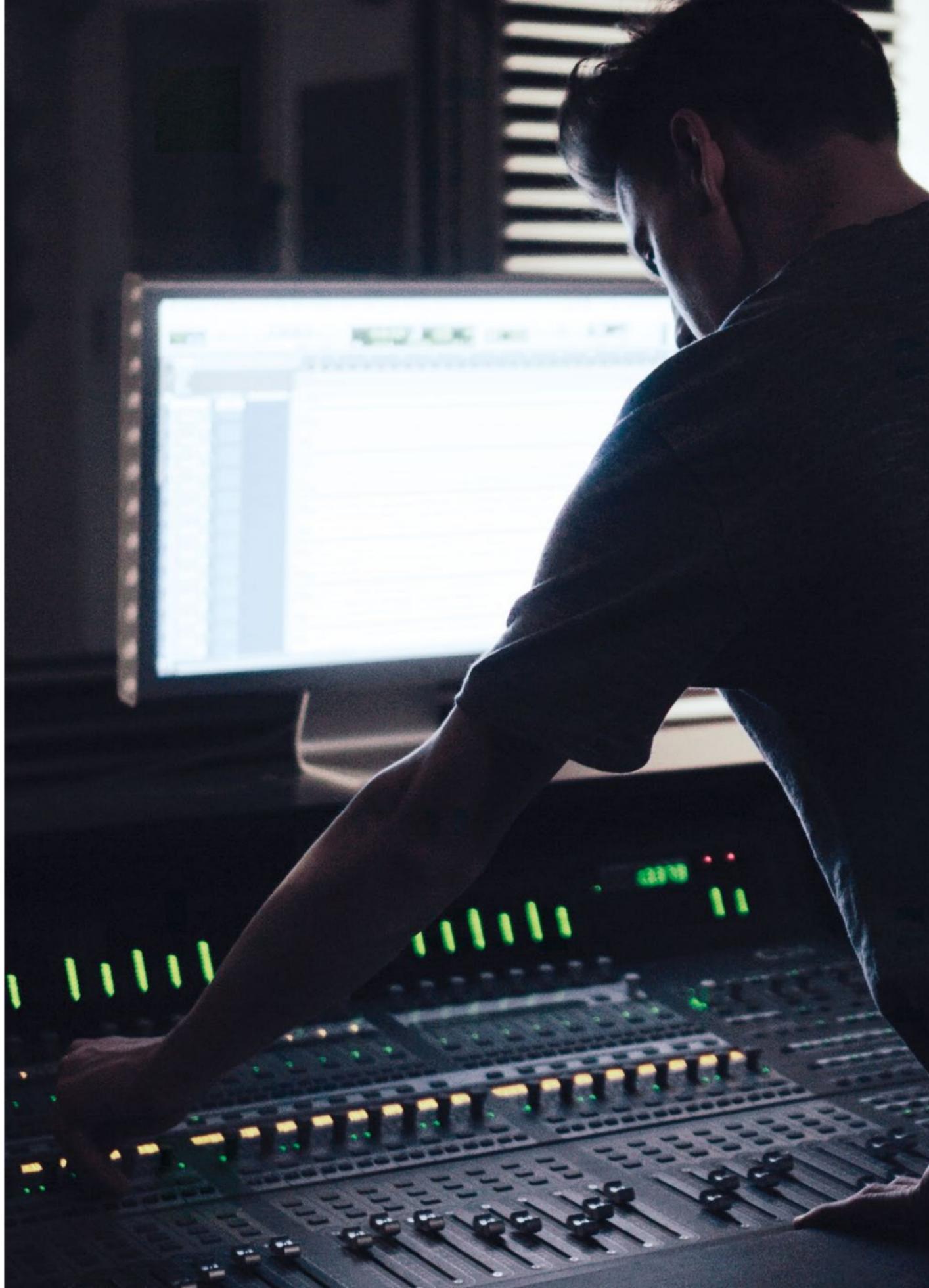
Le spectacle vivant est un domaine dans lequel il y a des contrastes : grands et petits acteurs ; spectacle vivant public et privé ; métiers divers (lieux de diffusion, producteurs, partenaires techniques...). C'est le

spectacle vivant privé qui a été le plus impacté par la crise de la Covid-19. Il y a encore de vraies interrogations sur la capacité du secteur à retrouver les niveaux de fréquentation du public d'avant crise.

Même si aujourd'hui nous ne constatons pas d'impact majeur sur l'emploi permanent de nos affiliés, la crise a renforcé le questionnement sur l'évolution des usages. Y a-t-il eu, sous l'effet de la crise, un transfert durable entre le goût du spectacle vivant et les usages digitaux à la maison ? Il faudra probablement mettre en place des démarches collectives pour redonner le goût du spectacle vivant au public.

La crise aura par ailleurs permis de confirmer à quel point le système de l'intermittence du spectacle est précieux. En effet, avec les aides de l'État, l'arrêt du recours à l'intermittence, suite à la suspension des activités culturelles, a donné aux entreprises du monde du spectacle la capacité de surmonter la crise.

# La crise a renforcé le questionnement sur l'évolution des usages.



## En particulier, que pensez-vous des tendances en termes d'emploi et d'attractivité du secteur ?

Entre janvier et mai 2022, les niveaux d'emploi permanent et intermittent du spectacle vivant ont dépassé les niveaux de 2019. Dans le détail, c'est la musique qui tire le secteur. Mais il reste un vrai problème sur l'emploi des plus jeunes, qui reste inférieur aux niveaux d'avant la crise. Néanmoins, dans le champ de la culture, les branches professionnelles ont construit des régimes sociaux très protecteurs, si on les compare à d'autres industries. C'est le signe d'un patronat responsable et un atout en termes d'attraction et de rétention des candidats. En effet, tous les recruteurs de nos branches me confirment que ces derniers regardent de plus en plus le package de protection sociale offert par les entreprises.

## Quel soutien Audiens a-t-il apporté aux professionnels pendant la crise ?

Durant la crise, Audiens a connu une explosion des demandes d'aides individuelles. Pour ce qui concerne nos activités d'accompagnement vis-à-vis des publics fragilisés nous avons l'habitude d'accompagner trois à quatre mille personnes par an. Sur les années 2020-2021 ce chiffre est monté à vingt mille. Ces aides ont notamment concerné les intermittents non couverts correctement par l'année blanche (une partie des sommes provenait des réserves d'Audiens et une majeure partie de l'État ou de dons d'entreprises privées comme Netflix).

Nous avons également accordé des délais de paiement importants à toutes les entreprises qui en faisaient la demande, pour assumer leurs cotisations sociales (notamment pour ce qui concernait les cotisations de retraite complémentaire). Nous sommes actuellement en phase de recouvrement des cotisations, et cela se passe globalement très bien.

## Comment anticiper au mieux les bouleversements futurs pour le secteur ?

La réalité virtuelle, avec ses impacts pour le secteur de la culture, est un axe des plans de relance France 2030. Je suis certain que les professionnels du PRODISS réfléchissent en ce moment à la manière d'utiliser ces nouvelles technologies – immersives, augmentées... – pour les appliquer au *live*. Pour cela, il leur faudra des professionnels ayant des compétences nouvelles. Il y a donc là aussi des choses à faire en matière de formation et d'attractivité à l'égard de ces talents.

De notre côté nous poursuivons et approfondissons la transformation digitale d'Audiens pour simplifier la vie de nos assurés. Par exemple, avec la mise en place pour nos assurés de simulateurs de remboursements dans des domaines complexes comme l'optique ou le dentaire. Enfin notre application mobile pour gérer ses frais de santé est au meilleur niveau du marché.

## Quelle vision pour l'avenir ?

Notre rôle sera d'être force de proposition, mais aussi d'être à l'écoute des réflexions du PRODISS, pour innover dans le champ de la protection sociale complémentaire et ainsi permettre aux entreprises adhérentes du PRODISS d'attirer et de fidéliser les talents.

