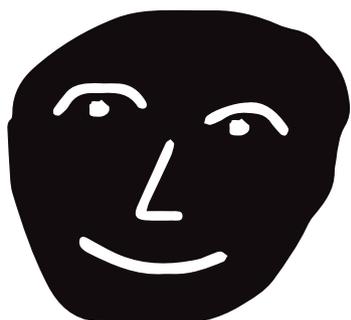
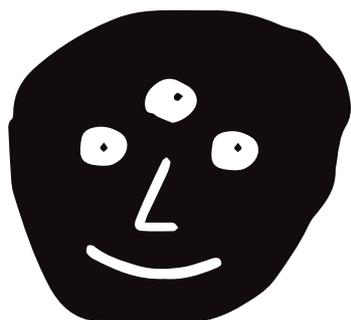
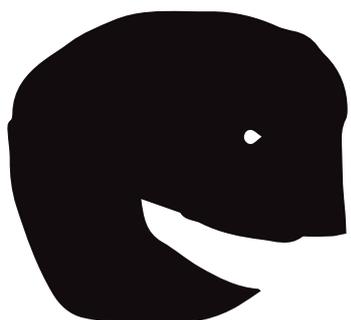
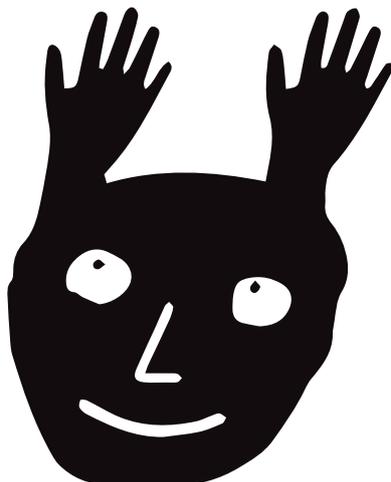
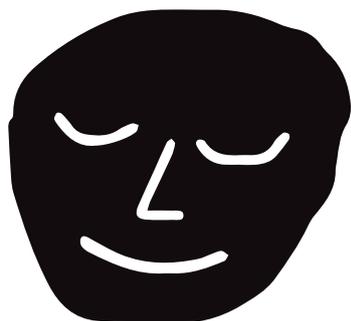


MARS 2019



CONDITIONS DE PRODUCTION ET DE DIFFUSION DU SPECTACLE VIVANT JEUNE PUBLIC

Synthèse de l'étude réalisée par Scènes d'enfance - ASSITEJ France



UN SECTEUR DYNAMIQUE

UN LARGE RÉSEAU DE DIFFUSION, AU PLUS PRÈS DES TERRITOIRES



CONDITIONS DE PRODUCTION ET DE DIFFUSION DU SPECTACLE VIVANT JEUNE PUBLIC

Synthèse

La création pour l'enfance et la jeunesse est foisonnante, inventive, riche de la diversité de ses formes et de ses expressions. Elle est porteuse d'un espoir et d'un projet de société. C'est ce qu'entend promouvoir *Scènes d'enfance - ASSITEJ France*. L'association s'est constituée au lendemain de *La Belle Saison* avec l'enfance et la jeunesse pour rassembler toutes les forces de ce secteur, en défendre les intérêts, et accompagner les dynamiques coopératives et structurantes en région comme à l'étranger.

C'EST DANS CET ÉLAN QUE L'ASSOCIATION A SOUHAITÉ INTERROGER LES CONDITIONS DE PRODUCTION ET DE DIFFUSION DU SPECTACLE JEUNE PUBLIC ET EN FAIRE UN BILAN ACTUALISÉ, RENDU PUBLIC LORS DES "ÉTATS GÉNÉRAUX ARTS VIVANTS, ENFANCE ET JEUNESSE" LES 26 ET 27 MARS 2019 À NANTES.

