

DÉFI DURABLE

Pour un live écoresponsable

Enquête auprès des adhérents du PRODISS



SYNDICAT
NATIONAL
DU SPECTACLE
MUSICAL
ET DE VARIÉTÉ



ÉDITO

Malika Segueineau, Directrice générale

Nos entreprises le savent, nos publics nous le disent, nos salariés en font une question de sens : la transition écologique n'est plus une option, et construire une plus grande sobriété énergétique ne peut attendre. De nombreuses démarches ont d'ailleurs déjà été engagées, parfois depuis plusieurs années, et les bonnes pratiques sont de mieux en mieux connues et partagées. Une chose est sûre : le spectacle vivant entend faire sa part !

Mais les défis s'accroissent, et alors que les métiers du spectacle s'approprient à la relance après deux ans d'interdictions et de reprises éphémères, tout en inventant une façon de « mieux » faire, l'aggravation des crises climatique et énergétique font craindre que nos activités soient soumises à des conditions de plus en plus aléatoires, à des tensions accrues, voire à de nouvelles restrictions conjoncturelles ou durables.

Une difficulté et un risque supplémentaire pour des opérateurs privés déjà désorientés et fragilisés, et pour un corps social qui a plus que jamais besoin de lien, de culture, de divertissement, et d'expériences collectives positives. Nous devons donc à la fois précipiter une transition nécessaire, interroger nos capacités à l'opérer, et définir le périmètre de la transformation.

Pour accélérer et déployer le changement dans tous les métiers et à toutes les échelles, il faut débusquer et comprendre les disparités d'action, questionner les freins, mieux informer les arbitrages, et mobiliser les partenaires, les savoirs et les outils qui joueront le rôle de « déblocageurs » ou de catalyseurs. C'est ce à quoi le PRODISS souhaite contribuer pour ses adhérents et au-delà, pour l'écosystème, et à quoi cette enquête peut être utile. En partageant ses résultats, nous appelons à la mise en mouvement et à la coopération, conformément à la *Charte des adhérents du PRODISS pour un spectacle vivant durable et responsable*, en cours d'implémentation dans nos entreprises.

Ainsi orientés vers l'action, restons conscients que des interrogations demeurent. Quelles sont nos lignes rouges, quelle est notre capacité de résistance à la répétition des chocs, à quoi renoncer et que continuer de défendre ?

Nous visons un spectacle vivant du « mieux », pas du « plus » ou du « moins ».

AVANT-PROPOS

CONTEXTE

Cette enquête a été menée en avril 2022, avant les trente-trois jours de canicule de l'été, les incendies qui ont détruit plus de 62 000 hectares de forêt en Gironde, dans les Bouches-du-Rhône et en Bretagne, et avant que plusieurs festivals de plein air ne soient frappés par les conséquences de la sécheresse, et par l'intensité ou l'imprévisibilité des conditions climatiques (annulations partielles ou totales, évacuations des sites, conflits d'usage pour l'eau). Par ailleurs, bien que la guerre en Ukraine ait démarré en février, la tension énergétique était moindre en avril qu'aujourd'hui. On peut supposer qu'une enquête menée en ce début d'année 2023 reflèterait cette progression des signes critiques, pour l'importance accordée aux questions environnementales, la perception des risques associés et les prévisions d'actions.

OBJECTIFS

À la suite de premières réflexions initiées en 2018, le PRODISS a placé les enjeux de transition écologique parmi ses priorités à l'automne 2021, en installant une mission et un comité de pilotage dédiés. Cette enquête d'avril 2022 visait à donner aux adhérents le signal de ce nouvel engagement collectif, et à dresser un premier état des lieux de leurs perceptions, actions et intentions, pour orienter les axes de sensibilisation et d'accompagnement du PRODISS et de son écosystème institutionnel et économique.

À l'heure où de nombreux acteurs publics travaillent à re-calibrer leurs politiques en direction de la filière culturelle à l'aune d'ambitions écologiques plus affirmées, le PRODISS espère que le partage de ces résultats contribuera à éclairer leur analyse et à faire concorder l'accroissement des exigences avec celui des soutiens. Il est enfin question de transparence avec les publics, vers une maturité et une responsabilité commune, partagée avec tous ceux qui travaillent avec nos adhérents.

MÉTHODOLOGIE ET PERIMÈTRE

Le PRODISS a réalisé cette étude à partir des résultats d'un questionnaire en ligne adressé à ses 388 entreprises adhérentes le 5 avril 2022. 141 participations complètes ont été recueillies entre le 5 et le 30 avril et intégrées aux résultats. Les 141 répondants représentaient 36% des adhérents du PRODISS en nombre, et 51% en chiffre d'affaires (référence 2019). Parmi ces réponses, 97 émanent de dirigeants, soit 69% du total, et 44 de salariés non dirigeants, soit 31% du total. Dans le cours de l'étude, les mentions génériques « les entreprises », « les professionnels du spectacle » ou les dénominations par métier désignent soit l'ensemble des répondants soit l'ensemble des répondants par métier, sans distinction entre dirigeant et non dirigeant.

Les 4 métiers du spectacle vivant sont représentés : producteur de spectacles, diffuseur, exploitant de salles, et organisateur de festivals, selon les taux de couverture détaillés ci-dessous.

	Echantillon	Total des adhérents	Taux de couverture	
			En nombre	En CA
Producteurs	57	188	30%	58%
Diffuseurs	25	61	41%	43%
Exploitants de salle	34	83	41%	45%
Organisateurs de festivals	25	56	45%	49%
TOTAL	141	388	36%	51%

ENSEIGNEMENTS

ENSEIGNEMENT 1

P. 05

POUR LES DIRIGEANTS ADHÉRENTS DU PRODISS ET LEURS ÉQUIPES, LE SPECTACLE VIVANT DOIT DEVENIR PLUS ÉCORESPONSABLE

Le consensus sur la nécessité d'aller vers plus d'écoresponsabilité est manifestement solide, et offre un socle de confiance pour accompagner les transformations du secteur.

ENSEIGNEMENT 2

P. 05

LES PROFESSIONNELS DU SPECTACLE VIVANT PORTENT UNE VISION POSITIVE DES MOTIFS POUR AGIR

Cette vision est à l'image de métiers dans lesquels créativité, dynamisme et facteur humain sont des valeurs fondamentales, et doit être prise en compte pour les accompagner avant de les contraindre.

ENSEIGNEMENT 3

P. 06

UN ÉCART DEMEURE ENTRE LA CONSCIENCE CITOYENNE ET LA PLACE DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX DANS LA RÉALITÉ DES ENTREPRISES

Cet écart n'est pas une spécificité sectorielle mais demande à comprendre où combler un défaut d'information sur la pertinence de l'action, et où il est question de difficulté à agir.

ENSEIGNEMENT 4

P. 07

LES ENTREPRISES MANQUENT DE DONNÉES OBJECTIVES SUR LES EFFETS DE LEUR ACTIVITÉ AUTANT QUE SUR LES RISQUES QU'ELLES COURENT

Nous devons faire émerger les outils et les savoirs adaptés pour que les effets et les risques soient appréhendés et caractérisés, et favoriser l'accès à des données mutualisées.