Pour les salariés permanents, on peut, par exemple, réfléchir à une manière de davantage les aider à surmonter les situations d'« aidance » des plus âgés, dans un contexte de vieillissement de la population. Pour les intermittents, l'enjeu est de consolider le système existant. Par exemple, la partie complémentaire santé et prévoyance des intermittents repose sur une « sur-solidarité » patronale, les entreprises contribuent à un fonds qu'il faudra consolider... car par définition la part patronale des cotisations de l'intermittence est « intermittente ».

# ENJEU N°6

## Relever le défi de la transition écologique



### AU PRÉSENT

**Des enjeux devenus très concrets, dans un contexte critique**

Que l'on songe aux annulations face aux effets directs du dérèglement climatique ou à l'accélération de la crise énergétique, notre secteur fait face à un présent collectif de plus en plus bouleversé, dans lequel les enjeux environnementaux prennent une place grandissante. Au sein des entreprises elles-mêmes, dont les dirigeants comme les salariés sont les premiers à être convaincus que leur activité doit devenir plus écoresponsable (voir notre enquête, dont les chiffres clés sont présentés en pages 56 et 57), mais aussi dans les préoccupations du public et les exigences institutionnelles. Or c'est au cœur d'une reprise dont les conditions demeurent critiques qu'il nous faut répondre à cette nécessité d'adaptation et de transformation ; et en trouvant notre chemin parmi une foule d'injonctions discordantes, de débats, d'acteurs et d'équations à plusieurs inconnues.

**Une conscience et une volonté qui doivent être épaulées**

Ainsi appelées comme tous les acteurs économiques à interroger leurs pratiques, nos entreprises savent qu'elles doivent faire leur part et relever le défi organisationnel, économique et social de rompre avec les habitudes du « *business as usual* ». Elles savent devoir se réinventer pour composer ensemble la réponse la plus juste à ces enjeux. Elles savent que trier les déchets ne suffit plus, que bannir les bouteilles en plastique n'est plus un effort louable mais une question de conformité légale et qu'il n'est pas d'action pertinente et calibrée sans mesure d'empreinte. Nombreuses sont celles qui ont ouvert la voie, et plus nombreuses encore celles qui sont prêtes à leur emboîter le pas. Mais pour aller plus vite et plus loin, elles ne peuvent le faire seules, ni à marche forcée.

« Trier les déchets ne suffit plus. »

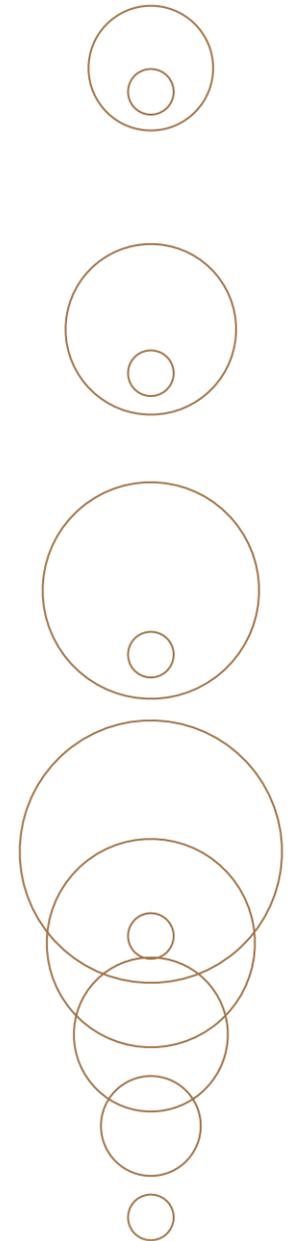
### AU FUTUR

**Continuer de mobiliser et d'irriguer notre écosystème d'acteurs**

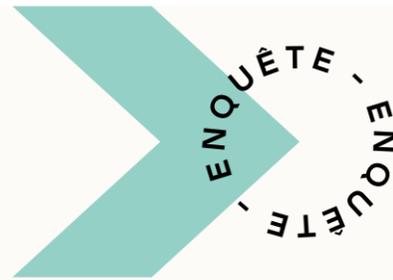
Le PRODISS œuvre à développer les capacités d'action de tous ses adhérents en mobilisant des acteurs clés et en dialoguant avec eux pour agir sur les besoins premiers que sont l'information, la formation, les outils, la coordination et les financements. Ces acteurs-clés sont d'abord les adhérents eux-mêmes, qui partagent leur engagement et leur expérience, mais aussi les autres réseaux, avec qui mener une réflexion sectorielle sur les enjeux et les moyens (notamment le Syndicat national du théâtre privé (SNDTP), le Syndicat national des cabarets, music-halls & lieux de création (CAMULC), le Syndicat des Musiques Actuelles (SMA), la Fédération des lieux de musiques actuelles (FEDELIMA)), et tous les acteurs publics ou privés à même de contribuer à outiller nos entreprises, dont le CNM, l'Afdas, les cabinets de conseil, les porteurs d'alternatives, les associations qui agissent localement depuis de nombreuses années, comme les membres du réseau R2D2, ou les collectifs plus récemment formés comme ARVIVA ou STARTER.

**Réussir l'équilibre entre juste accompagnement et responsabilité individuelle**

Se saisir de l'enjeu environnemental doit aussi inciter nos adhérents à ne pas se laisser dicter de nouvelles modalités de travail, et à agir pour les anticiper et les construire, forts de leur raison d'être. Or demander ce recul et ce temps à des entreprises fragilisées et inquiètes est plus qu'un défi. C'est pourquoi nous serons attentifs à ce que les politiques publiques persévèrent dans l'accompagnement : pour que les professionnels actuels et à venir soient massivement formés, pour que les programmes de soutien à la transition écologique soient adaptés à notre secteur, pour qu'ils restent concertés et qu'ils servent l'emploi. Nous devons enfin être associés à l'élaboration des critères d'appréciation des actions de nos entreprises en faveur de la transition écologique car ils ne manqueront pas de revêtir une force normative ; et participer à l'émergence d'outils de mesure d'impacts accessibles et ajustés aux réalités de nos entreprises et de nos activités, pour permettre des arbitrages individuels et collectifs mieux informés. Sans oublier d'agir auprès de nos adhérents pour qu'ils se saisissent des dispositifs existants et à venir.



# Les adhérents du PRODISS & l'écoresponsabilité en 2022



## Principaux résultats

### Méthodologie :

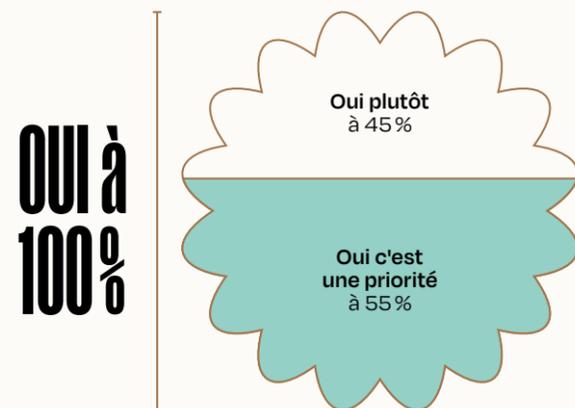
- Enquête réalisée par questionnaire en ligne auprès des adhérents du PRODISS en avril 2022.
- 141 répondants, soit 36 % des adhérents représentant les quatre métiers (producteur, diffuseur, exploitant de salles, organisateur de festivals) et 51% de leur chiffre d'affaires cumulé en 2019.

Enquête à retrouver en intégralité sur le site du PRODISS dès sa publication.

## Des dirigeants convaincus : une base solide pour l'action

À l'unanimité, les dirigeants adhérents pensent que **le spectacle vivant doit devenir plus écoresponsable**.

Pour 7 de ces dirigeants sur 10, la conviction est **la principale motivation pour agir**, loin devant l'opportunité ou la contrainte.



**Question :** Pensez-vous que le spectacle vivant doit devenir plus « écoresponsable » ?



**Question :** Quelle est (ou quelle serait) votre motivation principale pour adapter votre entreprise à ces enjeux ?

## Une connaissance des impacts pour l'environnement et des risques pour les entreprises à approfondir

Un peu moins d'un quart des entreprises adhérentes ont déjà évalué **leur impact environnemental**, mais les initiatives devraient se multiplier dans les 2 prochaines années.

