



ENREGISTREMENT

TOURNEURS

SOUTIEN

FORMATION

LIEUX

DIFFUSION

TREMPAINS

PRESTATIONS
DE SERVICES

ADMINISTRATION

SOLIMA FINISTERE

COMMUNICATION

MANAGEMENT
D'ARTISTES

ORGANISATION

LE PAYSAGE DES BUREAUX DE PRODUCTION DE MUSIQUES ACTUELLES EN FINISTÈRE

CONSEIL
STRATEGIQUE

DISTRIBUTION

TECHNIQUE

AIDE A LA CREATION

Rapport d'enquête
juillet 2021

EDITION

LABEL

RECHERCHE ET
DEVELOPPEMENT
DE NOUVEAUX
ARTISTES

PROMOTION

RESEAU

ACCOMPAGNEMENT
ARTISTIQUE

FINANCEMENTS



culture·lab²⁹

L'AGENCE CULTURELLE DU FINISTÈRE
ACCOMPAGNEMENT · CONSEIL · FORMATION

RESSOURCES

EVENEMENTS

TABLE DES MATIÈRES

1	Qu'est-ce qu'un Solima ?		P 3
2	Contexte, hypothèses et repérage des acteurs		P 5
3	Méthodologie de l'enquête		P 10
4	Résultats de l'enquête		P 11
5	Enjeux et Besoins du secteur		P 54

SOLiMA, Késako ?



Un Schéma d'Orientation pour le Développement des Lieux de Musiques Actuelles (SOLiMA) est une méthode de coopération qui pose le principe de co-construction des politiques entre l'Etat, les collectivités et les acteurs portant sur le développement des musiques actuelles d'un territoire. Il a pour objectif de répondre aux enjeux du territoire et d'apporter des analyses qui permettent d'identifier des perspectives d'intérêt général et de service public.

Les SOLiMA sont mis en œuvre sur la base du « *Plan pour des politiques nationales et territoriales concertées en faveur des musiques actuelles* », validé le 19 juin 2006 au plan national par l'Etat, l'ensemble des acteurs de la filière et les collectivités territoriales.

Le respect des **droits culturels** dans l'élaboration des politiques publiques entre l'Etat et les collectivités territoriales prévu par les lois NOTRe du 7 août 2015 et LCAP du 7 juillet 2016 renforce aussi le recours à la **concertation pour associer et prendre en compte les personnes d'un territoire**. De ce fait, le cadre méthodologique des SOLiMA associe non seulement les **lieux de musiques actuelles** dans leur diversité (cafés concerts, lieux labellisés scènes de musiques actuelles et non labellisés, structures d'accompagnement, studios d'enregistrement, établissements d'enseignement spécialisé, écoles associatives, etc.), mais aussi les publics, usagers et tous les **acteurs intéressés et concernés par les musiques actuelles** (musiciens, organisations professionnelles, etc.). Un SOLiMA peut aussi associer des acteurs investis sur d'autres domaines ou politiques publiques (éducation, économie, jeunesse, tourisme, social, etc.).

Les SOLiMA s'intéressent à **l'ensemble des cultures et esthétiques du champ des musiques actuelles** et sa mise en œuvre comme son portage relèvent d'une responsabilité partagée entre l'Etat, les collectivités territoriales et les acteurs du territoire.

SOLiMA, Késako ?



Le SOLiMA en Finistère...

Un SOLiMA c'est un espace de concertation qui associe les acteurs de la filière musiques actuelles, les collectivités territoriales et l'Etat (DRAC). En Finistère, le Conseil départemental s'est engagé dès 2002 sur la question des musiques actuelles et c'est en 2013 que le SOLiMA Finistère est officiellement lancé.

Sa coordination et son animation sont confiés à Culture Lab 29.

Quels objectifs ?

- Mieux se connaître car ce n'est pas parce qu'on habite le même territoire qu'on sait ce que fait son voisin...
- Identifier des problématiques d'actualité, des enjeux pour la filière
- Permettre à tout le monde d'échanger et de débattre, sans hiérarchie
- Favoriser la co-construction des politiques publiques.

Les groupes de travail en cours

Le comité d'animation s'est réuni le 08 avril 2021 pour reprendre les chantiers en cours et échanger sur des propositions de groupes de travail.

- Mieux accompagner la création artistique en Finistère et sa diffusion
- Pratiques amateurs, groupes émergents : quels chemins ?
- Accompagner les bureaux de production en Finistère
- Faire connaître les enjeux des musiques actuelles aux élus
- Publics et musiques actuelles



Les enjeux identifiés

Fédérer les acteurs autour de la démarche (collectivités, élus, acteurs,..)

Engager des chantiers autour de problématiques concrètes (espaces d'échanges pour trouver des solutions)

Accompagner le secteur dans les mutations liées à la crise actuelle

Favoriser les complémentarités et l'articulation avec l'espace régional SUPERMAB

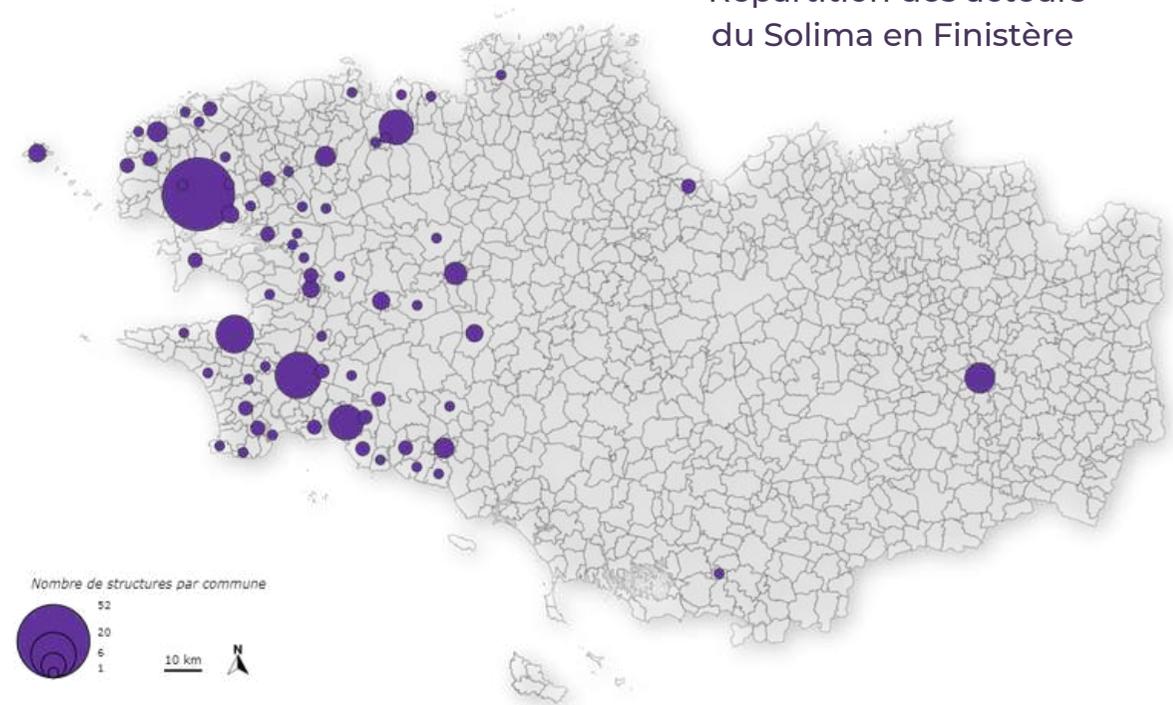
CONTEXTE, HYPOTHÈSES ET REPÉRAGE DES ACTEURS

Les acteurs du SOLIMA

Le SOLIMA du Finistère regroupe des collectivités territoriales, la DRAC et environ 150 acteurs culturels très divers du territoire : bureaux de production, studios, lieux de diffusion, SMAC, centres culturels, artistes ...

La diversité et le nombre des acteurs présents au sein de ce SOLIMA finistérien témoignent à la fois de la vitalité du secteur des musiques actuelles sur le territoire et de l'engagement des différents acteurs autour des enjeux qui traversent le secteur. Régulièrement ces acteurs se rencontrent en plénière ou en groupes de travail afin de travailler ensemble à la co-construction des politiques publiques du territoire.

Répartition des acteurs du Solima en Finistère



Comment inscrire mon projet dans un projet plus large ?

HORIZONTALITE

ACTEURS DIVERSES

MUTUALISATION

COOPERATION

INTERCONNAISSANCE

SOUTIEN A LA CREATION

RESEAU

INNOVATION

ACTION CULTURELLE

MUSIQUES ACTUELLES

RENCONTRES

CONCERTATION

METHODE DE TRAVAIL

COCONSTRUCTION

PUBLICS

SOUTIEN A LA DIFFUSION

ORGANISATION

CONTEXTE, HYPOTHÈSES ET REPÉRAGE DES ACTEURS

L'état des lieux des bureaux de production

Dans le cadre de l'animation du SOLIMA, le Schéma d'Orientation et de Développement des Lieux de Musiques Actuelles du Finistère, un groupe de travail « Accompagner les bureaux de production en Finistère » associant les bureaux de production a validé la réalisation d'un état des lieux pour mieux identifier les bureaux de production du Finistère et les différentes activités portées par ces structures : production, diffusion, labels, organisation de tournées, conseils...



Premiers constats



Enjeux



L'interconnaissance de tous les acteurs dans un paysage varié, large et fluctuant



La maîtrise du fonctionnement des bureaux de production par les artistes



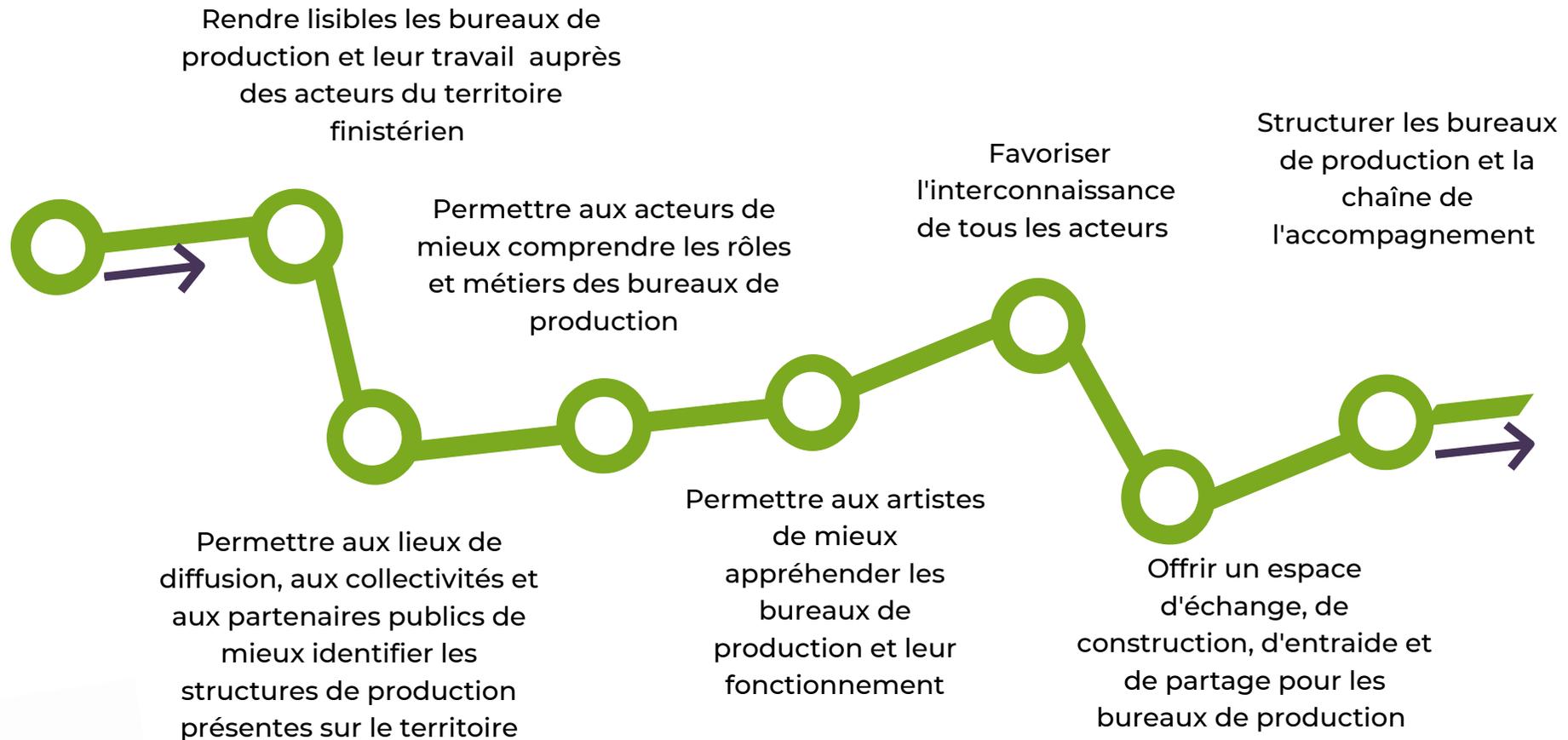
La sensibilisation des acteurs du territoire et particulièrement des collectivités au fonctionnement des bureaux de production et aux enjeux du secteur



La structuration, à terme, du fonctionnement des bureaux de production pour construire une chaîne de l'accompagnement des artistes



Objectifs de l'enquête



CONTEXTE, HYPOTHÈSES ET REPÉRAGE DES ACTEURS

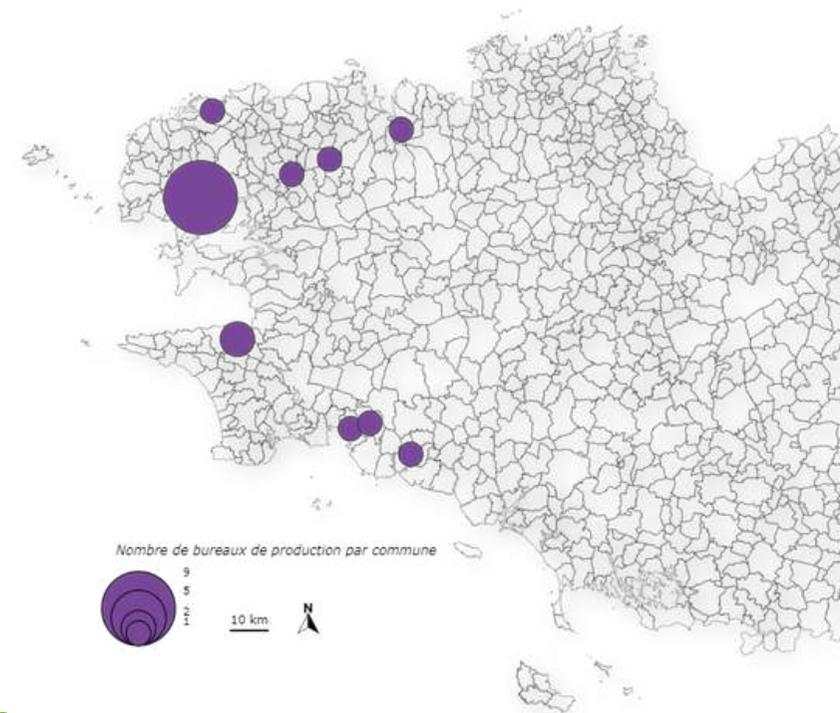
» Qu'est-ce qu'un bureau de production ?

Appelé bureau de production, agence de production, maison de production, ou encore maison d'artistes, coopérative d'accompagnement de projets artistiques, bureau d'accompagnement, société de production, les bureaux de production s'organisent sous la forme associative, sociétaire ou coopérative.

Les missions principales des bureaux de production sont la **production de spectacles, la diffusion et l'organisation de tournées.**

Chaque bureau a ensuite ses spécificités : management d'artistes, label musical, conseil stratégique, conseil en communication, formations, organisation d'évènements, prestations de services, médiation, etc...

Répartition des bureaux de production par commune du Finistère



» Métiers portés par les bureaux de production

Ces métiers ont été relevés dans les différents bureaux de production connus et déjà repérés

- Directeur.trice
- Chargé.e de la commercialisation
- Régisseur.sseuse
- Assistant.e programmation, production, communication.
- Chargé.e de production
- Chargé.e de projets
- Technicien.ne
- Secrétaire
- Chargé.e de la programmation
- Administrateur.trice
- Graphiste
- Chargé.e de la communication
- Chargé.e des partenariats



CONTEXTE, HYPOTHÈSES ET REPÉRAGE DES ACTEURS

» Parole d'acteurs



Pour nous un bureau de production c'est une structure qui accompagne des groupes de musique en investissant en fonds propres dans les créations. En accompagnant les groupes sur le volet budgétaire, recherche en financement, recherche de lieu d'accueil, mise en réseaux (salles, techniciens, presse...), conseil en communication, au niveau social et juridique (etc...). Ces compétences servant à la création. Dans un second temps la création a vocation à être diffusée. En résumé et de notre point de vue, un bureau de production doit accompagner le projet de la création à la diffusion avec toutes les facettes

« Un support et un outil de structuration indispensable pour les équipes artistiques, le lieu des racines/ fondations des projets artistiques »

« Un laboratoire au service de la création artistique, qui a pour objectif de faire vivre les envies et les projets des artistes qu'il accompagne »

« C'est un élément nécessaire dans le développement d'un projet artistique »

« C'est une structure qui met en oeuvre des projets artistiques (administration, technique, diffusion...) jusqu'à la diffusion devant un public »

« Etre à la disposition des artistes dans leurs parcours professionnels. Etre à l'initiative de nouveaux projets artistiques »

« Nous aimons et nous souhaitons conserver les différents aspects du métier d'organisateur, promoteur et booker. L'une ou l'autre activité sont fluctuantes, l'une pouvant être dominante une année et vice-versa »

« Etre producteur de spectacles c'est choisir des artistes et travailler à leur diffusion. Dans le mot « production » il y a la notion de risque financier »

« Une structure d'accompagnement et de production mettant à disposition des équipes artistiques des moyens humains, matériels, économiques et des savoirs faire favorisant la création, le développement et la diffusion de leurs projets »

« ACCUEIL, ÉCOUTE, CONFIANCE, DISPONIBILITÉ, CURIOSITÉ »

Un partenaire privilégié proposant des accompagnements personnalisés en fonction des besoins d'une diversité d'interlocuteurs

« Une équipe »

MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE

Un questionnaire

Ce questionnaire a été lancé afin de mieux connaître et de mieux comprendre les bureaux de production en Finistère. Les différentes questions vont de la présentation de la structure, aux différentes activités proposées en passant par la définition même du bureau de production. Le questionnaire a été diffusé le 7 mai 2021 aux 18 bureaux de production finistériens déjà repérés. Le questionnaire a également été diffusé via la Newsletter de Culture Lab 29 afin de toucher d'autres bureaux de production qui n'auraient pas été sollicités directement.

» Enquête en ligne entre le 7 mai et le 16 juillet

» Enquête composée de 6 grandes parties :

- PRO1. Identification de la structure – Qui êtes-vous ?
- PRO2. Fonctions et activités de la structure – Que faites-vous ?
- PRO3. Publics de la structure - Qui accompagnez-vous ?
- PRO4. Moyens et ressources de la structure – Comment accompagnez-vous ?
- PRO5. Partenariats, réseaux et collaborations – Avec qui collaborerez-vous ?
- PRO6. Freins et enjeux – Rencontrez-vous des difficultés ?

» À destination des bureaux de production des Musiques Actuelles du Finistère

» Le questionnaire a été envoyé à 18 bureaux de production et a été diffusé plus largement via les plateformes de communication publique et via la newsletter de CL29

15 réponses complètes

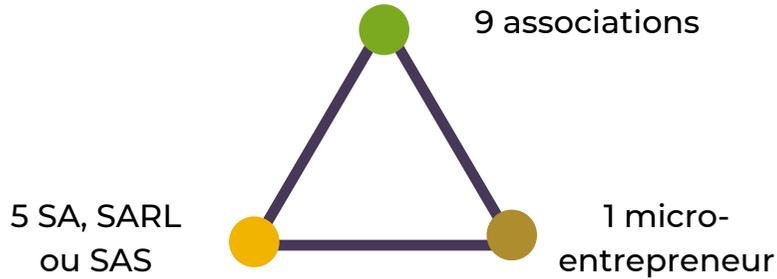
Soit un taux de participation de 83,33%

Toutes les données qui suivent concernent les 15 réponses complètes et correspondent donc à un échantillon des maisons de production finistériennes

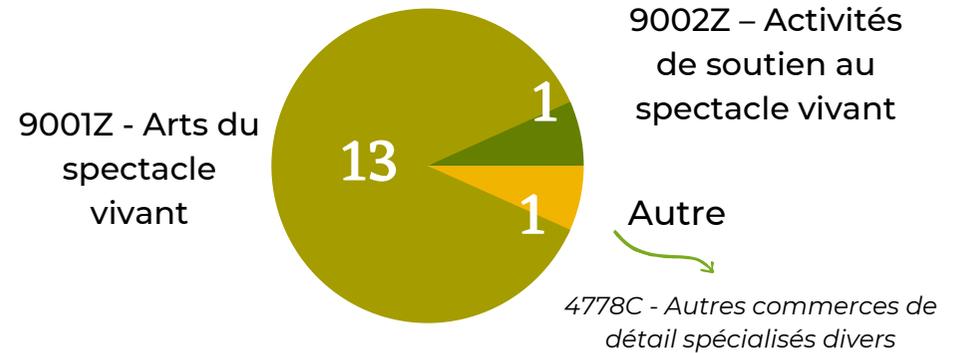
RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE

Résultats du questionnaire diffusé à tous les bureaux de production de musiques actuelles repérés sur le territoire finistérien.

