

LA PRODUCTION DES SPECTACLES DE MARIONNETTES

AU-DELÀ DES APPROCHES COMPTABLES CLASSIQUES, DES LOGIQUES ARTISTIQUES ET ÉCONOMIQUES PLURIELLES

Étude réalisée à partir d'un panel de 80 compagnies
adhérentes à THEMMAA et d'un corpus de 135 spectacles

Réjane Sourisseau

Anaïs Desvignes

et les contributions du groupe de travail « observation »

Mai 2024

THEMAA

SOMMAIRE

INTRODUCTION : UNE ENQUÊTE INÉDITE.....	5
CONTEXTE ET ENJEUX.....	5
L'ÉQUIPE D'ENQUÊTE.....	6
MÉTHODE ET DÉROULEMENT.....	7
PRÉCISIONS SUR LES CONTOURS DU TRAVAIL.....	8
PRÉSENTATION DU PANEL DE COMPAGNIES ET DU CORPUS DE SPECTACLES.....	11
UN PANEL DE 80 COMPAGNIES.....	12
UN CORPUS DE 135 SPECTACLES CRÉÉS ENTRE 2019 ET 2022.....	17
DES RESSOURCES INVISIBLES CONSÉQUENTES.....	21
PRÉCISIONS QUANT À LA VALORISATION MONÉTAIRE.....	22
FOCUS SUR LES PARTICULARITÉS DE LA CRÉATION MARIONNETTIQUE.....	25
VUE D'ENSEMBLE DES BUDGETS COMPTABILISÉS <i>VERSUS</i> BUDGETS VALORISÉS.....	30
DES LOGIQUES ARTISTIQUES ET DES MODÈLES ÉCONOMIQUES DE SPECTACLES PLURIELS.....	39
ENTRE RECHERCHE DE PARTENARIATS ET AUTOPRODUCTION.....	40
PANORAMA DES STRUCTURES BUDGÉTAIRES DES SPECTACLES.....	47
ENGAGEMENT ARTISTIQUE <i>VERSUS</i> STRATÉGIE ÉCONOMIQUE.....	51
CONCLUSION.....	59
SÉLECTION BIBLIOGRAPHIQUE.....	63
ANNEXES.....	67

INTRODUCTION : UNE ENQUÊTE INÉDITE

CONTEXTE ET ENJEUX

THEMAA, association nationale des Théâtres de Marionnettes et Arts Associés, a souhaité initier dans le cadre de sa convention avec le ministère de la Culture **une observation centrée sur les moyens de production** mobilisés par les compagnies de marionnette afin de mieux faire (re)connaître les logiques artistiques et économiques propres à cette discipline. La production se définit comme l'activité qui permet de réunir l'ensemble des conditions – humaines, techniques et financières – nécessaires à la création d'un spectacle et conduisant jusqu'à sa première représentation en public.

L'enjeu était ici d'**éclairer un « angle mort » en s'intéressant notamment aux moyens déployés sans visibilité budgétaire.**

Pour rappel, le dernier état des lieux d'envergure sur le secteur de la marionnette remonte à 2016[1]. Les études existantes autour de la production et/ou sur l'économie des compagnies portent sur le spectacle vivant dans son ensemble – sans focus sur cette discipline –, ou sont limitées au secteur institutionnel, ou bien encore s'appuient uniquement sur des budgets comptabilisés[2].

Le présent travail a été guidé par deux grands principes : d'une part **prendre en compte la diversité des compagnies adhérentes à THEMAA**, sans se limiter à celles qui sont conventionnées ; partir de leurs **réalités et leurs vécus, en laissant une place à l'expression de subjectivité en complément du recueil de données objectives** d'autre part.

[1] Lucile Bodson, avec la collaboration de Patrick Boutigny et le soutien de THEMAA, *Les arts de la marionnette en France, un état des lieux*, Direction générale de la création artistique, ministère de la Culture et de la Communication, 2016.

[2] Il est fait référence à ces différents travaux dans la présente étude et ils sont cités en bibliographie.

L'ÉQUIPE D'ENQUÊTE

Inscrit dans une démarche d'observation participative et partagée (lire l'encadré), porté par un groupe de travail composé d'une demi-douzaine de membres du conseil d'administration et par les deux salariées de THEMMA, Claire Duchez et Anaïs Desvignes (entretiens et traitements statistiques), ce chantier a été piloté par Réjane Sourisseau^[3] (cadre méthodologique, analyses, rédaction du bilan).

Composition du groupe de travail « observation » de THEMMA

Samuel Beck, Projet D, trésorier-adjoint de THEMMA

Patrick Boutigny, ancien secrétaire général de THEMMA

Jean-Christophe Canivet, Aurora - Théâtre Illusia, trésorier de THEMMA

Hubert Jégat, CréatureS cie, vice-président de THEMMA

Laurence Méner, consultante

Graziella Végis, vice-présidente de THEMMA

Nicolas Saelens, Théâtre Inutile, président de THEMMA

Alexandra Vuillet, marionnettiste et pédagogue

Focus sur L'Observation Participative et Partagée^[4]

Élaborée par la Fédélima, fédération des lieux de musiques actuelles, l'Observation Participative et Partagée » (OPP) est une méthode qui à l'inverse des approches « descendantes » place les actrices et acteurs concerné-es au cœur du dispositif d'enquête. Elle associe leurs contributions à toutes les étapes du processus : partage du sens de l'utilisation des données, constitution des questionnaires, identification des problématiques, participation à l'analyse des résultats, choix des données qui seront livrées à l'environnement professionnel, universitaire ou politique en donnant une priorité à celles et ceux qui génèrent l'information.

[3] Chargée d'études pour des réseaux associatifs, la Fondation Carasso (programme Art Citoyen), la Fondation de France (programme Cultures et société), Réjane Sourisseau est en parallèle maîtresse de conférences associée à l'Université de Lille (master Métiers de la culture) et au laboratoire de recherche GERICO.

[4] Fédélima, *L'Observation Participative et Partagée, Une démarche démocratique d'observation et d'analyse*, 2010 [en ligne] : <https://www.fedelima.org/article59.html>

MÉTHODE ET DÉROULEMENT

Un panel de 80 compagnies globalement représentatif a été constitué permettant de renseigner des informations sur un corpus de 135 spectacles repris ou créés entre 2019 et 2022 (lire le détail en première partie). Compte tenu de la crise sanitaire, il est apparu utile d'inclure ces quatre années dans la période de référence.

Un **guide d'entretien** a été élaboré, **comportant des informations principalement quantitatives**. Ce guide d'entretien a été testé, puis ajusté au regard des remarques recueillies (cf. Annexes).

Le panel a été réparti entre les différents membres du groupe de travail et les salariées de THEMMA qui ont pris rendez-vous avec les compagnies pour un entretien téléphonique ou en visioconférence. L'objectif était de ne pas laisser les compagnies seules face au questionnaire en ligne à remplir par elles-mêmes, situation susceptible d'entraîner des erreurs de saisie, d'interprétation et une lassitude... **Ce sont les membres du groupe de travail et les salariées qui ont mené l'entretien et renseigné le formulaire**. Un vademecum (cf. Annexes) a été envoyé en amont, rappelant les enjeux et les informations à réunir pour le jour J.

Si ce mode de collecte a pu être coûteux en temps et en énergie, le **questionnaire** étant long – 1h30 en moyenne – et fastidieux, car **essentiellement centré sur des chiffres**, il a permis à la fois de maintenir la motivation des compagnies répondantes et d'augmenter la fiabilité des données. La phase de nettoyage, souvent importante dans ce type d'enquête, a ainsi été minimisée. La modalité entretien « de pair à pair » a également été favorable à l'instauration d'un rapport de confiance et au **recueil de quelques commentaires et éléments qualitatifs** – le cadre méthodologique permettant toutefois de tenir une posture d'extériorité.

L'étude a également été nourrie par **des entretiens collectifs avec des chargées de production** (deux visioconférences) et **des temps d'échanges, formels et informels**, lors de rencontres organisées par THEMAA : assemblées générales en 2022 et 2023, États généraux de la marionnette des 1er et 2 février 2024 à Rouen.

L'ensemble de l'enquête s'est déroulée sur deux ans, entre début 2022 et début 2024.

PRÉCISIONS SUR LES CONTOURS DU TRAVAIL

S'agissant d'une première édition – et au vu du travail déployé pour ces premiers résultats avec **des moyens humains qui somme toute ont été limités** –, cette enquête ne vise **pas l'exhaustivité** mais s'est attachée à **rendre compte d'éléments saillants**. La présentation des données chiffrées est étayée par quelques éléments de contextualisation, des pistes d'interprétation et de mises en perspectives issues de la lecture d'autres enquêtes et articles de recherche liés au sujet étudié. Elle est complétée par des paroles de compagnies, souvent des paroles d'artistes – volontairement laissées anonymes et qui n'engagent que leurs auteur·es.

Le rapport s'articule en trois parties : la présentation des compagnies répondantes et du corpus de spectacles étudiés, la mise en évidence des ressources invisibles conséquentes mobilisées pour la production, la pluralité des logiques artistiques et des modèles économiques enfin.

THEMAA tient à remercier chaleureusement l'ensemble des compagnies et professionnel·les qui ont contribué à cette enquête.

Précisions sur les termes utilisés

Le « **budget comptabilisé** » correspond aux sommes intégrées et visibles dans les comptes.