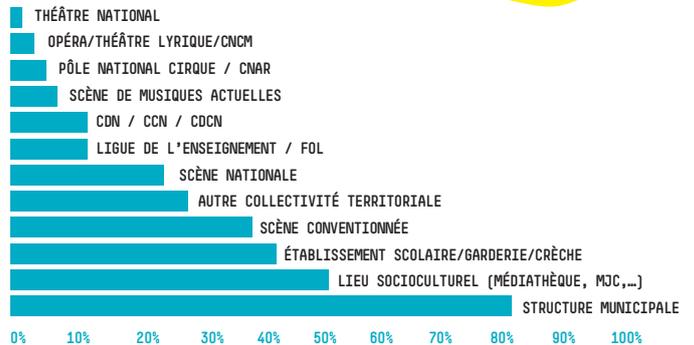
De décembre 2017 à février 2019, le Tour d'enfance impulsé par *Scènes d'enfance - ASSITEJ France* a impliqué toutes les plateformes et réseaux jeunes publics, contribuant à une large réflexion sur ce secteur. Dix ans après une étude menée par *Scènes d'enfance(s)* et *d'ailleurs* et le Ministère de la Culture sur les conditions de production et de diffusion du spectacle jeune public, il apparaissait également nécessaire de mettre à jour les données qui avaient été recueillies, mais aussi d'en prolonger l'analyse. Au cours de ces dix années, *La Belle Saison* avec l'enfance et la jeunesse, l'évolution des esthétiques et des pratiques de diffusion, mais aussi la crise des finances publiques ont traversé notre paysage professionnel.

Qui diffuse ? Qui produit ? Comment se portent la création et l'emploi culturel dans notre secteur ? C'est sur ces questions et bien d'autres que cette nouvelle étude, dont sont présentés ici une courte synthèse et les chiffres clés, entend nous éclairer.

L'ÉTUDE COMPLÈTE EST ACCESSIBLE SUR LE SITE WWW.SCENESDENFANCE-ASSITEJ.FR



SCÈNES D'ENFANCE ASSITEJ-FRANCE



Equipes artistiques : diffusion par type de structures
Proportion d'équipes accueillies en 2016-2017

Le jeune public est présent partout, des MJC aux établissements nationaux. Extrêmement large et diversifié, dominé par les établissements municipaux, le réseau de diffusion des équipes se construit dans le temps et la diffusion dans de petits lieux demeure presque toujours un socle d'activité pour les équipes. **Une majorité des artistes défend la volonté de tourner dans tous les types de structures, auprès de tous les publics.**

Si la région d'implantation constitue souvent le réseau premier des équipes, la moitié des représentations a lieu au-dehors, ce qui indique une **forte mobilité des spectacles jeune public.**

Les festivals spécialisés constituent un enjeu majeur pour la diffusion. Ils présentent une sélection de spectacles qui bénéficient d'une large visibilité auprès de nombreux programmeurs. Certaines équipes observent un "effet d'entonnoir", l'attention de ces derniers pouvant se concentrer sur les créations sélectionnées par les festivals, au détriment des autres.

En 2016-17, un quart des équipes qui créent pour le jeune public a joué dans des scènes nationales et 13% dans des CDN/CCN. **Seules les équipes les plus subventionnées sont réellement présentes dans le réseau labellisé**, et même ces dernières ne tournent en moyenne que 7 représentations en CDN/CCN par saison et 14 en scènes nationales.

Diffusion internationale 2016-2017 :

- > 1/3 des équipes a tourné à l'international
- > 17% ont bénéficié d'un dispositif de soutien à la diffusion internationale
- > 48% des structures de programmation ont accueilli des spectacles étrangers
- > 28% d'entre elles ont accueilli des spectacles provenant de pays non européens

UNE GRANDE VITALITÉ DE DIFFUSION

Dans un contexte politique, économique et social souvent difficile pour l'ensemble du secteur culturel, la création jeune public continue d'afficher une importante vitalité de diffusion. **Le répertoire occupe une place importante dans cette dynamique**, les équipes tournant leurs créations plusieurs années de suite, simultanément avec d'autres spectacles.