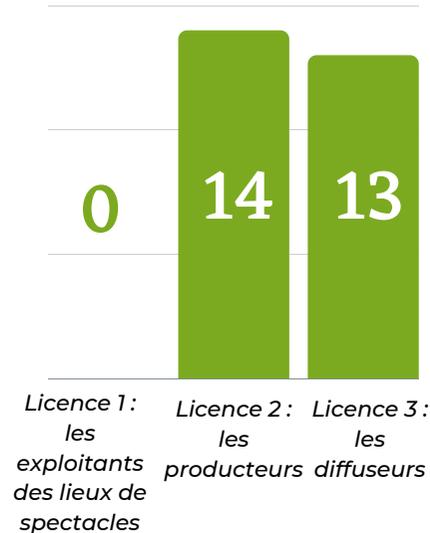
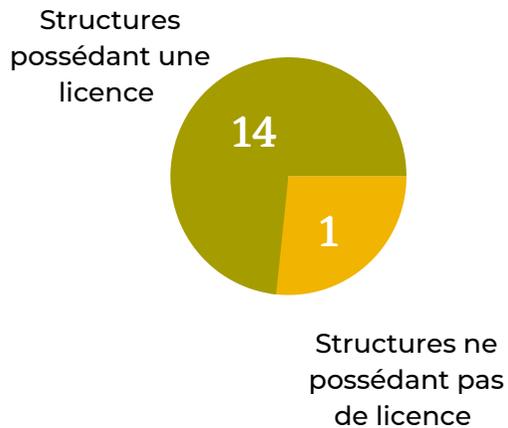
Statut juridique des structures participantes



Code APE / NAF (délivré par l'INSEE)

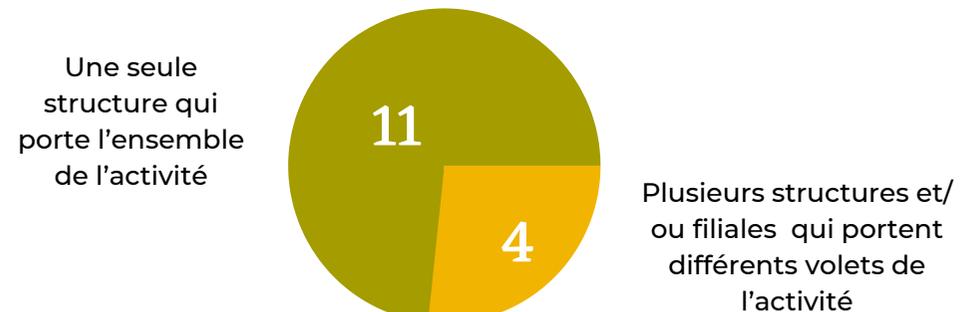


Licence d'entrepreneurs de spectacle vivant



Structuration de l'activité

De quelle façon est structurée votre activité ?



Toutes les structures ayant plusieurs filiales sont gérées par les mêmes équipes

Bureaux de production finistériens ayant répondu à l'enquête

Brest

- Diogène Productions
- Margoulins Productions
- Coopérative 109
- Astropolis
- Arsenal Productions
- Festival invisible
- Le Studio Fantôme

Concarneau

- Paker prod

Douarnenez

- La Criée

Landivisiau

- Nevez Productions

La Roche-Maurice

- Régie Scène

Melgven

- Apes musique

Morlaix

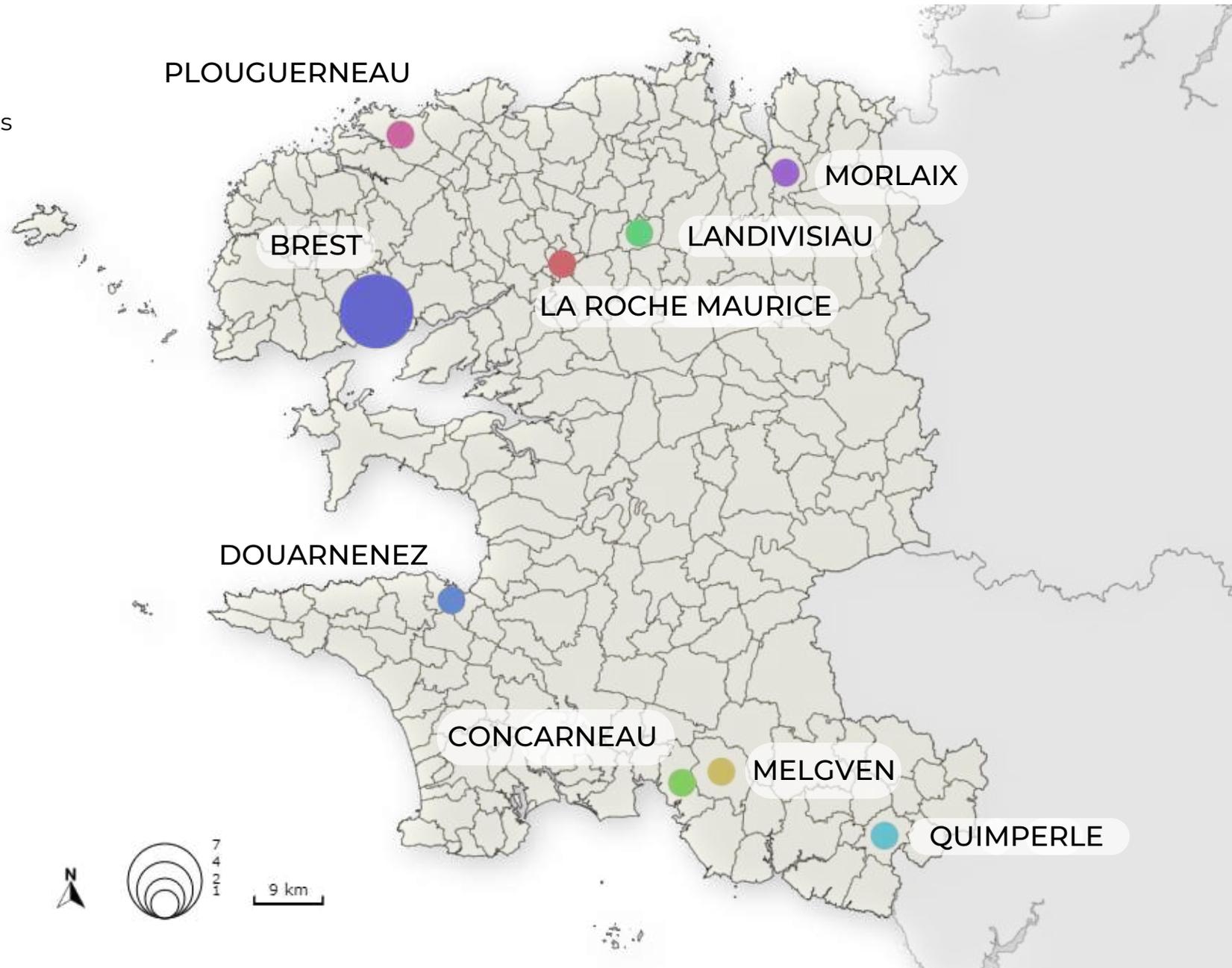
- Wart

Plouguerneau

- Brennig Productions

Quimperlé

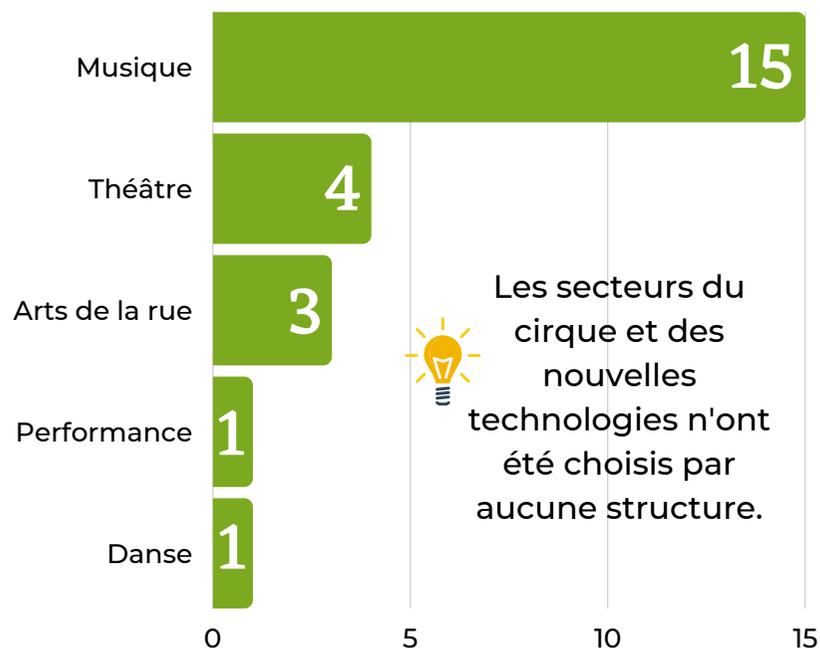
- DIGITAL 6





Fonctions et activités des bureaux de production

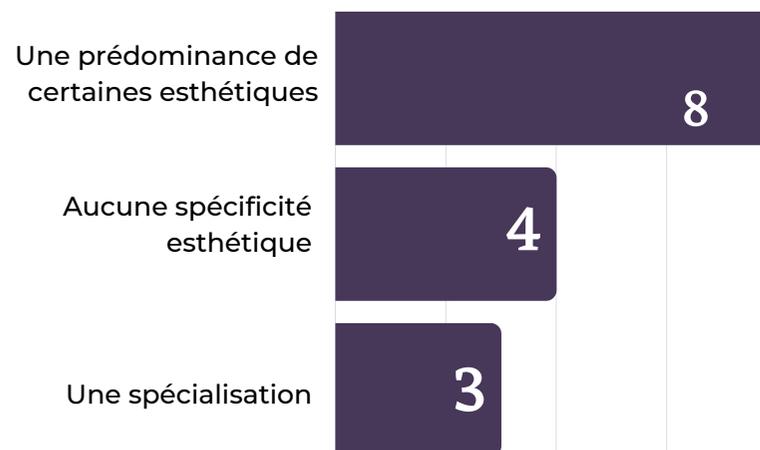
» Disciplines artistiques couvertes par les bureaux de production



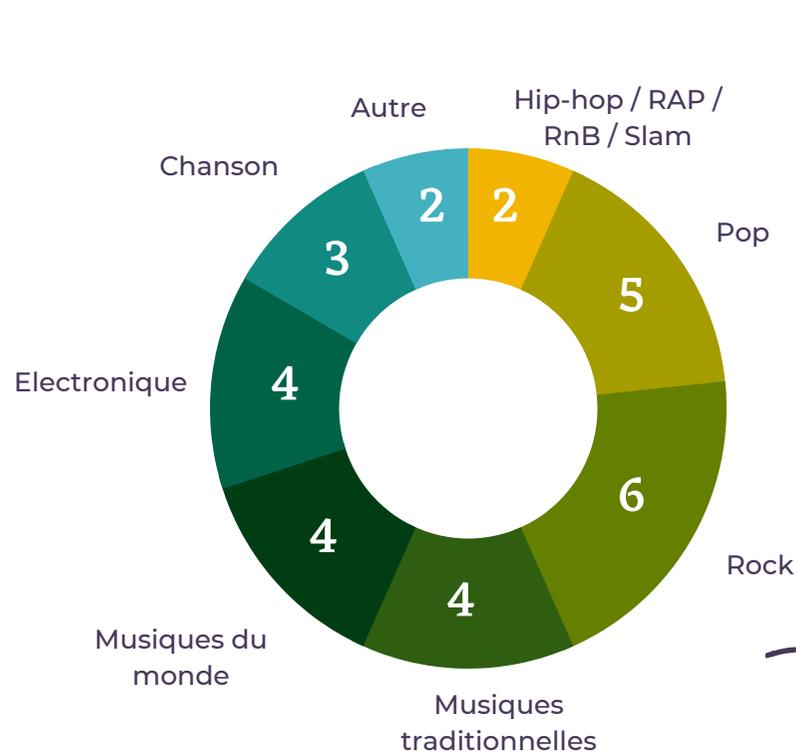
*100% des bureaux couvrent le secteur de la musique.
D'autres bureaux de production spécialisés couvrent d'autres disciplines*

» Spécificités artistiques

11 bureaux de production ont soit une spécialisation soit une prédominance de certaines esthétiques.



» Répartition des spécificités esthétiques parmi les 11 bureaux ayant soit une / des spécialisation(s) ou une / des prédominance(s)



Les structures peuvent avoir plusieurs spécialisations

» Les trois structures ayant une ou des spécialisation(s) sont tournées vers les musiques traditionnelles, les musiques du monde, la pop, le rock ou la chanson.

» Parmi les bureaux ayant une ou des prédominance(s) esthétiques, le rock apparaît 5 fois, la pop et l'électronique 4 fois, les musiques du monde et les musiques traditionnelles 3 fois et la chanson et le hip-hop / rap / RnB / slam 2 fois.

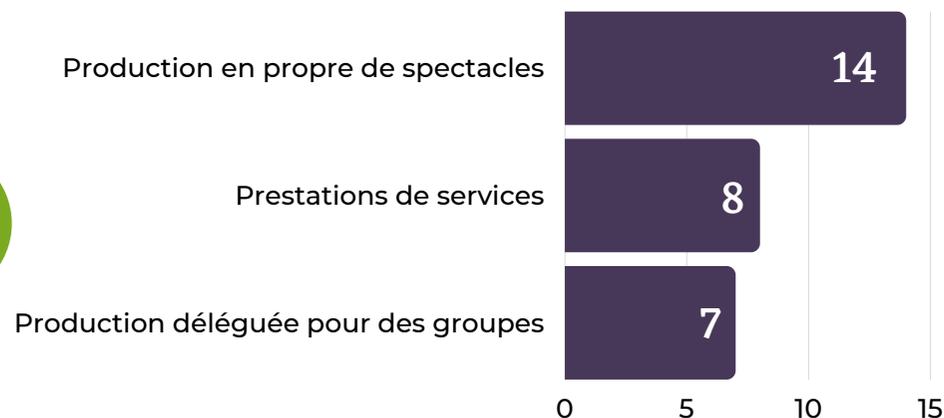
La diversité des esthétiques est plutôt bien représentée, sauf le jazz et les musiques improvisées qui ne sont couverts par aucun bureau de production.

Les deux spécificités esthétiques classées dans "autre" correspondent à des chansons jeune public et humour.

Travail de production

53.33%

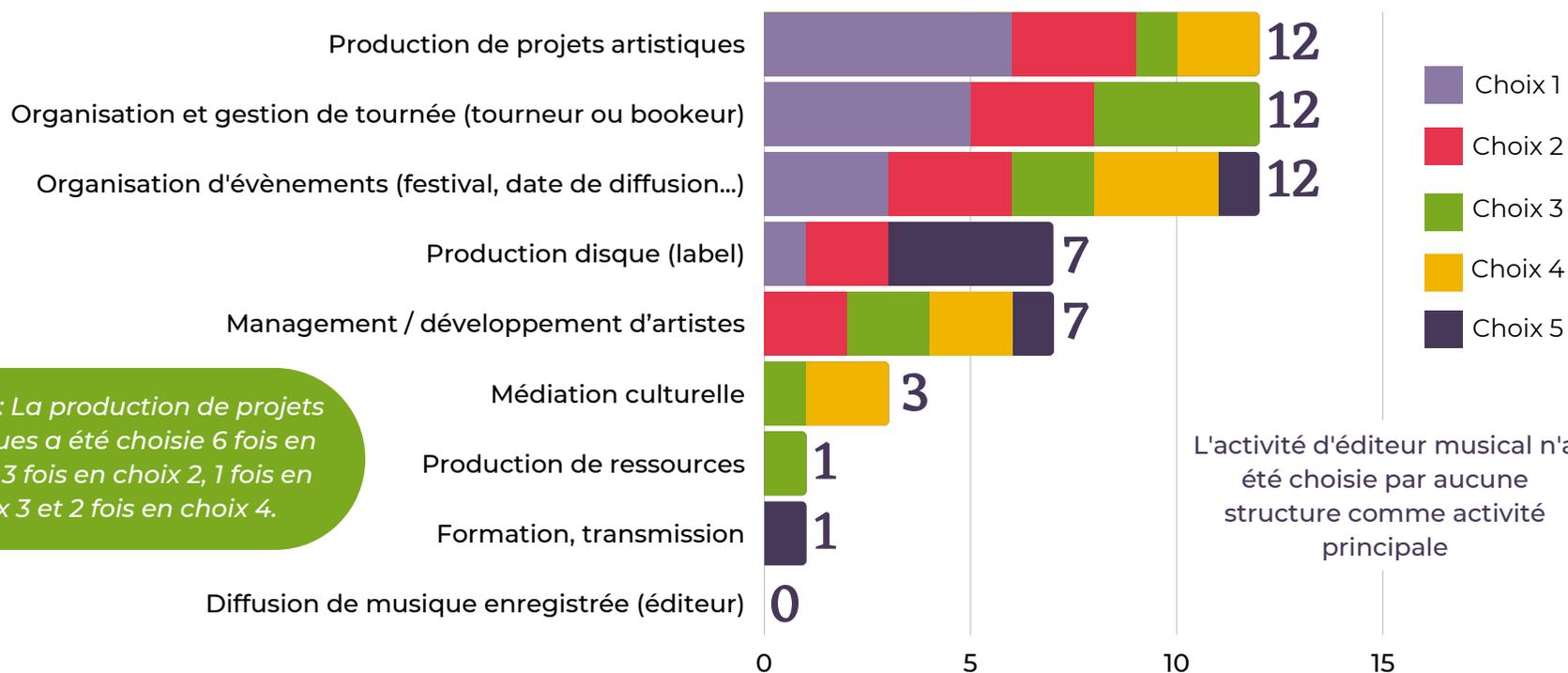
des bureaux proposent des prestations de services



Parmi les 15 bureaux de production répondants, 14 réalisent de la production en propre de spectacles.

Activités principales des bureaux de production

Les structures interrogées devaient classer leurs cinq principales activités en les hiérarchisant



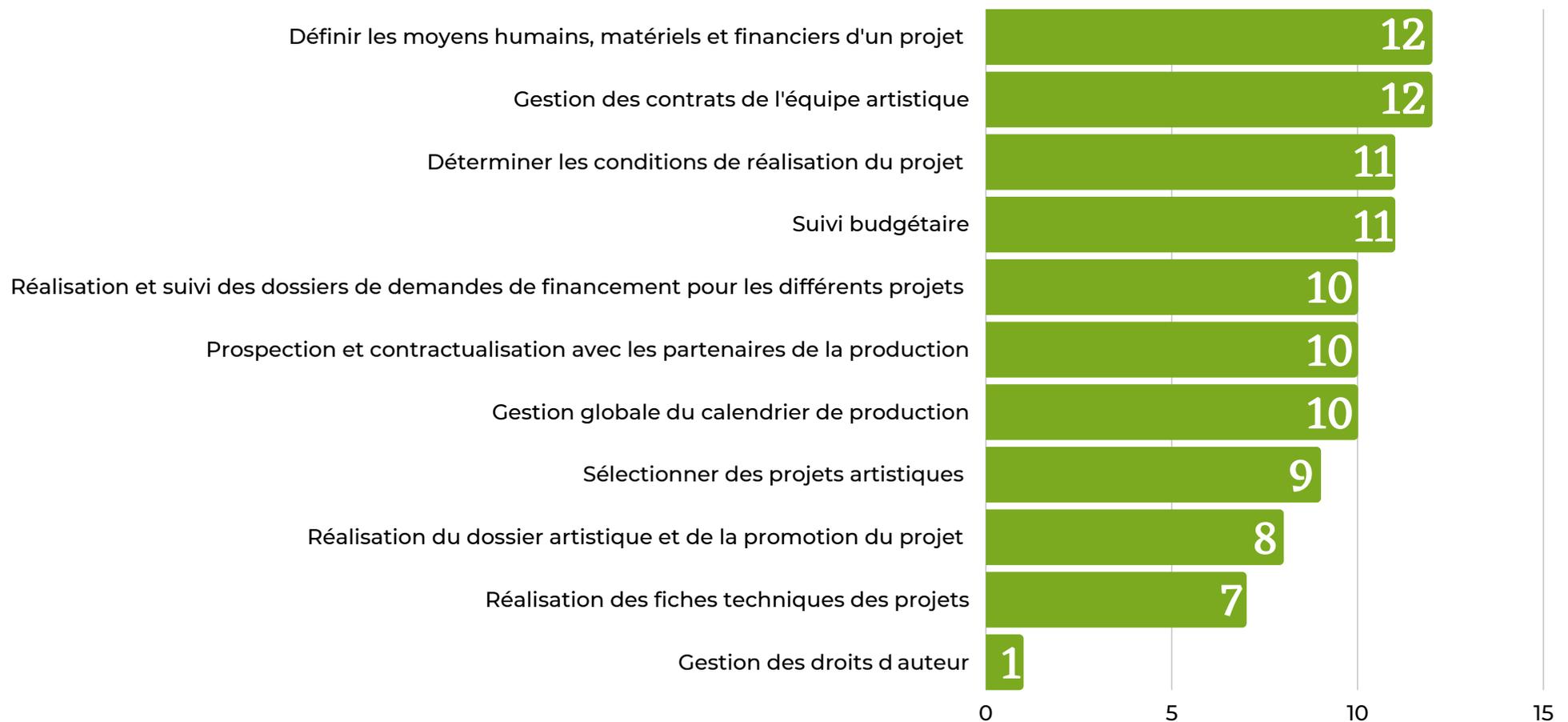
Lecture : La production de projets artistiques a été choisie 6 fois en choix 1, 3 fois en choix 2, 1 fois en choix 3 et 2 fois en choix 4.