Si la grande majorité des entreprises a déjà identifié **des risques liés aux sujets environnementaux**, un quart d'entre elles doivent encore initier cette réflexion.



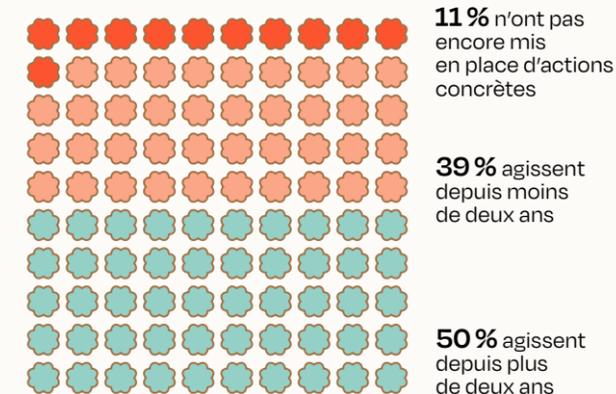
**Question :** Parmi ces cadres d'aide à la priorisation ou au suivi de l'action, lesquels votre entreprise a-t-elle déjà mis en œuvre, ou prévoit-elle de mettre en œuvre dans les deux ans ? Réponses aux items « bilan carbone » et « diagnostic ou auto-diagnostic environnemental ».

**Question :** Des risques liés aux sujets environnementaux ont-ils été identifiés par et pour votre entreprise ?

## De premières démarches à intensifier et à mieux cibler

1 entreprise adhérente sur 10 n'a pas encore enclenché **d'action concrète**.

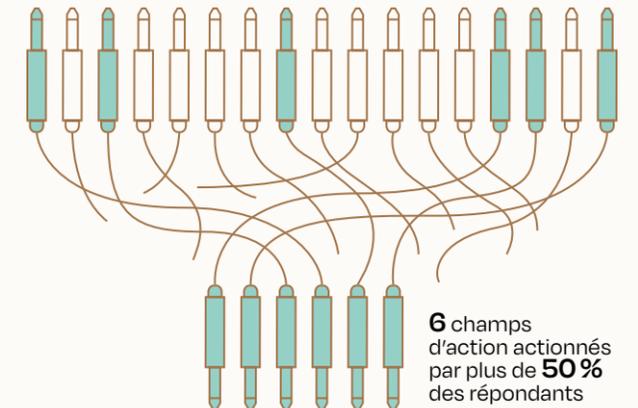
Une autre marge de progression concerne **la palette d'actions mises** en œuvre.



**Question :** Votre entreprise a-t-elle mis en place des actions concrètes pour limiter son impact environnemental ?

**Si oui :** la mise en œuvre de ces actions concrètes est-elle récente ?

17 champs d'action identifiés au total dans le questionnaire



Les plans d'actions pourraient s'étoffer mais également être mieux ciblés lorsque les entreprises auront mieux identifié **leurs impacts et leurs risques**.



# Charles GACHET- DIEUZEIDE

**CHARLES GACHET-DIEUZEIDE**  
CO-FONDATEUR,  
SECOYA ÉCO-TOURNAGE

Première agence de conseil spécialisée dans l'application de stratégies RSE aux productions audiovisuelles, Secoya a été créée par deux régisseurs en 2018 pour que les enjeux environnementaux et sociaux soient mieux intégrés sur les tournages et progressivement dans la conception même des films. Depuis quatre ans, ces entrepreneurs dotés d'une forte expérience de terrain alertent sur l'urgence d'une transformation profonde et conçoivent des outils pour y concourir. Rencontre inspirante et tonique avec Charles Gachet-Dieuzeide.

**« Il faut que tout le monde se structure, de la plus petite à la plus grosse production, et qu'on réinvente une façon de produire. »**

**Pouvez-vous présenter Secoya Éco-tournage ?**

J'ai créé Secoya avec mon associé Mathieu Delahousse il y a 4 ans, après des débuts en production audiovisuelle et une carrière sur les plateaux de tournage comme régisseur. Quelque temps après un long séjour aux États-Unis où des initiatives commençaient à cartonner alors qu'en France il ne se passait encore rien, j'ai eu la chance de travailler sur un long métrage dont le réalisateur m'a donné carte blanche pour que son film soit écoresponsable. Ça a été une série d'échecs plutôt cuisants pour tout ce que j'essayais de mettre en place ! Mais j'en suis sorti en me disant qu'il y

avait quelque chose à faire et que ce sujet exigeait de la préparation et des stratégies. Tu ne peux pas arriver le matin et mettre trois gobelets, ça ne marche pas. J'ai donc décidé d'appliquer la RSE aux tournages, mais avec une vision très opérationnelle. Le changement ne peut pas non plus être dicté par des gens qui n'ont jamais mis les pieds sur le terrain et qui confient la stratégie bas-carbone au stagiaire ! On a d'abord monté une boîte de location de matériel, dans un esprit d'économie circulaire, puis on a commencé les « écotournages » avec Secoya. Aujourd'hui on a « fait » plus de 120 films.

**Vous accompagnez les productions depuis 2018, quelle évolution constatez-vous ?**

Quand on a commencé, on était des ovnis : personne ne voulait nous financer ou nous embaucher, on entendait partout que ça ne marcherait pas. La première année a donc été compliquée. On a fait beaucoup de conférences pour essayer d'évangéliser le marché, ce qui est très difficile dans un milieu qui ne veut pas changer. Qu'il s'agisse de l'environnement, des heures supplémentaires, de la parité, des minorités, des personnes en situation de handicap... il n'y a pas tant une absence de « conscience » qu'une difficulté à remettre

en question ce qui est sur des rails depuis des années. Mais certains se sont dit qu'un train passait et qu'il fallait monter dedans, car ceux qui le regarderaient partir étaient « morts ».

En 2021, il y a eu une explosion des projets : les gens avaient eu du temps pour réfléchir pendant le Covid, le marché était de plus en plus mature et le CNC a annoncé son plan « Action ! ». Donc ça s'est répandu. Avec un revers à la médaille : plein de gens se sont dit qu'ils pouvaient agir seuls et sont nés les fameux directeurs-stagiaires-RSE à qui on demande de trier les poubelles pour pouvoir communiquer...

Au début, on formait pour chaque film un « éco manager » qui devenait le garant opérationnel de la démarche. Puis on a cherché comment accompagner de plus en plus de monde et on a entamé un virage digital en créant deux outils, le SecO2 et le Secoset. Le premier automatise l'estimation carbone en amont pour sensibiliser à la mesure d'impact, et comportera très vite une partie bilanciale. Le second est un outil de pilotage RSE qui permet de structurer la démarche. On a été audités par le CNC et d'ici la fin d'année on pourrait devenir un des outils de référence sur l'estimation et sur le bilan carbone.

Au final, tout est en train de bouger : ceux qui arrivent ont une vision qui correspond à la transformation du monde, et de notre côté, l'idée est de rendre les productions quasi autonomes avec nos outils, même si on ajoute de l'accompagnement sur les gros projets ou pour ceux qui partent de loin. Le but est qu'ils puissent être formés et qu'ils se responsabilisent pour que cela devienne intrinsèque à leur fonctionnement.

### Quel est l'enjeu désormais ?

Le tiercé est vraiment *sensibilisation, formation, action*. La sensibilisation vise la compréhension des enjeux : tout le monde doit faire du changement une priorité et comprendre que la transformation ça n'est pas demain ou maintenant, c'était il y a dix ans qu'il fallait la faire. Ensuite il

faut très rapidement former à la fois les professionnels de demain et les gens qui sont en train d'agir aujourd'hui. Comment se fait-il qu'il n'y ait pas des modules absolument obligatoires dans toutes les écoles de cinéma ou de musique ? Ça devrait être intégré à la base de toutes les formations de régie générale, de direction de production, de décoration, de son... Ce qui veut dire former les enseignants, trouver des formateurs et le cadre pédagogique. Le troisième axe c'est l'action, en passant la seconde voire directement la huitième : il faut que tout le monde se structure, de la plus petite à la plus grosse production, et qu'on réinvente une façon de produire. Du point de vue sectoriel, il faut absolument se transformer pour des enjeux environnementaux qui sont bien évidemment au cœur du problème, mais aussi pour des questions de compétitivité, y compris à l'international.