En moyenne :

- > 3 spectacles jeune public diffusés par équipe en 2016-17, pour 55 représentations par équipe
- > 12 spectacles jeune public accueillis par structure en 2016-17, pour 49 représentations par structure

Si les spectacles jeune public représentent en moyenne un tiers de la programmation des structures, les représentations jeune public en constituent la moitié, ce qui s'explique notamment par la pratique des séries.



UNE COMPLEXITÉ ÉCONOMIQUE

En observant les recettes moyennes des équipes artistiques par représentation en 2017 (en admettant qu'elles incluent des cessions mais aussi des exploitations en coréalisation, à perte, à l'étranger etc.), on obtient **un montant par représentation de 1 000€**.

Du côté des structures, le budget artistique jeune public médian en 2017 (c'est-à-dire le budget d'accueil incluant les frais annexes, hors budget de production) est de 54 000€, et le budget artistique médian par représentation jeune public est de 1 500€.

En moyenne, **le budget artistique jeune public d'une structure représente un tiers du budget artistique total**.

La plupart des programmeurs fait part d'un **cadre budgétaire restreint**, imposé par leurs financements publics ou par les décideurs du projet artistique.

Ce cadre budgétaire rencontre **plusieurs contraintes spécifiques** à la diffusion de spectacles jeune public :

- Très peu élevés, les **tarifs des entrées** sur les représentations jeune public impliquent de trouver un équilibre budgétaire du côté de l'achat des spectacles
- Les équipes artistiques demandent à jouer devant des **jauges réduites** : une nécessité pour la qualité d'écoute et de réception des spectacles, souvent comprise par les programmeurs mais toutefois discutée
- Si la majorité des structures programme en **séries** pour répondre à la demande des établissements scolaires, les volumes restent en général assez restreints, entre deux et quatre représentations dans la plupart des cas

Ainsi, **la question des prix de cession**, nœud de la relation entre équipes artistiques et structures de programmation, concerne l'adéquation entre la juste rémunération des équipes, la nécessaire réduction des jauges et des tarifs de billetterie bas.

La plupart des équipes réclament de "briser le plafond de verre du prix de cession", soit de ne plus considérer leurs spectacles comme nécessairement moins chers que ceux destinés aux adultes.

DIFFUSION : UNE TENDANCE À LA BAISSÉ DU CÔTÉ DES ÉQUIPES

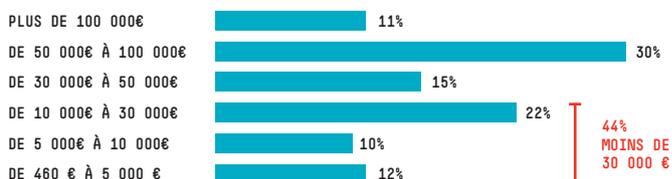
L'étude menée en 2009 par *Scène(s) d'enfance et d'ailleurs* observait une moyenne de 78 représentations par équipe artistique en diffusion sur la saison, pour 55 dans notre enquête : toutes proportions gardées, la question se pose donc d'une tendance dégressive.

Interrogées à ce sujet, la majorité des équipes fait le **constat d'une évolution à la baisse dans le cadre de la diffusion** : resserrement des calendriers, des programmations et des budgets d'accueil, fonte des séries, négociation serrée des prix de cession... le sentiment d'un appauvrissement du secteur prédomine, ainsi que l'impression d'une démultiplication du nombre de projets à destination des jeunes générations.

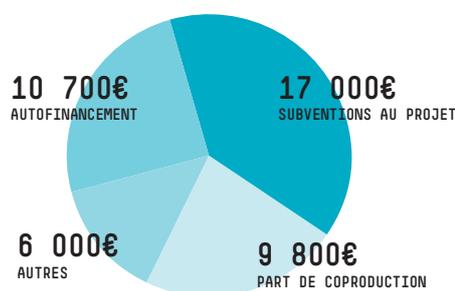
D'où une sorte "d'effet ciseau" : la nécessité de se partager la capacité de programmation des structures entre davantage de spectacles en circulation diminuerait le nombre de représentations par équipe.