L'activité d'éditeur musical n'a été choisie par aucune structure comme activité principale

ZOOM SUR LE DÉTAIL DES ACTIVITÉS PRINCIPALES

» Production de projets artistiques

Déclinaison des activités des 12 bureaux réalisant de la production de projets artistiques



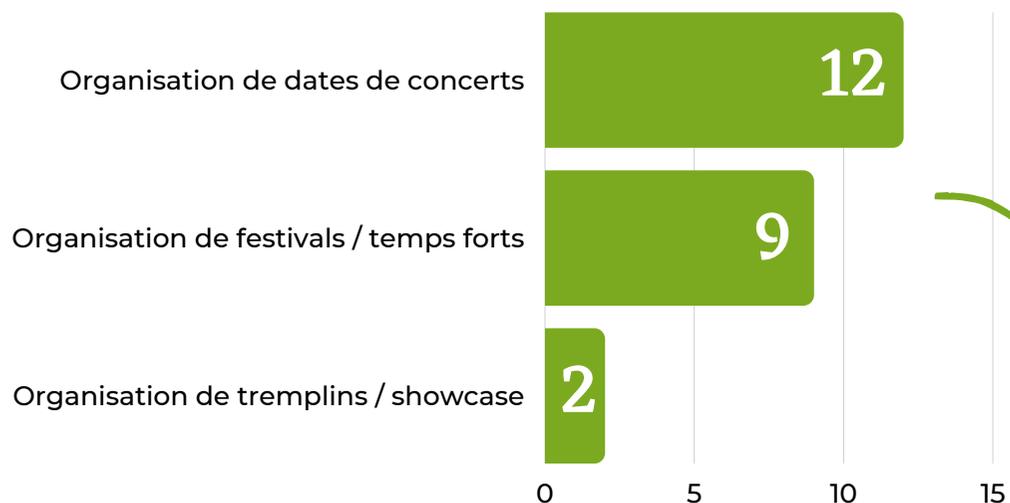
Organisation et gestion de tournée (tourneur)

Déclinaison des activités des 12 bureaux réalisant de l'organisation et de la gestion de tournée (tourneur)



Organisation d'évènements

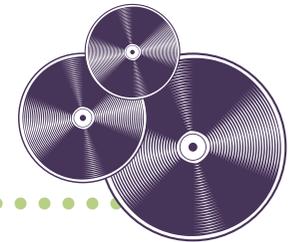
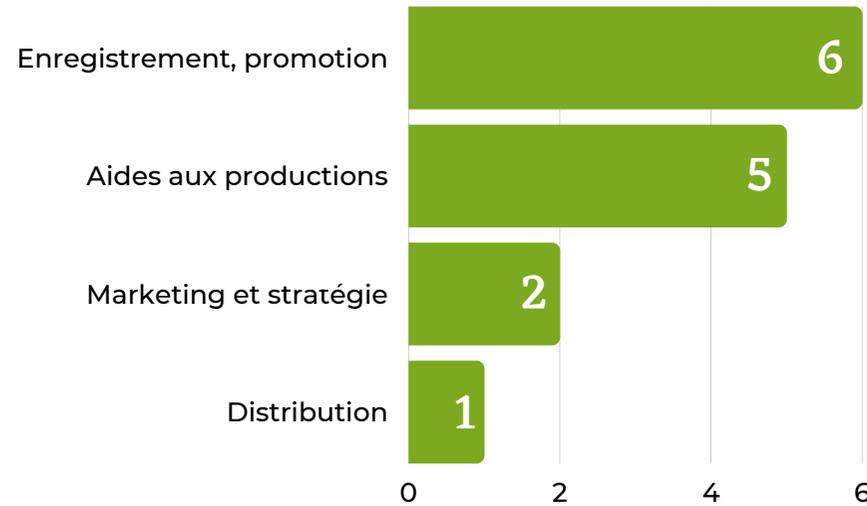
Déclinaison des activités des 12 bureaux réalisant de l'organisation d'évènements



Dans 91,66 % des cas cette programmation concerne uniquement des artistes produits et dans 8,33% des cas une programmation incluant des artistes produits et d'autres projets artistiques ou une programmation de projets artistiques qui ne sont pas produits par ailleurs.

Production de disques

Déclinaison des activités des 7 bureaux réalisant de la production de disques



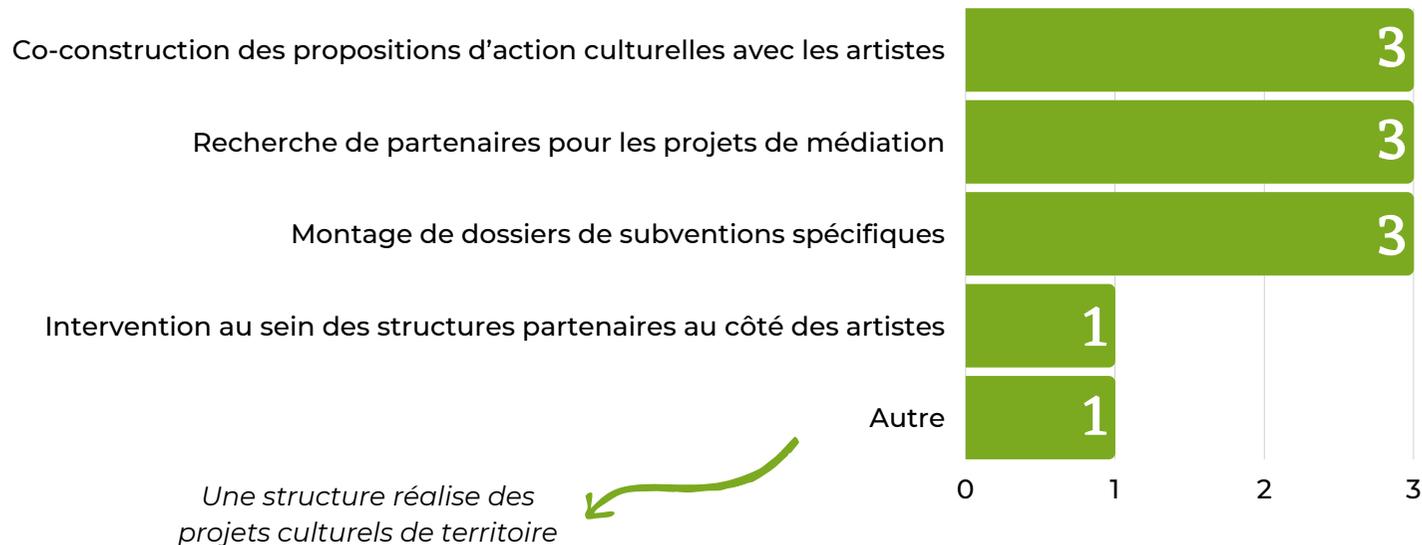
Management d'artistes

Déclinaison des activités des 7 bureaux réalisant du management d'artistes



» Médiation culturelle

Déclinaison des activités des 3 bureaux réalisant de la médiation culturelle



» Production de ressources

1 bureau de production exerce des activités de production de ressources. Ce bureau réalise des **outils** (logiciels, fiches pratiques..) et des activités de **conseil**. ✓

En revanche il ne réalise pas de **développement de ressources spécifiques sur l'accompagnement des équipes artistiques**. ✗

» Formation et transmission

1 bureau de production exerce des activités de formation et de transmission. Ce bureau réalise des **propositions de formations courtes**. ✓

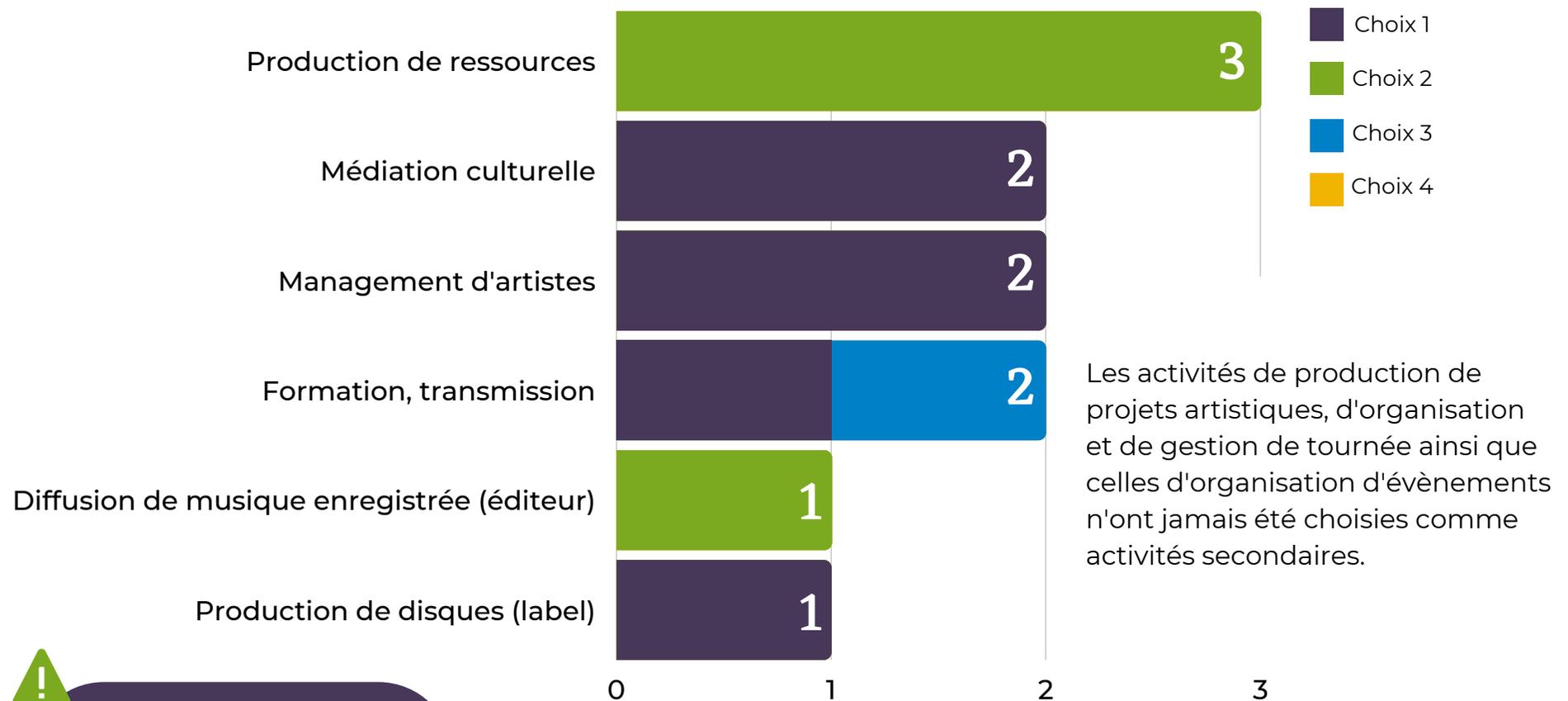
En revanche il ne réalise pas de **propositions de formations diplômantes, ni de master class, ni d'ateliers pour amateurs, groupes émergents**. ✗

ZOOM SUR LE DÉTAIL DES ACTIVITÉS SECONDAIRES

Les structures interrogées devaient classer leurs quatre principales activités secondaires en les hiérarchisant.

7 structures sur 15 ont déclaré avoir des activités secondaires.

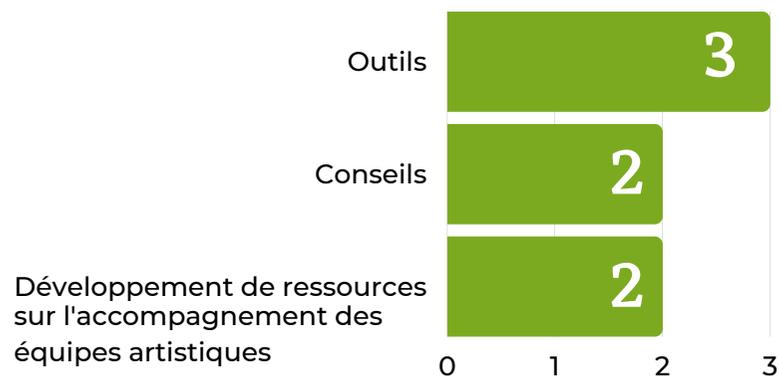
6 d'entre elles déclarent avoir 5 activités principales.



! *Lecture : Le management d'artistes a été choisi 2 fois en choix 1 et 1 fois en choix 4.*

» Le choix de nombreuses activités par les bureaux de production montrent la diversité de leurs actions.

»» Production de ressources



L'activité de réalisation de fiches pratiques n'a jamais été choisie comme activité secondaire.

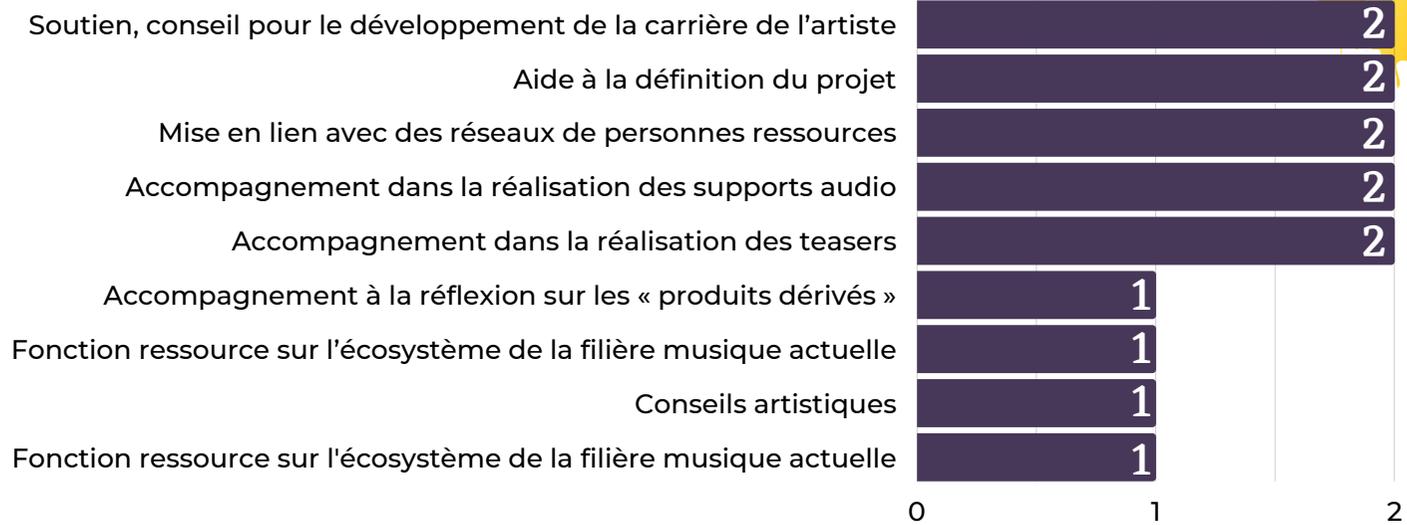
»» Médiation culturelle



Deux structures réalisent ces activités en tant qu'activités secondaires.

»» Management d'artiste

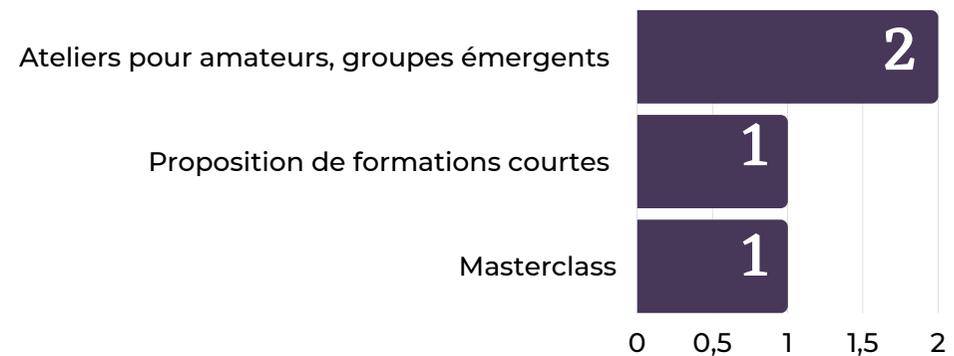
Deux structures réalisent ces activités en tant qu'activités secondaires.



»» Formation et transmission

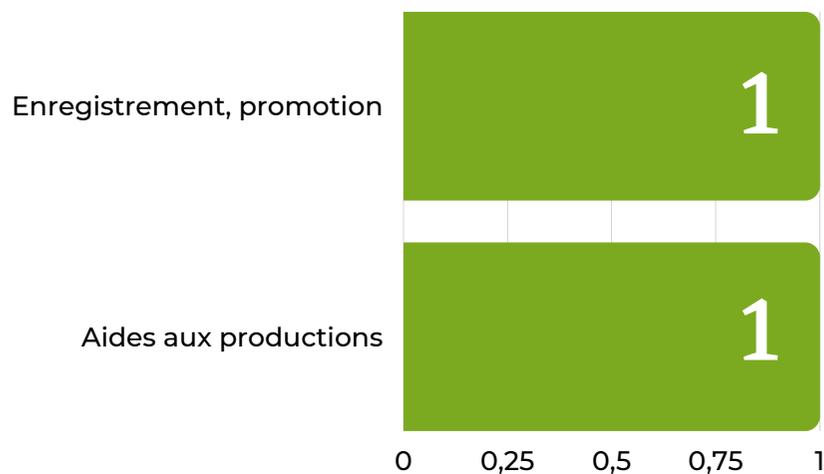


L'activité de proposition de formations diplômantes n'a jamais été choisie comme activité secondaire.



» Production de disques (label)

Déclinaison des activités du bureau réalisant de la production de disques en activité secondaire



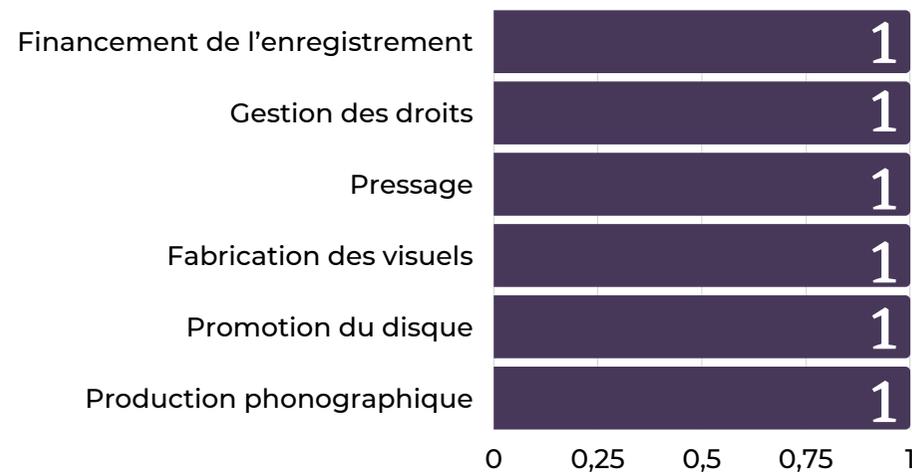
Une seule structure réalise ces deux activités



Les activités de marketing et stratégie et de distribution n'ont jamais été choisies.