### Quelles difficultés faut-il collectivement dépasser ?

Quand le numérique est arrivé, les chefs opérateurs disaient « on n'arrêtera jamais la pellicule », aujourd'hui le numérique est partout. Quand on a vu les premiers drones, j'entendais « on ne remplacera jamais une prise de vue par hélicoptère », aujourd'hui plus un ne vole. Là c'est pareil. Demain on repensera aussi le scénario, on arrêtera d'envoyer des équipes à l'autre bout du monde pour une prise de vue de 10 secondes, on changera d'imaginaire. L'évolution est systémique. Pour les salariés comme pour les donneurs d'ordre, il va falloir se réinventer.

Or on demande à des gens de changer leur manière de travailler, de penser, d'écrire, mais ceux qui veulent la transformation ne donnent pas les outils. Il faut accompagner. Nous avec Secoya, mais aussi le CNC, le ministère de la Culture, l'Afdas, etc. Dire simplement à des gens qu'ils ne savent pas bien faire leur métier ne marchera jamais. Il faut les outiller pour que la transformation quotidienne se fasse plus en douceur, co-crée des stratégies avec eux, les aider pour qu'ils recalibrent et recâblent leur métier. Y compris avec des mécanismes financiers.

Je pense aussi qu'on n'arrive pas à aligner nos problématiques quotidiennes avec l'ampleur des enjeux. Si on veut une planète vivable, une société bien représentée et un monde juste, il faut des ambitions fortes. Il ne s'agit pas d'être complètement utopique, ça doit rester atteignable, mais il faut sortir de l'autoroute. Il faut réinventer les routes en se disant qu'on va toujours vers la même destination, qui est de faire vibrer les gens avec un concert ou un film, qui est d'avoir des business rentables, mais il va falloir changer des choses sinon le business va s'effondrer et on se retrouvera le bec dans l'eau. Or pour beaucoup d'entre nous, prendre les nationales paraît trop compliqué en addition des difficultés du quotidien. Il y a une responsabilité individuelle pour agir. Ceux qui disent on n'a pas les infos, c'est trop compliqué, on n'a pas le temps, on ne nous aide pas... doivent intégrer que le problème ne vient pas que des autres, et que sa résolution ne peut pas toujours reposer sur les autres. Il existe plein de manières de faire, plein de gens y arrivent. Mais ils choisissent, et choisir c'est renoncer. Quand je pars en vacances avec ma voiture électrique je renonce à un jour de vacances parce que je mets deux fois plus de temps... mais je découvre des petits restos et des supers paysages sur les nationales !

### Que diriez-vous au spectacle vivant ?

Je pense qu'on a une extrême similarité dans la temporalité de nos métiers. On pourrait faire des ateliers communs pour essayer de trouver des synergies et travailler tous ensemble en sortant des silos. Il serait intéressant de voir de manière très large ce qui se fait dans les Industries Culturelles et Créatives, qui est en avance, et comment mettre tout le monde au même niveau.

### Selon vous quel est le rôle d'acteurs comme le PRODISS ?

C'est bien sûr très compliqué. Les entreprises à qui on dit qu'elles doivent transformer entièrement leur manière de faire, comme si elles faisaient tout de travers depuis trente ans, attendent sans doute de leur organisation professionnelle qu'elle calme le jeu. D'autant qu'en termes économiques, de temps, et de RH ce sont de très gros dossiers à gérer, donc si vous leur demandez d'accélérer coûte que coûte elles peuvent avoir un sentiment d'abandon. Et en même temps, ceux qui doivent défendre leurs intérêts économiques doivent aussi porter la vision du coup d'avance !

Les organisations professionnelles doivent donc intégrer cette balance entre la protection immédiate de leurs adhérents, et le fait de porter une vision de transformation qui les protégera sur le long terme. Elles doivent faire preuve d'énormément de pédagogie et de compréhension, apporter une expertise et conseiller, mais aussi imposer de nouveaux éléments de normalisation que leur communauté suivra si elle est assez forte. Quitte à ce que certains s'en aillent.

“ Si on veut une planète vivable et un monde juste, il faut des ambitions fortes. ”



# Notre organisation

Notre organisation repose sur un socle composé de trois instances statutaires. Elles assurent avec fluidité le traitement des enjeux de l'ensemble des métiers qui les composent.

01.

## Le Bureau du PRODISS

Détermine les grandes orientations du syndicat, sous l'impulsion des huit élus et du Président issus des quatre comités métiers qui y siègent.

02.

## Les quatre comités métiers

Réfléchissent aux enjeux de leurs métiers et sont une courroie de transmission vers le Bureau et les adhérents.

03.

## Le PRODISS, un acteur des territoires

Coordination et transmission d'informations auprès des adhérents implantés en région ainsi qu'auprès des pouvoirs publics afin de promouvoir la visibilité du syndicat.

04.

## L'équipe permanente

Dirigée par Malika Séguineau. La Directrice générale élabore la stratégie en lien avec le Bureau et se charge de la mise en œuvre grâce à une équipe mobilisée au quotidien pour leurs adhérents.