DE TRÈS FAIBLES MOYENS POUR LA CRÉATION

Une majorité de compagnies se déclare confrontée à l'impossibilité de réunir les moyens financiers nécessaires à la création. Certaines observent une évolution à la baisse des moyens de production et des efforts toujours plus importants à déployer.



Montant moyen du budget de production des équipes artistiques



Composition du budget de production moyen des équipes artistiques

Le budget de production repose en grande partie sur les subventions au projet.

Souvent soutenues par les institutions (en 2017, trois quarts ont bénéficié de subventions), la plupart des équipes déplorent malgré tout le **manque de soutien public pour la création**, les montants alloués ne permettant pas de faire face aux enjeux affichés.

Les équipes investissent la majorité de leurs fonds propres dans la création, au détriment de leur capacité à se structurer, donc à pérenniser leur activité et à réunir des partenaires financiers.

Parmi les différents moyens de production mobilisés, la coproduction semble le plus inaccessible.

- > Du côté des équipes artistiques, pour leur dernière création en date :
- > 40% des équipes n'ont pas de coproducteurs, 17% en ont plus de trois
- > La moitié des équipes réunit moins de 10 000€ en coproduction
- > Les parts de coproduction varient en moyenne entre 3 000€ et 8 000€

Pour faire face aux faibles montants de coproduction, les équipes artistiques doivent multiplier le nombre de partenaires, ce qui étire le temps nécessaire au montage de production.

Du côté des structures, **la coproduction apparaît comme une mission à la marge**.

- > Du côté des structures de programmation pour l'année 2017 :
- > 64% des structures coproduisent des créations jeune public
- > Budget annuel moyen de production jeune public : 17 000€ par structure (pour 84 000€ de budget total de production)
- > Budget annuel médian de production jeune public : 6 000€ par structure (pour 19 000€ de budget total de production)
- > 3/4 des structures disposent d'un budget de production jeune public inférieur à 10 000€
- > Part de coproduction médiane par création jeune public : 4 600€

Dans l'étude réalisée en 2009, les coproducteurs de spectacles jeune public représentaient 36% de l'échantillon : on observe donc **une tendance à la hausse du nombre de structures qui s'engagent pour la création.**

Plus les moyens en production des structures sont élevés, plus la proportion dédiée au jeune public y est faible.

Ainsi, le jeune public représente environ 10% du budget de production total dans les structures labellisées (CDN et scènes nationales).

Le manque de moyens impacte directement l'emploi mais a également des conséquences sur la création elle-même, avec des projets revus à la baisse. **La notion de travail "bénévole" ou "gratuit" est omniprésente.**

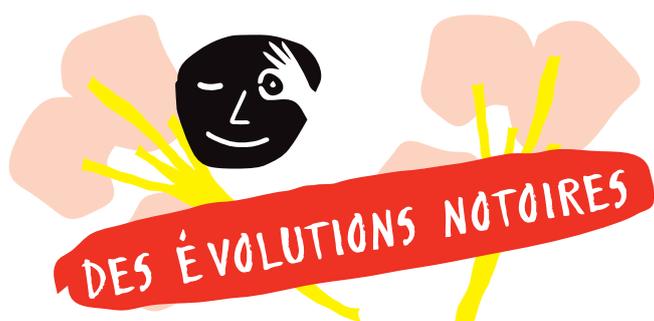
RÉSIDENCE ET PRÉACHAT : DES SOUTIENS À LA CRÉATION PLUS OU MOINS AFFIRMÉS

La plupart des structures accueillent les équipes artistiques en résidence. Dans la moitié des cas, il s'agit d'un **simple prêt d'espace de répétition.**

- > 77% des équipes ont bénéficié de résidences de création (plateau équipé avec personnel technique)
- > 46% des équipes ont bénéficié d'une prise en charge des frais de résidence
- > 72% des structures accueillent des équipes artistiques en résidence (plateau équipé avec personnel technique)
- > 1/3 des structures prennent en charge les frais de résidence

Pratique courante, **le préachat constitue un autre moyen de soutenir la création.**

- > 86% des équipes sont concernées par le préachat (21 représentations en moyenne)
- > 60% des structures ont accueilli des représentations JP en préachat (10 représentations en moyenne)
- > Le préachat représente en moyenne 11% du total des représentations en 2016-17



UNE PRISE DE CONSCIENCE GÉNÉRALISÉE

Les acteurs du secteur constatent une évolution des regards et des mentalités vis-à-vis de leurs projets jeune public, dans le champ du spectacle vivant et la sphère institutionnelle.