Le « **budget valorisé** » correspond au budget comptabilisé auquel a été ajoutée une estimation des ressources invisibles, matérielles (apports en nature) et immatérielles (temps de travail)

La « **médiane** » est le point milieu d'un ensemble de données : 50 % ont une valeur inférieure ou égale à ce point et 50 % ont une valeur supérieure ou égale. La médiane peut constituer un repère plus pertinent que la moyenne (égale à la somme d'un ensemble de données divisées par leur nombre, elle ne permet pas d'en connaître la répartition).

PRÉSENTATION DU PANEL DE COMPAGNIES ET DU CORPUS DE SPECTACLES



Après une présentation des modalités de constitution du panel, sont présentées ici des informations clés, reflétant la diversité des compagnies répondantes et des spectacles étudiés. Ces données sont essentiellement factuelles, les interprétations quant à certains résultats restent ouvertes.

Des tableaux chiffrés plus détaillés sont disponibles en annexe.

UN PANEL DE 80 COMPAGNIES

Méthode

Entre 2019 et 2022, THEMMA a compté entre 333 et 406 membres, les compagnies adhérentes représentant une part comprise entre 56 et 58% – soit un nombre compris entre 188 et 235.

Un échantillon représentatif d'une centaine de compagnies a été initialement défini, en croisant **7 critères** : l'ancienneté, la région d'implantation, le type de territoires (plutôt urbain, plutôt rural, plutôt mixte)[5], le type de publics visés (tout public, dominante jeune public ou dominante adulte)[6], le budget annuel, le pourcentage de financements publics, l'existence ou non d'un conventionnement avec l'État ou les collectivités. À noter : les compagnies adhérentes étant des associations à 99%, le critère du statut juridique n'a pas été retenu.

[5] Ces informations ont été renseignées à partir des sites internet des compagnies.

[6] Idem.

Au final, 80 structures au lieu des 100 attendues ont pu se rendre disponibles pour répondre dans les délais. Ce **panel** reste néanmoins **globalement fidèle** aux profils des compagnies adhérentes, avec **un bémol** toutefois **sur les critères géographiques** – l’Occitanie, l’Île-de-France et les territoires urbains sont légèrement sur-représentés – **et l’ancienneté** : les compagnies créées entre 2010 et 2015 sont également un peu sur-représentées, celles nées après 2015 un peu sous-représentées.

En annexes, le détail du panel idéal et du panel réel.

Les principaux chiffres caractérisant les compagnies répondantes font apparaître quelques traits saillants :

- la modestie relative des budgets – inférieurs à 50 k€ pour plus d’un tiers, compris entre 50 et 100 k€ ;
- la proportion limitée des financements publics dans les budgets – moins de 50% pour les 3/4 et même moins de 25% pour la majorité ;
- le non conventionnement pour près de 60% ;
- l’absence d’emploi permanent dans les 2/3 des cas (en 2022).

Ces éléments croisent les constats observés sur les associations, culturelles en particulier (lire l’encadré).

Repères sur le modèle économique des associations

1/ Les travaux de Viviane Tchernonog et Lionel Prouteau[7] attestent d'une croissance des modes de financement liés aux recettes d'activités. En effet, entre 2005 et 2017, la part de subventions publiques dans les ressources des associations passe de 34 % à 20 % ; et celle des commandes publiques de 17 % à 24 %. Ils rappellent par ailleurs que loin d'être un phénomène uniquement français, cette tendance à la marchandisation des ressources concerne plus largement l'Europe et les États-Unis. Pour ces auteur-es, cette situation témoigne du passage progressif d'une « logique d'accompagnement de l'action des associations à une logique d'instrumentalisation des associations désormais outils des politiques publiques, même si la subvention peut être parfois aussi un vecteur d'instrumentalisation ».

2/ L'enquête décennale sur les associations culturelles employeuses d'Opale[8] établit que leurs modèles économiques sont composés à 50 % de recettes d'activités (billetterie, spectacles, prestations d'ateliers), de subventions publiques pour un peu plus d'un tiers – dont 71 % issues des collectivités territoriales – et d'un quart de ressources diverses (cotisations, dons, etc.). L'enquête souligne que « la difficulté à rémunérer l'intégralité du travail accompli par les professionnel·les est corrélée à la difficulté à financer le fonctionnement : 42 % des [réponses] insistent concomitamment sur ces deux difficultés. Les associations de création – dont il convient de rappeler qu'elles détiennent le budget moyen le plus faible de l'ensemble des associations culturelles employeuses – et les associations de production y sont plus particulièrement exposées. Ce tableau d'ensemble semble pointer une difficulté structurelle à se procurer les ressources nécessaires à la réalisation de leur activité, et particulièrement le sous-financement des associations de création et de production du spectacle vivant et enregistré. »

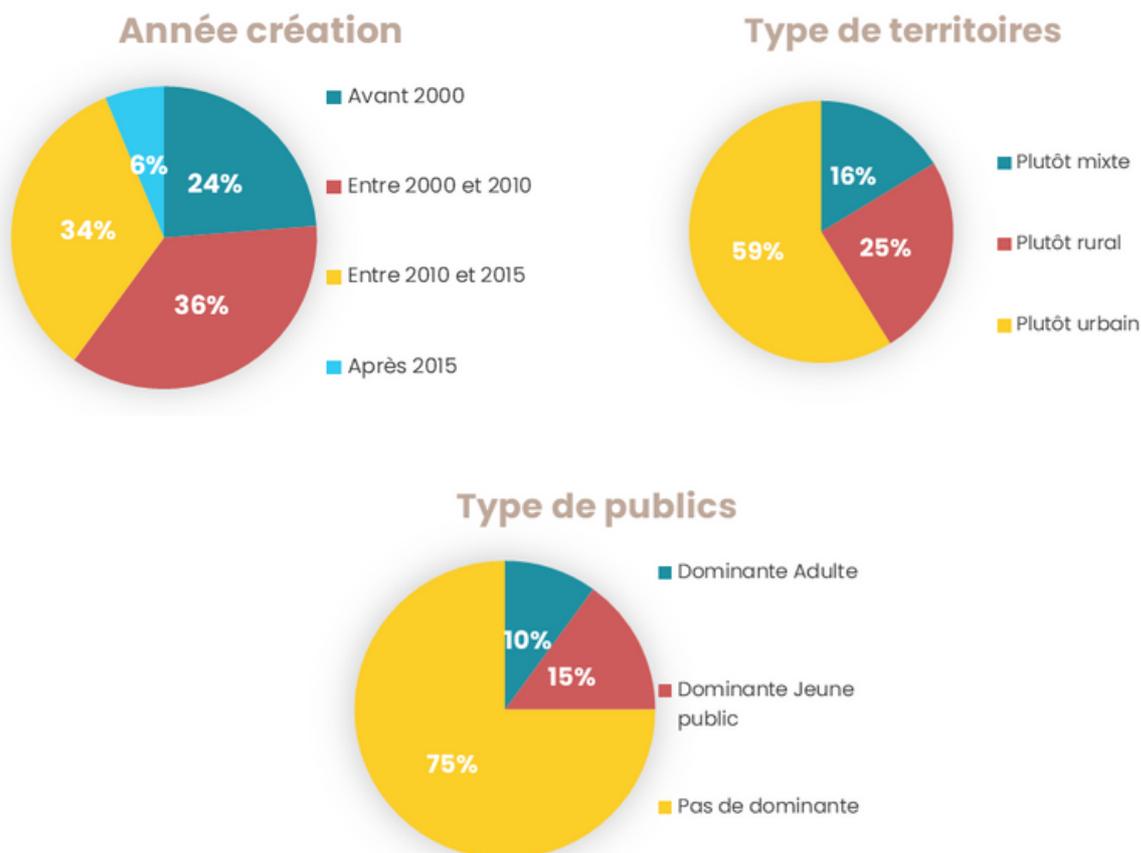
3/ Selon l'étude sur la production artistique dans le spectacle vivant en France publiée par le ministère de la Culture[9], en dessous du seuil de 500 K€ / an, il apparaît « difficile de développer un projet pérenne avec plusieurs emplois permanents ». Les compagnies et ensembles dont le budget est inférieur à 100K€ en 2019 enregistrent un effectif annuel total de 1,3 ETP.

[7]Viviane Tchernonog, Lionel Prouteau, *Le Paysage Associatif Français : Mesures et Évolutions*. 3e édition, Dalloz, 2019

[8]Opale, *Les associations culturelles employeuses en France*, 2020

[9]Kanju, *Étude de la production artistique en France dans le secteur du spectacle vivant*, Direction générale de la création artistique, ministère de la Culture, 2022

Quelques données-clés sur les compagnies répondantes



Données sur les spectacles

Nombre de spectacles disponibles au sein des compagnies	2019		2022	
	Au catalogue	En tournée	Au catalogue	En tournée
TOTAL	311	240	363	278
Moyenne	4	3	5	3
Médiane	3	3	4	3

Lecture : en 2019, les 80 compagnies répondantes comptaient 311 spectacles (soit 4 en moyenne) à leur catalogue, dont 240 en tournée (soit 3 en moyenne).

Créations	2019	2020	2021	2022	TOTAL sur 4 ans
TOTAL	47	26	57	42	172
Moyenne	0,6	0,3	0,7	0,5	2,2

Lecture : en 2019, les 80 compagnies répondantes ont créé 47 spectacles.

Données sur l'emploi permanent et intermittent

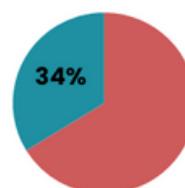
Emploi au sein des compagnies	2019			2022		
	Intermittent en heures	Permanent en heures	Soit en ETP	Intermittent en heures	Permanent en heures	Soit en ETP
TOTAL	141 769	44 041	24,20	231 854	53 158	29,21
Moyenne	1 772,11	550,51	0,30	2 898,18	664,48	0,37

NB : l'équivalent temps plein (ETP) est calculé sur les heures d'emploi permanent seulement.