ENSEIGNEMENT 5

P. 08

DES DÉMARCHES EXISTENT, MAIS ONT BESOIN D'ÊTRE MIEUX CIBLÉES, ET DE POUVOIR S'ARRIMER À L'ACTION CONJOINTE DE TOUTES LES PARTIES PRENANTES

Pour être traités à hauteur de leur importance, beaucoup d'enjeux demandent des moyens financiers, des politiques publiques multisectorielles, et l'action conjointe de toutes les parties prenantes.

ENSEIGNEMENT 6

P. 10

LES DIFFÉRENTES MODALITÉS DE STRUCTURATION SONT INSUFFISAMMENT MOBILISÉES POUR ATTEINDRE UNE SOUTENABILITÉ FORTE

Il est capital de conduire les entreprises à déplacer le statut de l'écoresponsabilité de sujet additionnel à celui d'axe stratégique, pour qu'elles ancrent leur démarche et qu'elles la structurent.

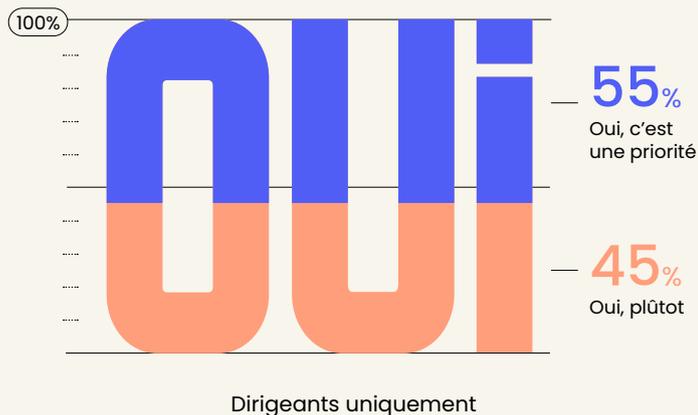
ENSEIGNEMENT 7

P. 11

DES DISPARITÉS D'ACTION À RÉSOUDRE ENTRE DES MÉTIERS AUX RÉALITÉS DIFFÉRENTES

Pour aller vers des spectacles et des tournées écoresponsables, l'objectif de transition devra être plus largement mis en dialogue entre les métiers et avec leurs parties prenantes, collectivités, artistes, prestataires et public compris.

1. POUR LES DIRIGEANTS ADHÉRENTS DU PRODISS ET LEURS ÉQUIPES, LE SPECTACLE VIVANT DOIT DEVENIR PLUS ÉCORESPONSABLE



Question 1 : Pensez-vous que le spectacle vivant doit devenir plus « écoresponsable » ?

Lorsqu'on leur demande s'ils se sentent concernés par les questions environnementales, et notamment climatiques, les dirigeants adhérents du PRODISS déclarent à 97% l'être dans leur vie privée, et à 95% dans leur vie professionnelle.

Ils sont unanimes à penser que le spectacle vivant doit devenir plus écoresponsable. Pour 55% d'entre eux c'est même une priorité. C'est à la fois reconnaître qu'il ne l'est pas assez, et accepter d'engager leur entreprise dans cet axe d'amélioration. Cet assentiment est un préalable essentiel dans un secteur très majoritairement composé de TPE et PME, catégories d'entreprises dans lesquelles le dirigeant est au cœur de la volonté et de la capacité de changement.

Quant aux répondants non dirigeants, tous pensent également que le spectacle vivant doit évoluer pour limiter les impacts sur l'environnement de ses différentes activités. Et c'est une priorité pour 64%.

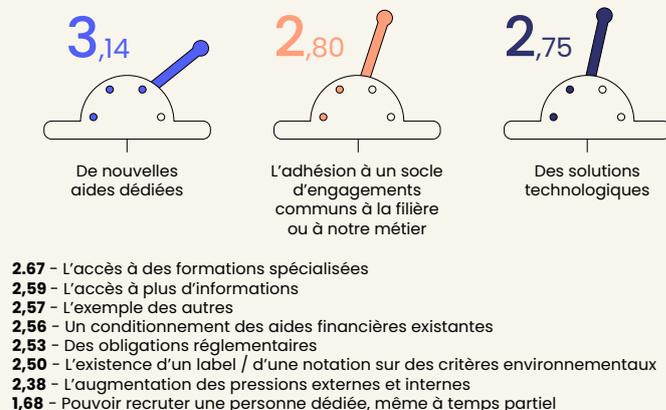
Le consensus sur la nécessité d'aller vers plus d'écoresponsabilité est manifestement solide, et offre un socle de confiance pour accompagner les transformations du secteur.

2. LES PROFESSIONNELS DU SPECTACLE VIVANT PORTENT UNE VISION POSITIVE DES MOTIFS POUR AGIR

Question 2 : Quelle est (ou quelle serait) votre motivation principale pour adapter votre entreprise à ces enjeux ?



Question 3 : Notez chacun des « leviers » suivants de 0 à 4, selon la force de leur caractère incitatif.

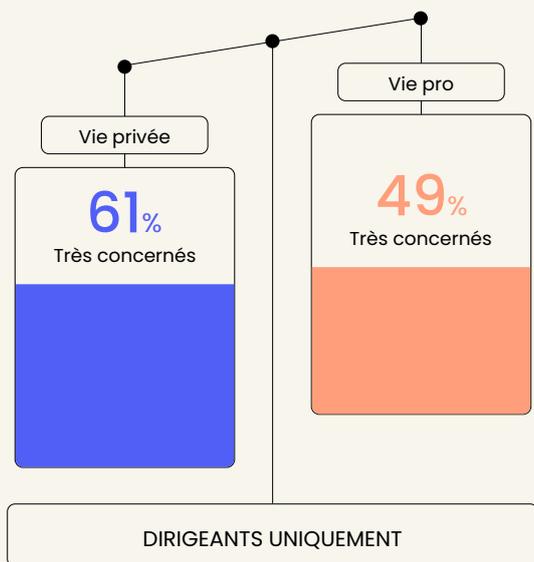


Conscients que la prise en compte des enjeux environnementaux est un défi qui bouscule parfois profondément les pratiques professionnelles, nous avons interrogé nos adhérents sur leur motivation principale pour y adapter leur entreprise, comme l'avait fait Bpifrance Le Lab dans son enquête de 2020 « Le climat des affaires, une affaire de climat ? ». Pour 72% de nos dirigeants c'est la conviction qui l'emporte, loin devant l'opportunité et la contrainte : une proportion de « convaincus » supérieure de 5% à celle qui avait été observée par Bpifrance tous secteurs économiques confondus (note 1 en annexe).