De fait, le nombre de répondants volontaires à notre enquête (soit deux fois plus que pour l'étude menée en 2009) et la diversité de cet échantillon indiquent **un intérêt croissant et élargi pour la création jeune public.**

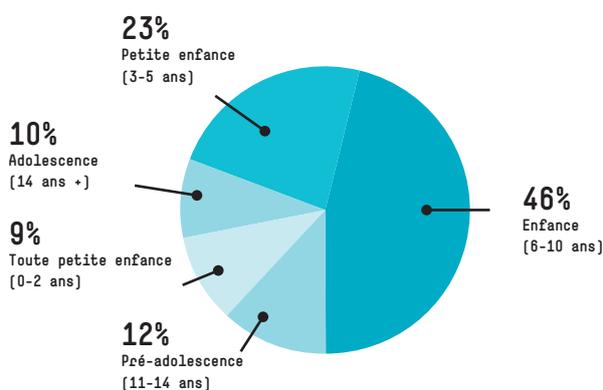
Dynamique au long cours qui résulte des efforts continus d'un secteur professionnel, **cette évolution semble s'accroître au moment de La Belle Saison avec l'enfance et la jeunesse,** saison nationale initiée en 2014 et portée par le Ministère de la Culture et de la Communication.

En 2017, un tiers des équipes artistiques qui créent pour le jeune public sont associées à des structures sur le moyen et long terme et **un tiers des structures accueille au moins un artiste associé jeune public.**

UNE DIMENSION INTERGÉNÉRATIONNELLE QUI S'AFFIRME

Les créations dites "jeune public" ont aujourd'hui pour vocation de **rencontrer tous les spectateurs, enfants, adolescents et adultes,** et de **créer du dialogue entre les générations.** L'enfant est souvent perçu comme un médium pour toucher plus largement les familles et les publics éloignés de la culture.

Dans notre échantillon, les structures programment en moyenne autant de représentations familiales que de séances scolaires. En additionnant ces deux types de représentations, **les spectacles jeune public drainent en moyenne un tiers de la fréquentation des structures.**



Répartition moyenne des spectacles JP programmés en 2016-2017 par type de public

DES RÉSEAUX QUI SE STRUCTURENT

L'enquête met en lumière le travail en réseaux et sa structuration, elle aussi impulsée au moment de La Belle Saison.

Les professionnels partagent une volonté de **se fédérer pour faire avancer la création et l'éducation artistique.**

La grande majorité des structures mène des **projets partagés sur les territoires** avec de nombreux acteurs aux statuts et missions extrêmement divers, l'Education Nationale au premier plan.

L'émergence de **plateformes régionales et réseaux disciplinaires** facilite le dialogue entre acteurs et la réalisation des projets, dans une dynamique de structuration globale du secteur.

ACCOMPAGNER LA DÉCOUVERTE

Le travail avec les jeunes spectateurs se déploie, se précise et se réinvente dans une pensée globale de l'éducation artistique, qui passe par des parcours mêlant découverte des spectacles et sensibilisation à la création.

Au cœur de ces dynamiques, on retrouve les **résidences de territoire et d'immersion,** des dispositifs partagés entre équipes artistiques, structures de programmation et partenaires du champ social et de l'enfance : la création et les temps de recherche avec les publics s'y nourrissent mutuellement et cette présence artistique au plus près des habitants irrigue les territoires aux côtés des programmations jeune public.