Emploi permanent en 2019

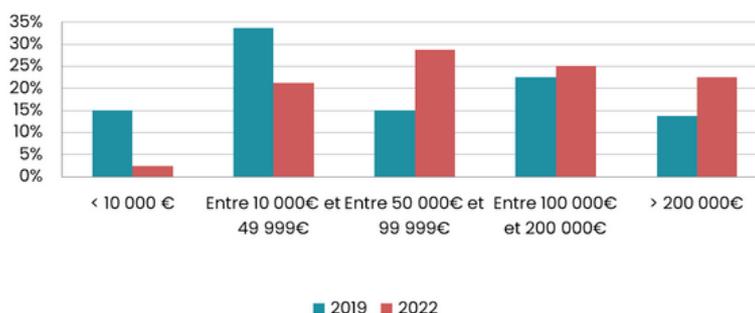


Emploi permanent en 2022

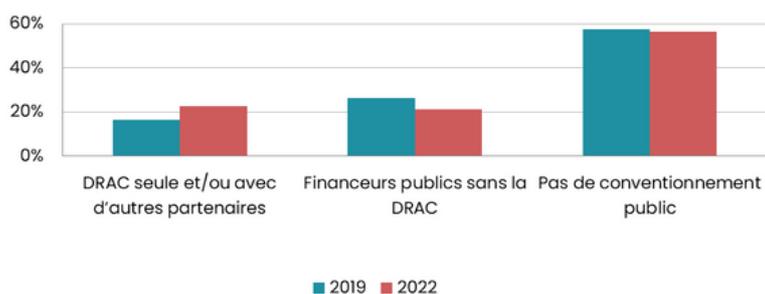


Données budgétaires

Budget annuel



Conventionnement



Part de subvention



UN CORPUS DE 135 SPECTACLES CRÉÉS ENTRE 2019 ET 2022

Entre 2019 et 2022, les 80 compagnies répondantes ont déclaré avoir créé ou repris 172 spectacles. Les informations qu'elles ont fournies ont permis de constituer un corpus de 135 spectacles[10] soit près de 80% – 78,49% – de ce total.

Les données qui suivent portent sur ces 135 spectacles étudiés.

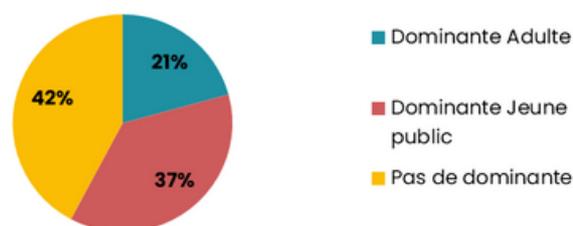
La quasi-totalité des spectacles (96 %) sont des créations

Ces chiffres attestent de l'inscription des compagnies adhérentes à THEMAMA dans le champ de la création contemporaine, ce qui n'exclut pas des filiations avec le patrimoine. La question de la place des spectacles de répertoire peut se poser : les reprises représentent 4%.

Plus de 40% des spectacles sont plutôt destinés au tout public.

Un peu plus d'un tiers s'adresse plutôt au jeune public. 20% s'adressent plutôt à un public adulte.

Types de création selon les publics visés



Quelques précisions

L'adresse du spectacle plutôt à telle ou telle catégorie de publics a été définie par les compagnies répondantes. Les spectacles tout public incluent de fait le jeune et le très jeune public. Les spectacles « jeune public » et « très jeune public » ne sont pas ici différenciés.

[10] 60% des compagnies répondantes ont renseigné 1 spectacle, 34% ont renseigné 2 spectacles, 6% en ont renseigné 3. Elles ont pu en créer davantage mais ont fait le choix de donner des informations sur des spectacles en particulier, considérés par elles comme représentatifs de leur activité.

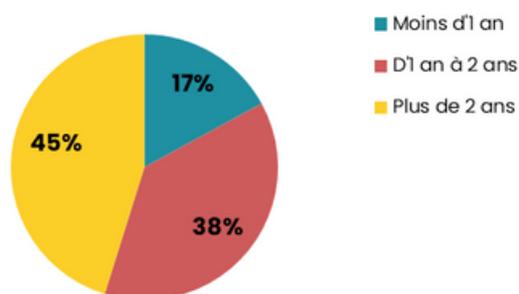
Quelques différences selon le conventionnement

63% des spectacles tout public et 61% des spectacles adultes sont créés par des compagnies ne bénéficiant d'aucun conventionnement, contre 42% des spectacles jeune public. 32% des spectacles adultes sont créés par des compagnies bénéficiant d'un conventionnement avec la DRAC, contre 24% des spectacles jeune public et 16% des spectacles tout public.

Des durées de gestation de deux ans

Presque la moitié des spectacles ont nécessité deux ans entre l'idée et la première. Plus d'un tiers ont demandé entre un et deux ans. 17% ont vu le jour en moins d'un an. Autre information : **près d'un projet de spectacle sur 5 (19%) n'a pas abouti.**

Durée de gestation



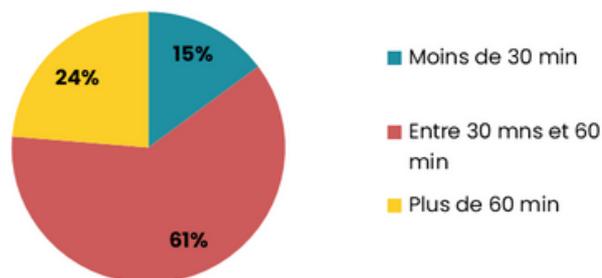
Quelques différences selon le type de publics visés

Les spectacles destinés aux adultes sont ceux dont le temps de gestation est le plus long. 7% ont vu le jour en moins d'un an, contre 26% pour les spectacles tout public et 17% pour l'ensemble des spectacles. Il a fallu plus de deux ans à 57% d'entre eux, contre 45% pour l'ensemble des spectacles.

Une durée des spectacles majoritairement comprise entre 30 et 60 minutes

Les spectacles de plus d'une heure représentent un peu moins d'un quart de l'ensemble. Les spectacles très courts (moins de 30 minutes) comptent pour 15%.

Durée des spectacles



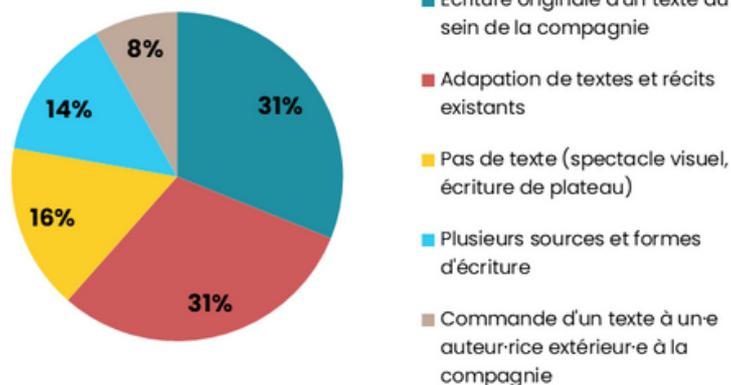
Quelques différences selon le type de publics visés

21% des spectacles tout public durent moins de 30 minutes contre 14% des spectacles jeune public et 4% des spectacles adultes. Les spectacles jeune public sont les plus nombreux à durer entre 30 et 60 minutes.

Près de 40% des spectacles donnent lieu à une écriture originale

L'écriture originale est majoritairement pratiquée au sein des compagnies (dans 31% des cas) et se traduit rarement par une commande auprès d'un-e auteur-e extérieur-e (8% des cas). Presqu'un tiers des spectacles est issu d'adaptation de textes existants. 16% sont sans texte.

Types d'écritures



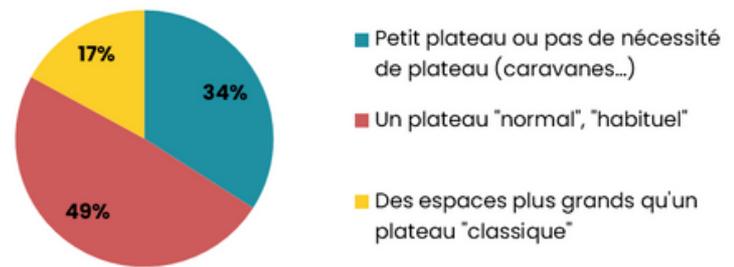
Quelques différences selon le type de publics

Les spectacles tout public sont proportionnellement plus nombreux à ne pas comporter de texte : 26% contre 8% pour les spectacles jeune public. Ces derniers sont les plus nombreux à faire l'objet d'adaptation de textes existants (36% contre 30% en moyenne).

Presque la moitié des spectacles se joue sur un plateau de taille «normale»

Un tiers des spectacles se joue sur un petit plateau ou n'a pas besoin de plateau. 17% requièrent des espaces plus grands.