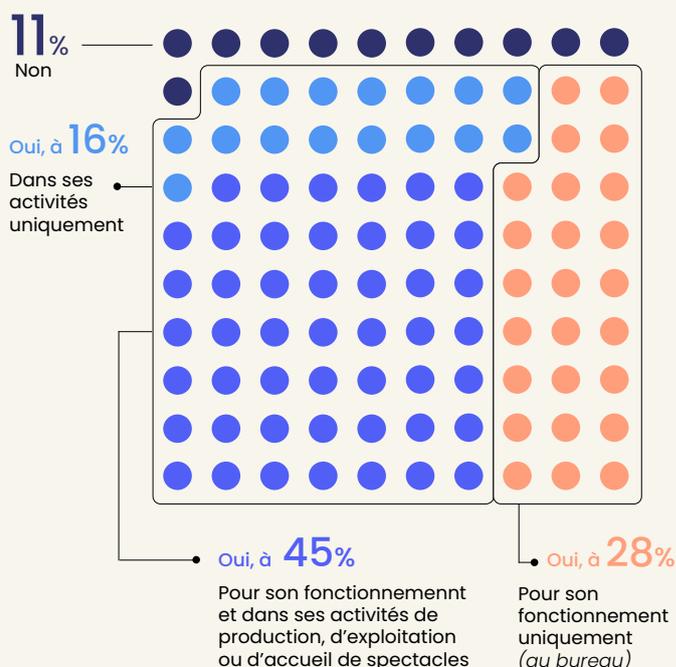
Au-delà de leur motivation principale, lorsqu'on interroge les professionnels du spectacle sur les opportunités qu'ils auraient identifiées pour leur entreprise, c'est d'abord une occasion de se réinventer (60%) et une nouvelle source de cohésion pour l'équipe (41%), à proportion égale avec le fait de pouvoir devenir un avantage concurrentiel (41%). **Ces représentations sont à l'image de métiers dans lesquels créativité, dynamisme et facteur humain sont des valeurs fondamentales, et doivent être prises en compte pour les accompagner avant de les contraindre.** De même que les facteurs positifs comme de nouvelles aides dédiées ou l'adhésion à un socle d'engagements communs sont mieux notés pour leur caractère incitatif qu'un potentiel conditionnement des aides existantes ou des obligations réglementaires. **Les entreprises semblent volontaires pour se mettre un mouvement, et ont besoin d'appuis pour relever le défi (aides financières, ambition collective, technologie, formations, informations, retours d'expérience).**

3. UN ÉCART DEMEURE ENTRE LA CONSCIENCE CITOYENNE ET LA PLACE DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX DANS LA RÉALITÉ DES ENTREPRISES

Question 4 : Vous sentez-vous concerné par les questions environnementales, et notamment climatiques, dans votre vie privée/professionnelle ?



Question 5 : Votre entreprise a-t-elle mis en place des actions concrètes pour limiter son impact environnemental ?



Si les chiffres sont proches entre les dirigeants globalement concernés par les questions environnementales et notamment climatiques dans leur vie privée (97%) par rapport à ceux qui le sont dans leur vie professionnelle (95%), observer la proportion de « très concernés » permet de constater un écart plus significatif, puisqu'elle baisse de 61% à 49%. Raison pour laquelle, lorsque la question est déplacée sur l'engagement de leur entreprise en matière d'écoresponsabilité, 98% de dirigeants l'estiment engagée, mais seulement 10% peuvent dire qu'elle est « très engagée ».

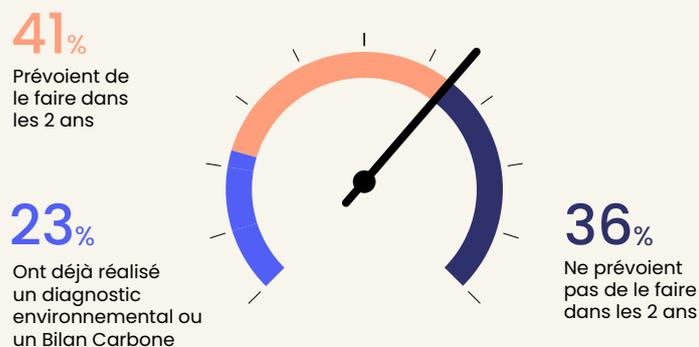
On note également que parmi les 89% d'entreprises qui ont mis en place des actions concrètes pour limiter leur impact environnemental, près d'un tiers n'agissent pour l'instant que sur leur fonctionnement (« au bureau »), et n'ont pas encore étendu ces nouveaux usages à leurs activités, qui concentrent pourtant l'essentiel des impacts négatifs, ne serait-ce que par effet de volume. Il reste par ailleurs 11% des entreprises répondantes qui n'ont encore rien mis en place. La grande majorité d'entre elles manifestent toutefois une volonté d'agir, puisqu'elles se déclarent engagées.

Cet écart entre la conscience citoyenne et la réalité des transformations dans l'entreprise n'est pas une spécificité sectorielle. Il a déjà été relevé par Bpifrance Le Lab dans l'étude «Les dirigeants de PME-ETI face à l'urgence climatique», qui constatait en 2021 que 80% des dirigeants interrogés considéraient que le changement climatique appelait à une réaction d'urgence, et que 86% se sentaient concernés par les objectifs mondiaux de baisse des émissions carbone, mais que cette réaction de citoyen ne se traduisait pas dans l'entreprise où les enjeux climatiques arrivaient en dernier dans les priorités des dirigeants. (note 2 en annexe)

Travailler à réduire cet écart demande à comprendre où combler un défaut d'information sur le rôle de tous les acteurs économiques pour parvenir à des activités écologiquement viables, spectacle vivant compris ; et où il est question de difficulté à agir.

4. LES ENTREPRISES MANQUENT DE DONNÉES OBJECTIVES SUR LES EFFETS DE LEUR ACTIVITÉ AUTANT QU'ELLES COURENT LES RISQUES QU'ELLES COURENT

Question 6 : Votre entreprise a-t-elle déjà fait ou prévoit-elle de faire un Bilan Carbone ou un diagnostic ou auto-diagnostic environnemental ?



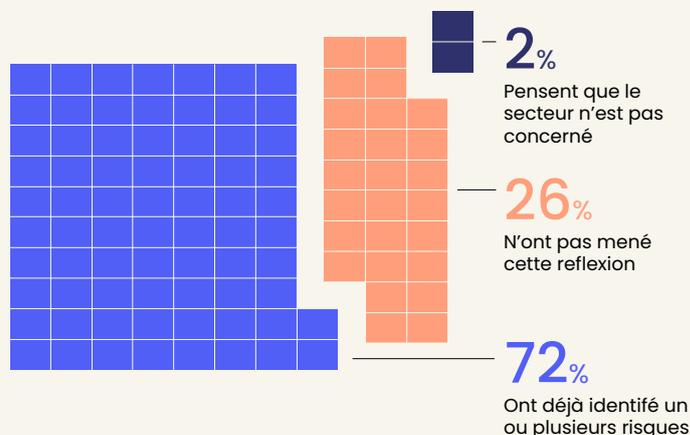
La connaissance des effets qu'une organisation et son activité peuvent avoir sur l'environnement de façon locale et globale est indispensable pour déterminer et prioriser les actions correctives qu'elle doit mettre en œuvre.

Or 77% des répondants n'ont jamais réalisé ou fait réaliser de Bilan Carbone ou de diagnostic ou autodiagnostic environnemental. Et si 41% le prévoient dans les deux ans, 36% ne comptent pas mener un jour l'une ou l'autre de ces actions. Il se peut qu'ils jugent cette étape inutile, mais il se peut aussi qu'ils pensent ne pas en avoir le temps ni les moyens. À défaut de disposer de données individuelles, les entreprises pourraient apprendre d'études d'empreinte par type d'organisation et d'activité, selon des critères de similitude incluant l'implantation géographique et ses caractéristiques, notamment en termes de transports et de raccordement aux réseaux d'énergie et d'eau. Cette connaissance est à construire au niveau de la filière.