» Activités de diffusion de musique enregistrée (éditeur)

Déclinaison des activités du bureau réalisant de la diffusion de musique enregistrée en activité secondaire



Une seule structure réalise l'ensemble de ces activités



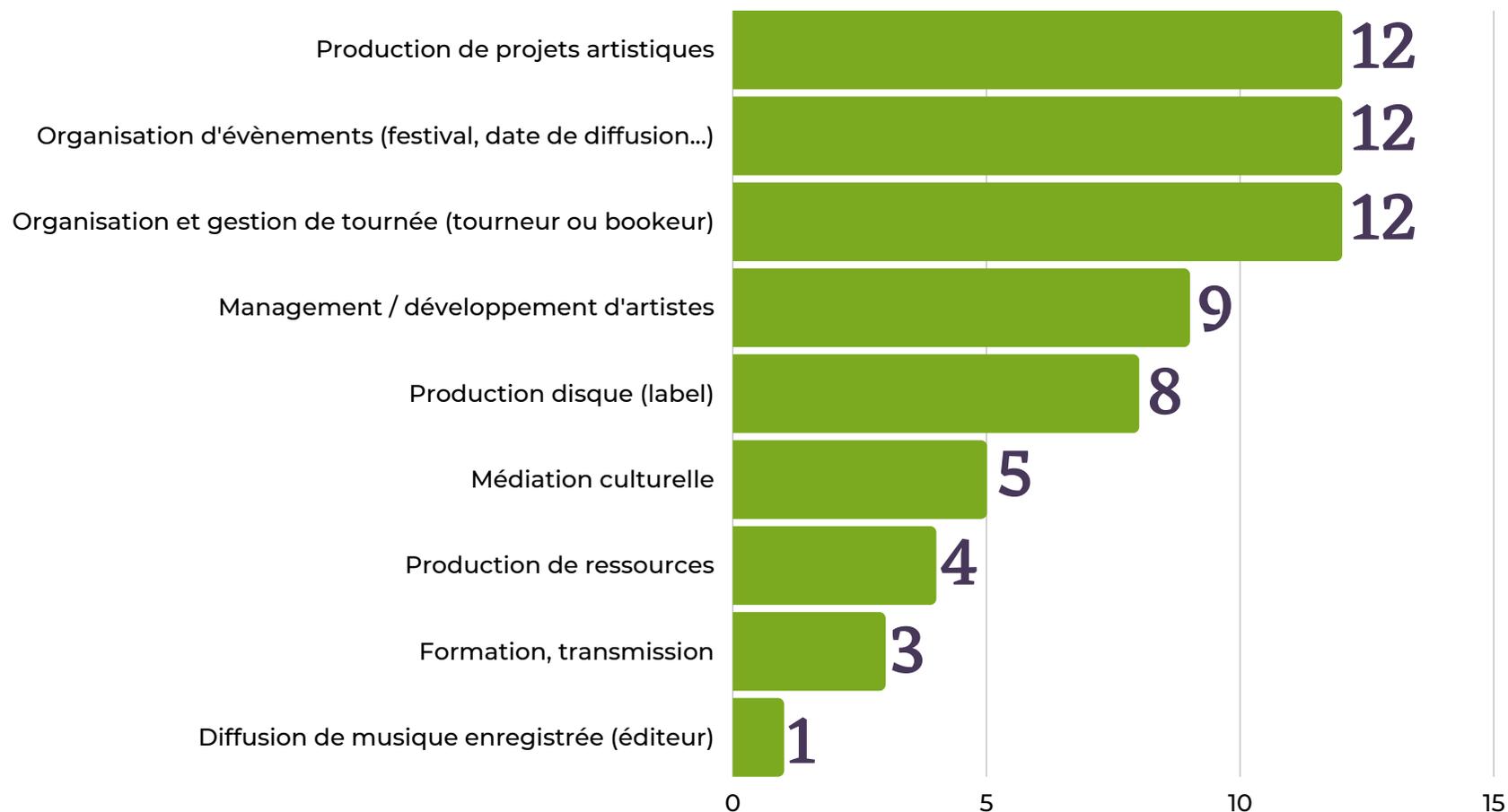
8 bureaux de production proposent de la prestation de services



Les autres prestations de services proposées par un bureau de production sont des prestations techniques et de la coordination technique



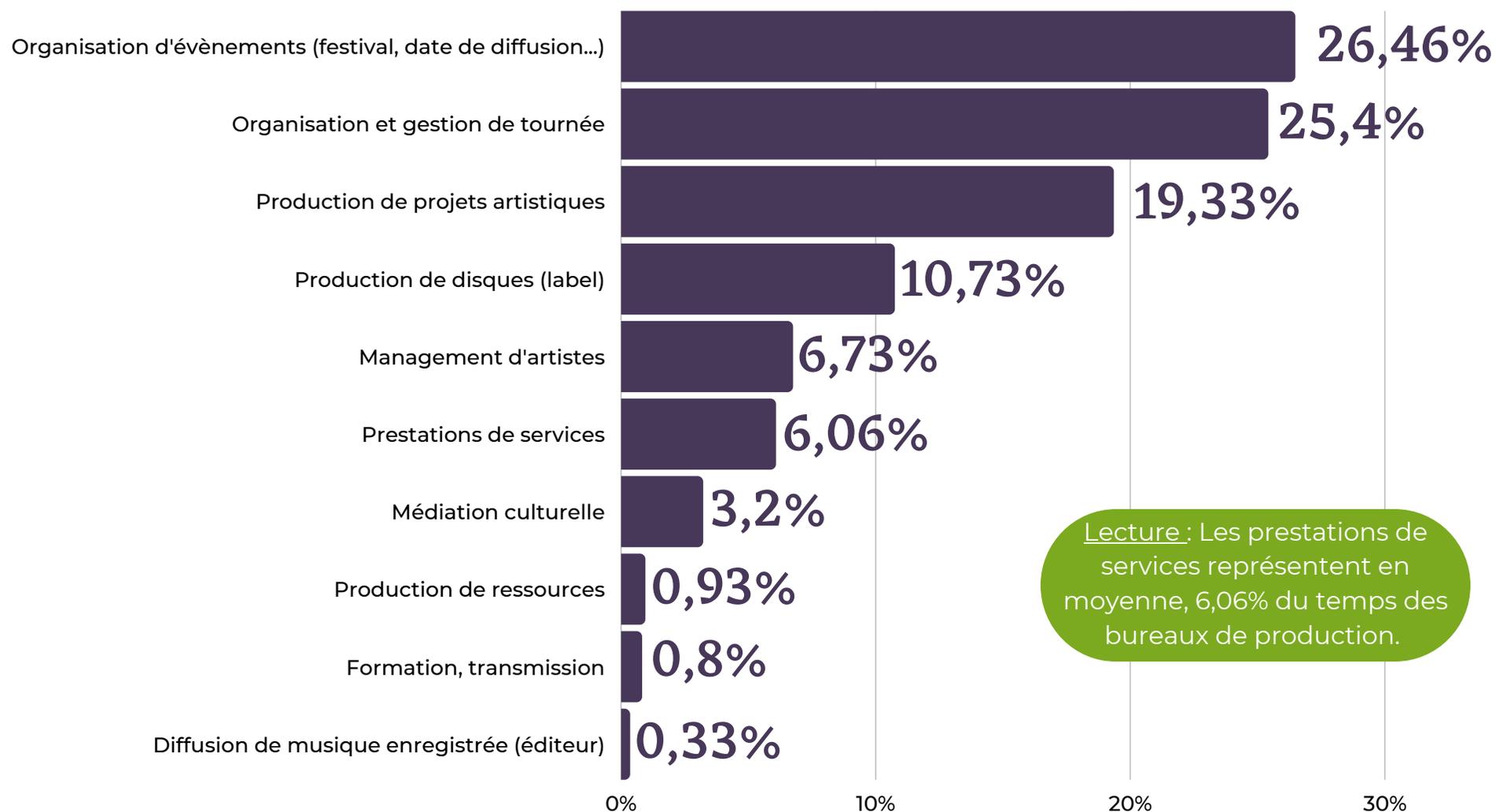
Synthèse de toutes les activités des bureaux de production (principales et secondaires)



80 % des bureaux de production développent une activité de production de projets artistiques, d'organisation d'évènements et d'organisation et de gestion de tournée.



Temps passé en moyenne sur chaque activité (en %)



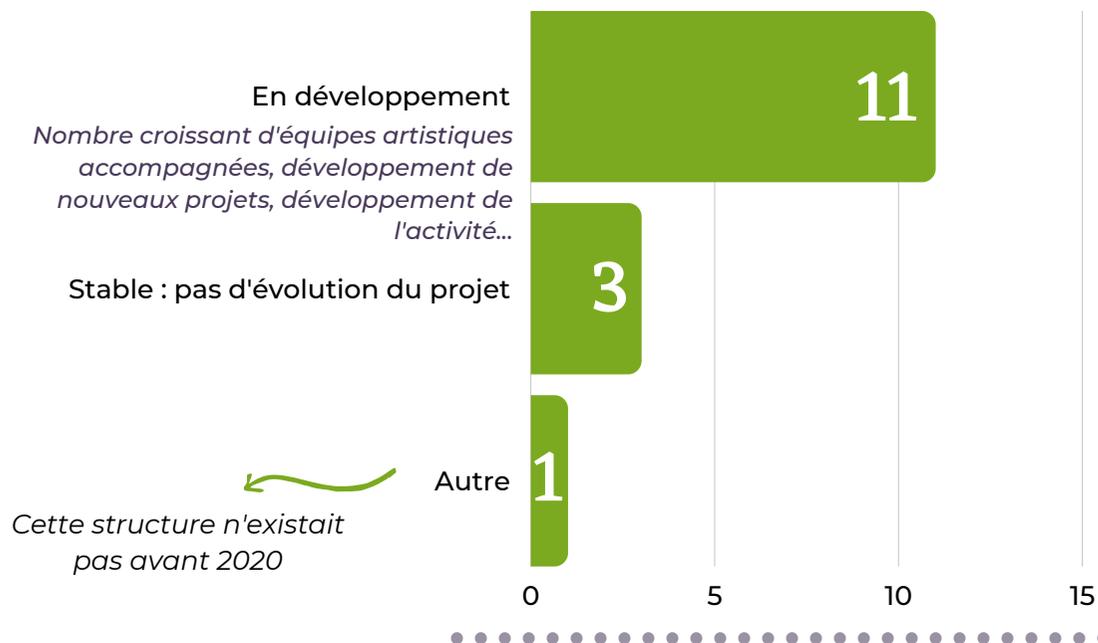
Lecture : Les prestations de services représentent en moyenne, 6,06% du temps des bureaux de production.

L'activité qui prend le plus de temps en moyenne au sein des bureaux de production est l'organisation d'évènements (festival, date de diffusion...)

» Evolutions de l'activité de production



Activité de production avant 2020 :

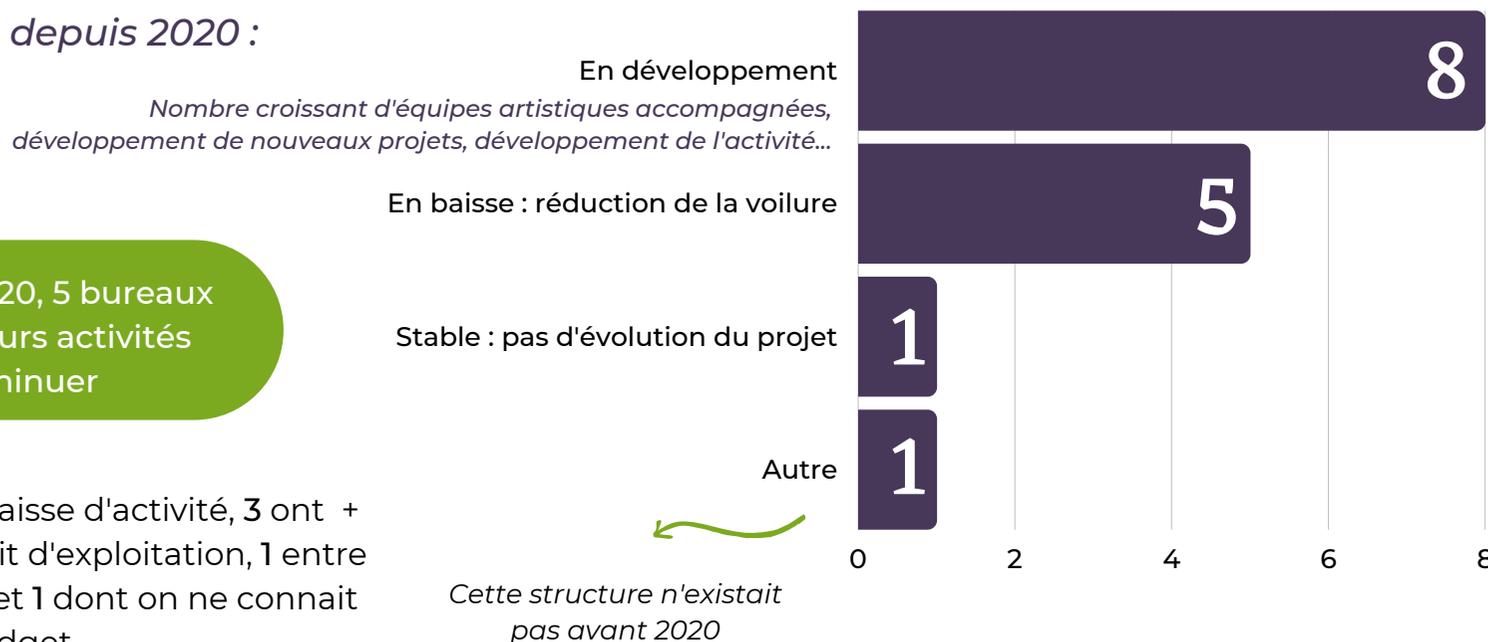


! Aucune activité de production n'était en baisse avant 2020

Sur les 11 bureaux en développement avant 2020, 7 le sont toujours, 1 est stable et 3 sont en baisse d'activité.

Activité de production depuis 2020 :

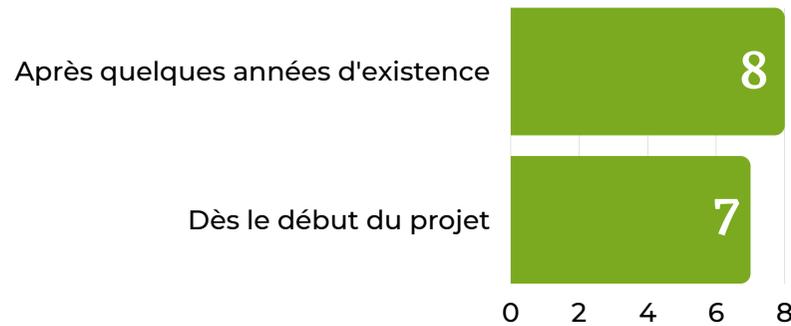
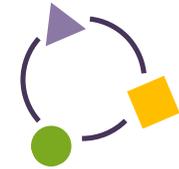
! Depuis 2020, 5 bureaux ont vu leurs activités diminuer



Parmi les 5 structures en baisse d'activité, 3 ont + de 300 000 euros de produit d'exploitation, 1 entre 200 000 et 300 000 euros et 1 dont on ne connaît pas le budget.

» Evolutions de l'activité de production

La diversification des activités est présente :



Dès le début de projet

Après quelques années d'existence

Comment l'activité s'est-elle diversifiée ?

Projet polymorphe à 360°

- » L'objectif du projet est divers et regroupe plusieurs activités : accompagnement d'artistes, organisation d'évènements...
- » L'objectif du projet est depuis le début à 360° pour permettre l'accompagnement complet d'artistes inscrits dans une esthétique peu développée.
- » Le bureau de production porte depuis le début plusieurs métiers et fonctions : organisateur, promoteur, booker...
- » L'objectif du bureau de production est la diffusion d'artistes qui requiert le développement d'autres activités : la communication, le financement, le management, la production, la logistique, la coordination...

Diversification au rythme des opportunités

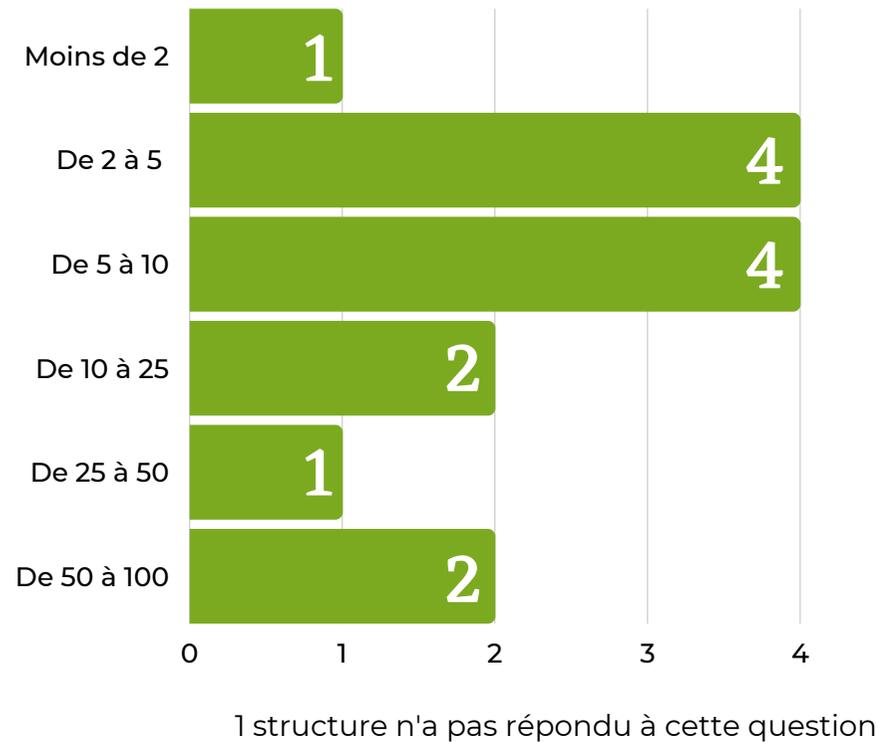
- » Evolution vers de la production de grosses tournées dans de grands équipements.
- » Premières années consacrées à un festival puis diversification vers d'autres activités
- » Premières années consacrées à un label puis diversification avec la création d'un festival puis vers de la production.
- » De plus en plus de propositions sont nées au fil des années.

Projets, artistes et publics accompagnés



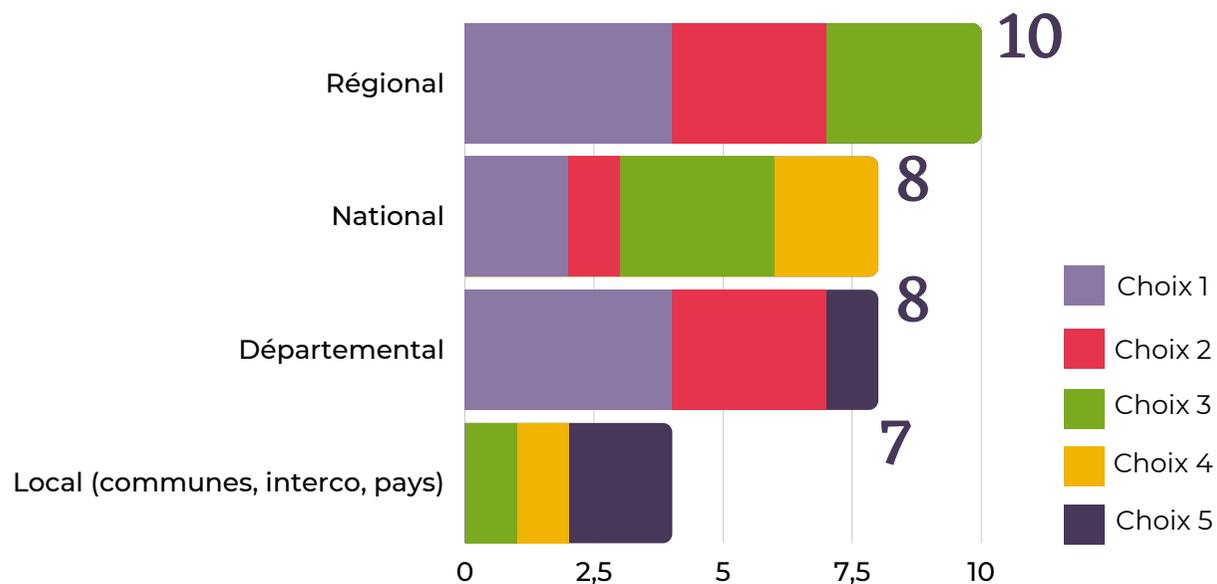
»» Nombre de projets artistiques accompagnés par an par structure

 Grande hétérogénéité entre les bureaux de production sur le nombre de projets accompagnés



Aucun bureau de production répondant n'accompagne plus de 100 projets

Provenance des projets

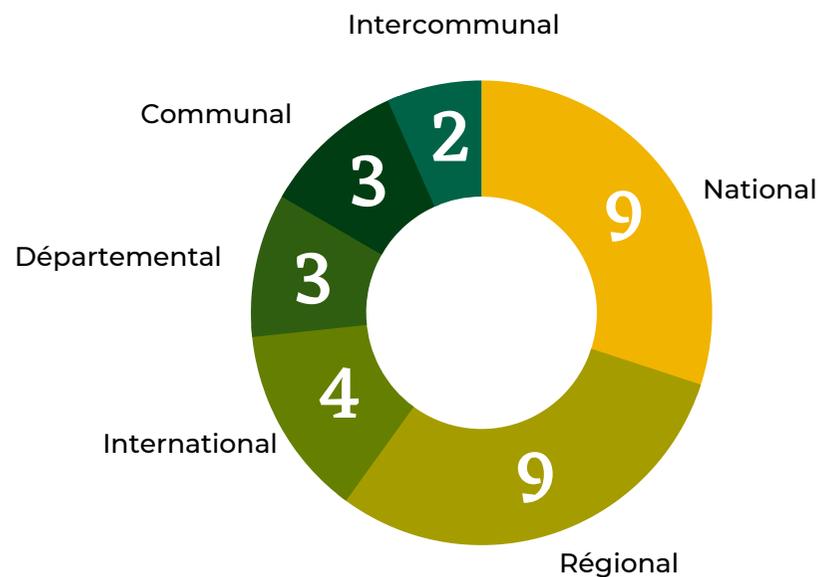


Les bureaux de production accompagnent avant tout des projets départementaux et régionaux. Les projets locaux sont en terme de choix et en terme de nombre moins importants

» Aucun bureau de production n'accompagne des projets venant de l'international

Zone d'intervention des bureaux de production

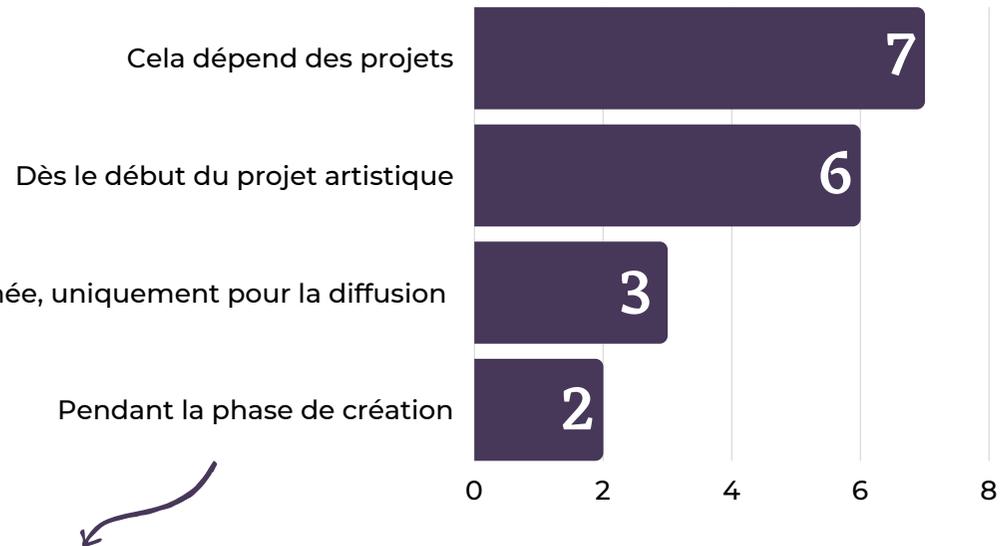
Les structures interviennent à plusieurs échelles, mais leur rayonnement est avant tout régional et national



» Moment d'intervention dans la vie d'un projet artistique

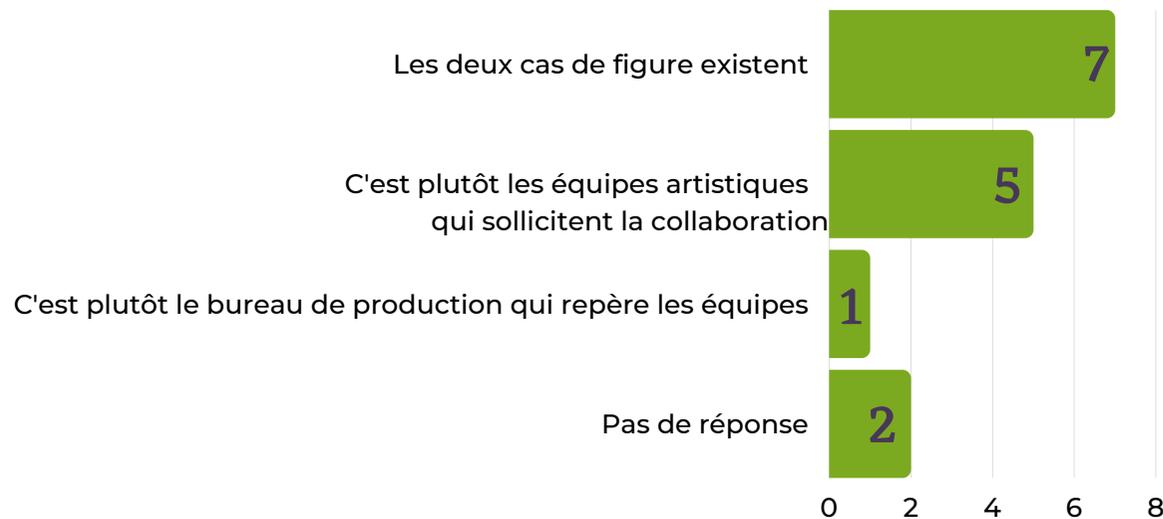
Certains bureaux n'interviennent qu'à la fin lorsque le projet est prêt à partir en tournée

Au moment où la création artistique est déjà terminée, uniquement pour la diffusion



Pour la majeure partie des projets, présence dès le début de la création ; Accompagnement parfois en cours de production ; En fonction de l'artiste, accompagnement au catalogue ou ponctuellement sur un projet précis ; Dès le début si création, plus tard si ce n'est que pour de la diffusion...