DES ATTENTES FORTES

AMÉLIORER LES CONDITIONS DE LA CRÉATION ET DE LA DIFFUSION

En termes de besoins, les équipes artistiques expriment **des attentes quasi unanimes quant aux moyens de production et les conditions de diffusion** des œuvres jeune public :

- davantage de moyens en coproduction, trop rares et sur des montants très faibles,
- de vraies résidences de création, avec une prise en charge des frais annexes,
- des espaces de travail,
- des aides publiques pour la création et la résidence, plus systématiques et plus importantes,
- des moyens alloués au temps de recherche, d'expérimentation et de laboratoire,
- davantage de représentations familiales,
- le développement de dynamiques de mobilité initiées par les structures,
- des dispositifs régionaux d'aide à la diffusion, particulièrement en milieu rural,
- des aides au fonctionnement et à la structuration.

UNE ATTENTE MAJEURE VIS-À-VIS DES POUVOIRS PUBLICS

Les professionnels déplorent l'absence de mesures structurantes et d'un réel soutien budgétaire dans la durée, qui permettraient de répondre à ces attentes.

Les structures font part d'une réelle bienveillance des partenaires institutionnels vis-à-vis de leur projet jeune public, sans qu'ils s'y engagent de manière concrète. **Un accompagnement moral mais comme à distance, qui se traduit par un manque de soutiens financiers dédiés.** Or ces projets nécessitent des budgets spécifiques du fait de leur fragilité économique, qu'il s'agisse de création, de diffusion ou d'action culturelle.

De même, les équipes artistiques remarquent la faiblesse de l'engagement institutionnel et questionnent les objectifs, critères et fléchages des aides publiques, perçus comme opaques ou éloignés des réalités du terrain.

Les lieux dits "intermédiaires", non conventionnés ou labellisés, peinent à faire reconnaître leur mission d'intérêt général auprès des institutions et réclament eux aussi des moyens pour accompagner la création jeune public. Les équipes s'inquiètent également du devenir de ces réseaux, essentiels à la diffusion.

Équipes et structures constatent aussi **le besoin de pratiques coopératives** et attendent qu'elles soient encouragées par les pouvoirs publics, en particulier les réseaux de production/diffusion.

CONCLUSION

L'étude ainsi réalisée doit nourrir la réflexion de chacun. Elle doit mettre la profession en mouvement, au-delà de sa présentation publique lors des "Etats Généraux Arts vivants, enfance et jeunesse" à Nantes. Support de réflexion et de discussion dans la relation que chacun entretient avec les collectivités publiques, elle est aussi un outil qui doit permettre à tous de faire évoluer ses pratiques professionnelles pour une plus grande solidarité entre tous les acteurs de la création, de la production et de la diffusion du spectacle jeune public.

L'étude comme les "Etats Généraux" ne doivent pas clore le débat, mais ouvrir un nouveau chapitre dans la structuration et la reconnaissance du secteur professionnel jeune public.