En miroir, prendre conscience des multiples risques qu'elles courent de façon directe du fait du dépassement des limites planétaires et de la montée des préoccupations écologiques dans la société peut être un facteur important de passage à l'action pour les entreprises, et de réajustement de l'importance donnée aux changements à entreprendre. Au sein du panel étudié, seuls 2% des répondants pensent que le secteur n'est pas concerné par les risques environnementaux, mais 26% des entreprises n'ont pas encore mené de réflexion pour les identifier. Pour chacun des métiers du spectacle vivant, il peut être question de raréfaction des ressources, d'augmentation des risques sanitaires, mais aussi d'accroissement des risques physiques (aigus et chroniques) ou des risques de transition (variations de réglementation, effets de réputation, nouvelles préférences de marché, évolution technologique).

Il est primordial de faciliter l'appréhension et la caractérisation par les entreprises de leurs effets sur l'environnement et sur le climat comme des risques auxquels elles sont exposées du fait des graves dégradations écologiques avérées. Il est possible de faire émerger les outils et les savoirs adaptés, et de favoriser l'accès à des données mutualisées.

Question 7 : Des risques liés aux sujets environnementaux ont-ils été identifiés par et pour votre entreprise ?



5. DES DÉMARCHES EXISTENT, MAIS ONT BESOIN D'ÊTRE MIEUX CIBLÉES, ET DE POUVOIR S'ARRIMER À L'ACTION CONJOINTE DE TOUTES LES PARTIES PRENANTES

Question 8 : Parmi ces champs d'action possibles, sur lesquels votre entreprise a-t-elle déjà mis en oeuvre des actions concrètes, ou prévoit-elle de le faire dans les deux ans ?

■ Actions déjà engagées

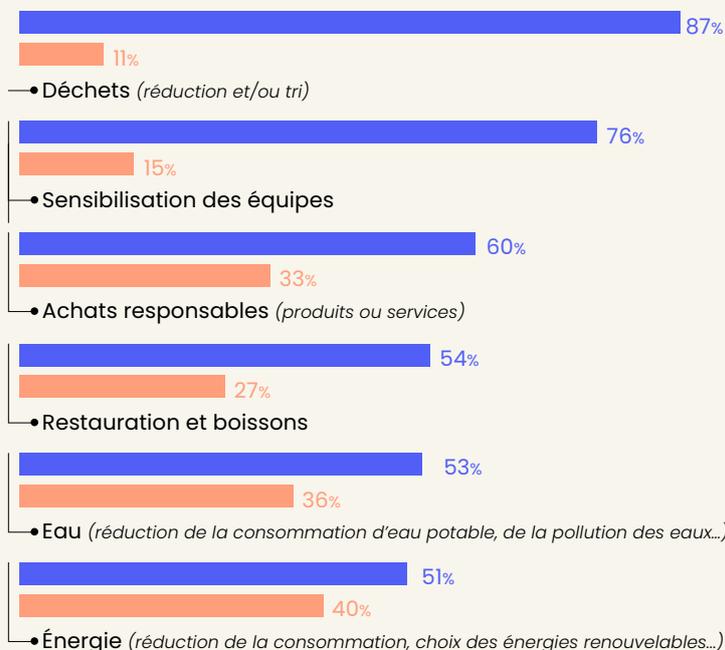
■ Actions souhaitées ou prévues d'ici 2 ans

89% des entreprises adhérentes du PRODISS ont déjà mis en place des actions concrètes pour limiter leur impact environnemental, et la moitié des 11% qui ne l'ont pas fait en forment le projet. Si la crise du Covid 19 a pu jouer comme déclencheur pour 39% des entreprises en soulignant les liens entre santé et environnement, et en donnant au professionnels un temps forcé pour examiner et remettre en cause une partie de leurs usages, 50% avaient déjà commencé à agir avant 2020, dont 14% avant 2015.

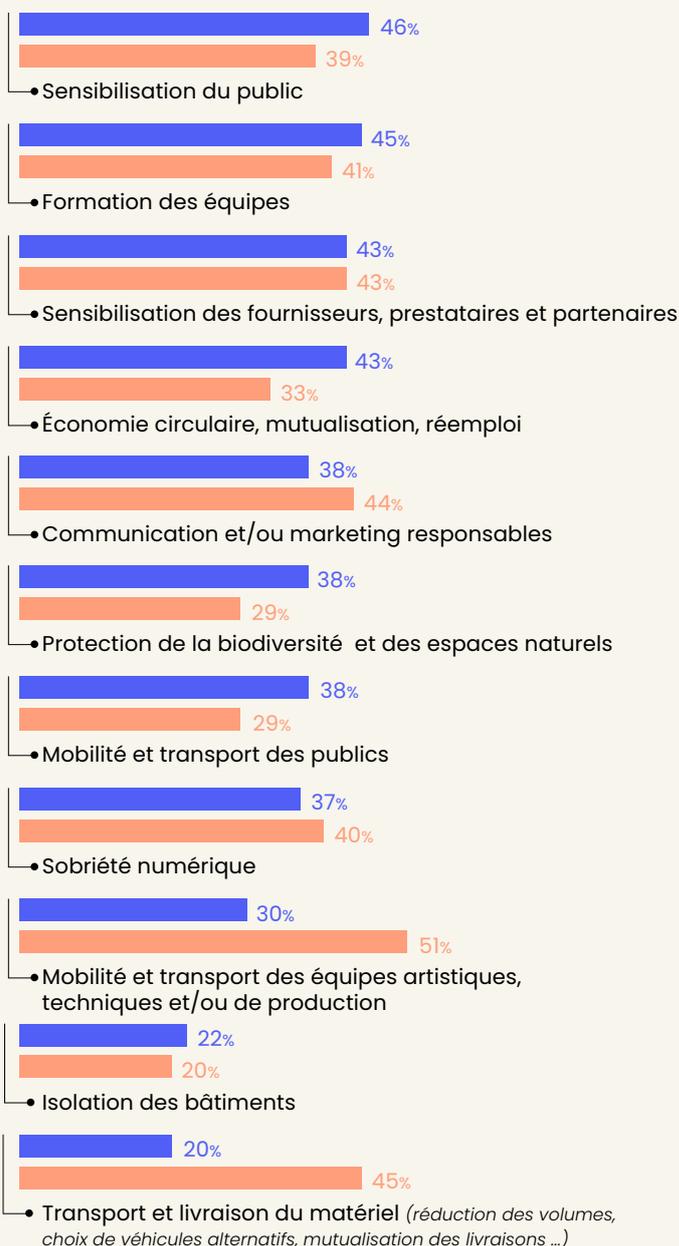
Pour mémoire, 2015 est l'année de l'adoption de l'Accord de Paris à l'issue de la COP 21, et du Programme de développement durable à horizon 2030 qui définit les Objectifs de Développement Durable (ODD) ; deux étapes dans les engagements internationaux et dans la propagation de l'appel à la soutenabilité. L'année 2018 est également un marqueur, avec le lancement des premières grèves scolaires pour le climat par Greta Thunberg le 20 août, et la démission du ministre français de la Transition écologique et solidaire le 28 août.