» Construction du travail avec les équipes artistiques



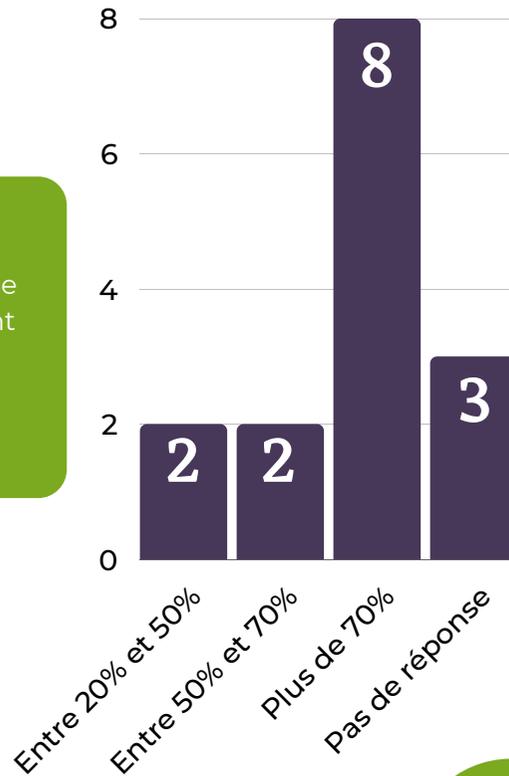
» Construction du travail

A hauteur de combien c'est plutôt l'équipe artistique qui sollicite la collaboration ?

A hauteur de combien c'est plutôt le bureau de production qui sollicite la collaboration ?

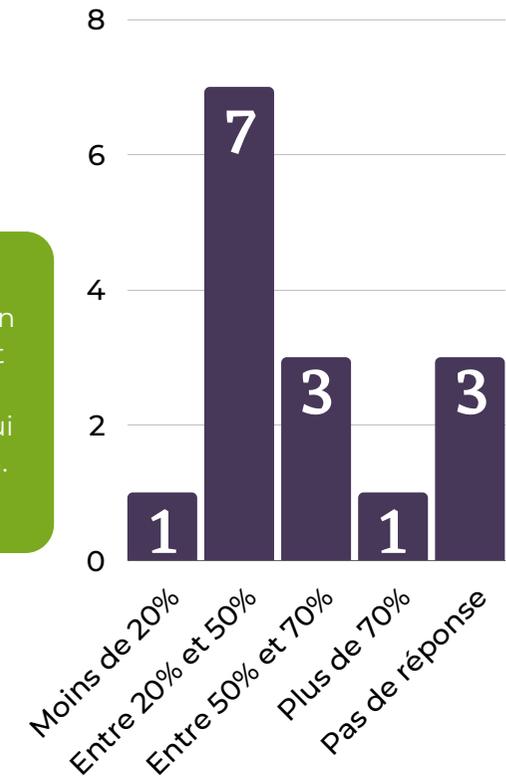
66,66%

des bureaux de production affirment que dans 70% des cas ce sont les équipes artistiques qui sollicitent la collaboration.



58,33%

des bureaux de production affirment qu'entre 20% et 50% des cas ce sont les bureaux de production qui sollicitent la collaboration.



Majoritairement ce sont les équipes artistiques qui sollicitent les bureaux de production.

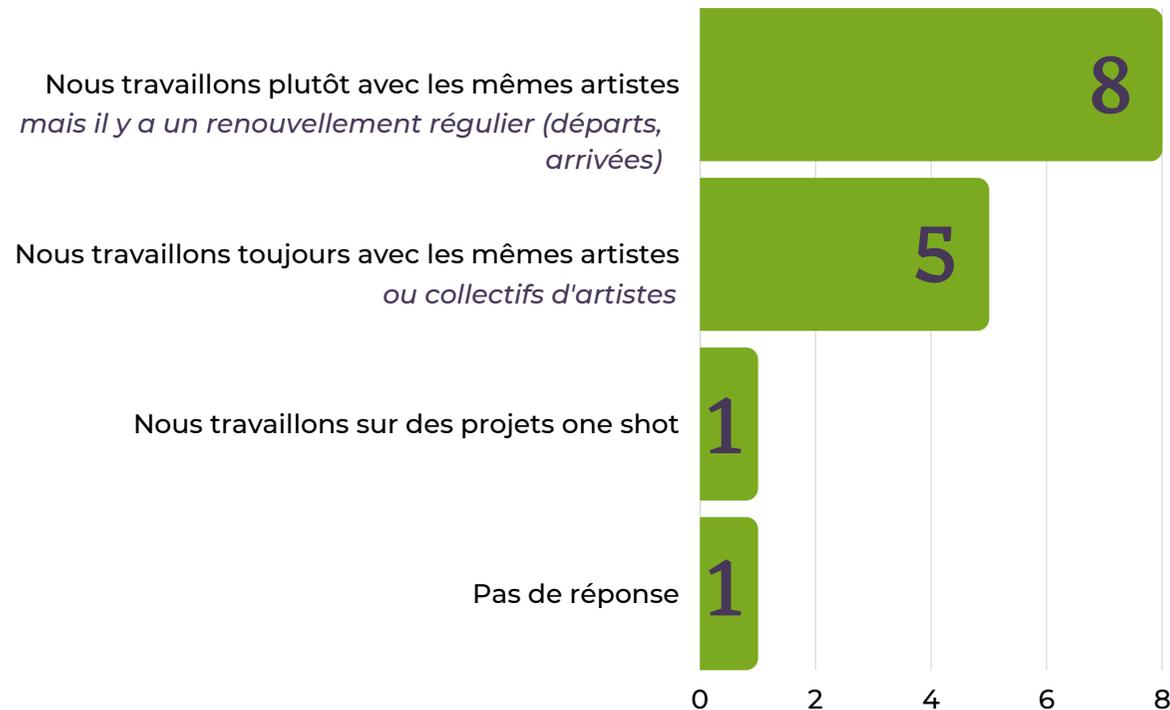
Types de projets accompagnés



NB : aucun bureau de production n'accompagne des projets amateurs.

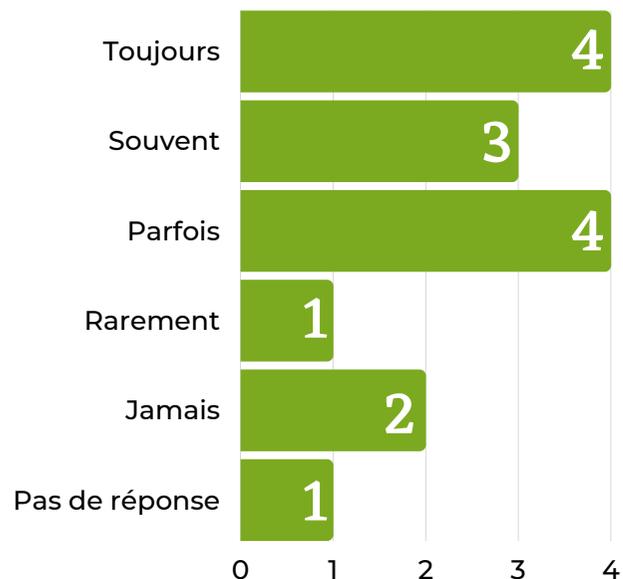
C'est l'occasion de repérer des artistes et de les suivre

Renouvellement des artistes



» Relations et liens avec les artistes

La relation avec les artistes est-elle contractualisée ?

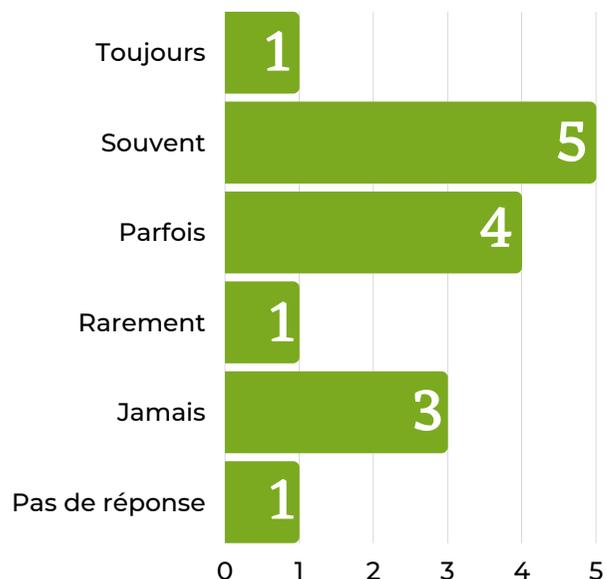


Relation formalisée principalement lorsqu'il y a de la diffusion et/ ou de la production...

sous la forme de...

- Contrat de cession pour la diffusion
- Contrat de coréalisation
- Contrat de promotion locale
- Contrat d'artiste
- Prestations
- Conventions d'accompagnement

La relation avec les artistes peut-elle être informelle ?



La relation est informelle pour certaines activités des bureaux de production :

- Echanges informels (discussion autour des volontés de création etc...)
- Conseils ponctuels
- Rôle de management
- Partage de ressources
- Relais d'informations (administratif, juridique, communication...)

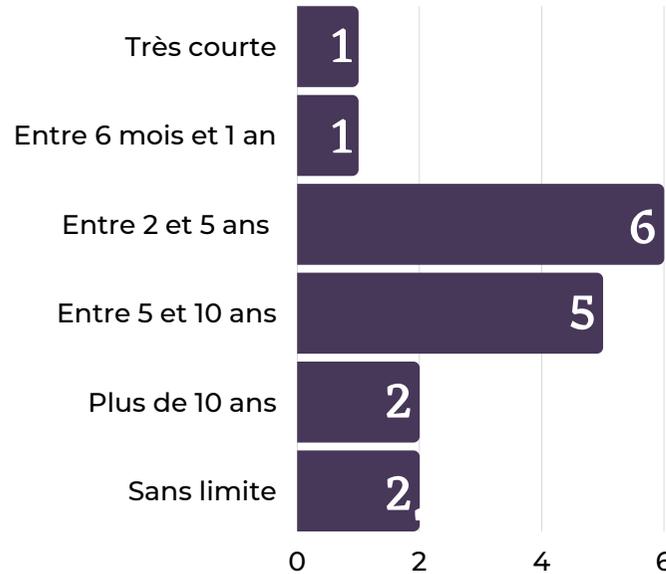


La relation peut être informelle lorsque certains artistes n'ont pas de structure juridique

Parfois ce sont des liens personnels qui unissent les producteurs et les artistes.



Durée d'accompagnement des artistes : un travail de compagnonnage



La majorité des relations entretenues entre les bureaux de production et les artistes ont une durée moyenne entre 2 et 10 ans.

Aucun bureau de production n'a de durée d'accompagnement des artistes qui dure entre 1 et 2 ans.

CADRE D'ACCOMPAGNEMENT DES ARTISTES EN FONCTION DE LA DURÉE

Très courte et entre 6 mois et 1 an

- Uniquement sur des accompagnements ponctuels, type prestations de services

Entre 1 et 5 ans

- Travail autant que possible à moyen ou long terme avec les artistes (rarement moins de 2 ans)
- Temps qui permet de sonder l'accueil public et des organisateurs
- Les contrats de mandat pour les projets en production déléguée durent trois ans
- Durée des contrats de cession

Entre 5 et 10 ans

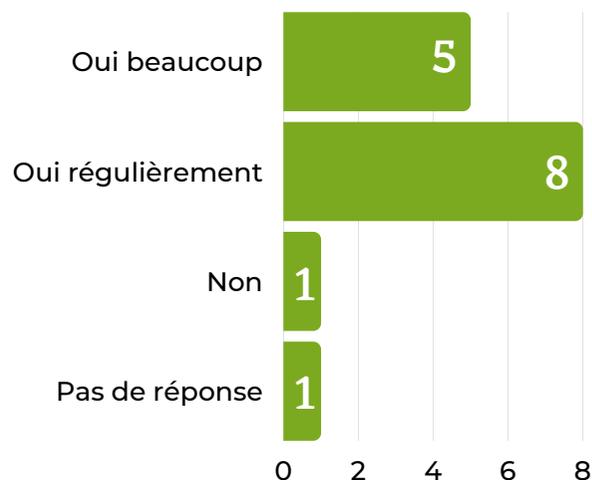
- Certains artistes ont participé à la création de la structure et y sont toujours impliqués

Plus de 10 ans

- Certains artistes restent tout au long de leur parcours dans le même bureau de production.

» Rapport entre les demandes de collaborations et les réponses

Recevez-vous des demandes de collaborations auxquelles vous pouvez-pas / ne souhaitez pas répondre ?



En tout c'est
86,66 %
des bureaux qui refusent des demandes.

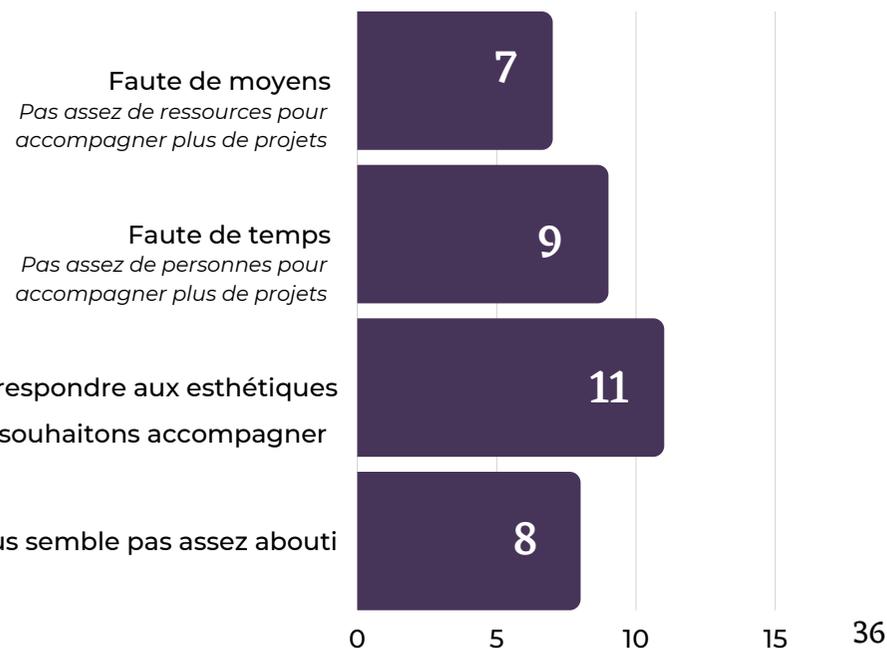
Pourquoi ne répondez-vous pas à toutes les demandes de collaborations ?

» Rapport entre les demandes de collaborations et les réponses

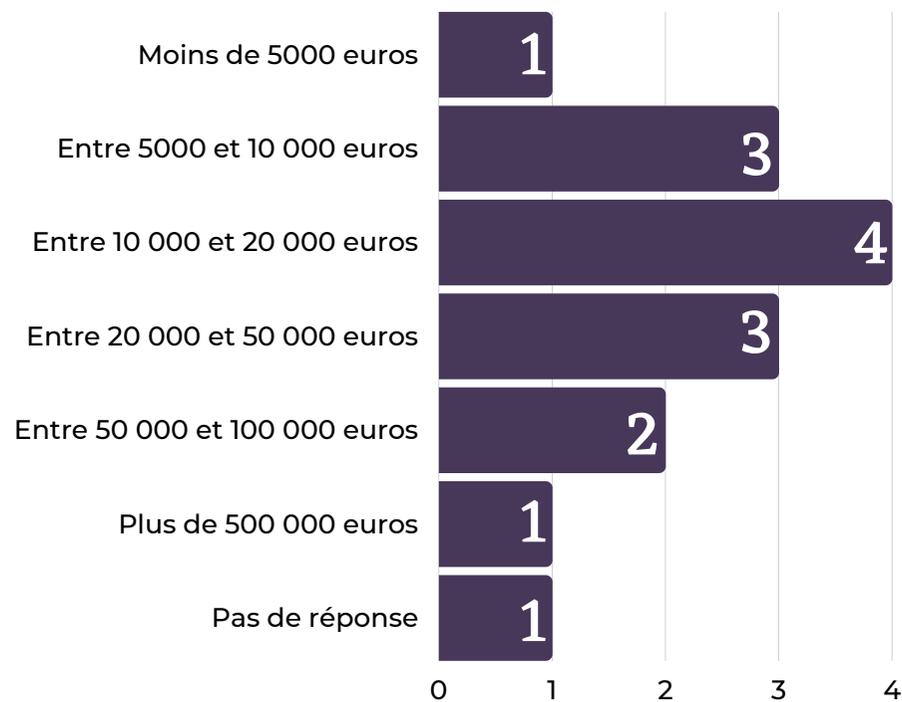
En moyenne, il existe un écart de
79,66%
entre le nombre de demandes reçues et celles qui sont honorées.

Le projet peut ne pas correspondre aux esthétiques que nous souhaitons accompagner

Le projet ne nous semble pas assez abouti



»» Budget des projets accompagnés



26,66 %

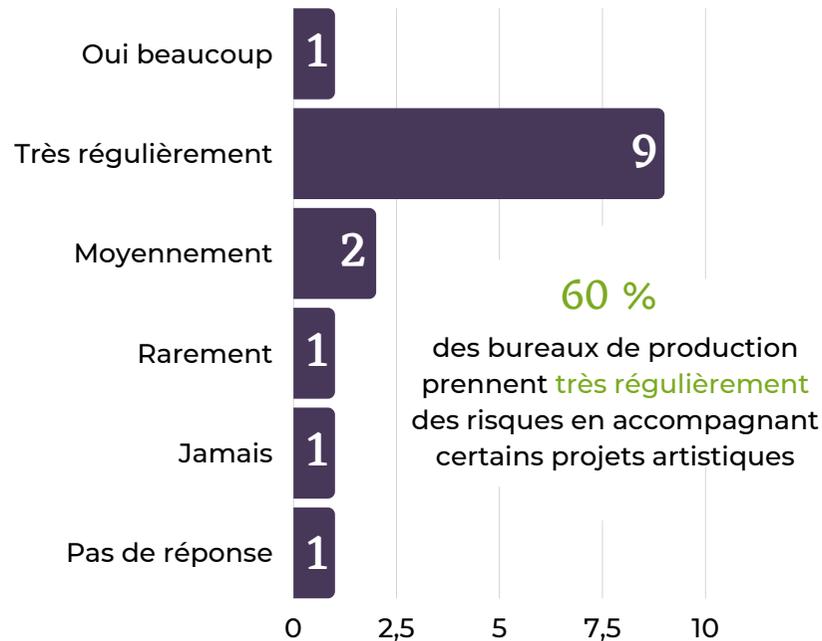
des bureaux de production accompagnent des projets ayant entre 10 000 et 20 000 euros de budget.