# 01. LE BUREAU du PRODISS

## Composition

**OLIVIER DARBOIS**  
CORIDA  
Président du PRODISS

**AURÉLIEN BINDER**  
PLEYEL GESTION  
Vice-président du comité Salles et Trésorier

**SYLVIE LIOGIER**  
ZEN GESTION  
ZÉNITH DE SAINT-ÉTIENNE  
Déléguée du comité Salles

**GILLES PETIT**  
LITTLE BROS. PRODUCTIONS  
Vice-président du comité Producteurs

**ANGELO GOPEE**  
LIVE NATION SAS  
Délégué du comité Producteurs

**FRÉDÉRIC SAINT-DIZIER**  
LES PRODUCTIONS LABEL LN  
Vice-président du comité Diffuseurs

**JULIEN LAVERGNE**  
AZ PROD  
Délégué du comité Diffuseurs

**MARIE SABOT**  
WLG SAS - WE LOVE GREEN  
Vice-présidente du comité Festivals

**CHRISTOPHE DAVY**  
RADICAL PRODUCTION  
Délégué du comité Festivals

# 02. LES 4 COMITÉS métiers

## Comité Producteurs

**OLIVIER DARBOIS**  
CORIDA  
Président

**GILLES PETIT**  
LITTLE BROS. PRODUCTIONS  
Vice-président

**ANGELO GOPEE**  
LIVE NATION SAS  
Délégué

**CLOTAIRE BUCHE**  
JUNZI ARTS

**SOPHIE HAZEBROUCQ**  
RUQ SPECTACLES

**PIERRE-PASCAL HOUBEINE**  
FURAX

**OLIVIER POUBELLE**  
ASTERIOS SPECTACLES

**PIERRE-ALEXANDRE VERTADIER**  
DECIBELS PRODUCTIONS

## Comité Diffuseurs

**FRÉDÉRIC SAINT-DIZIER**  
LES PRODUCTIONS LABEL LN  
Vice-président

**JULIEN LAVERGNE**  
AZ PROD  
Délégué

**SYLVAIN BAUDRILLER**  
BLEU CITRON PRODUCTIONS

**OLIVIER CAUCHON**  
DIOGÈNE

**MAXIME DEMOUVEAUX**  
TU M'ÉTONNES PRODUCTIONS

**CLAIRE DENAY**  
D2P SPECTACLES

**CHARLOTTE GUIOT**  
ARACHNÉE CONCERTS

**RABAH HOUIA**  
SUD CONCERTS

## Comité Salles

**AURÉLIEN BINDER**  
PLEYEL GESTION  
Vice-président

**SYLVIE LIOGIER**  
ZEN GESTION  
ZÉNITH DE SAINT-ÉTIENNE  
Déléguée

**LAURENT BENTATA**  
STAGE ENTERTAINMENT

**CYRILLE BONIN**  
SAS TRANSMISSION  
LE TRANSBORDEUR

**LAURENT DE CERNER**  
L'OLYMPIA

**JESSICA MAGNANI**  
SPL OCCITANIE EVENTS  
SUD DE FRANCE ARENA

**RAPHAËLE PLASSE**  
PARIS LA DÉFENSE ARENA

**SÉBASTIEN VIDAL**  
LE DUC DES LOMBARDS

## Comité Festivals

**MARIE SABOT**  
WLG SAS - WE LOVE GREEN  
Vice-présidente

**CHRISTOPHE DAVY**  
RADICAL PRODUCTION  
Délégué

**DOMINIQUE DELORME**  
LES NUITS DE FOURVIÈRE

**MATTHIEU DUCOS**  
GARACA  
ROCK EN SEINE

**ARMEL CAMPAGNA**  
LIVE NATION FRANCE FESTIVALS

**PAUL LANGEAIS**  
MYSTER BLACK PRODUCTIONS  
FESTIVAL BEAUREGARD

**STEPHANE METAYER**  
ADAM CONCERTS

**MARIE RIGAUD**  
LE PRINTEMPS DE PÉROUGES

# 03. LE PRODISS, UN ACTEUR DES TERRITOIRES

Les adhérents du PRODISS sont présents sur tout le territoire : producteurs, diffuseurs, salles et festivals participent tous à la diffusion des spectacles et contribuent aux essors économique, social et culturel des territoires. Depuis 2020, le Bureau du PRODISS a souhaité nommer des délégués au sein des régions et en outre-mer, assurant ainsi une articulation dynamique entre les spécificités du spectacle vivant privé et les enjeux de politiques locales. S'agissant de la région Île-de-France, les référents sont les élus du Bureau.

Les délégués en région ont deux missions principales de coordination et de transmission d'informations :

- en interne vis-à-vis des adhérents implantés dans leurs régions, en étant un contact privilégié favorisant les échanges avec le syndicat ;
- en externe, vis-à-vis des pouvoirs publics (des élus de la région, des collectivités territoriales, des instances déconcentrées de l'État...), en remontant les informations locales au syndicat et en promouvant la visibilité du syndicat en région.

NOS DÉLÉGUÉS RÉGIONAUX :

## Auvergne-Rhône-Alpes

**CYRILLE BONIN**  
SAS TRANSMISSION  
LE TRANSBORDEUR

**CHARLOTTE GUIOT**  
ARACHNÉE CONCERTS

**SYLVIE LIOGIER**  
ZEN GESTION  
ZÉNITH DE SAINT-ÉTIENNE

## Bourgogne-Franche-Comté

**KARINE RIPERT**  
ZÉNITH DE DIJON

**JEAN-PAUL ROLAND**  
TERRITOIRES DE MUSIQUES  
LES EUROCKÉENNES DE BELFORT

## Bretagne

**YVES BARRE**  
CITEDIA-LE LIBERTÉ

**OLIVIER CAUCHON**  
DIOGÈNE

## Centre-Val de Loire

**JULIEN LAVERGNE**  
AZ PROD

## Grand Est

**CLAUDE-JEAN ANTOINE**  
NANCY JAZZ PULSATIONS

**FRÉDÉRIC SAINT-DIZIER**  
LES PRODUCTIONS LABEL LN

**SYLVIE CHAUCHOY**  
ZÉNITH DE STRASBOURG

## Hauts-de-France

**ARMEL CAMPAGNA**  
LIVE NATION FRANCE FESTIVALS

**FLORENT DECROIX**  
AGDL PRODUCTIONS

**MAXIME DEMOUVEAUX**  
TU M'ÉTONNES PRODUCTIONS

## Normandie

**PAUL LANGEAIS**  
MYSTER BLACK PRODUCTIONS  
FESTIVAL BEAUREGARD

**PATRICK LEUDIERE**  
PREMIER RANG

**SYLVIE DUCHESNE**  
ZÉNITH DE CAEN

## Nouvelle-Aquitaine

**CHRISTOPHE BOSQ**  
3C

**HAUDE HELLIO**  
LES FRANCOFOLIES DE LA ROCHELLE

**DAVID MOISON**  
ARKEA ARENA

**SEBASTIEN BELLEC**  
PEEL PRODUCTIONS

**SAMUEL VINCENT**  
SAS BELLE FACTORY

## Occitanie

**SOPHIE LEVY VALENSI**  
BLEU CITRON PRODUCTIONS

**JESSICA MAGNANI**  
SPL OCCITANIE EVENTS  
SUD DE FRANCE ARENA

**MARTINE VICERIAT**  
MONTPELLIER EVENTS  
ARENA DE MONTPELLIER

## Outre-mer

**JÉRÔME GALABERT**  
SAKIFO PRODUCTION

## Provence-Alpes-Côte d'Azur

**STÉPHANE MÉTAYER**  
ADAM CONCERTS

**RABAH HOUIA**  
SUD CONCERTS

**MARTIN D'ARGENLIEU**  
OM OPÉRATIONS  
ORANGE VÉLODROME

**SÉBASTIEN COSTAMAGNA**  
LE MAS DES ESCARAVATIERS

**GIL MARSALLA**  
DIRECTO PRODUCTIONS

**CORINNE ASSVAG**  
PALAIS NIKAIA

**DOROTHEE GAILLARD**  
L'USINE

## Pays de la Loire

**NICOLAS NANTILLET**  
O SPECTACLES

**JERÔME NICOLET**  
LE MUR DU SONGE

# 04. L'ÉQUIPE permanente

## Composition

**MALIKA SÉGUINEAU**  
DIRECTRICE GÉNÉRALE

**AMÉLIE LONJARET**  
ASSISTANTE DE DIRECTION  
EN CHARGE DES RELATIONS ADHÉRENTS  
a.lonjaret@prodiss.org

**ANNE-GAËLLE GEFFROY**  
DIRECTRICE DES ÉTUDES  
ET DES AFFAIRES ÉCONOMIQUES  
ag.geffroy@prodiss.org

**PAULINE AUBERGER**  
DIRECTRICE DES AFFAIRES JURIDIQUES  
p.auberger@prodiss.org

**NANCY MARQUENET**  
JURISTE CONFIRMÉE  
n.marquenet@prodiss.org

**CHRISTELLE ROUVEAU**  
RESPONSABLE ADMINISTRATIVE  
ET FINANCIÈRE  
c.rouveau@prodiss.org

**INÈS SIBAI**  
COMPTABLE  
i.sibai@prodiss.org

**LUCIE BRAGHINI**  
CHARGÉE DE COMMUNICATION  
l.braghini@prodiss.org

**TRISTAN CONNAN**  
CHARGÉ DE MISSIONS ÉTUDES &  
AFFAIRES ÉCONOMIQUES  
t.connan@prodiss.org

**JONATHAN BLANCHET**  
STAGIAIRE AFFAIRES PUBLIQUES  
j.blanchet@prodiss.org

**HERMINE PÉLISSÉ DU RAUSAS**  
CHARGÉE DE MISSION ÉCORESponsabilité & RSE  
hermine.pro@netcourrier.com

# MERCI A TOUS LES ADHÉRENTS MOBILISÉS.

Le PRODISS remercie  
chaleureusement



tous ses partenaires institutionnels  
ainsi que les nombreux adhérents  
solidaires et mobilisés  
au sein des différents organismes,  
pour représenter et défendre le  
spectacle vivant privé.

# Les mandats du PRODISS (au 30 juin 2022)

Le PRODISS siège au sein de 25 instances. Ces mandats lui permettent de vous représenter et de faire entendre votre voix. Retrouvez l'ensemble de ces instances classées par thématique.