Une très grande majorité des entreprises du spectacle a donc déjà passé le premier cap, et elles sont nombreuses à bénéficier de quelques années d'expérimentations. Mais à la date de notre enquête, sur 17 champs d'actions identifiés, seuls 6 avaient déjà été investis par plus de 50% des entreprises : la réduction ou le tri des déchets (87%), la sensibilisation des équipes (76%), les achats responsables (60%), la restauration et les boissons (54%), l'usage et la pollution de l'eau (53%), et l'énergie (51%).

On peut penser que la **gestion des déchets** est la thématique sur laquelle les recommandations sont les plus anciennes et l'action la plus facilitée par les collectivités, et que la **sensibilisation des équipes** est privilégiée non seulement parce que c'est un préalable qui favorise l'action collective, mais aussi parce qu'elle peut n'avoir aucun impact financier et organisationnel immédiat.



Sur 17 champs d'actions identifiés, seuls 6 ont été activés par plus de 50% des répondants.



5. DES DÉMARCHES EXISTENT, MAIS ONT BESOIN D'ÊTRE MIEUX CIBLÉES, ET DE POUVOIR S'ARRIMER À L'ACTION CONJOINTE DE TOUTES LES PARTIES PRENANTES

(suite) Concernant les déchets, une étude plus détaillée serait intéressante pour savoir si la primauté est bien donnée à leur réduction plutôt qu'à leur recyclage, conformément aux principes de l'économie circulaire et à la règle des « 3R », réduire, réutiliser, recycler. Il faut espérer enfin que les communications sur le fait que les déchets sont un des postes les plus faibles en émissions de gaz à effet de serre comparativement à la mobilité ou à l'alimentation ne détournent pas les professionnels d'un champ très substantiel au regard d'autres limites planétaires que le changement climatique. Les dispositions récentes de la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire (AGEC) devraient toutefois être favorables.

La formation des équipes n'a été investie que par 45% des entreprises, alors qu'elle est décisive pour la maîtrise des niveaux d'enjeux et l'appropriation de nouveaux standards et méthodes de travail, et que des dispositifs et des prises en charge sont proposés par l'AFDAS, opérateur de compétences du secteur. Une information à diffuser largement auprès des 41% d'entreprises qui prévoient de former leurs équipes dans les 2 ans. Depuis la loi Climat et Résilience d'août 2021, les Opco ont en effet pour mission d'accompagner les branches professionnelles et les entreprises sur la montée des besoins en compétences liés à la transition écologique.

De même que les **champs de la mobilité et du transport**, qui représentent la part principale des émissions de gaz à effet de serre des événements, ne sont abordées que par 38% des entreprises pour les publics, 30% pour les équipes artistiques, techniques et/ou de production, et 20% pour le transport et la livraison du matériel qui apparaît en dernière position des actions déjà menées. Rappelons que les possibilités d'action dans ces domaines recouvrent aussi bien les modes de transport choisis que les distances parcourues, ou le nombre de véhicules requis et le poids de leur chargement. Mobilité et transport ont donc partie liée avec le parcours des tournées, leur rythme, et avec la quantité de matériel à faire voyager. Cette quantité dépend à la fois des scénographies et de la possibilité d'utiliser du matériel fourni localement, donc d'une décision d'ordre artistique d'une part, et des équipements disponibles sur chaque territoire d'autre part. Il faut noter que « mobilité et transport des équipes » et « transport et livraison du matériel » sont les deux premiers domaines sur lesquels les entreprises prévoient d'agir dans les deux ans, respectivement pour 51% et 45% des répondants. Côté mobilité des publics, en dehors de la communication sur les transports en commun, le train, le covoiturage et les mobilités douces, et de l'incitation à ces modalités de déplacement par des offres de service en ligne ou sur place et par des offres tarifaires associées à la billetterie des spectacles, les professionnels ont peu d'influence directe sur le choix final des spectateurs. Les entreprises qui prévoient une action concrète sur ce thème (29%) pourront activer ces possibilités et veiller à l'implantation

sur des sites bien desservis pour la création de nouveaux événements, mais les changements en profondeur demandent le concours des autorités organisatrices de la mobilité, et dépendent de la politique nationale des transports.

Par ailleurs, si les **achats responsables** tiennent une bonne place dans les actions déjà menées (60%) ou prévues (33%), comme les questions relatives à la restauration et aux boissons (54% mises en œuvre et 27% prévues), la **sobriété numérique** ou le **marketing et la communication responsable** sont plus en retard (actions déjà mises en œuvre pour respectivement 37 et 38 % des entreprises), bien que n'exigeant aucune décision extérieure à l'entreprise. Ces notions ont longtemps été mal connues mais se développent, comme en attestent le taux d'intentions favorables : respectivement 40 et 44 % pour la prévision à deux ans.

C'est **l'isolation des bâtiments** qui enregistre le moins de projets à deux ans, 58% des entreprises interrogées déclarant ne rien prévoir sur ce plan malgré l'impact que l'on sait sur les consommations énergétiques. Le fait de ne pas être propriétaire des bâtiments exploités et le coût des investissements associés sont à prendre en compte pour lire ce chiffre. Ces prévisions devront par ailleurs être mises à jour au regard de la crise énergétique et des aides financières à venir pour les exploitants de lieux.

La plupart des métiers n'étant pas exercés sur des sites dits naturels, la protection de ces espaces et de la **biodiversité** correspond assez peu à des actions déjà engagées (38%) ou à des projets à deux ans (29%) quand on observe l'échantillon entier. Mais les proportions changent pour les organisateurs de festivals, qui ont pour 88% d'entre eux déjà mis en œuvre des actions concrètes.

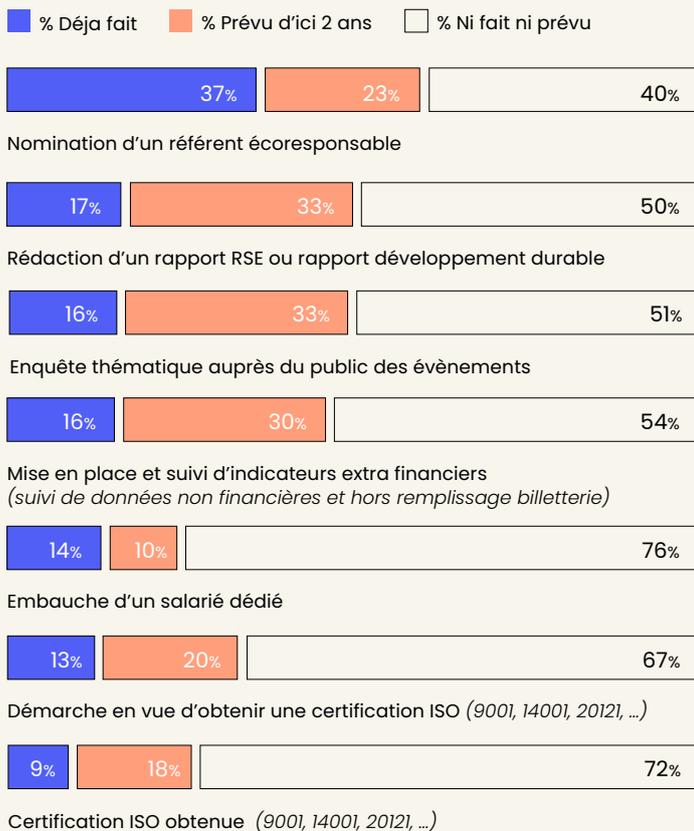
L'économie circulaire est un champ très vaste, qui vise à limiter la consommation et le gaspillage des ressources et la production des déchets. Dans le spectacle vivant, entre autres applications, elle peut se rapporter aux décors, aux costumes, et à l'ensemble du matériel technique (sonorisation, éclairage, vidéo, structures provisoires, signalétique, etc.), dont l'usage peut être mesuré et qui peuvent être éco-conçus, réutilisés et mis en commun. 43% des entreprises ont déjà agi dans ce domaine, et 33% le prévoient dans les deux ans. Le déploiement à plus grande échelle dépend notamment de la formation des postes techniques et artistiques, du recensement des parcs de matériel mutualisable et des ressourceries de matériaux, de leur création dans de plus nombreux points du territoire, et de la mise en réseau des acteurs.