Besoin en espaces



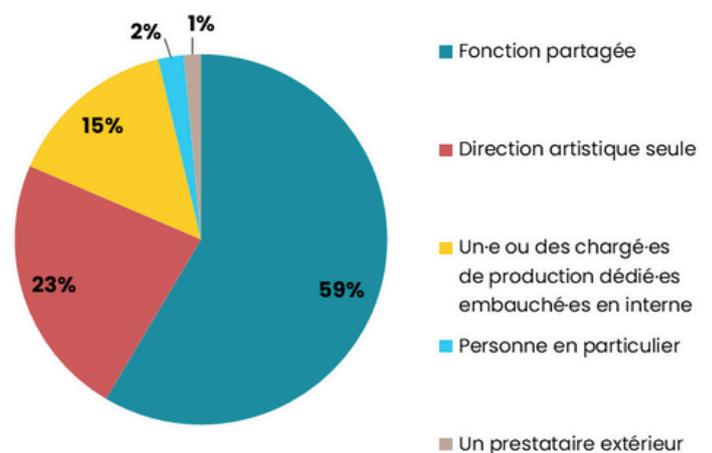
Quelques différences selon le type de publics

Les spectacles « adultes » sont plus nombreux à nécessiter un plateau normal (57% contre 49% en moyenne) mais moins nombreux (21% contre 34% en moyenne) à avoir besoin d'un petit plateau.

Le partage de la fonction de production au sein de la compagnie est le cas le plus fréquent (58% des spectacles)

Pour presque un quart, cette fonction a été assumée par la direction artistique. Dans 15% des cas, des chargées de production dédiées ont été embauchées en direct. Le recours à une personne ou une structure prestataire extérieure reste l'exception (1,5 % des spectacles).

Personnes en charge de la production



Précisions

Lorsque les spectacles sont dotés de chargées de production et de diffusion dédiées, ce sont toutes des femmes, mais le fait que dans 75% des cas, cette fonction soit partagée entre plusieurs membres de la compagnie ramène ce chiffre à 66%.

DES RESSOURCES INVISIBLES CONSÉQUENTES



La mise en évidence et l'évaluation chiffrée des éléments n'entrant pas dans les comptes – que nous avons qualifiés « d'invisibles » – constituaient l'un des enjeux principaux de la présente observation. Les résultats obtenus s'avèrent significatifs :

- **83% des spectacles ont été créés en partie grâce à des prêts ou dons d'ordre matériels non comptabilisés dans les budgets**
- **96% des spectacles ont bénéficié de temps de travail non rémunéré**

Il s'est alors agi :

1. d'identifier plus précisément ces éléments n'entrant pas dans les comptes
2. d'en estimer le volume
3. de tenter de convertir ce volume en grandeurs monétaires

PRÉCISIONS QUANT À LA VALORISATION MONÉTAIRE

Compter ou ne pas compter ?

La valorisation monétaire des apports invisibles présente l'avantage de donner une image plus fidèle que les seuls budgets comptabilisés de l'ensemble des moyens mobilisés pour la production, venant ainsi éclairer un « angle mort ».

Cependant, certains éléments sont difficilement chiffrables en temps ou en valeur. C'est en particulier le cas de la création. Pour quelques compagnies répondantes, les tentatives de quantification présentent même le risque de dénaturer cette activité. Dans une certaine mesure, ces questions font écho aux débats sur la valorisation du bénévolat (lire l'encadré). Notons que 71% des compagnies répondantes ne la font pas apparaître dans leur comptabilité [11].

[11] Cette valorisation a été rendue obligatoire en 2021, selon les modalités précisées ici : <https://www.associations.gouv.fr/IMG/pdf/benevolatvalorisation2022.pdf>

Les débats autour de la valorisation monétaire du bénévolat[12]

« La valorisation monétaire du bénévolat ne fait pas l'objet d'un consensus. Elle est défendue par ses partisans en tant que moyen d'assurer une reconnaissance à un comportement qui, ne s'inscrivant pas dans le cadre d'un échange monétaire, est toujours exposé au risque de demeurer un travail invisible. L'argument revient à considérer que ce qui ne se compte pas risque fort de ne pas compter. L'enjeu est, dans ce cas de mesurer l'importance que représente cette ressource qui contribue à la production de richesses.

L'opposition à la valorisation monétaire du bénévolat se nourrit, pour sa part, de la crainte de voir occulter la valeur sociale de ce comportement derrière sa valeur économique. Elle traduit le refus de voir réduire le bénévolat à une offre de main d'œuvre quand on veut le considérer avant tout comme un engagement. »

Paroles de compagnies

« La création est un processus. Il est difficile de rendre visibles toutes les étapes. »

« La création, c'est la pensée du projet ; un travail de l'ombre inchiffrable. »

« Il est difficile d'évaluer les matériaux ou la quantité de marionnettes ; ça bouge jusqu'au bout : c'est une variable très mouvante dans la production, difficile à estimer à sa juste valeur. »

« Il est impossible de chiffrer le nombre d'heures dédiées à la construction. Les projets mettent du temps à mûrir. »

« Volontairement, certains éléments de la création ne sont pas rémunérés car si on l'envisage comme un travail payé, on risque de s'en faire déposséder. »

[12] Lionel Prouteau et François-Charles Wolff, « Le travail bénévole : un essai de quantification et de valorisation », *Économie et statistique*, n° 373, 2004

Principe de précaution

Nous avons néanmoins pris le parti de valoriser ces ressources invisibles grâce à des grilles de correspondance tarifaire (cf. Annexes), en ayant conscience que les chiffres obtenus sont à appréhender avec prudence, et ce pour les raisons suivantes :

1. Les **réponses** ont mobilisé le souvenir des personnes qui ont répondu, elles sont **basées sur du déclaratif** : des oublis et imprécisions sont donc possibles.
2. **Certains prêts et dons** (matériels ou immatériels) valorisés **n'ont** en réalité **pas de valeur de substitution** car ils correspondent à des échanges qui de toute façon ne donneraient pas lieu à des compensations monétaires. Les compagnies ne seraient pas prêtes à payer pour les services rendus ou trouveraient d'autres solutions pour mener à bien leurs projets. Compte-tenu des logiques d'entraide et de compagnonnage pratiquées dans le secteur de la marionnette, l'hypothèse de l'inscription d'une grande partie de ces échanges dans des principes de réciprocité peut être avancée, sans qu'il soit possible toutefois d'en évaluer précisément la proportion. Certaines solutions trouvées peuvent en effet relever d'un pragmatisme de circonstance, d'une capacité à la « débrouille » sans nécessairement revendiquer les valeurs de l'économie solidaire.
3. Certains coûts estimés seraient en réalité peut-être supérieurs pour obtenir une qualité égale.

Paroles de compagnies

« Ce spectacle est dans une logique de plus petits spectacles, créés rapidement. Ce sont des spectacles décroissants dans un objectif d'économie sociale, et de respect environnemental. On fait le choix de réduire. »

« On pratique beaucoup le réemploi, l'achat de matos de seconde zone. »

« On nous donne peu mais on récupère pas mal. »

Malgré ces réserves, les résultats obtenus permettent de souligner des tendances, de donner des ordres de grandeur et d'acter la place conséquente des ressources invisibles dans la production des spectacles de marionnette.

FOCUS SUR LES PARTICULARITÉS DE LA CRÉATION MARIONNETTIQUE

Processus spéculatif allant à l'encontre du déjà-là, un travail de création artistique est une véritable recherche, guidée par un principe de sérendipité[13] [14]. « Savoir ce à quoi elle va aboutir invalide l'idée même de création »[15]. De tels processus sous-tendent de laisser place à une recherche, c'est-à-dire à l'expérimentation et à un droit à l'erreur – «Essayer encore. Rater encore. Rater mieux » écrivait Beckett[16].

La construction de marionnettes

La quasi-totalité (96%) des spectacles étudiés étant des créations et non des reprises, ils ont donné lieu – à l'exception du théâtre d'objet utilisant des artefacts existants – à la fabrication d'une (ou plusieurs) marionnette(s) inédite(s). On touche ici à LA particularité de la discipline qui nous intéresse par rapport à d'autres disciplines du spectacle vivant : les enjeux artistiques liés à la construction de marionnettes. Trouver leur forme définitive suppose une recherche qui demande du temps, des compétences et des moyens matériels très souvent sous-estimés. À cet égard, comme le souligne une étude actuellement en cours, des ateliers et des lieux de résidences adaptés constituent une ressource précieuse.

[13] Le terme sérendipité est issu du terme anglais *serendipity* qui désigne l'aptitude de faire par hasard des découvertes qui s'avèrent fructueuses.

[14] Stéphanie Airaud, « Vulnérabilité et co-création au musée », *Co-création*, CAC Brétigny et Éditions Empire, 2019

[15] Pierre Fourny, « Le processus de création. La poésie à 2 mi-mots et les typobaladeuses », note de travail 2023, Compagnie ALIS

[16] Samuel Beckett, *Cap au pire*, Éditions de Minuit, 1991

Extrait de l'étude en cours sur les ateliers de marionnettistes[17]

« Les lieux ont été montés par des compagnies, au départ pour leur usage propre. Les ateliers ont donc été pensés par rapport aux types de construction pratiqués par chacune, l'accueil en résidence est venu ensuite. Tous les lieux sont dotés d'un espace de répétition allant d'une grande salle vide à un théâtre équipé recevant du public.

Ce qui fait la valeur de ces ateliers, c'est leur ancienneté. Leurs installations, **leur praticité ont été éprouvés par le temps, c'est-à-dire par plusieurs créations et le passage de plusieurs compagnies.** Le dialogue avec les compagnies accueillies enrichit et améliore progressivement l'atelier. C'est ce qui a permis d'acquérir au fil du temps les outils les mieux adaptés, et aussi de compléter les stocks de matériaux, voire d'éléments déjà construits facilitant l'élaboration de prototypes et de faire des choix de construction plus judicieux.

La proximité d'un espace dédié aux essais de ce qui est construit à l'atelier **est un point essentiel pour** des raisons bien connues des marionnettistes : principalement **l'ajustement ergonomique des marionnettes et les essais lumière.** La lumière naturelle est nécessaire pour pouvoir bien travailler en sculpture notamment, mais il faut ensuite faire vivre les constructions sous la lumière artificielle du théâtre.