Aucun bureau de production n'accompagne des projets qui ont entre 100 000 et 200 000 euros ni entre 200 000 et 500 000 euros de budget.



Il existe une grande hétérogénéité entre les budgets des projets accompagnés

» Risques pris par les bureaux de production



NATURE DES RISQUES PRIS

TEMPS et ENERGIE

CREDIBILITE PROFESSIONNELLE

- Certains projets sont naissants, peu identifiables et peu attractifs pour les programmeurs

RISQUES FINANCIERS



- Liés à la taille des productions et/ ou aux moyens techniques à mettre en place
- Liés à la production d'artistes émergents et au risque de ne pas rencontrer le public escompté
- Les bureaux de production ne bénéficient pas toujours d'aide au fonctionnement
- Peu de possibilité de mettre en place des droits de suite avec des tourneurs
- Développement sans assurance de retombée économique

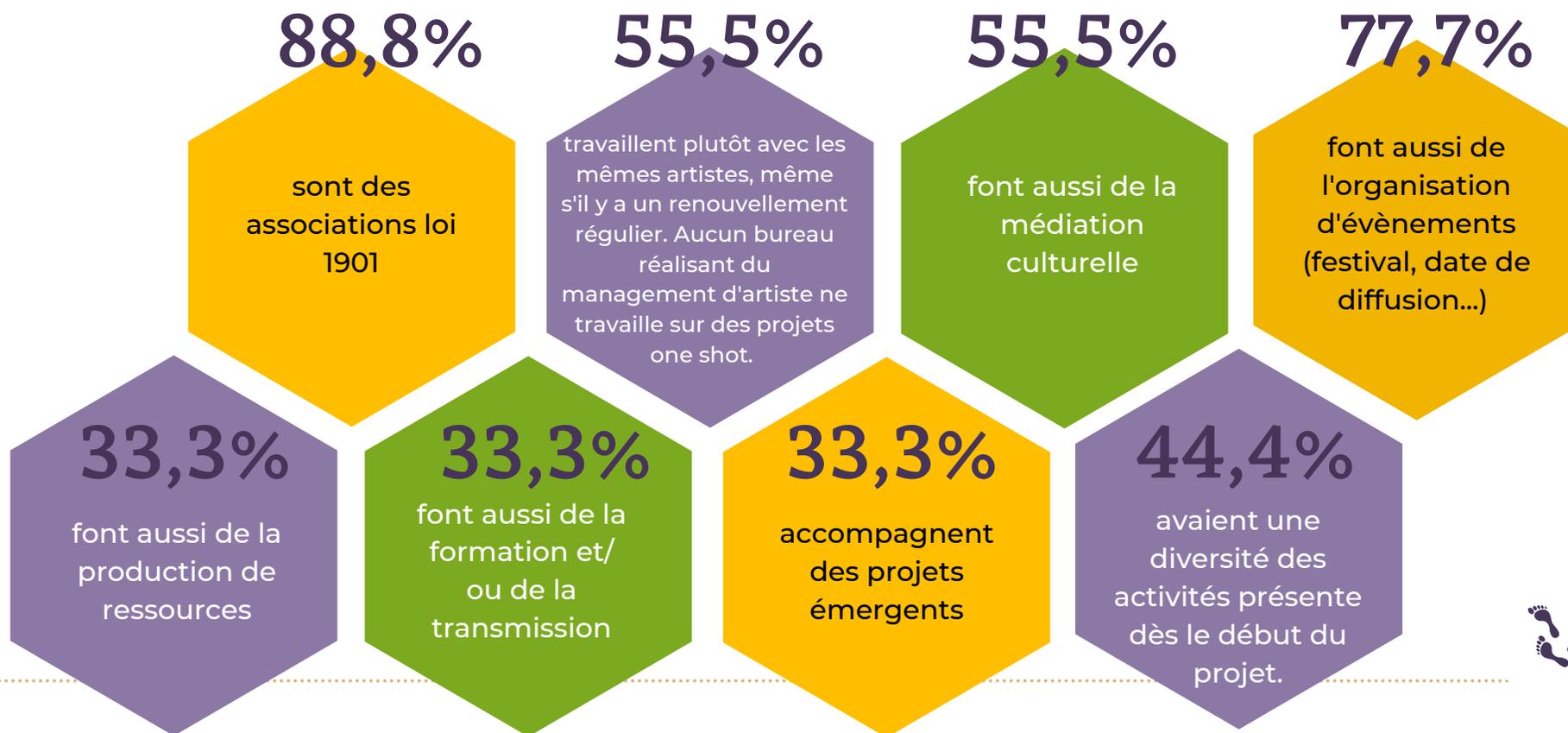


GLOBALEMENT, LES BUREAUX DE PRODUCTION DOIVENT EQUILIBRER ENTRE DES ARTISTES « LOCOMOTIVES » ET DES ARTISTES EMERGENTS POUR POUVOIR PRENDRE DES RISQUES SUR CES DERNIERS.

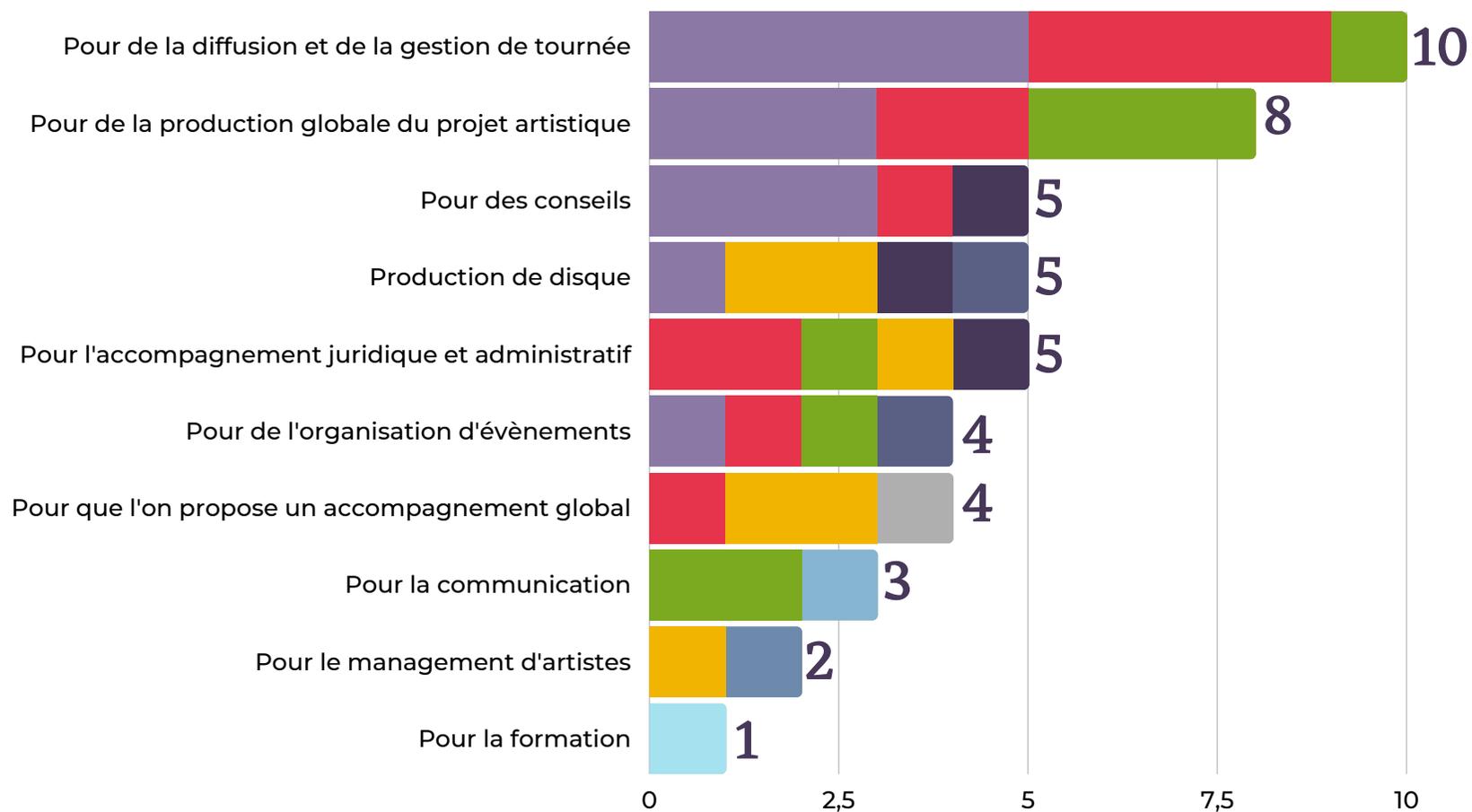
» Accompagnement et management d'artistes et autres activités

9 bureaux de production effectuent du management et/ou du développement d'artistes soit en activité principale, soit en activité secondaire.

Parmi ces 9 bureaux...



» Raisons principales de faire appel à un bureau de production

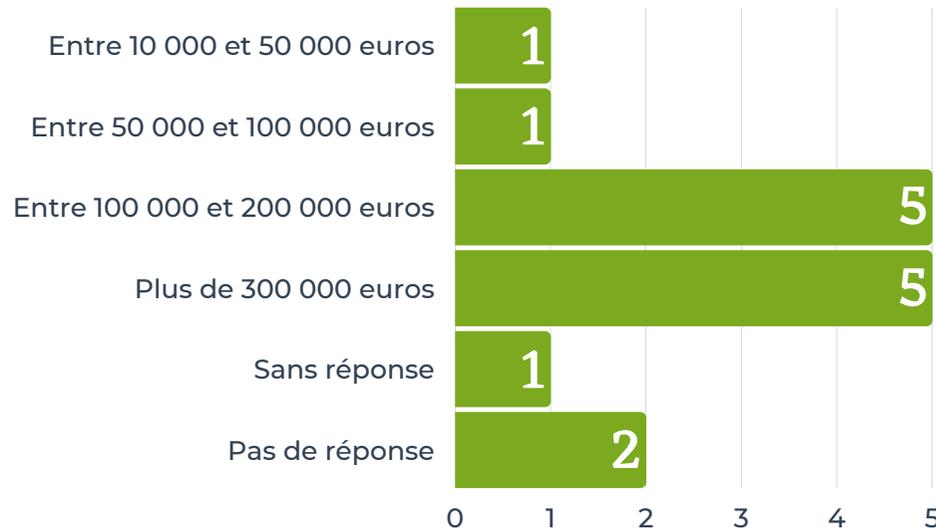


Choix 1
 Choix 2
 Choix 3
 Choix 4
 Choix 5
 Choix 6
 Choix 7
 Choix 8
 Choix 9
 Choix 9

Moyens et ressources du bureau de production



»» Chiffre d'affaire annuel en 2019



Aucun bureau de production n'a moins de 10 000 euros de chiffre d'affaire ni entre 200 000 et 300 000 euros.

»» Produit d'exploitation annuel en 2019

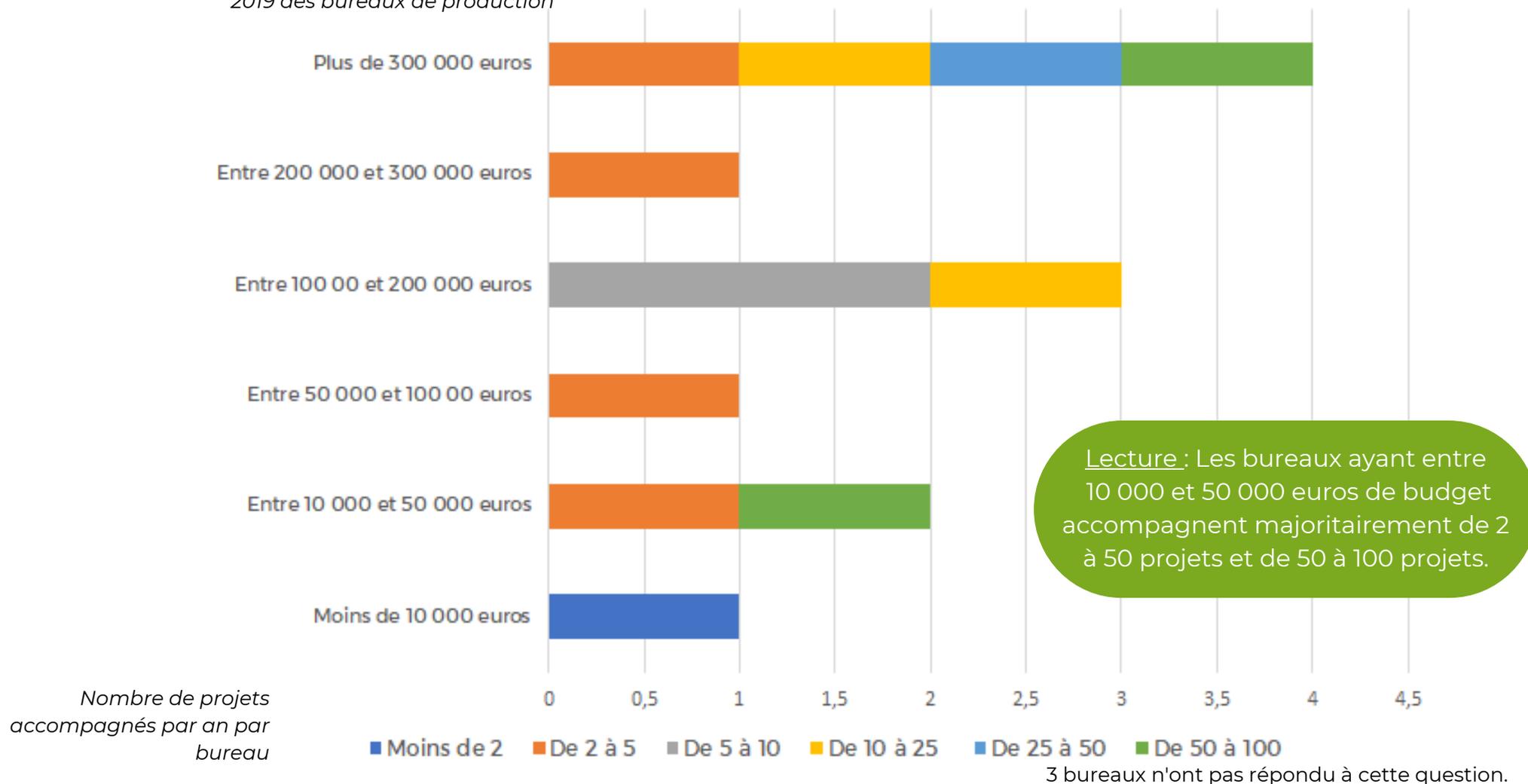


61,53 %
des bureaux répondants ont
une comptabilité différenciée



Rapport entre le budget des bureaux et le nombre de projets accompagnés par an

Produit d'exploitation annuel en 2019 des bureaux de production

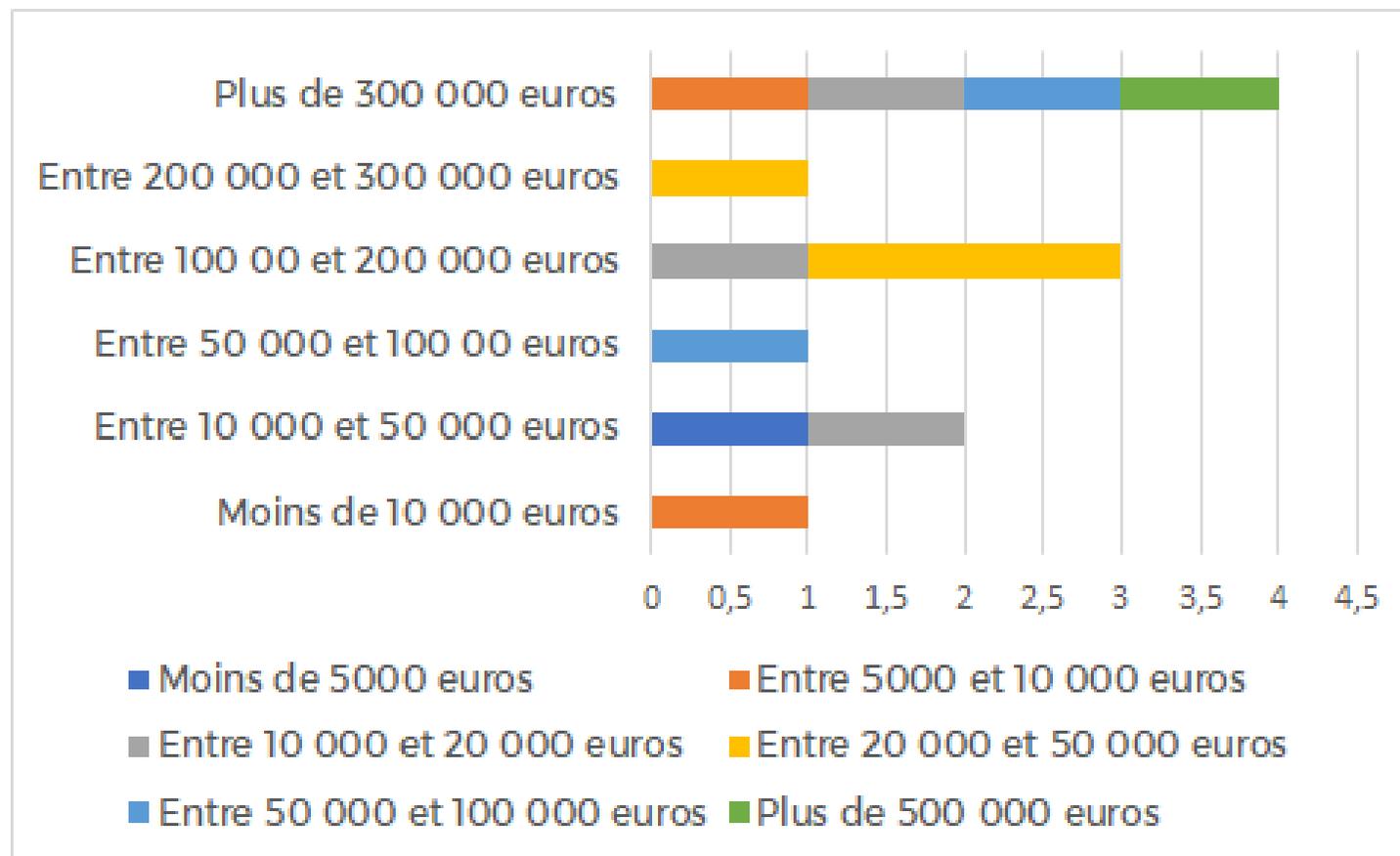


Certains bureaux de production à petit budget accompagnent beaucoup de projets. D'autres à très gros budgets accompagnent entre 2 et 5 projets.



Rapport entre le budget des bureaux de production et le budget des projets accompagnés

Produit d'exploitation annuel en 2019 des bureaux de production



Budget des projets accompagnés

3 bureaux n'ont pas répondu à cette question.

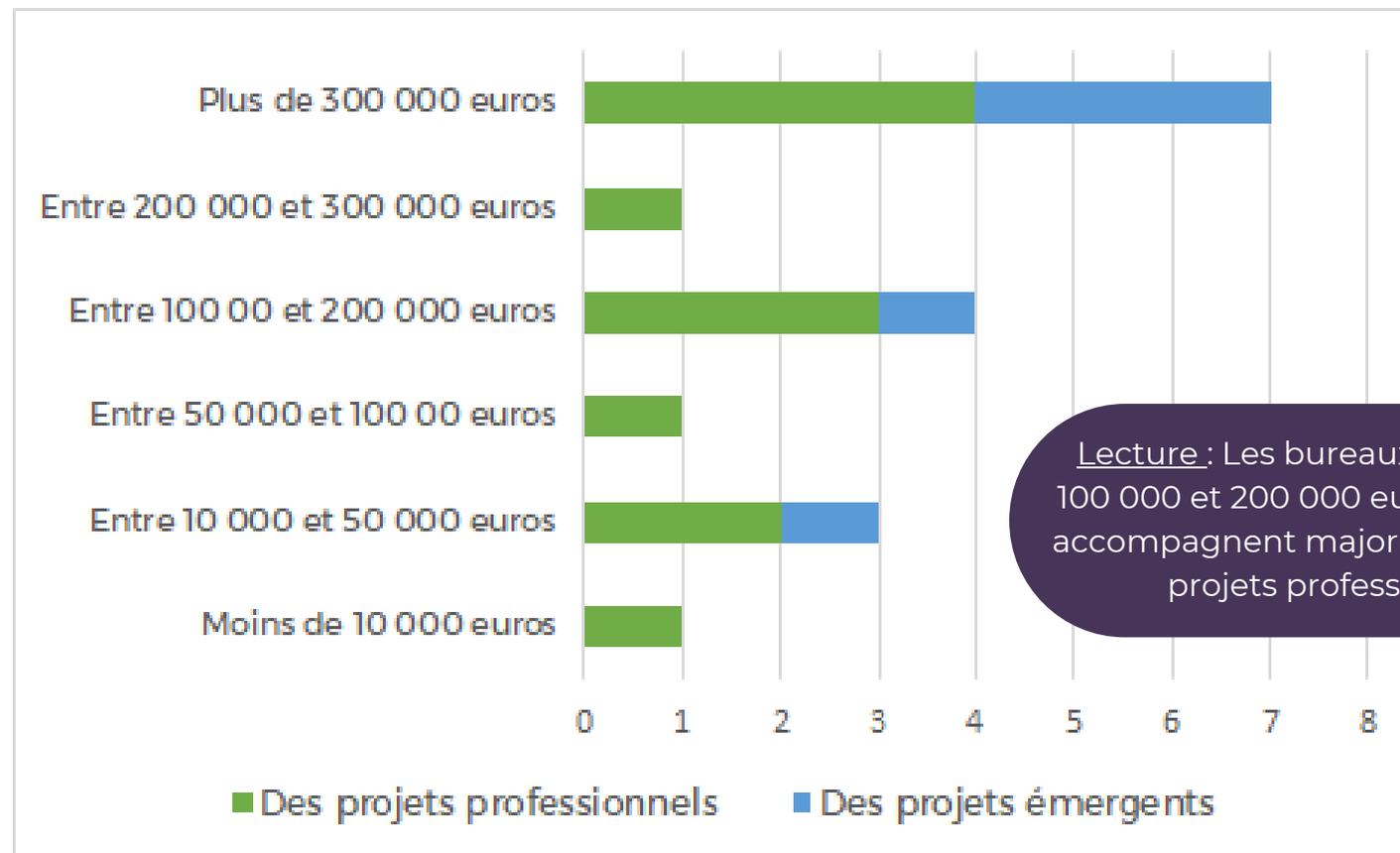
Certains bureaux de production engagent des risques financiers importants par rapport à leur produit d'exploitation.