Pour être traités à hauteur de leur importance, beaucoup d'enjeux demandent des moyens financiers, des politiques publiques multisectorielles, et l'action conjointe de toutes les parties prenantes.

6. LES DIFFÉRENTES MODALITÉS DE STRUCTURATION SONT INSUFFISAMMENT MOBILISÉES POUR ATTEINDRE UNE SOUTENABILITÉ FORTE

66% des répondants indiquent se placer dans une démarche élargie de responsabilité sociale et sociétale, ce qui témoigne d'une bonne appréhension de l'étendue et de l'enchevêtrement des sujets auxquels faire face. Mais 36% admettent ne pas avoir initié de processus formel comportant par exemple l'identification et la hiérarchisation des enjeux, la création d'un comité dédié en interne, ou la rédaction d'un plan d'actions. En outre, des modalités de pilotage et de coordination comme le suivi d'indicateurs non financiers ou la désignation d'un référent écoresponsable sont peu pratiquées (respectivement à 16% et 37%) alors qu'elles n'induisent aucun coût ; là où il est compréhensible que seulement 14% aient pu embaucher un salarié dédié et que 76% ne puissent pas le prévoir.

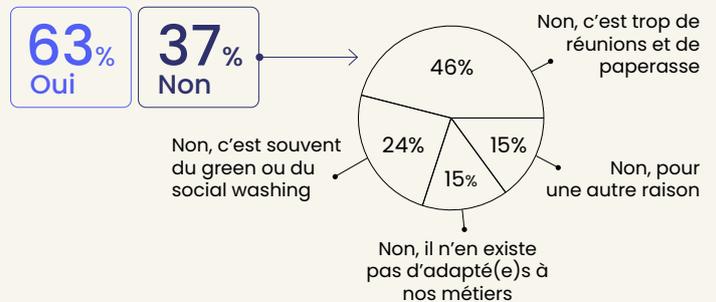
Question 9 : Parmi ces cadres d'aide à la priorisation ou au suivi de l'action, lesquels votre entreprise a-t-elle déjà mis en oeuvre, ou prévoit-elle de mettre en oeuvre dans les deux ans ?



On ne saurait imposer l'usage des outils et référentiels attachés à la RSE comme les normes ISO, qui ne sont pas adaptés à toutes les structures ni à tous les projets. On voit d'ailleurs que les cadres d'engagement, labels, référentiels ou normes suscitent 37% de rejet. D'abord pour leur réputation chronophage, puis parce qu'ils pourraient relever de l'éco-blanchiment ou du blanchiment social.

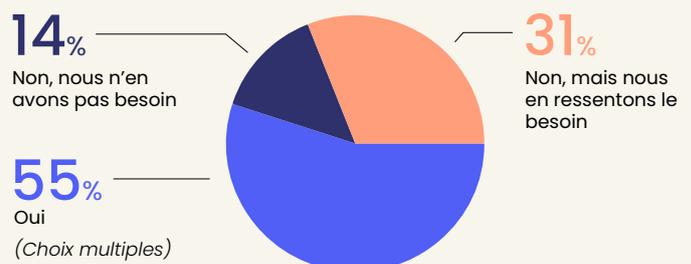
Or il ne tient qu'aux entreprises elles-mêmes de se garder de ces pratiques trompeuses, et si elles entendent devenir écoresponsables elles ne pourront faire l'économie d'investir du temps ni de structurer leur approche. Avec ou sans outil RSE, elles gagneront à en assimiler plus de principes méthodologiques.

Question 10 : Pensez-vous que les cadres d'engagement, les labels, les référentiels ou les normes ISO peuvent aider votre entreprise ?



La transition écologique impliquant de nouveaux savoirs, de nouveaux savoir-faire, et de faire appel à l'intelligence collective, nous avons enfin étudié le rapport à la ressource externe. Seules 55% des entreprises du panel s'appuient sur un ou plusieurs tiers en matière d'écoresponsabilité, mais il est positif de lire que 31% en ressentent le besoin, car des solutions existent. Les réseaux et organismes professionnels sont les premiers partenaires des entreprises qui le font (31%), apport parfois complété par l'expertise de prestataires (25%), avec un recours assez rare aux cabinets de conseil (16%). C'est à l'écosystème entier de se mobiliser pour les accompagner.

Question 11 : Vous appuyez-vous sur des tiers, extérieurs à l'entreprise, pour votre réflexion ou vos actions écoresponsables ?



Il est naturel que les organisations donnent priorité de temps, d'attention et de moyens à leur cœur de métier, et que l'intégration de préoccupations qui n'en relèvent pas *a priori* et qui n'ont pas de réponse uniforme puisse constituer un obstacle de taille.

Dès lors que la pérennité de leur activité est en jeu à plusieurs titres, conduire les entreprises à déplacer le statut de l'écoresponsabilité de sujet additionnel à celui d'axe stratégique est capital. Pour que la question écologique s'ancre dans leur vision de l'entreprise et de ses objectifs, et qu'elles structurent leur démarche.

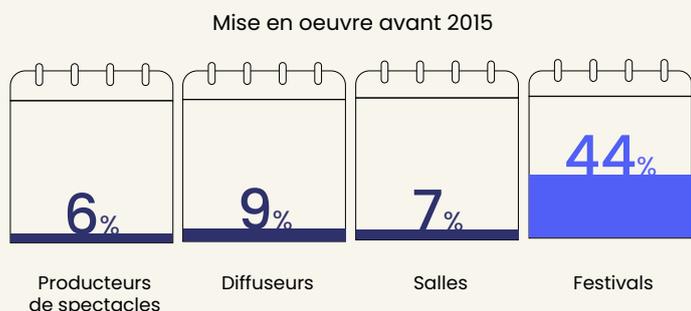
7. DES DISPARITÉS D'ACTION À RÉSOUDRE ENTRE DES MÉTIERS AUX RÉALITÉS DIFFÉRENTES

Les adhérents du PRODISS se répartissent en quatre grands métiers : producteur de spectacles, diffuseur, exploitant de salles et organisateur de festival. Et bien que la multi-activité soit usuelle, chacun de ces métiers se distingue des trois autres par la place qu'il occupe dans la succession et l'articulation des étapes qui vont de l'élaboration du spectacle à chacune de ses représentations. Certains participent de la genèse du spectacle et rendent possible sa création, d'autres l'accueillent et permettent sa rencontre avec un public, tous se complètent. Avec une multitude d'opérations intermédiaires, de qualifications sollicitées, de contributions et de contraintes résultant d'autres parties (artistes, partenaires techniques, distributeurs de billetterie, entreprises de transport, collectivités, spectateurs, pairs, concurrents, etc...), et d'interdépendance dans les périmètres de décision de chacun.