## 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 DE LA MINISTRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION

#### SOUS-COMMISSION POUR L'OBSERVATOIRE DE L'EMPLOI

#### BUREAU

#### SOUS-COMMISSION DE L'EMPLOI DANS LES MUSIQUES ACTUELLES

**Représentante PRODISS :**  
Malika Séguineau | titulaire

# 01. SOCIAL

## Dialogue social

### CPPNI Commission paritaire permanente de négociation et d'interprétation

#### CPPNI PLÉNIÈRE ET RÉUNION DU COLLÈGE EMPLOYEURS

**Représentantes PRODISS :**  
Malika Séguineau, Pauline Auburger  
et Nancy Marquenet

### FESAC La Fédération des entreprises du spectacle vivant, de la musique, de l'audiovisuel et du cinéma, - Fesac - a été créée en avril 1998.



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 est trésorière de la Fesac.

### INSTANCES OÙ SIÈGE LE PRODISS

#### BUREAU

**Représentante PRODISS :**  
Malika Séguineau

#### CONSEIL D'ADMINISTRATION

**Représentante PRODISS :**  
Malika Séguineau

#### ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

**Représentante PRODISS :**  
Malika Séguineau

#### GROUPES DE TRAVAIL RELATIFS AUX QUESTIONS SOCIALES

**Représentantes PRODISS :**  
Malika Séguineau  
Pauline Auburger  
Nancy Marquenet

### COCT Conseil d'orientation des conditions de travail

Commission spécialisée relative à la prévention des risques physiques, chimiques, biologiques

**Représentante PRODISS au titre de la Fesac :**  
Nancy Marquenet (personnalité qualifiée)

### 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 | vice-présidente

### HCE Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes



Le Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes (HCE) créé en 2013 a pour mission d'assurer la concertation avec la société civile et d'animer le débat public sur les grandes orientations de la politique des droits des femmes et de l'égalité. Contribuant à l'évaluation des politiques publiques qui concernent l'égalité entre les femmes et les hommes, il peut notamment être saisi par le Premier ministre de toute question sur le sujet.

Le HCE est composé de personnalités nommées par le Premier ministre pour un mandat de 2 ans.

Par un arrêté du 17 mars 2022 (*Journal officiel* du 18 mars), au titre de la formation spécialisée en matière d'égalité professionnelle, pour la Fédération des entreprises du spectacle vivant, de la musique, de l'audiovisuel et du cinéma (Fesac), dont le PRODISS est membre, a été désignée :

Malika Séguineau (titulaire)

### 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 propositions au niveau national. La Fesac, dont le PRODISS est membre, est invitée à y siéger en tant qu'organisation multi-professionnelle.

**Représentants PRODISS (mandats FESAC) :**  
**Région PACA :** Matthieu Irlès (Mad In Event)  
**Département de la Corrèze :** Frédéric Lomey (Melodyn)

### PEARLE\* Live Performance Europe



Créée en 1991, Pearle\*-Live Performance Europe est la fédération européenne des arts de la musique et du *live*. Pearle\* représente, à travers ses membres, plus de 10 000 festivals, producteurs, théâtres, orchestres, compagnies de danse et ballets, et autres organisations professionnelles représentatives des arts en Europe.

**Représentante PRODISS :**  
Malika Séguineau | suppléante pour la France au Bureau de Pearle\*

### 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



**Représentante PRODISS :**  
Laurence Guinot (Cristal Groupe) | titulaire

### COREPS Provence-Alpes- Côte d'Azur



**Représentant PRODISS :**  
Stéphane Métayer (Adam Concerts) | titulaire

## COREPS Pays de la Loire

### Représentant PRODISS :

Christophe Davy (Radical Production) | titulaire

## COREPS Auvergne-Rhône-Alpes



### Représentant PRODISS :

Cyrille Bonin (SAS TRANSMISSION - LE TRANSBORDEUR) | titulaire

## COREPS Centre Val de Loire

### Représentants PRODISS :

Julien Lavergne (AZ Prod) | titulaire  
et Haude Hellio (Le Printemps de Bourges) | suppléante

## COREPS Bretagne

### Représentants PRODISS :

Yves Barré (Citédia – Le Liberté) | titulaire  
et Carol Meyer (Association Wild Rose – festivals Art Rock) | suppléante

# Formation

## AFDAS opérateur de compétences (OPCO) des secteurs de la culture, des industries créatives, des médias, de la communication, des télécommunications, du sport, du tourisme, des loisirs et du divertissement



L'Afdas est opérateur de compétences (OPCO) des secteurs de la culture, des industries créatives, des médias, de la communication, des télécommunications, du sport, du tourisme, des loisirs et du divertissement. Il est organisme gestionnaire du fonds de formation des artistes-auteurs.

### Ses cinq missions principales :

- ▶ Accompagner le développement de l'alternance
- ▶ Accompagner les entreprises dans le développement de la formation et particulièrement les TPE - PME
- ▶ Accompagner les branches professionnelles dans le développement de certifications et l'observation de l'emploi
- ▶ Accompagner les mutations économiques
- ▶ Développer l'accès à la formation pour les publics spécifiques (intermittents du spectacle, artistes-auteurs)

### LES INSTANCES PARITAIRES

#### BUREAU

#### CONSEIL D'ADMINISTRATION

### Représentante PRODISS :

Malika Séguineau | suppléante de la vice-présidente

### LES PÔLES SECTORIELS

La Commission paritaire permanente de Négociation et d'Interprétation (CPPNI) du spectacle vivant privé s'est positionnée sur 5 des 7 pôles :

- ▶ spectacles et création
- ▶ communication et industrie créative
- ▶ loisirs et divertissement
- ▶ sport
- ▶ territoires et tourisme.

### PÔLE SPECTACLES ET CRÉATION

Spectacle vivant :

Pauline Auberger | titulaire  
Nancy Marquenet | suppléante

### COMMISSION PARITAIRE DE GESTION DES CONTRIBUTIONS CONVENTIONNELLES DU SPECTACLE VIVANT

Pauline Auberger | titulaire  
Nancy Marquenet | suppléante

### 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.

La désignation de ces représentants résulte d'un accord 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.

Malika Séguineau | titulaire  
Nancy Marquenet | suppléante

### COMMISSION PARITAIRE « MUSIENS »

Pauline Auberger | titulaire (présidente)  
Nancy Marquenet | suppléante

### COMMISSION PARITAIRE « TECHNICIENS DU SPECTACLE VIVANT »

Pauline Auberger | titulaire  
Nancy Marquenet | suppléante

## CPNEF SV Commission paritaire nationale emploi-formation du spectacle



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 privés, quelles que soient leurs activités (production, diffusion, tournées, exploitation de lieux et prestations de services techniques).

### INSTANCES OÙ SIÈGE LE PRODISS

#### BUREAU

### Représentante PRODISS :

Pauline Auberger

### GROUPES DE TRAVAIL

CQP (Certificat de qualification professionnelle) Gestion sonore et fondamentaux à la prévention des risques.

### Représentantes PRODISS :

Pauline Auberger et Nancy Marquenet

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

### Représentantes PRODISS :

Malika Séguineau (Présidente)  
Pauline Auberger

### ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

### Représentantes PRODISS :

Malika Séguineau et Pauline Auberger

## CFPTS Centre de formation professionnelle aux techniques du spectacle



### INSTANCE OÙ SIÈGE LE PRODISS

#### CONSEIL D'ADMINISTRATION

### Représentante PRODISS :

Pauline Auberger

## EMIC École de management des industries créatives



L'EMIC a été créée dans le but de former des professionnels opérationnels dès leur sortie de l'école. Son approche combine une pédagogie basée sur la pratique et l'action, sur le développement personnel de l'étudiant avec un accès direct aux entreprises et professionnels des secteurs, pour une employabilité renforcée.

### Représentante PRODISS au conseil stratégique et de perfectionnement :

Malika Séguineau

## 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.

#### CONSEIL D'ADMINISTRATION

### Représentant PRODISS :

Julien Lavergne (AZ PROD)

## CREFOP Centre régional de l'emploi, de la formation et de l'orientation professionnelle



### CREFOP

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, 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 :

- ▶ 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
- ▶ D'évaluer les politiques régionales d'emploi, de formation, d'information et d'orientation professionnelle et leurs conditions de mise en œuvre.
- ▶ 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 :

- ▶ Les conventions régionales pluriannuelles de coordination emploi, orientation, formation.
- ▶ La carte régionale des formations professionnelles initiales.
- ▶ Le cahier des charges fixant des normes de qualité aux organismes participant au Service public régional de l'orientation (SPRO).
- ▶ Le Contrat de plan régional de développement des formations et de l'orientation professionnelles (CPRDOFP).
- ▶ Le Programme régional d'accès à la formation et à la qualification professionnelle des personnes handicapées (PRITH).
- ▶ La convention annuelle État/Région de coordination relative au SPRO.
- ▶ Le projet de convention Région/Pôle Emploi.