Certains font le choix d'accompagner beaucoup de petits projets, d'autres de concentrer leurs moyens sur peu de projets, mais avec des budgets conséquents.

» Rapport entre le budget des bureaux de production et le type de projets accompagnés

Produit d'exploitation annuel en 2019 des bureaux de production



Type de projets accompagnés

Lecture : Les bureaux ayant entre 100 000 et 200 000 euros de budget accompagnent majoritairement des projets professionnels

3 bureaux n'ont pas répondu à cette question.



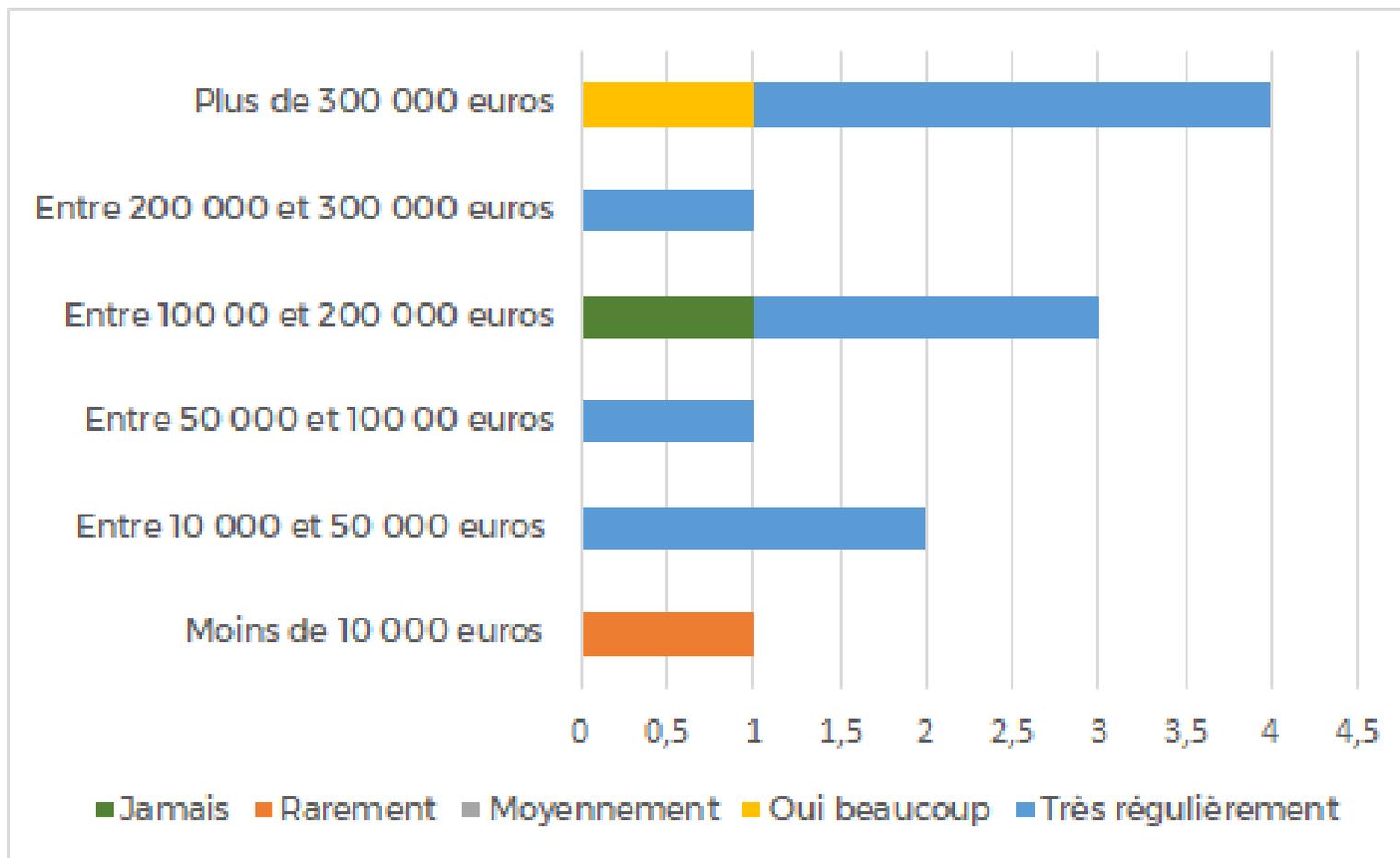
Plus les bureaux de production ont un budget élevé, plus ils peuvent se permettre d'accompagner des projets émergents. Pour autant, certains budgets moins conséquents s'y engagent également.



Rapport entre le budget des bureaux et le risque pris par les bureaux de production

Produit d'exploitation annuel en 2019 des bureaux de production

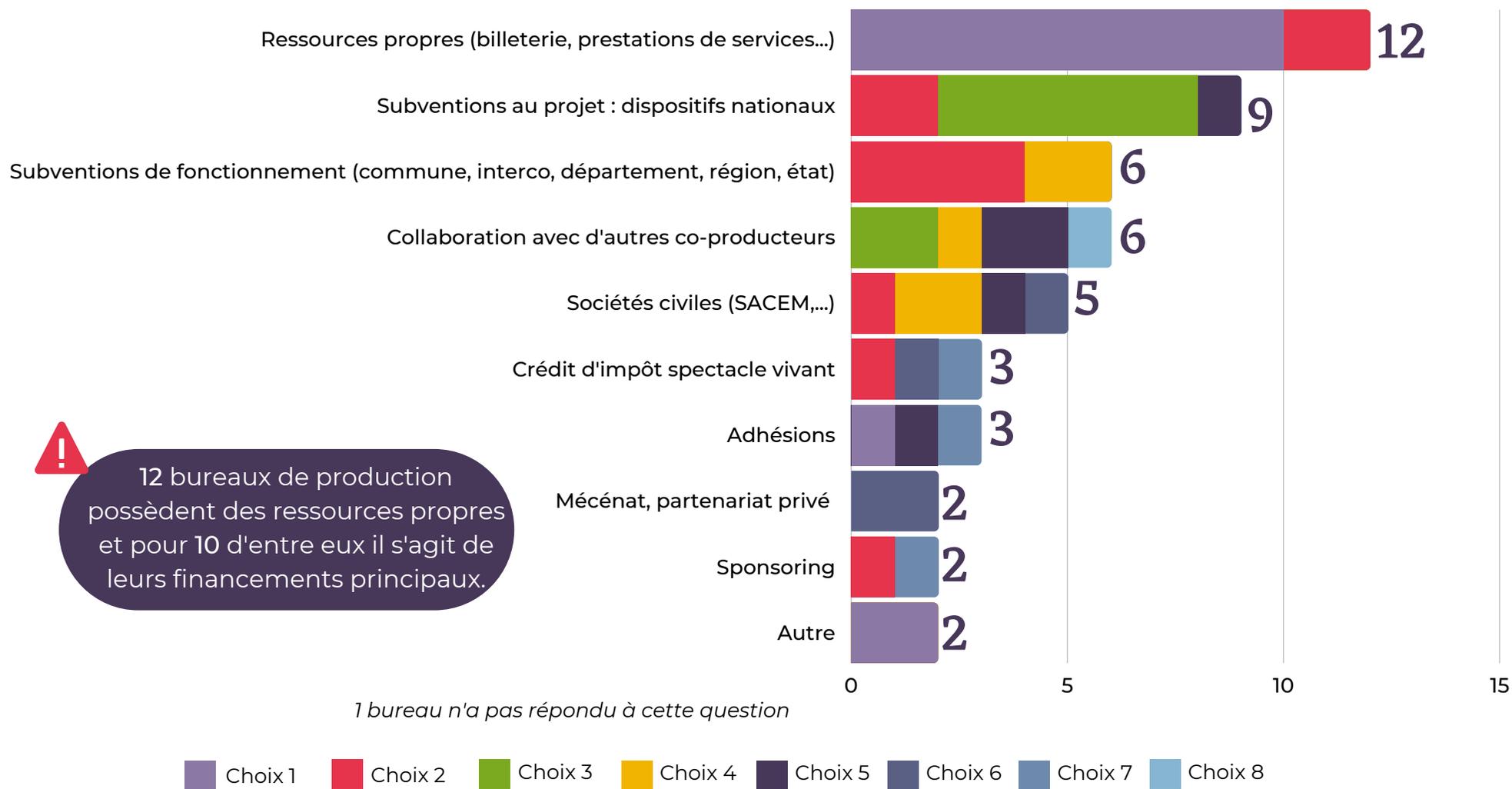
Régularité des risques pris par les bureaux de production



3 bureaux n'ont pas répondu à cette question.

La prise de risque des bureaux de production n'est pas toujours proportionnelle aux marges de manœuvres budgétaires.

» Sources de financements des bureaux

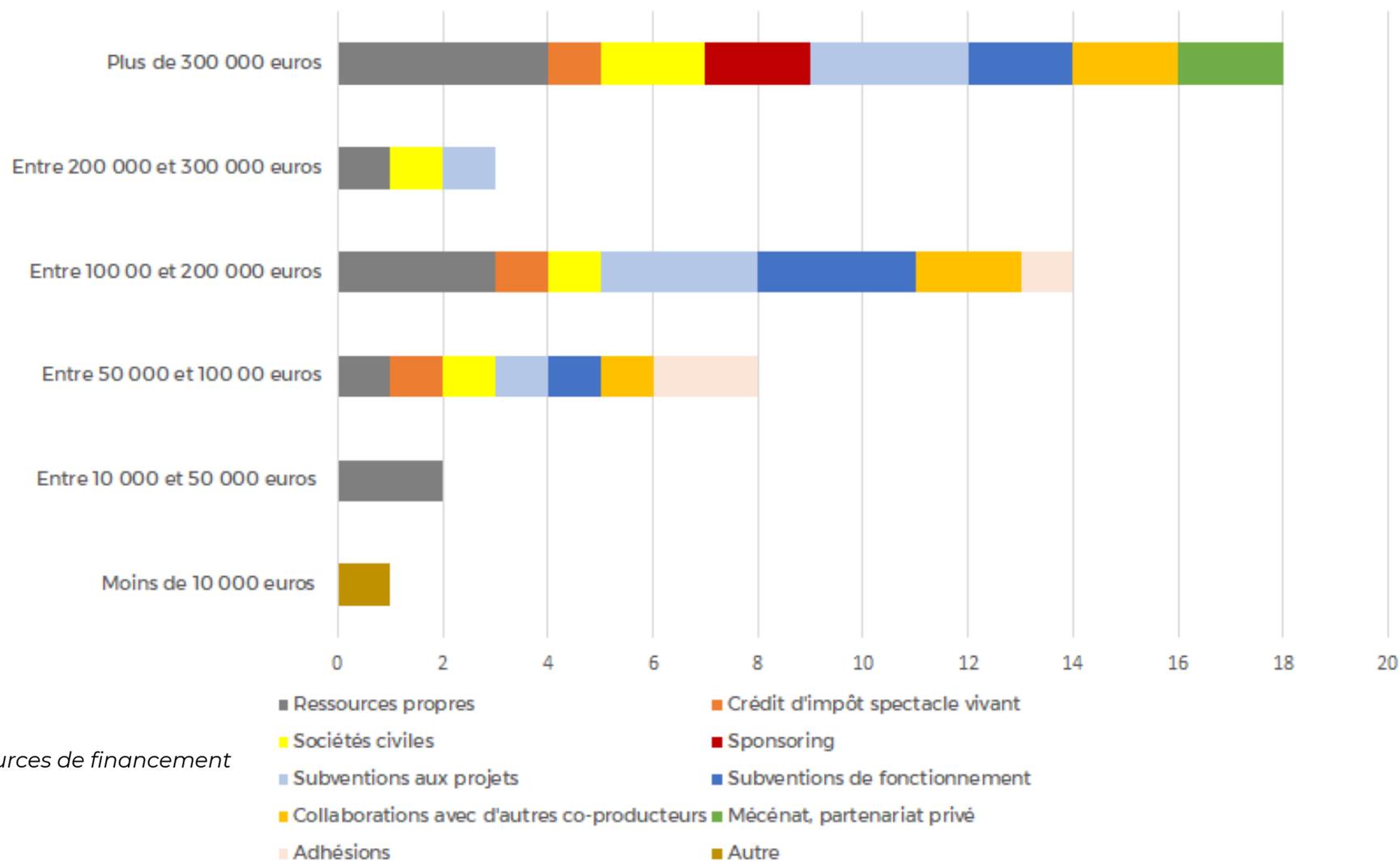


- 100% des structures qui bénéficient d'une subvention de fonctionnement sont des associations
- 2 SARL bénéficient de subventions au projet

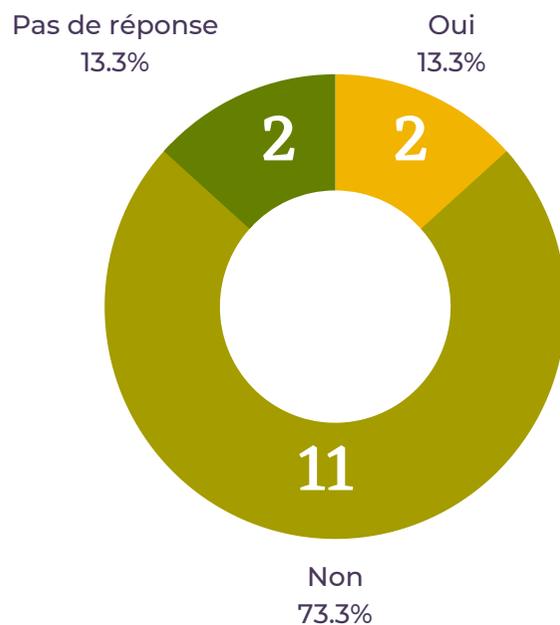


Rapport entre les budgets des bureaux de production et les sources de financements des bureaux

*Produit d'exploitation annuel en 2019
des bureaux de production*

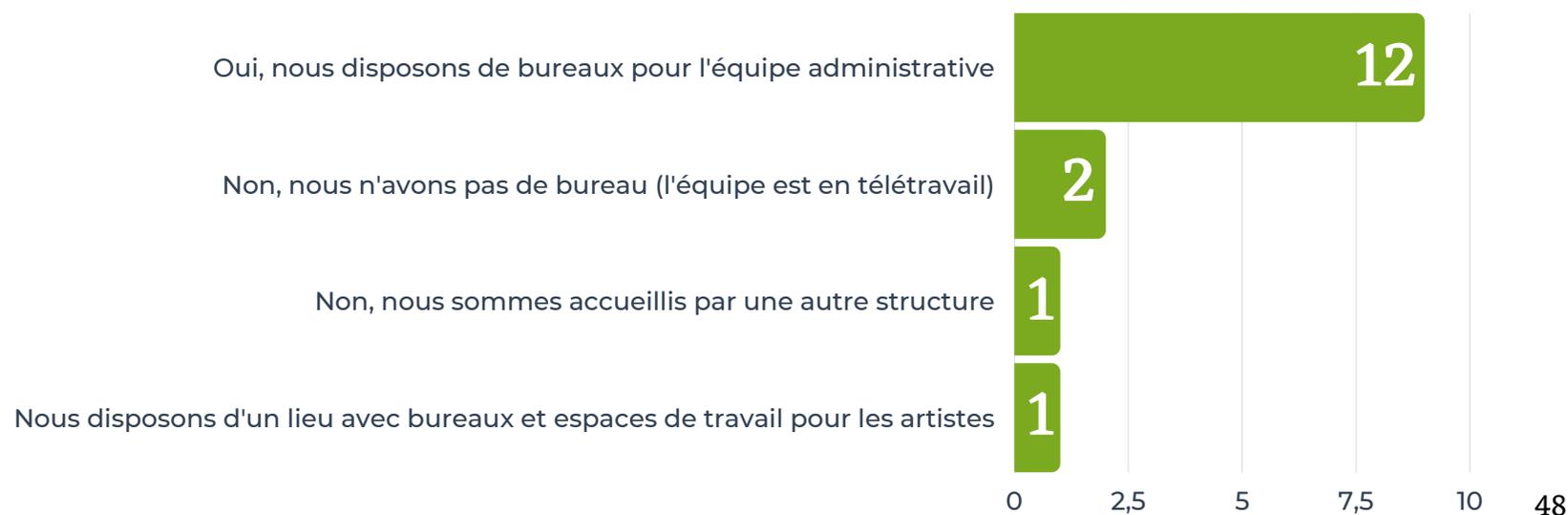


Conventionnement avec des collectivités



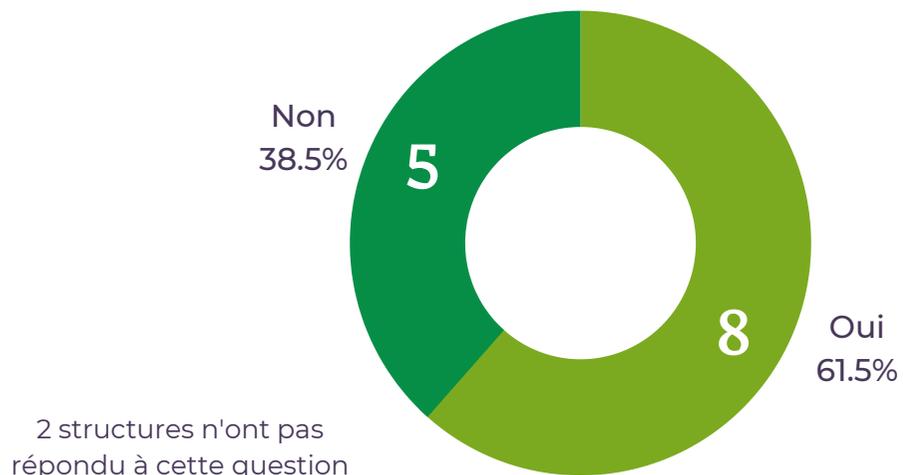
Dans **73,3%**
des cas, les bureaux de production
n'ont pas de conventionnement
financières ou d'objectifs avec des
collectivités territoriales

Locaux et structures des bureaux de production



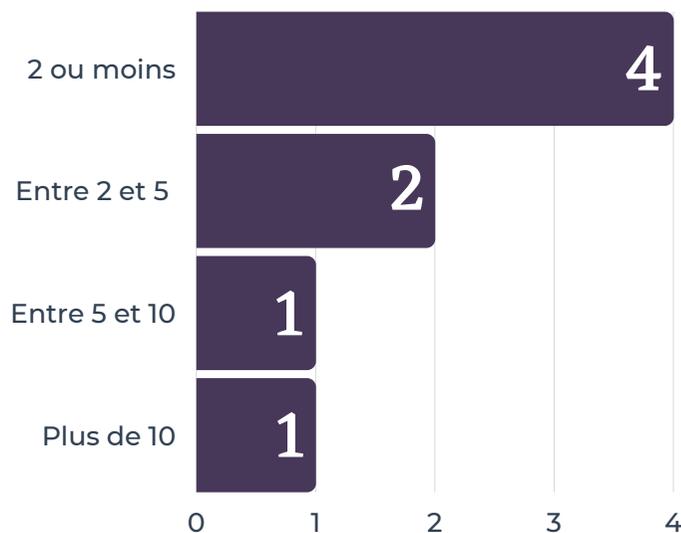
Salariés dédiés au bureau de production

Part des structures ayant des salariés dédiés au bureau de production



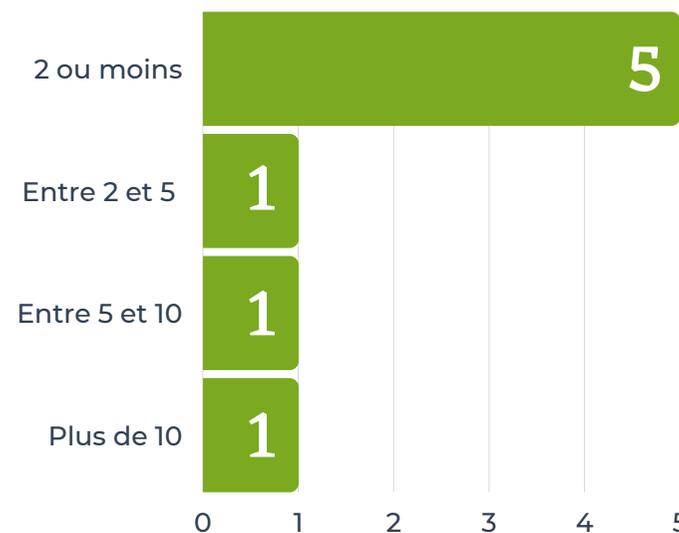
En moyenne, les bureaux ont **3** salariés qui représentent **2,71** ETP.