MÉTHODOLOGIE

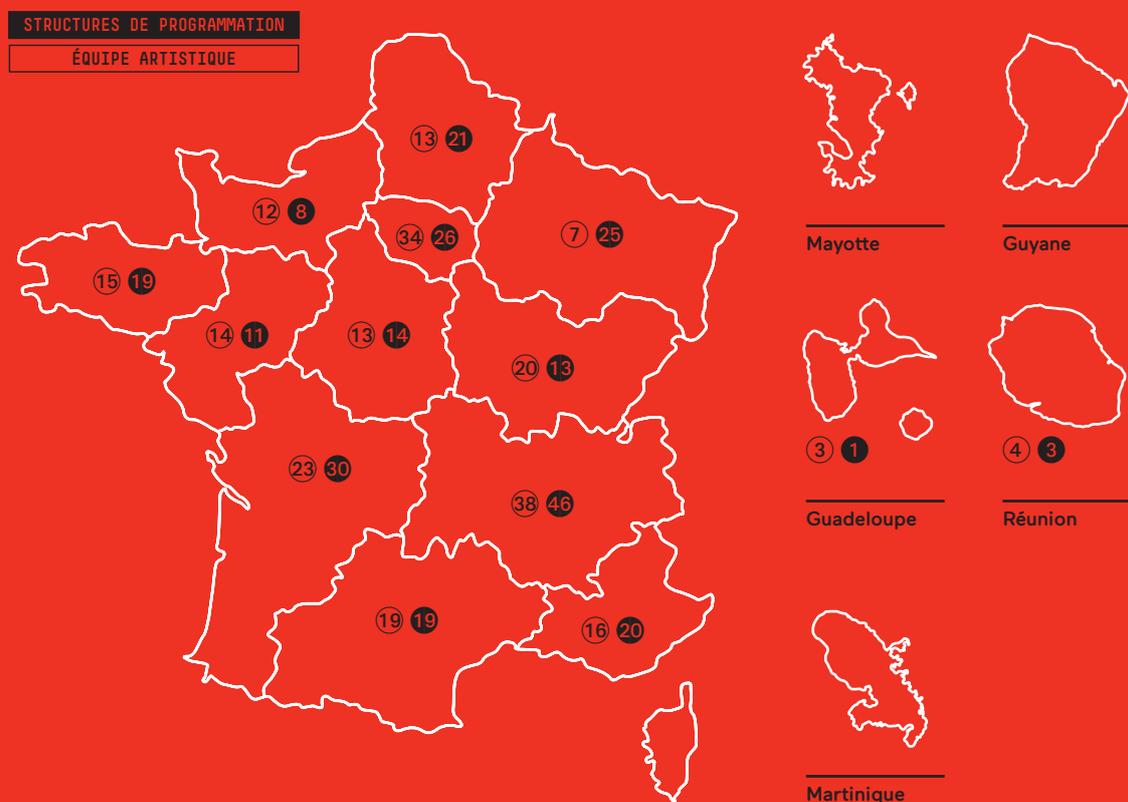
Des questionnaires portant sur l'activité de la saison 2016-2017 et sur les bilans 2017 ont été adressés aux équipes artistiques et aux structures de programmation partout en France. Sur 509 réponses reçues, 495 ont été validées, dont 234 pour les équipes artistiques et 261 pour les structures de programmation.

72% des équipes artistiques et 18% des structures répondantes sont spécialisées dans la diffusion jeune public (plus de 75% de leur activité).

30 entretiens ont ensuite été menés avec 15 équipes artistiques et 15 structures de programmation.

Notre échantillon est composé de répondants volontaires, concernés par la question de la création jeune public. Il n'a pas vocation à représenter le champ du spectacle vivant dans son ensemble. Les résultats obtenus permettent d'observer des tendances et de dégager des problématiques communes aux professionnels du secteur jeune public.

LES RÉPONDANTS À L'ÉTUDE PAR TERRITOIRE



COMITÉ DE PILOTAGE

Membres du Conseil d'administration de Scènes d'enfance – Assitej France :
Lucie Duriez
Lorinne Florange
Béatrice Fumet
Cyrille Planson
Emilie Robert
Marion Rousseau
Grégory Vandaële
Daniel Véron

Artcena

Laure Favret
Stéphane Segreto-Aguilar

Culture Commune

Laurent Coutouly, membre du comité éditorial de la précédente étude publiée en 2009

L'A – Agence culturelle Nouvelle-Aquitaine
Laura Guérin

Onda

Sandrine Weishaar

Plateforme Interrégionale d'échange et de coopération pour le développement culturel
Stéphane Grosclaude

SACD

Isabelle Council
Michelle Dhallu

Sacem

Juliette Mant

Avec le concours de l'Observatoire des politiques culturelles

RÉALISATION DE L'ÉTUDE

Fanny Spiess

accompagnée de l'équipe de Scènes d'enfance – ASSITEJ France

Scènes d'Enfance – ASSITEJ France
www.scenesdenfance-assitej.fr
contact@scenesdenfance-assitej.fr

Retrouvez l'étude complète sur le site
www.scenesdenfance-assitej.fr