En plus des espaces de répétitions, plusieurs lieux ont une bibliothèque composée non seulement de livres sur les marionnettes, mais de textes de théâtre ou de livres d'art. Ces espaces sont propices à la préparation des projets.

Enfin, il est important d'insister sur le rôle central des espaces extérieurs pour la pratique, en l'absence de hotte de ponçage, d'usage de solvants...

Dans tous les lieux, l'accueil en résidence s'accompagne de conseils techniques et artistiques plus ou moins formalisés. La transmission orale, allant du conseil technique à la conversation approfondie sur la création en cours, y est fondamentale. »

[17] Noémie Géron, *Ateliers de marionnettistes, synthèse de la première étape d'étude*, Chaire d'innovation cirque et marionnette ICiMa (IIM/Cnac), 2022

Les écritures marionnettiques

Finaliser un spectacle suppose souvent des allers-retours entre la construction des marionnettes, le texte, le jeu des comédien·nes, la scénographie... Les répétitions sur le plateau pourront conduire à des ajustements en atelier – et réciproquement.

Toute marionnette appelle la création d'un langage : au-delà des mots, la recherche d'une écriture marionnettique est liée à une écriture visuelle, à une écriture de l'objet et de la matière. Et pour prendre vie, une marionnette a besoin d'être manipulée. Un temps d'ajustement entre le texte et la manipulation peut être nécessaire car deux langages se rencontrent, se confrontent parfois. Il convient enfin de trouver des comédiennes, des comédiens, des manipulateurs et des manipulatrices idoines – ce qui aux dires de certaines compagnies peut s'avérer plus ou moins aisé selon les territoires.

Les travaux de la chercheuse Julie Sermon (lire l'encadré) sont éclairants pour saisir les différentes dimensions des écritures et du jeu qui permettent aux marionnettes, à ces « être[s] bricolé[s], hybride[s], manipulé[s] » – pour reprendre ses mots – « d'entrer en résonance avec l'époque ».

Les subtilités des dramaturgies et du jeu marionnettiques[18]

Avant d'être, éventuellement, un vecteur de paroles, la marionnette est **d'abord un objet, une forme plastique**, faite de matériaux et d'articulations spécifiques, **qui s'offre à la vue**. Inscrite dans une poétique du surgissement, elle doit immédiatement retenir l'attention du spectateur. La marionnette représente un champ d'investigation plastique et gestuelle particulièrement stimulant. Plastique car elle répond à la proposition visuelle ouverte par l'écriture. Gestuelle, car les personnages sont une invitation à travailler, tout au long de la représentation, la qualité sculpturale des postures, le dessin des lignes et des mouvements. Pour sembler vivante, la marionnette a besoin de tonicité et de vivacité rythmiques.

Quand l'acteur·rice manipule à vue, il peut tour à tour être en-dedans et en-dehors de son personnage, l'accompagner comme une ombre discrète, être à son service, ou au contraire devenir un protagoniste qui attire l'attention du public, ou encore, naviguer entre les différentes positions de narrateur·rice, observateur·rice, commentateur·rice.

Essentiellement discontinues, tant au niveau énonciatif que narratif et poétique, les dramaturgies marionnettiques substituent au continuum spatio-temporel qui fonde la vraisemblance mimétique, un assemblage d'instantanés choisis, un florilège d'événements, de thèmes et de situations variablement éclectiques sans qu'il y ait besoin ni de transition ni de justification. L'enjeu de la représentation réside dans l'invention des rapports, à géométrie variable, entre ce qu'on entend et ce qu'on voit, ce qu'on fait et ce qu'on imagine, et dans ce que ces mises en relation supposent de **trouvailles**, de **surprises** et de **malices scéniques**.

Les auteur·es de spectacles marionnettiques travaillent **la langue comme un matériau** dont ils exploitent et expérimentent toutes les propriétés physiques. Les sons, les rythmes deviennent autant voire plus importants que les sens. C'est **une parole vive** et infiniment vivante, **accidentée**, aux reliefs et aux altérations imprévus, **qui vient littéralement agiter le corps de celui qui l'énonce et, à sa suite, de celui qui l'écoute**.

[18] Encadré résumant certains passages de l'article de Julie Sermon, « Dramaturgies marionnettiques » paru dans *L'Annuaire théâtral*, n° 48, 2010 : 113–129. <https://doi.org/10.7202/1007844ar>

Paroles de compagnies

« Pour être pertinente, chaque marionnette doit avoir son propre vocabulaire. »

« Il y a un temps de recherche sur le langage propre lié au dispositif marionnettique choisi, sur la dramaturgie. »

« Le texte, on le retouche comme on retouche une marionnette. »

« L'aller-retour atelier plateau fait partie du temps de répétition. »

« Les temps longs nécessaires entre l'atelier et le plateau ne sont pas suffisamment identifiés dans la production. »

« Les marionnettistes n'ont pas toujours eu de formation au jeu d'acteur et à l'utilisation de la voix et tous les comédiens ne sont pas marionnettistes. Ces temps d'apprentissage parfois longs sont difficiles à caser au milieu des répétition. »

« Que les interprètes soient marionnettistes ou non, il y a toujours l'apprentissage du langage spécifique d'une marionnette, donc un temps d'appropriation, de recherche. »

VUE D'ENSEMBLE DES BUDGETS COMPTABILISÉS *VERSUS* BUDGETS VALORISÉS

Les éléments qui précèdent aident à comprendre pourquoi le travail de recherche et de création artistiques représente la plus forte part des moyens matériels et humains non comptabilisés dans les budgets.

Le terme « **budget comptabilisé** » sera utilisé pour désigner les budgets renseignés dans la comptabilité des compagnies.

Le terme « **budget valorisé** » sera utilisé pour désigner le budget comptabilisé auquel a été ajoutée une estimation des ressources matérielles (apports en nature) et immatérielles (temps de travail) invisibles dans les comptes.

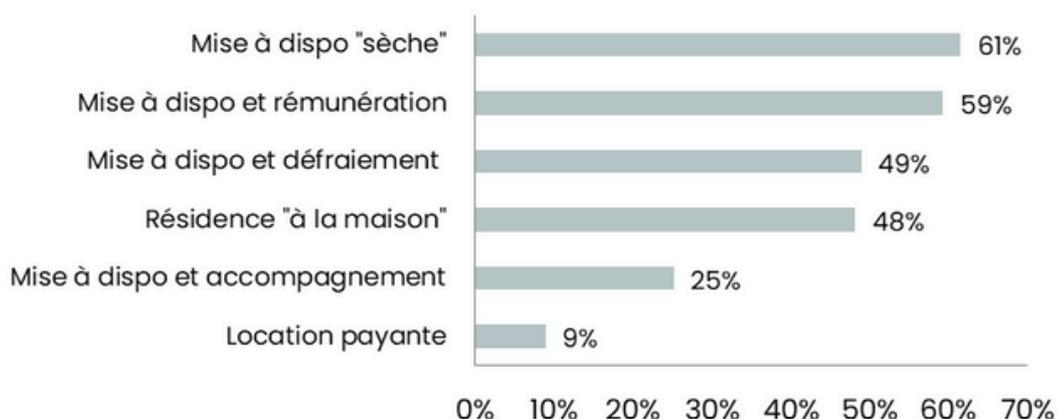
Détail des mises à disposition, prêts ou dons d'ordre matériel non comptabilisés

La mise à disposition de lieux de résidence constitue la part principale (61%) des apports matériels non intégrés aux budgets de production. Ce nombre est à mettre au regard du nombre de jours de résidences : le fait que près d'un quart des spectacles ont nécessité plus de 50 jours de résidence donne une idée du temps passé à « peaufiner » les créations. Par ailleurs, près de la moitié des spectacles (48%) ont bénéficié de résidences « à la maison ».

Quatre types de résidence majoritaires

Sont fréquemment pratiquées : les mises à disposition « sèches », les mises à disposition auxquelles s'ajoute une rémunération ou un défraiement et les résidences « à la maison ». Les mises à dispositions avec accompagnement concernent un quart des spectacles, donc les 3/4 n'en bénéficient pas. Les locations payantes restent marginales (9% des cas).

Types de résidence



Les spectacles peuvent cumuler jusqu'à 5 types de résidences. La moyenne est à 2,5 et la médiane à 2. Deux précisions sont à apporter : ce chiffre ne traduit pas les conditions de résidences, quelques compagnies répondantes ont ainsi indiqué en commentaires l'inadaptation de certains espaces à la création marionnettique (exiguïté, etc.). D'autre part, l'atomisation des conditions de résidences peut entraîner des conséquences financières.