Nombre de salariés par structure



7 structures n'ont pas répondu à ces questions

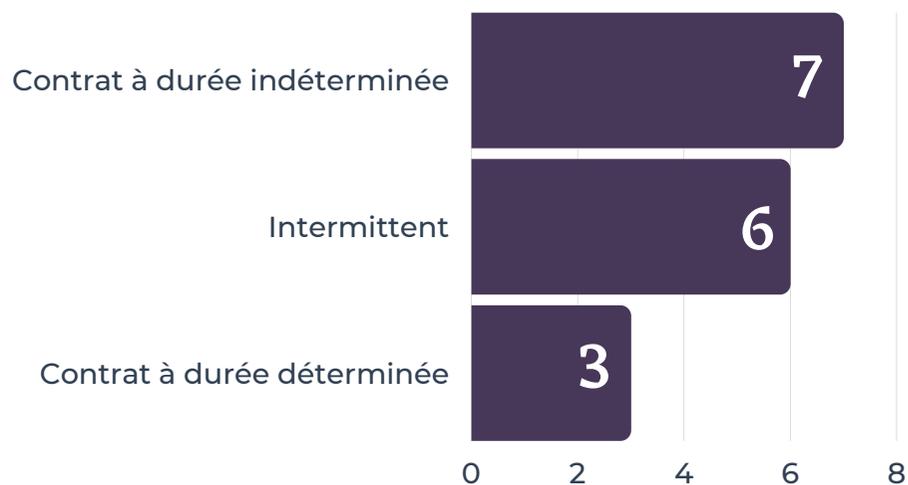
Nombre de salariés par structure en ETP



6 structures sur 8 ont des salariés à temps partiel

Une structure a 11 salariés qui représentent 30 ETP.

» Régimes d'embauche des salariés du bureau

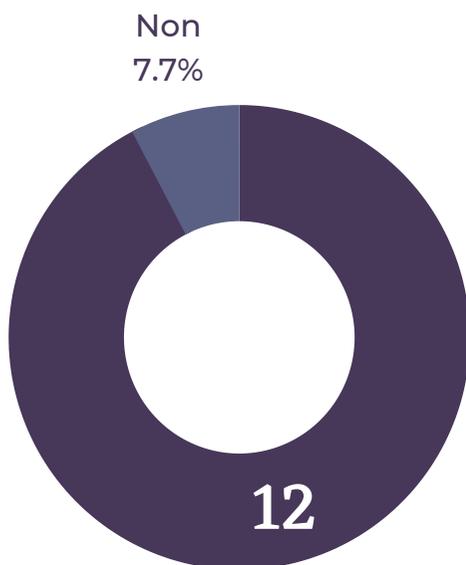


7 structures n'ont pas répondu à cette question



L'absence de réponse à ces questions interroge sur la fragilité financière des bureaux de production et leur difficulté à pérenniser les emplois

» Embauche de salariés ponctuels liée à l'activité artistique

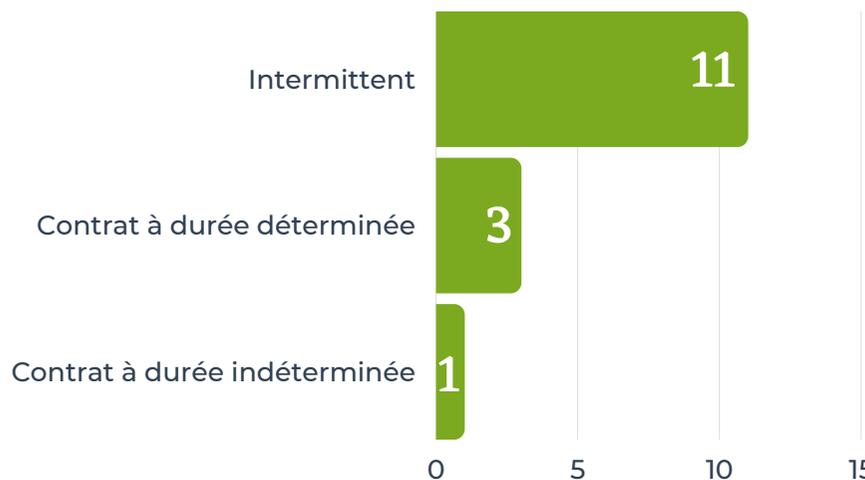


2 structures n'ont pas répondu à cette question

Oui
92.3%

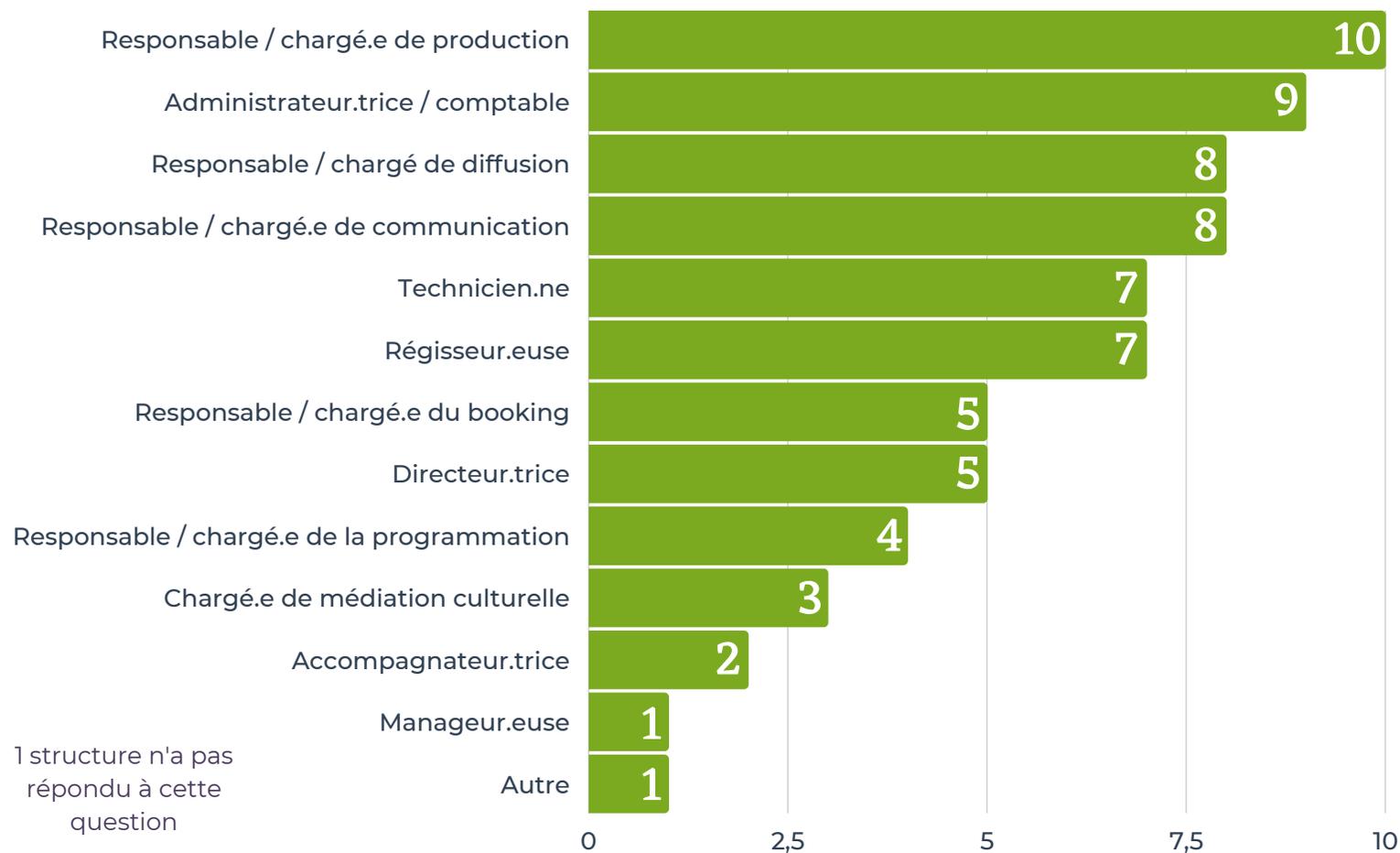


Les intermittents embauchés à titre exceptionnel sont souvent des techniciens ou des artistes et peuvent aller de 2 à 100 intermittents par évènement en fonction des projets.



Ces embauches ponctuelles sont liées à l'organisation d'événements

»» Métiers portés par les bureaux de production

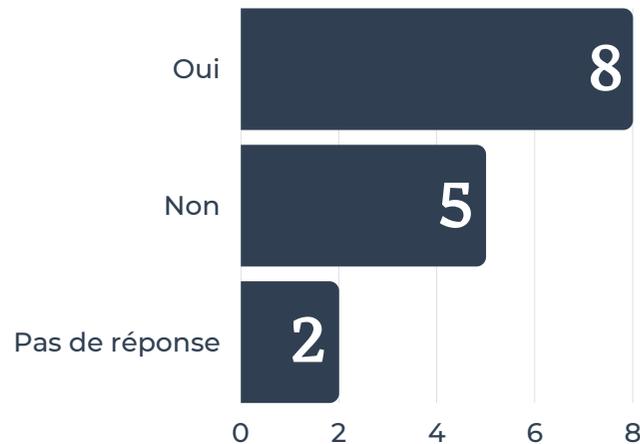


11 structures déclarent que plusieurs métiers sont portés par une seule personne.

Partenariats, réseaux et collaborations

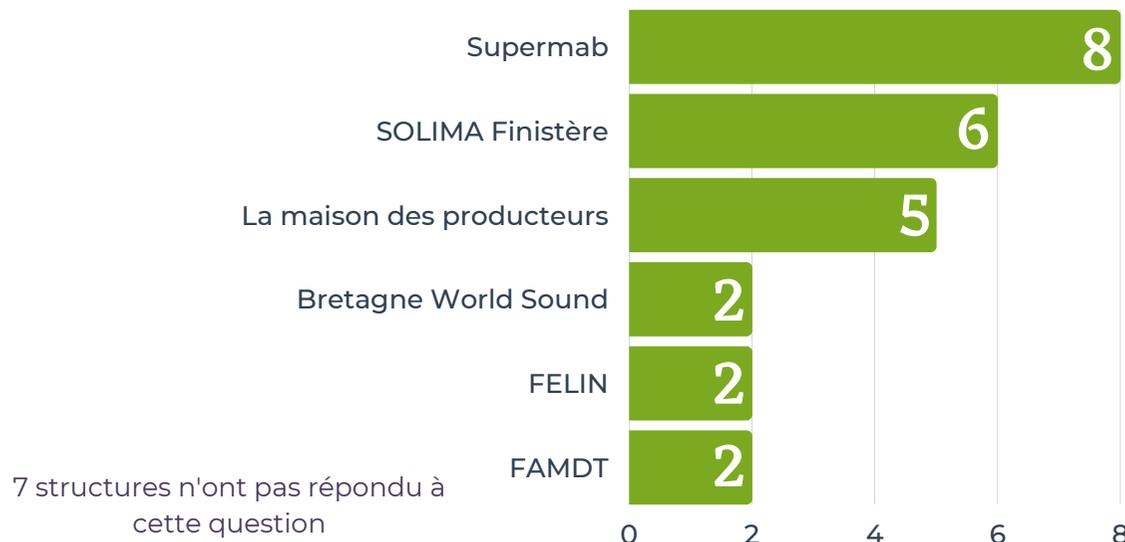


» Faites-vous partie d'un réseau ?



⚠ Si **61,53%** des structures appartiennent à un réseau, **38,47%** n'appartiennent à aucun réseau, aucune coordination ou fédération.

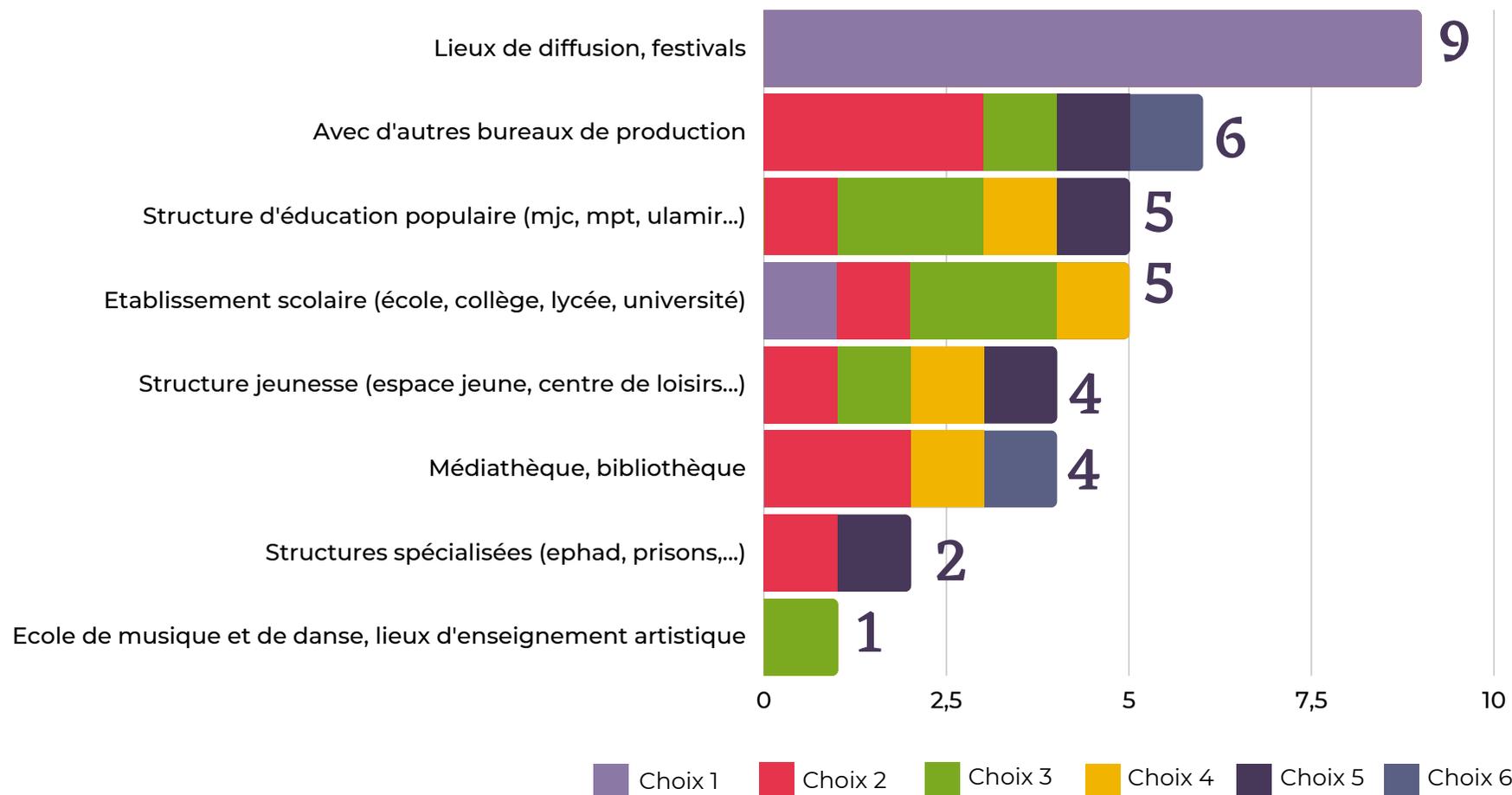
Proportion des réseaux connus dans lesquels sont réparties les structures : les bureaux peuvent être membres de plusieurs réseaux



Parmi les 8 bureaux qui ont répondu à cette question, la plupart sont engagés dans plusieurs réseaux

Partenariats

10 bureaux de production entretiennent régulièrement des partenariats



La typologie des partenariats montre que les bureaux de production sont très en lien avec les lieux de diffusion, qui représentent parfois des coproducteurs et qu'il existe un travail de collaboration entre les bureaux de production.

Les relations de partenariat témoignent également de l'ancrage territorial des bureaux de production sur leur territoire.

Enjeux, freins et besoins

» Enjeux

CONCURRENCE



- Forte concentration des sociétés de production dans les mêmes endroits
- Forte concentration des grands lieux de diffusion (zéniths, Arena...) au sein de grands groupes ou multinationales qui ont un poids financier important.
- Mutations de la filière : concurrence avec le monde audiovisuel (qui ne doit pas remplacer le spectacle vivant)

RECONNAISSANCE ET VISIBILITÉ



- Importance de la connaissance des élus sur les activités d'un bureau de production
- Importance d'un soutien sur le fonctionnement des petites et/ou moyennes structures
- Reconnaissance du rôle, des métiers et des contraintes des producteurs (activités à 360, création, diffusion, action culturelle, disque, évènementiel)

MODÈLE ECONOMIQUE



- Pérenniser les emplois
- Pérenniser l'activité et les budgets en recherchant à minima l'équilibre financier.
- Développer les équipes de production afin de mieux accompagner et de développer les projets artistiques.
- Diversifier les ressources financières pour accompagner l'émergence

DÉVELOPPEMENT D'ARTISTES ÉMERGENTS



- Le soutien global à l'émergence
- L'enjeu principal est de faire en sorte de toujours pouvoir repérer les jeunes artistes
- Tous styles confondus, de leur mettre à disposition directement ou indirectement les moyens nécessaires à leur développement artistique.

TRANSITIONS ET ÉVOLUTIONS DES PRATIQUES



- Intégrer le développement durable le fonctionnement des bureaux de production et le transmettre aux publics.
- Penser à travailler en local : organisation de tournées par exemple pour défendre le soutien aux petites structures de diffusion ; favoriser les artistes locaux quand c'est possible ; faire appel à des prestataires locaux lors de l'organisation d'évènements...

MUTUALISATION



- La mutualisation des savoirs et compétences avec les autres réseaux ou structures
- Travail en réseau sur les territoires
- Optimiser et partager les outils numériques

Freins

66,66 %
des bureaux de
production déclarent
rencontrer des freins
dans leurs missions et
activités

Manque de moyens (humains, financiers) pour accompagner l'artistique (aucune aide au fonctionnement, pas ou peu de capacités à embaucher sur certaines fonctions : administration, programmation, direction, coordination, communication...)

Le manque de moyens provoque une gestion de certaines fonctions par des bénévoles ou des freelances

Engagement très fort nécessaire de la part des salariés

Manque de temps pour répondre à l'ensemble des sollicitations et des besoins des artistes

L'éligibilité restreinte des projets aux dispositifs de soutien locaux, régionaux et nationaux



Besoins



33,33 %
des bureaux de production
déclarent rencontrer des
besoins dans leurs missions et
activités

Parmi ces besoins figurent :

- Nouvelles embauches dans diverses fonctions (chargé.e de communication, chargé.e de production, administrateur...)
- Trouver d'autres moyens de financement pour diversifier les modèles économiques

»» La crise de la covid-19

La crise de la Covid-19 a-t-elle impacté vos activités ?



11 bureaux de production déclarent avoir été beaucoup impactés par la crise, 1 modérément, 3 ne répondent pas à la question. Au total c'est 80% des bureaux de production qui ont déclaré avoir été impactés par la crise.

Impact financier

- Perte de chiffre d'affaire (parfois jusqu'à 40%) et précarisation des équipes (technicien.ne.s et musicien.ne.s)
- Gel des ressources propres
- Pas ou peu de moyens pour accompagner les artistes
- Calendrier de diffusion décalé à l'infini (plus de travail et moins de résultat).

Manque de reconnaissance et de considération

- La crise de la covid-19 a révélé un manque de considération persistant du secteur du spectacle vivant

Le petit



Les salles vides ont permis l'accueil des groupes en résidence. Beaucoup de groupes ont pu travailler dans de bonnes conditions. Les salles ont joué le jeu en mettant à disposition des régisseurs, du matériel et parfois du numéraire.

Comment la crise les a-t-elle impactés ?

“ Arrêt total d'activité pendant 450 jours ”

Arrêt ou diminution de l'activité

- Arrêt presque total de l'activité ou baisse d'activité depuis 1 an, des pans entiers de l'activité sont à l'arrêt total (booking, gestion des tournées, organisation de festivals, concerts...)
- Diffusion scénique de certains projets abandonnée (notamment liés à des sorties de disques en 2020)
- Absence d'opportunités de diffusion, et donc absence de ressources puisque les bureaux fonctionnent essentiellement sur leurs fonds propres.

Modification des métiers

- Beaucoup de temps passé sur l'administratif

Isolement

- Isolement et fragilisation des structures. La période a permis à certains bureaux de se rapprocher de réseaux (SMA, Maison des Productions, Supermab...).
- Difficulté à entrer en réseau pour certains bureaux (pas de salons, pas d'événements, pas de tournées, rencontres masquées).
- Isolement des bureaux de production mais aussi des artistes.
- Les bureaux ont dû soutenir les artistes, moralement, professionnellement et financièrement. Certains groupes ont vu leur sortie d'album et tournée complètement anéantis.

Etude réalisée dans le cadre du Solima Finistère

Directrice de la publication : Florence Magnanon

Suivi d'étude et des groupes de travail : Gaëlle Mogentale

Réalisation : Orlane Méhu

18 octobre 2021

Culture Lab 29

L'agence culturelle du Finistère

12 rue de Stang Ar C'hoat - 29000 QUIMPER

02 98 95 68 90

contact@culturelab29.fr

www.culturelab29.fr