### Et il produit :

- ▶ Un bilan annuel régional des actions financées au titre de l'emploi, de l'orientation et de la formation professionnelle
- ▶ 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 (mandat FESAC) :**  
**Région Auvergne-Rhône-Alpes**

Sylvie Liogier (Zen Gestion – Zénith de Saint-Etienne) | titulaire

**Département de La Réunion**Jérôme Galabert (Sakifo Production) | titulaire  
Mouna Hagouma | suppléante**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 3 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****Représentant PRODISS :**

Eddy Pierres (WART) | titulaire

**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.

**Représentant PRODISS :**

Dominique Delorme (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 artistiques et culturels. 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 (8 représentants employeurs et 8 représentants salariés).

**Représentantes PRODISS :**Malika Séguineau | titulaire  
Pauline Auberger | suppléante**Santé/  
Prévoyance****AUDIENS**

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****ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DU GROUPEMENT DE MOYENS AUDIENS ET DE LA SOMMITALE****Représentante PRODISS :**

Malika Séguineau

**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 Culture Live)  
Julie Fighiera (Asterios Spectacles)**COMMISSION PARITAIRE PROFESSIONNELLE DU SPECTACLE VIVANT : (MANDAT Fesac)****Représentantes PRODISS :**Malika Séguineau | présidente  
Pauline Auberger | suppléante**ASSEMBLÉE GÉNÉRALE CLUB ABC****Représentante PRODISS :**

Malika Séguineau

**Prévention des risques****CMB****Centre médical de la Bourse**

Le CMB (Centre Médical de la Bourse) et le CMPC (Service Interentreprises de Santé au Travail de la

Publicité et de la Communication) ont fusionné depuis le 1er août 2021, ils s'appellent désormais Thalie Santé.

Thalie Santé est un service interentreprises de santé au travail dont l'activité est régie par le Code du travail. L'équipe pluridisciplinaire de Thalie Santé 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 :

- ▶ de prévention en milieu du travail,
- ▶ 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

**02. FILIÈRE****AGI SON**

Depuis plus de dix ans, AGI-SON mène avec rigueur et expertise la mission que ses membres fondateurs lui ont fixé : 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.

le 29 juin 2009, par les partenaires sociaux du spectacle mandate Thalie Santé 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 techniciens du spectacle.

**Représentante PRODISS :**

Malika Séguineau

**COMMISSION DE CONTRÔLE**

Instance de surveillance chargée de contrôler l'organisation et le fonctionnement du service.

**Représentante PRODISS :**

Pauline Auberger | titulaire

**ASSEMBLÉE GÉNÉRALE****Représentantes PRODISS :**

Malika Séguineau et Pauline Auberger

**CONSEIL D'ADMINISTRATION****Représentante PRODISS :**

Pauline Auberger | suppléante

**INSTANCES OÙ SIÈGE LE PRODISS****CONSEIL D'ADMINISTRATION****Représentantes PRODISS :**Sylvie Chauchoy (Zénith de Strasbourg) | trésorière  
Malika Séguineau | suppléante**COMITÉ SCIENTIFIQUE****Représentante PRODISS :**

Lily Fisher (Zénith de Paris)

**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 douze mois précédant la demande de congé.

**INSTANCES OÙ SIÈGE LE PRODISS****CONSEIL D'ADMINISTRATION****Représentante PRODISS :**

Pauline Auberger

**COMMISSION PARITAIRE****Représentante PRODISS :**

Pauline Auberger

**ASSEMBLÉE GÉNÉRALE****Représentante PRODISS :**

Pauline Auberger

**CNM  
Centre national de la musique**

Le Centre national de la musique (CNM) est un établissement public à caractère industriel et commercial (Epic) créé en 2020 et placé sous tutelle du ministère de la Culture. Par une loi du 30 octobre 2019, le CNM a été créé au 1<sup>er</sup> janvier 2020. Il prend la suite du Centre national de la chanson, des variétés et du jazz (ou CNV) avec des missions et des moyens élargis. Le Centre national de la musique est un établis-

sement public à caractère industriel et commercial sous tutelle du ministère de la Culture, créé le 1<sup>er</sup> janvier 2020. Il a pour mission de soutenir la création, l'interprétation, la production, l'édition, la promotion, la distribution et la diffusion de la musique et des variétés sous toutes leurs formes et auprès de tous les publics, aux niveaux national et territorial, ainsi que le développement à l'international du secteur. Il est doté d'un observatoire de l'économie de la filière musicale et assure un service de formation, d'information et d'orientation.

#### INSTANCES OÙ SIÈGE LE PRODISS

##### CONSEIL D'ADMINISTRATION

###### Administratrice :

Malika Séguineau

##### CONSEIL PROFESSIONNEL

###### Représentants PRODISS :

Christophe Davy (Radical Production)  
Aurélien Binder (Fimalac Entertainment)  
Sophie Hazebroucq (Ruq Spectacles)  
Carol Meyer (Festival Art Rock)

##### LES COMMISSIONS CNM D'AIDES AUX PROJETS DE SPECTACLES VIVANTS

##### LA COMMISSION CRÉATION, À LA PRODUCTION ET À LA DIFFUSION DE SPECTACLE VIVANT

###### Représentants PRODISS :

###### Section 1 :

Thierry LANGLOIS (Délégué) | titulaire  
UNI-T  
Charlotte GUIOT | titulaire  
ARACHNÉE CONCERTS  
Florence JEUX | titulaire  
LE BATACLAN  
Olivier ESSEBAG | titulaire  
ARTHUR WORLD  
Geneviève GIRARD | suppléante  
AZIMUTH PRODUCTIONS  
Gildas DEXHEIMER | suppléant  
P BOX  
Marie RIGAUD | suppléante  
LE PRINTEMPS DE PÉROUGES

###### Section 2

Charlotte GLUZMAN (Déléguée) | titulaire  
DÉCIBELS PRODUCTIONS  
Christophe BOSQ | titulaire  
3C  
Florent DECROIX | titulaire  
AGDL PRODUCTIONS

René GENTIL | titulaire  
RADICAL PRODUCTION  
Céline GARNIER | suppléante  
ZÉNITH D'AMIENS  
Charlotte LIONS | suppléante  
LM PRODUCTIONS  
Christel MARTINET | suppléante  
CORIDA  
Ioanna GIOURGAS | suppléante  
PLEYEL GESTION  
Joran LE CORRE | suppléant  
WART

##### LES 3 COMMISSIONS DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL : MUSIQUES CLASSIQUES, MUSIQUES ACTUELLES, JAZZ

###### Représentants PRODISS :

**Jazz**  
Sébastien VIDAL (Délégué) | titulaire  
LE DUC DES LOMBARDS  
Pascal PILORGET | titulaire  
GIANTSTEPS  
Reno DI MATTEO | titulaire  
ANTEPRIMA  
Benjamin LEVY | suppléant  
BL MUSIC  
Bernard BATZEN | suppléant  
AZIMUTH PRODUCTIONS  
Boris JOURDAIN | suppléant  
IN VIVO – SOUND SURVEYOR  
Laurent CARRIER | suppléant  
LAURENT CARRIER DIFFUSION

###### Musiques actuelles

Mélodie BLANCHARD (Déléguée) | titulaire  
CARAMBA CULTURE LIVE  
Matthias LEULLIER (Délégué) | titulaire  
LIVE NATION  
Anne-Sophie GADREY | titulaire  
AGDL  
Clotaire BUCHE | suppléant  
JUNZI ARTS  
Julie FIGHIERA | suppléante  
ASTERIOS SPECTACLES  
Thomas SABOT | suppléant  
UNI-T