Or ces différences et cette complémentarité jouent un rôle certain dans la faculté de l'ensemble du secteur à mener ses activités dans des conditions de plus en plus soutenables, chaque métier étant plus ou moins enclin à aller au-devant de tel ou tel champ d'action (inventoriés dans l'enseignement 5, page 8) et plus ou moins en capacité de le faire.

Si l'on reprend les données analysées au cours de cette étude à travers un prisme par métier, les disparités sont manifestes. Par exemple : les répondants de type festival et salle ont beau n'être pas plus concernés que les autres à titre privé, ils le sont bien plus à titre professionnel avec 68 % et 62% de « très concernés », et pour les festivals la traduction opérationnelle est nettement plus ancienne (avant 2015 pour 44%, versus moins de 10% pour les autres métiers).

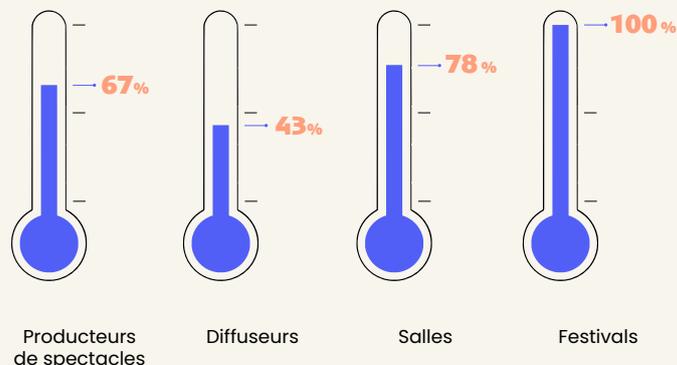
Question 12 : La mise en œuvre de ces actions concrètes est-elle récente?



Festivals et salles ont également une meilleure connaissance de leurs effets sur l'environnement et des risques auxquels ils sont exposés. 45% ont ainsi travaillé à spécifier et mesurer leur empreinte, et pour les festivals 100% ont identifié un ou plusieurs risques et déjà mis en place des actions concrètes.

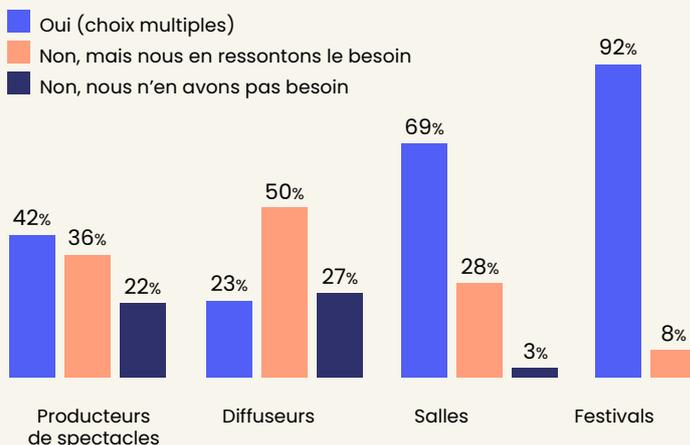
Question 13 : Des risques liés aux sujets environnementaux ont-ils été identifiés par et pour votre entreprise?

% d'entreprises à avoir identifié un ou plusieurs risques



La maturité de ces deux métiers peut découler de leur exposition plus franche aux risques physiques du dérèglement climatique, au fait d'être directement responsables du bon usage d'un site ou d'un bâtiment, aux dispositions légales et réglementaires qui les touchent (notamment loi AGEC ou dispositif Éco-énergie tertiaire), à leur rapport direct avec les collectivités et le public, ou encore à l'avantage de pouvoir expérimenter des dispositifs sur la durée.

Question 14 : Vous appuyez-vous sur des tiers, extérieurs à l'entreprise, pour votre réflexion ou vos actions écoresponsables?



Du reste, ils sont plus nombreux à avoir structuré leur démarche puisque 92% des festivals et 69% des salles s'appuient sur des tiers, que 80% et 55% ont nommé un référent écoresponsable, que 40% et 30% suivent des indicateurs non financiers, et qu'ils sont 32% et 27% à avoir embauché un salarié dédié. Ce sont surtout eux enfin qui s'engagent dans des processus de certification ISO ou les envisagent.

7. DES DISPARITÉS D'ACTION À RÉSOUDRE ENTRE DES MÉTIERS AUX RÉALITÉS DIFFÉRENTES

(suite) Bien que sensibles à titre privé, producteurs de spectacles et diffuseurs ont peut-être été longtemps moins exposés aux différentes catégories de risques, et sont autrement mis en difficulté par la quantité et la singularité des projets qu'ils mènent, avec les limites propres à chaque métier quant à sa souveraineté de décision sur tel ou tel champ d'action. Concernant les producteurs par exemple, les domaines sur lesquels ils pourraient avoir le plus de prise, comme le dimensionnement des scénographies et la mobilité des artistes et des œuvres, affectent directement les attentes des artistes et du public, dont ils dépendent. Les résultats de notre 8^e « Baromètre du Live » en sont une illustration : 75% des spectateurs indiquent accorder une importance à l'engagement environnemental des spectacles et festivals de manière générale, mais attendent en premier lieu une bonne gestion des déchets et la préservation du site, et sont moins sensibles aux consommations énergétiques induites par les mises en scène, à la facilitation de l'accès à des modes de transport moins polluants pour se rendre sur ces événements, ou au fait de bénéficier d'offres de restauration et de boissons responsables. (Note 3 en annexe)

Au-delà de l'interdépendance entre les quatre métiers pour leur capacité à agir et l'efficacité finale des dispositifs que tous initient, il y a une corrélation avec la maturité de chacun des acteurs clés d'un bout à l'autre de la chaîne. Pour aller vers des spectacles et des tournées écoresponsables, l'objectif de transition devra être plus largement mis en dialogue aux points d'articulation entre les métiers mais aussi avec leurs parties prenantes, collectivités, artistes, prestataires et public compris.

ANNEXES

NOTES DE FIN / DÉTAIL DES QUESTIONS

[NOTE 1 – PAGE 5] Bpifrance Le Lab, enquête « Le climat des affaires, une affaire de climat ? », 1 006 réponses exploitées, Insee, 2020.
Motivation principale pour adapter l'entreprise aux enjeux du changement climatique et de l'environnement
Conviction 67% / Opportunité 23% / Contrainte 10%

[NOTE 2 – PAGE 6] Bpifrance Le Lab, «Les dirigeants de PME-ETI face à l'urgence climatique», 2021, page 6

[NOTE 3 – PAGE 12] Harris Interactive, PRODISS, « Baromètre des pratiques culturelles des Français en matière de spectacles musicaux et de variété », vague 8, 2022, Présentation du 12 octobre 2022, pages 22 et 23.