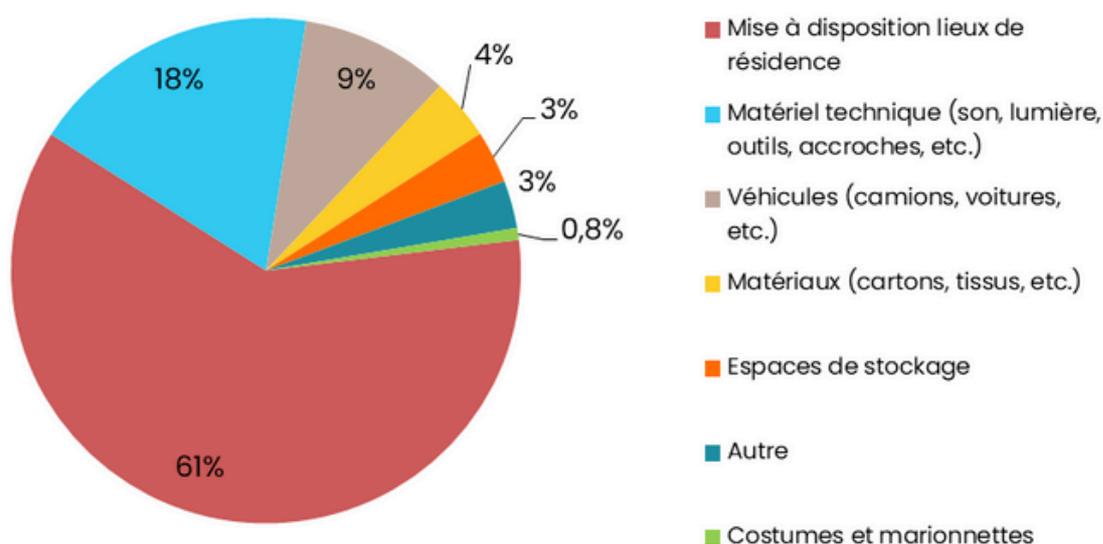
Focus sur les résidences

L'étude sur la production artistique publiée en 2022 par le ministère de la Culture[19] soulignait que la multiplication des résidences liée à l'impossibilité fréquente de pouvoir travailler dans un même lieu un nombre suffisant de jours pouvait constituer « une source de coûts supplémentaires pour les compagnies qui n'arrivent pas toujours à couvrir les charges induites. » L'étude posait le constat que certaines résidences étaient donc réalisées « à blanc » intégralement autofinancées. En effet, plus de 50% des accueils en répétition s'effectuent sans prise en charge des frais de déplacement et d'hébergement. Cette même étude invitait à considérer les résidences au regard des trois critères suivants : la durée, l'intensité et la qualité de l'accueil.

[19] Kanju, *Étude de la production artistique en France dans le secteur du spectacle vivant*, Direction générale de la création artistique, ministère de la Culture, 2022, p.28

Dans les apports matériels non comptabilisés, viennent ensuite le matériel technique – son, lumière, outils, accroches, etc. – (18,5%), puis les véhicules – camions, voitures, etc. – (9,5%). Les matériaux – cartons, tissus, etc. –, costumes et marionnettes, espaces de stockage et autres postes comptent pour 11%.

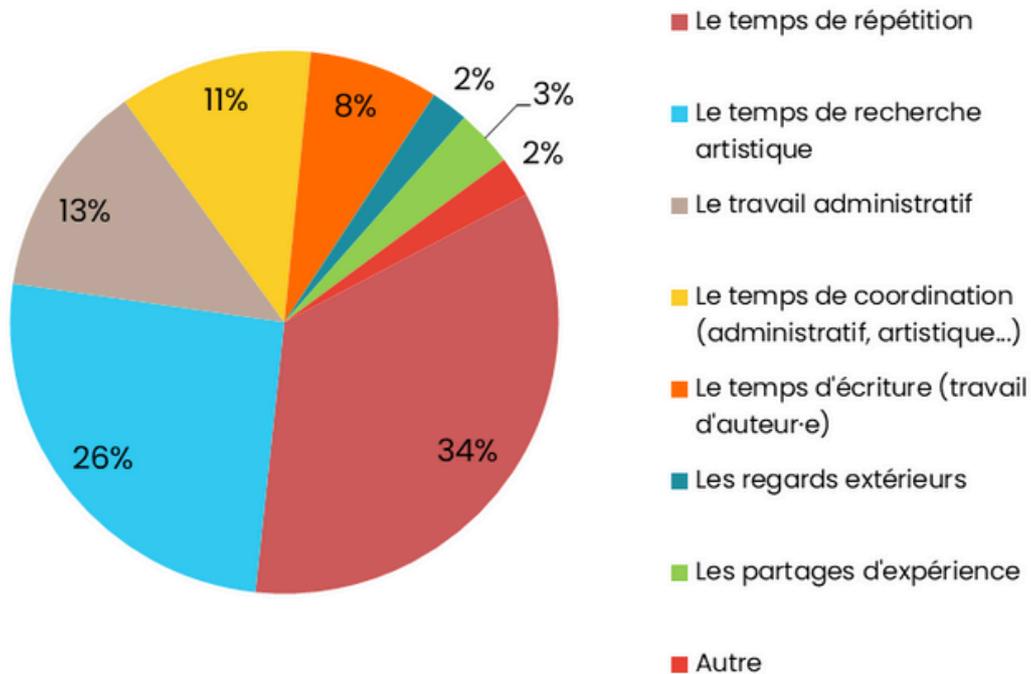
Répartition des prêts, dons, mises à disposition



Détail des temps de travail non comptabilisés dans les budgets

Les temps de répétition représentent un plus d'un tiers (34,5%) des temps de travail non comptabilisés, les temps de recherche artistique un quart (25,6%) du total. Il est intéressant de noter qu'en ajoutant le travail d'écriture (7,7%) au temps de recherche artistique, c'est **la part artistique** qui devient **prédominante** atteignant **42%** du total, nombre largement supérieur au temps de travail administratif (12,8%) et au temps de coordination (11,4%) non comptabilisé. Malgré leur part modeste, les temps de regards extérieurs et de partages d'expériences méritent d'être signalés.

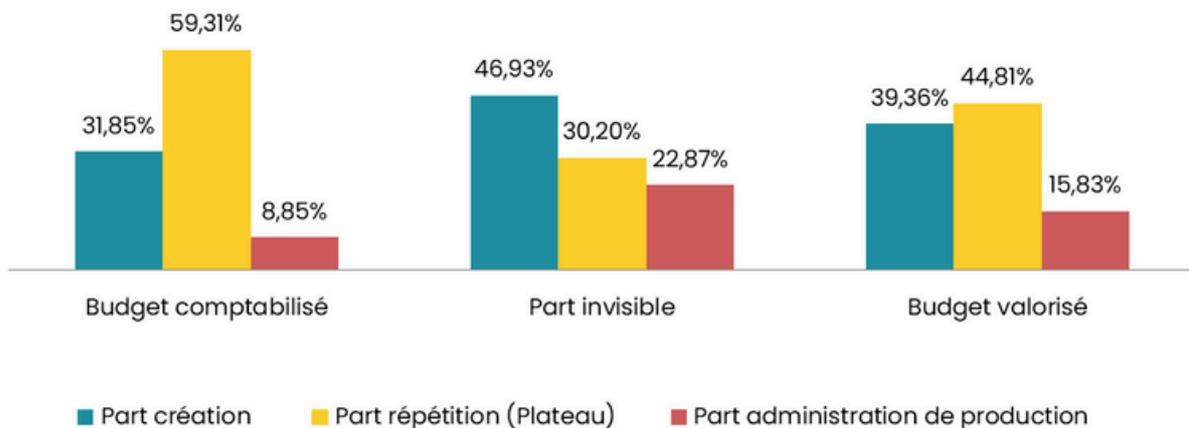
Répartition du temps de travail non rémunéré



Les ressources invisibles les plus importantes concernent la phase de recherche /création.

Les dépenses liées à la phase de répétition au plateau constituent la part plus importante des dépenses comptabilisées mais la part des différentes phases – 47% pour la création, 30% pour la répétition et 23% pour l'administration / production – dans les ressources invisibles vient modifier cette répartition dans le budget valorisé comme le montre le graphique suivant.

Répartition des dépenses production



Lecture : Le budget comptabilisé est composé à 32% de la part création, à 59% de la part répétition, et à 9% de la part administration et production. Le budget valorisé est composé à 39% de la part création, à 45% de la part répétition et à 16% de la part administration et production.

Dans le cas de la production de spectacle, le temps de travail non rémunéré correspond rarement à une configuration claire de bénévolat[20] ; la plupart du temps il est « compensé » par le régime de l’intermittence[21]. Il s’agit là d’un point délicat car il peut s’inscrire dans des cadres non officiellement déclarés. Cette situation, bien connue du milieu du spectacle vivant et corroborée par plusieurs études (lire l’encadré), pose une série de questions : sur le plan éthique, économique, légal, humain...

[20] Contribution volontaire par principe sans contrepartie, le bénévolat se caractérise par l’absence de tout lien de subordination juridique et de toute rémunération quelle que soit sa forme (espèces, avantages en nature...)

[21] Très à la marge, sont remontés des cas de personnes travaillant gracieusement pour des compagnies mais vivant économiquement grâce à leur pension retraite.

Le travail non rémunéré, une question cruciale

En 2012, on pouvait lire dans l'étude *Territoires et ressources de compagnies en France*[22] : « les compagnies s'organisent structurellement toujours à partir et autour de l'emploi intermittent. Le croisement des données statistiques collectées et celles de l'Unedic indique que les indemnités de chômage des intermittents du spectacle représentent, pour les compagnies, un complément économique estimé autour de 20% par rapport à leur budget ».

En 2019, l'étude menée par Scènes d'Enfance – Assitej[23] insistait sur « les concessions artistiques et salariales » des compagnies : « 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 ou formatés dès leur conception ». L'omniprésence du travail non rémunéré était illustrée par les propos des compagnies interrogées : « Un spectacle, c'est énormément de travail gratuit. C'est quelque chose que les institutions ont beaucoup de mal à entendre. Le travail de production n'est jamais rémunéré. Pour l'instant on n'embauche pas à l'extérieur, on travaille entre nous, et on sait qu'on se paie s'il y a des sous. Ce n'est pas possible de payer chaque répétition, même si ce ne sont pas de superproductions. »

En 2022, l'étude sur la production du spectacle vivant en France[24] indiquait que toutes les compagnies mentionnent l'existence d'un temps masqué de production, ne donnant lieu à aucune rémunération : temps de recherche, écriture, temps de répétitions solo, travaux préparatoires, lectures... « **On peut donc considérer que le système de l'intermittence constitue une ressource 'invisible' des budgets de production** en permettant de ne pas rémunérer directement des temps de travail pourtant nécessaires. »

En 2023, le mémoire *Le modèle socio-économique des associations du spectacle vivant*[25] pose les mêmes constats : les compagnies « tirent au maximum sur les charges, quitte à ne pas payer certaines heures de travail », le recours à l'intermittence « permet d'ajuster les coûts selon les budgets » ; il représente « une marge de manœuvre ».