###### Musiques classiques et contemporaines

Jeanine ROZE | titulaire  
JEANINE ROZE PRODUCTION  
Jeanne COUSSY | suppléante  
CÉLESTE PRODUCTIONS

##### LA COMMISSION FESTIVALS

###### Représentants PRODISS :

Frédéric Mazzolini (Délégué) | titulaire  
ZAMORA PRODUCTIONS  
Marion GABBAI | titulaire

##### MY FAVOURITE THINGS (VEDETTES)

Carol MEYER | titulaire  
ART ROCK  
Eddy PIERRES | titulaire  
WART  
Gérard PONT | titulaire  
LES FRANCOFOLIES  
Jean-Paul ROLAND | titulaire  
LES EUROCKÉENNES DE BELFORT  
Armel CAMPAGNA | suppléant  
LIVE NATION FRANCE FESTIVALS  
Anthony FERRAT | suppléant  
J.H.D. PRODUCTION- ALIAS  
Deborah HAZOTTE | suppléante  
AKTIV  
Sophie LEVY-VALENS | suppléante  
BLEU CITRON PRODUCTION  
Justine LOUBETTE | suppléante  
NANCY JAZZ PULSATIONS  
Marie RIGAUD | suppléante  
LE PRINTEMPS DE PÉROUGES  
Corinne SERRES | suppléante  
MAD MINUTE MUSIC

##### LA COMMISSION DÉVELOPPEMENT, AMÉNAGEMENT ET ÉQUIPEMENT DES SALLES

###### Représentants PRODISS :

Lily FISHER (Déléguée) | titulaire  
ZÉNITH DE PARIS  
Cristelle GIOANNI | titulaire  
SNCLTT LE TRIANON - L'ELYSÉE MONTMARTRE  
Marc DANIEL | titulaire  
LA SEINE MUSICALE  
Charlotte GUIOT | suppléante  
ARACHNÉE CONCERTS  
Frédéric JEROME | suppléant  
LE CASINO DE PARIS  
Sylvie CHAUCHOY | suppléante  
LE ZÉNITH DE STRASBOURG

##### LA COMMISSION DIFFUSION DES LIEUX

Xavier DECLEIRE | titulaire  
LA MAROQUINERIE  
Yann DERNAUCOURT | titulaire  
UMFE- UNIVERSAL MUSIC FRANCE EVENTS  
Sébastien VIDAL | titulaire  
LE DUC DES LOMBARDS  
Cyrille BONIN | suppléant  
SAS TRANSMISSION - LE TRANSBORDEUR  
Marie FAVRE | suppléante  
ÖCTOPÛS  
Stéphane PORTET | suppléant  
SUNSET & SUNSIDE  
Corinne SERRES | suppléante  
MAD MINUTE MUSIC

##### LA COMMISSION RÉSIDENCE

###### Représentants PRODISS :

Caroline LECLERQ | titulaire  
LIVE NATION  
Emilie YAKICH | suppléante  
LES FRANCOFOLIES

##### LES COMMISSIONS DU CNM D'AIDES TRANSVERSALES AUX DIFFÉRENTS MÉTIERS

##### LA COMMISSION SOUTIEN AUX ENTREPRISES

###### Représentants PRODISS :

Pierre-Pascal HOUBEINE (Délégué) | titulaire  
FURAX  
Elodie ERARD | titulaire  
LES NUITS DE FOURVIÈRE  
Julien LAVERGNE | titulaire  
AZ PROD  
Olivier CAUCHON | suppléant  
DIOGÈNE  
Haude HELLIO | suppléante  
LES FRANCOFOLIES

##### LA COMMISSION ÉGALITÉ ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES

###### Représentants PRODISS :

Haude HELLIO | titulaire  
LES FRANCOFOLIES  
Sandrine MARREL | titulaire  
CARAMBA CULTURE LIVE  
Olivier CAUCHON | suppléant  
DIOGÈNE  
Eric DEBEGUE | suppléant  
CRISTAL PRODUCTION  
Sylvain GUERRAS | suppléant  
LIVE NATION  
Emilie YAKICH | suppléante  
LES FRANCOFOLIES

##### LA COMMISSION INNOVATION

###### Représentants PRODISS :

Damien CHAMARD BOUDET | titulaire  
LIVE NATION  
Alexandre JAILLON | titulaire  
WLA EVENTS  
Thomas HELD | suppléant  
FIMALAC ENTERTAINMENT  
Agathe OLIVIER | suppléante  
UMFE - UNIVERSAL MUSIC FRANCE EVENTS

##### LA COMMISSION STRUCTURATION ET DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL

###### Représentants PRODISS :

Hadrien BRANLY | titulaire  
DÉCIBELS PRODUCTIONS  
Florent DECROIX | titulaire  
AGDL PRODUCTIONS  
Alexandra GROSELLER | titulaire  
LIVE NATION  
Jean-Paul ROLAND | titulaire  
LES EUROCKÉENNES DE BELFORT  
Myriam KANOU | suppléante  
MIGAL PRODUCTIONS  
Jean-Luc ROUSSELET | suppléant  
DESSOUS DE SCÈNE  
Fabienne ROUX | suppléante  
FAR PROD

##### COMITÉS EN RÉGIONS

###### Représentants PRODISS :

Bretagne  
Cécile Moreau  
UNI-T

###### Centre – Val de Loire

Sophie Pedduzi  
ADL PRODUCTIONS

###### Grand Est

Cyril Bahsief  
ÖCTOPÛS

###### Normandie

Arnaud Faz  
213 PRODUCTIONS

###### Nouvelle-Aquitaine

Claude-Jean Antoine  
NANCY JAZZ PULSATIONS

###### Occitanie

Christophe Bosq  
3C

###### PACA

Valérie Etienne  
F2F MUSIC

###### Auvergne-Rhône Alpes

Anthony Chambon  
OPUS LIVE

###### Hauts-de-France

Isabel Dacheux  
SCHERZO CONCERTS & PRODUCTION

## Tous pour la Musique

**-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 :

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

#### INSTANCE OÙ LE PRODISS SIÈGE

##### CONSEIL D'ADMINISTRATION ET BUREAU

###### Représentante PRODISS :

Malika Séguineau

## Victoires de la Musique

**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 LE PRODISS SIÈGE

##### CONSEIL D'ADMINISTRATION

###### Représentants PRODISS :

Clotaire Buche JUNZI ARTS  
Geneviève Girard AZIMUTH PRODUCTIONS  
Alain Lahana LE RAT DES VILLES

“ JE DIS QUE L’AVENIR  
C’EST DU DESIR,  
PAS DE LA PEUR. ”



Patrice Chéreau

## CRÉDITS INTERVIEWS

### BONA FIDÉ

Yves Deguilhem

David Attié

Nicolas Lorach

### PRODISS

Hermine Péliissié du Rausas

## CRÉDITS PHOTOS

### UNSPASH

Page 17 - Austin Neill

Page 22 - Danny Howe

Page 22 - Hannah Rodrigo

Page 23 - Kimberly Richards

Page 23 - Luan Cabral

Page 28 - Jordon Conner

Page 30 - Michal Franczak

Page 39 - Nicholas Green

Page 41 - UK Black Tech

Page 43 - Heshan Perera

Page 44 - Mostafa Meraji

Page 45 - Arseny Togulev

Page 49 - Kelly Sikkema

Page 49 - Mikita Yo

Page 54 - Joey Thompson

Page 61 - Ma Ti

Page 24 - © Jean Louis Carli / Aléa / PRODISS

Page 34 - © Jean-Louis Carli / Aléa / PRODISS

## ILLUSTRATIONS (PORTRAITS)

### KEBBA SANNEH

kebba.fr

## DIRECTION ARTISTIQUE

### MATHIEU DELESTRE

buroneko.com



Conjuguons

**LE LIVE**

au

**FUTUR**



Syndicat national du spectacle  
musical et de variété

23, RUE DU RENARD 75004 PARIS

+33 1 42 65 73 13

PRODISS.ORG

PRODISS@PRODISS.ORG

 @PRODISS

 @PRODISS

 @PRODISSFR