Pour chaque question reproduite dans cette étude, vous trouverez ci-dessous la taille de l'échantillon ainsi que les différents choix proposés aux enquêtés lorsqu'ils ne figurent pas dans les infographies, et les énoncés originaux lorsqu'ils ont été reformulés.

QUESTION 1

ÉCHANTILLON : 141

Pensez-vous que le spectacle vivant doit devenir plus « écoresponsable » ? *Oui, c'est une priorité / Oui, plutôt / Non, plutôt pas / Non, pas du tout*

QUESTION 2

ÉCHANTILLON : 141

QUESTION 3

ÉCHANTILLON : 133

QUESTION 4

ÉCHANTILLON : 141

Vous sentez-vous concerné par les questions environnementales, et notamment climatiques, dans votre vie privée? *Très concerné / Plutôt concerné / Plutôt pas concerné / Pas du tout concerné*

Vous sentez-vous concerné par les questions environnementales, et notamment climatiques, dans votre vie professionnelle? *Idem*

QUESTION 5

ÉCHANTILLON : 141

QUESTION 6 = QUESTION 9

ÉCHANTILLON : 139

QUESTION 7 = QUESTION 13

ÉCHANTILLON : 134

Des risques liés aux sujets environnementaux ont-ils été identifiés par et pour votre entreprise ? *Détail des Oui en page 7 / Non, notre secteur n'est pas concerné/ Non, nous n'avons pas mené cette réflexion*

QUESTION 8

ÉCHANTILLON : 139

Parmi ces champs d'action possibles, sur lesquels votre entreprise a-t-elle déjà mis en oeuvre des actions concrètes, ou prévoit-elle de le faire dans les deux ans ? *Détail des champs d'action en page 8 / Actions déjà engagées / Actions souhaitées ou prévues d'ici 2 ans / Aucune action engagée ni prévue*

QUESTION 10

ÉCHANTILLON : 133

Pensez-vous que les cadres d'engagement, les labels, les référentiels ou les normes ISO peuvent aider votre entreprise ? *Oui, ce sont des guides pour l'action / Oui, ça met en valeur et ça légitime nos engagements / Oui, pour une autre raison / Détail des Non en page 10*

QUESTION 11 = QUESTION 14

ÉCHANTILLON : 134

Vous appuyez-vous sur des tiers, extérieurs à l'entreprise, pour votre réflexion ou vos actions écoresponsables? *Non, nous n'en avons pas besoin / Non, mais nous en ressentons le besoin / Oui, au sein du groupe auquel nous appartenons / Oui, nous bénéficions d'informations de la part de réseaux professionnels (pairs, réseaux régionaux type R2D2, collectif(s), syndicat(s), CNM...)/ Oui, nous avons rejoint un ou plusieurs groupe(s) de travail ou de coopération / Oui, nous faisons appel ponctuellement à des prestataires sur un ou plusieurs sujet(s) précis / Oui, notre démarche est encadrée (ou a été encadrée) par un cabinet de conseil / Autre*

QUESTION 12

ÉCHANTILLON : 125

La mise en œuvre de ces actions concrètes est-elle récente? *Entre 2020 et 2022 / Entre 2015 et 2020 / Avant 2015*

AUTRE QUESTION UTILISÉE – PAGE 05

ÉCHANTILLON : 132

Des opportunités liées aux sujets environnementaux ont-elles été identifiées par et pour votre entreprise ? *Non, notre secteur n'est pas concerné / Non, nous n'avons pas mené cette réflexion / Oui, notre engagement peut devenir un «avantage concurrentiel» / Oui, nous pouvons obtenir de nouveaux financements / Oui, c'est l'occasion de se réinventer / Oui, c'est une nouvelle source de cohésion pour l'équipe / Autre*

AUTRE QUESTION UTILISÉE – PAGE 06

ÉCHANTILLON : 141

En matière d'écoresponsabilité, diriez-vous que votre entreprise est : *Très engagée / Assez engagée / Peu engagée / Pas engagée*

AUTRE QUESTION UTILISÉE – PAGE 10

ÉCHANTILLON : 137

Au-delà des aspects environnementaux, vous inscrivez-vous dans une démarche plus large de responsabilité sociale et sociétale? *Oui, nous avons initié un processus RSE ou similaire (RSE pour Responsabilité Sociale ou Sociétale des Entreprises) / Oui, nous menons plusieurs actions dans un esprit général de soutenabilité de nos activités, mais n'avons pas initié de démarche formelle (priorisation des enjeux, comité interne, plan d'actions, etc.) / Non, les actions que nous avons mis en œuvre ne portent que sur le volet environnemental / Non, pour l'instant nous ne menons aucune action spécifique relative à nos impacts environnementaux, sociaux ou sociétaux*

À PROPOS DU PRODISS

PROPAGATEUR DE PASSION

Fondé en 1984, le PRODISS, syndicat national du spectacle musical et de variété, est aujourd'hui le premier réseau d'entrepreneurs privés du spectacle vivant. Producteurs de spectacles, diffuseurs, exploitants de salles et organisateurs de festivals, ces 4 professions sont valorisées et soutenues au sein d'un écosystème en perpétuelle mutation.

PROMOTEUR D'UNION

À la fois lieu de discussions, de réflexions, de propositions et de collaborations, le PRODISS porte chaque jour la culture de la scène au niveau national comme à l'international. Il valorise les nombreux métiers du live pour accompagner ses transformations et le projeter avec force dans l'avenir.

PRODUCTEUR D'AVENIR

Représentant 400 adhérents, le PRODISS est en première ligne pour faire face aux difficultés et aux défis. À la fois témoin et acteur de l'innovation créative, de projets artistiques ambitieux, il participe activement à faire de la scène le lieu d'une expérience unique pour créer des rencontres inoubliables entre les artistes et le public.

Retrouvez toute notre actualité sur le site prodiss.org, et sur nos réseaux sociaux



23 rue du Renard – 75004 Paris – 01 42 65 73 13

Pour consulter la *Charte des adhérents du PRODISS pour un spectacle vivant durable et responsable* [cliquez ici](#)

CONTACT MEDIA

Pierre Marié – Bona Fide – pmarie@bonafide.paris – 06 09 46 88 93

CRÉDITS

© PRODISS 2022 – tous droits réservés.

Enquête et étude réalisées pour le compte du PRODISS par Hermine Pélissié du Rausas – hermine.pro@netcourrier.com

avec le soutien de la Direction des études et des affaires économiques du PRODISS – eco@prodiss.org

Conception graphique : Anne-Laure Le Méner – al.lemener@gmail.com

Crédit Photo : Philippe Levy

RESSOURCES

Bpifrance Le Lab, enquête « Le climat des affaires, une affaire de climat ? » 1 006 réponses exploitées, Insee, 2020.

Bpifrance Le Lab, « Les dirigeants de PME-ETI face à l'urgence climatique », 2021.

Harris Interactive, PRODISS, « Baromètre des pratiques culturelles des Français en matière de spectacles musicaux et de variété », vague 8, 2022.