[22] Guillaume Boudy, Cyril Duchêne, Philippe Henry, Daniel Urrutiaguer, 2012, « Territoires et ressources des compagnies en France », *Culture études*, vol. 1, n° 1

[23] Scènes d'enfance – ASSITEJ, *Conditions de production et de diffusion du spectacle vivant*, rapport d'étude, 2019, p. 38

[24] Kanju, *Étude de la production artistique en France dans le secteur du spectacle vivant*, Direction générale de la création artistique, ministère de la Culture, 2022, p. 48

[25] Caroline Meiller, *Le modèle socio-économique des associations du spectacle vivant*, mémoire de Master 2 Économie Sociale et Solidaire, Université Lumière Lyon 2, 2023

Paroles de compagnies

« Je préfère ne pas me payer – j'ai l'intermittence –, que de ne pas payer les personnes qui travaillent pour moi. »

« La première version du spectacle n'était pas satisfaisante, on a dû la retravailler, c'est ce qui explique le nombre d'heures non rémunérées. »

« On oublie très souvent de compter le temps que les artistes consacrent au portage du projet de leur compagnie. »

« Les salaires ne suivent pas l'inflation. »

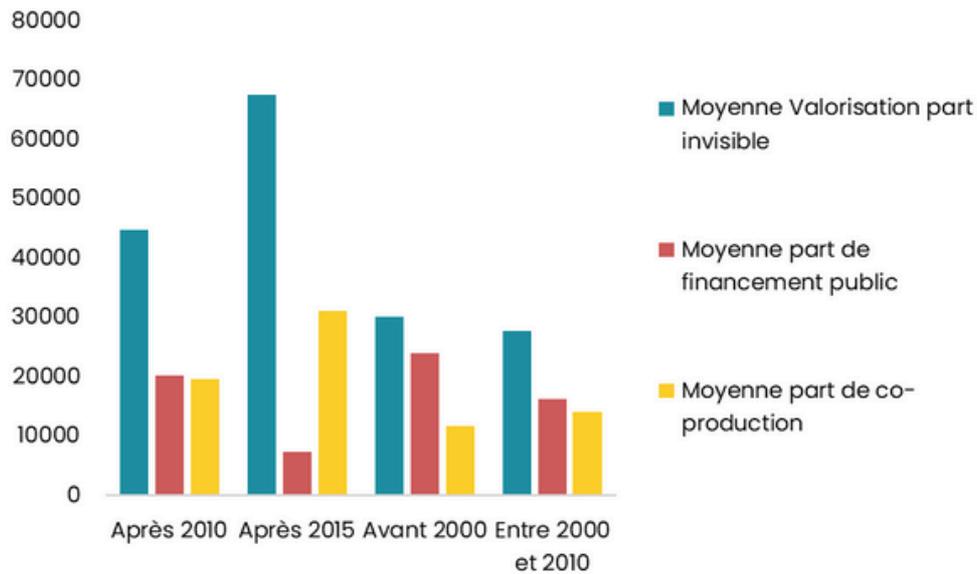
« Les constructeurs sont rémunérés au forfait, et donc pas à la hauteur du temps passé. »

« Le chargement / déchargement qui prend une journée à chaque fois est rarement compté, et souvent effectué par les artistes eux-mêmes. »

« Les salaires liés à la production, on a du mal à les quantifier. »

Les compagnies les plus récentes sont les plus concernées par la mobilisation de ressources invisibles

La part invisible est nettement plus importante pour les spectacles des compagnies les plus jeunes (nées après 2015). Pour ces spectacles, la part de financement public est la plus faible. Elle reste importante pour les compagnies nées entre 2010 et 2015. En toute logique, cette part est plus réduite pour les compagnies les plus anciennes qui bénéficient davantage de conventionnements publics

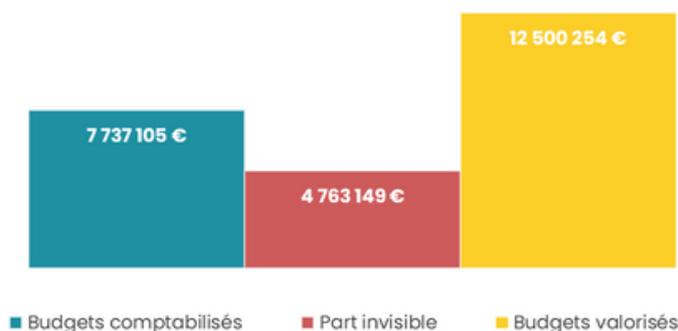


Paroles de compagnies

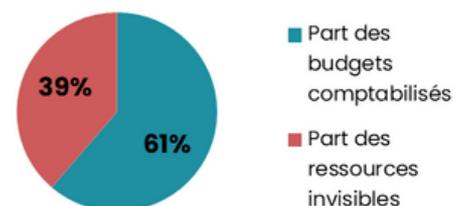
« Peut-être revoir les critères de financement : plus on tourne, plus on a de financement. On a pourtant besoin de plus d'aide quand on débute. »

À ce stade de la réflexion, compte tenu des principes de précaution précédemment posés, les différents calculs nous permettent d'avancer l'estimation suivante : **la part des moyens matériels et humains non prise en compte dans les budgets comptabilisés s'élève en moyenne à presque à 40% du budget valorisé.**

Totaux des budgets comptabilisés versus valorisés



Part des ressources visibles et invisibles dans le budget valorisé



Cumul budgets comptabilisés	Moyenne	Médiane
7 737 105 €	57 740 €	34 000 €
Cumul budgets valorisés	Moyenne	Médiane
12 500 254 €	94 228 €	74 481 €

À titre indicatif, l'étude menée par Scènes d'Enfance – ASSITEJ établit le budget de production médian des spectacles jeune public à 33.000€[26].

[26] Scènes d'enfance - ASSITEJ, *Conditions de production et de diffusion du spectacle vivant*, rapport d'étude, 2019

DES LOGIQUES ARTISTIQUES ET DES MODÈLES ÉCONOMIQUES DE SPECTACLES PLURIELS



Dans quelle mesure les logiques artistiques influent-elles sur les modèles économiques des spectacles ? Et réciproquement, quelle incidence des logiques économiques de production sur l'artistique ? Quelle est la place de l'autoproduction ? La mobilisation de ressources invisibles, conséquentes – nous l'avons vu –, est-elle « subie » ou « choisie » ? Certains types de spectacles ou certains territoires sont-ils davantage concernés que d'autres ? Comment ces situations sont-elles vécues par les compagnies ?

ENTRE RECHERCHE DE PARTENARIATS ET AUTOPRODUCTION

Les stratégies de production peuvent varier, non seulement d'une compagnie à l'autre mais également d'un spectacle à l'autre, au sein d'une même compagnie. Là où certaines suivent une logique de fidélisation de partenaires et de coproducteurs, d'autres ajustent leurs recherches en fonction des spectacles ; d'autres encore sont contraintes ou font le choix de se passer de soutiens publics.

L'importance croissante du lien au territoire

Qu'elle renvoie à la volonté d'un ancrage de proximité des échanges relationnels et partenariaux ou à la nécessité d'une diversification des ressources, la tendance à la territorialisation accrue de l'activité des compagnies est aujourd'hui une réalité, ainsi qu'en témoignaient des travaux de recherche déjà en 2012 (lire l'encadré). L'obtention de conventionnements ou de soutiens publics stables n'est pas toujours source de quiétude.

Focus sur la recherche « Territoires et ressources des compagnies » [27]

À partir d'une typologie inédite, ce travail montre le rôle décisif joué par l'ancrage régional dans le développement des compagnies professionnelles. Qu'il s'agisse des activités de recherche, de production ou d'action culturelle, la région du siège social reste au premier rang dans leurs emplois du temps. Le nombre restreint de compagnies « excentrées » (8%) doit être souligné, d'autant qu'il correspond à l'idéal encore très largement répandu d'une excellence artistique d'abord préoccupée de rayonnement national ou international, plus que d'attaches territoriales. Les compagnies professionnelles dites régionales, transrégionales et multirégionales où se conjuguent diversement mais constamment une visée de qualité artistique et une inscription territoriale plus affirmée sont en proportion plus importantes. Ainsi, [elles] assurent l'essentiel tant de la diversité des propositions artistiques que de la confrontation de celles-ci avec la diversité des cultures vécues par les personnes. Ce résultat conforte le **sentiment d'un décalage problématique entre la priorité institutionnelle donnée à l'excellence artistique sur la territorialité et la réalité du fonctionnement des compagnies.** »

Paroles de compagnies

« En Occitanie, grâce à la FAMO [28], les particularités de la marionnette commencent à être bien reconnues, ce qui se traduit par plus de conventions pluriannuelles de fonctionnement. »

« En milieu rural, l'absence de compétence culturelle au sein de certaines communautés de communes limite les possibilités de partenariat. »

« Depuis qu'on est conventionné, on est contraint à créer plus souvent. On a l'impression de courir après le temps. »

« On a besoin de temps pour respirer entre deux créations, besoin de temps avec rien pour laisser venir l'inspiration. »

[27] Guillaume Boudy, Cyril Duchêne, Philippe Henry, Daniel Urrutiaguer, 2012, « Territoires et ressources des compagnies en France », Culture études, vol. 1, n° 1

[28] FAMO : Fédération des arts de la marionnette en Occitanie : <https://www.famo-marionnette.fr/>

Le renforcement du lien au territoire ne prend pas toujours la forme de conventionnements durables, ce qui a des incidences sur la production :

32% des spectacles – presque un tiers – s’inscrivent dans le cadre de réponse à des appels à projets émanant de partenaires publics.

22% – soit 1 sur 5 – ont été conditionnés à la mise en place d’actions culturelles.

11% – soit 1 sur 10 – ont été créés en réponse à des commandes.

Quelques différences selon le type de publics

- Ce sont surtout les spectacles adultes qui s’inscrivent dans des appels à projets : 39% contre 26% des spectacles jeune public. À noter : les spectacles dotés d’une chargée de production dédiée s’inscrivent moins que les autres dans des appels à projets : 1/4 contre 1/3 pour ceux dont la production est partagée (en interne) entre plusieurs membres de l’équipe. On peut faire l’hypothèse que les compagnies produisant des spectacles avec des chargées de production dédiées bénéficient d’une certaine « assise » avec des partenaires publics et auraient de ce fait moins besoin de recourir à des appels à projets.
- 24% des spectacles jeune public sont reliés à des actions culturelles contre 21% des spectacles adultes et 18% des spectacles tout public. Comme le soulignait l’étude menée par Scènes d’enfance - ASSITEJ, cette « demande, plutôt forte, se heurte parfois à un **manque de moyens humains du côté des équipes** qui doivent assumer cette partie de l’activité dans un temps déjà serré pour la création et la diffusion. ». D’autre part, « **le passage de subventions structurelles à un plus grand nombre d’appels à projets induit plus de travail administratif et créatif, plus de précarité et des temporalités plus courtes.** »[29]

[29] Scènes d’enfance - ASSITEJ, *Conditions de production et de diffusion du spectacle vivant*, rapport d’étude, 2019

Paroles de compagnies [30]

« On nous demande de plus en plus un travail de territoire qui est mal ou pas du tout payé. Ça prend un temps fou en plus de la création. On ressent de plus en plus de pression pour remplir un rôle social. »

« On nous demande de plus en plus d'actions culturelles qui n'ont pas de sens. Je préférerais faire mon métier : créer. »

« Maintenant, il faut rentrer dans la case 'appel à projets'. Ce serait tellement plus simple qu'on nous fasse confiance sans cocher à tout prix tous les critères demandés. Avant, c'était le projet artistique de la compagnie qui était suivi. »

« Vu que je suis seule à la tête de la compagnie, je trouve ça difficile. Ça prend beaucoup de temps et [on] ne peut rien récupérer là-dessus financièrement. »

« On a créé un poste pour répondre à la demande, parce que ça a du sens pour nous de mener ces actions. »

« Ça donne du travail aux artistes. Nous payons l'action culturelle en répétitions parce que nous considérons que c'est de la création, que ça nous nourrit. »

« On a fait des petites formes : le comédien ou la comédienne va dans la classe présenter quelque chose que j'écris et qui est 'cousin' du spectacle. »

Quelques problématiques liées à la coproduction

Si la part des coproducteurs peut atteindre près de 30% des budgets comptabilisés, leur nombre souvent important et la fragmentation des apports génèrent des complexités. Dans le prolongement d'autres travaux sur le sujet, la récente étude sur la production artistique dans le spectacle vivant en France pointe la disproportion entre le temps nécessaire à la prospection / gestion des coproductions et les montants obtenus.

[30] Les 4 dernières citations sont issues de l'étude ASSITEJ

La diminution des aides se répercute sur les budgets induisant une baisse des rémunérations pour les équipes et un confort de travail moindre[31]. Les accords parfois tardifs des coproducteurs ne permettent pas toujours d'anticiper une organisation satisfaisante. Quelques compagnies ont souhaité signaler des « mauvaises pratiques » de coproducteurs : désengagements et dénonciation de contrats sans préavis.

Paroles de compagnies

« Pour envisager la production, on part de l'artistique. On ne va pas chercher les mêmes alliés selon l'hypothèse artistique, selon son lien – ou non – avec le territoire. »

« On recherche d'abord des coproducteurs car leur présence facilite ensuite la recherche de subventions. »

« Les calendriers de certains partenaires tendent à limiter les processus créatifs. »

« On a un peu peur de s'enfermer dans l'entre-soi du monde de la marionnette. Dans la mesure du possible, on cherche des productions croisées avec des scènes généralistes et pluridisciplinaires. »

« On a travaillé avec un Centre Dramatique National qui a des façons de procéder plus coûteuses que lorsque la compagnie est seule : est-ce que collaborer avec ce type de grosses structures n'induit pas des dépenses évitables et un risque de formatage pour répondre à ces contraintes ? »

« Plus que des partenaires de diffusion, la pression vient surtout des partenaires de production, pour nous faire rentrer dans les cases de financements publics. »

« Je regrette encore la disparition de l'outil qu'était Arcadi[32]. Au-delà des moyens financiers, j'avais un partenaire avec qui échanger autour de mon projet, en capacité aussi de susciter des remises en question. Aujourd'hui, je ne sais plus vers qui me tourner. »

[31] Kanju, *Étude de la production artistique en France dans le secteur du spectacle vivant*, Direction générale de la création artistique, ministère de la Culture, 2022

[32] Établissement public de coopération culturelle pour les arts de la scène et de l'image en Île-de-France créé par la Région Île-de-France et l'État, Arcadi (Action régionale pour la création artistique et la diffusion en Île-de-France) a été dissout fin 2018.

En écho à ces problématiques, il convient de rappeler l'existence de charte établie par Latitude Marionnette[33](lire l'encadré).

Extrait de la Charte en matière d'accompagnement des artistes et de production dans le secteur des arts de la marionnette

L'effort en coproduction numéraire se distingue des prises en charge financières des résidences et des apports en industrie. L'apport en production doit être significatif, cependant, il est conditionné par les capacités budgétaires et le contexte institutionnel qui encadrent le champ d'action du coproducteur. Les membres du réseau Latitude Marionnette considèrent néanmoins que tout apport en numéraire inférieur à 4000€ doit être considéré comme un soutien à la production et non comme une coproduction. Pour les productions de moins de 20 000€, peut être considéré comme coproduction un apport en numéraire à partir de 25% du budget. L'accompagnement en termes de production doit être associé à un accompagnement en termes de diffusion, qui peut prendre différentes formes dans le préachat.

Dans le montage d'une production, les artistes comme les coproducteurs s'engagent à échanger régulièrement sur la définition et l'évolution du projet.

Les partenaires d'un projet de création s'accordent pour dissocier de leur accompagnement des actions culturelles qui devront être financées de manière distincte. Les rémunérations alors dues aux artistes ressortent des budgets « Éducation artistique et culturelle » des structures partenaires et font l'objet de négociations de gré à gré, selon les usages en cours.

L'autoproduction : de la nécessité au choix affiché

40% des spectacles ont été créés sans coproducteurs

À noter : ce pourcentage est identique à celui de l'étude menée par Scènes d'enfance - ASSITEJ[34]

50% ont été créés sans préachat.

27% ont été créés sans coproducteurs ni préachats.

[33] <https://latitude-marionnette.fr/>

[34] Scènes d'enfance - ASSITEJ, *Conditions de production et de diffusion du spectacle vivant*, rapport d'étude, 2019

Si certaines équipes regrettent les difficultés d'obtention de subventions, de coproductions et de préachats, d'autres cherchent, de façon générale ou pour des spectacles en particulier, des pistes pour créer selon d'autres modalités, revendiquant des formes artisanales, voire de « bricolage ». Cette approche concerne une diversité de compagnies, y compris celles qui sont reconnues.

Paroles de compagnies

« Nous considérons ce spectacle comme une autoproduction. On aime bien alterner des spectacles qui nécessitent une production avec des soutiens publics et des spectacles que l'on peut faire dans notre coin tous seuls. »

« On peut exister avec peu de moyens, dans une logique d'artisanat. »

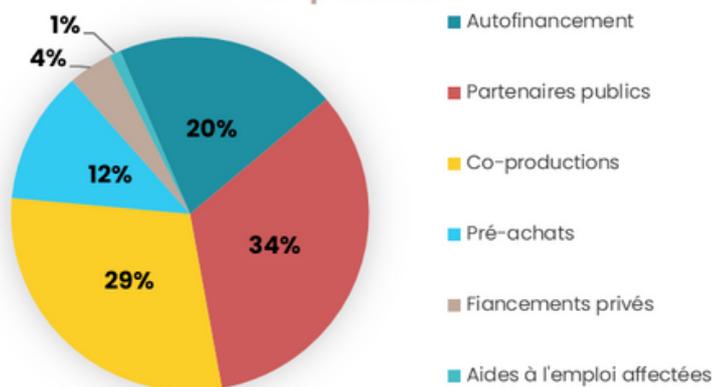
« C'est un choix de la compagnie de ne pas rentrer dans le système des subventions qu'on trouve trop complexe. Et nous avons envie d'être libres. »

« Le spectacle a volontairement été créé en dehors du cadre habituel de production, pour plus de liberté de l'artiste. Néanmoins il a beaucoup tourné et permet à la compagnie de dégager une marge conséquente. »

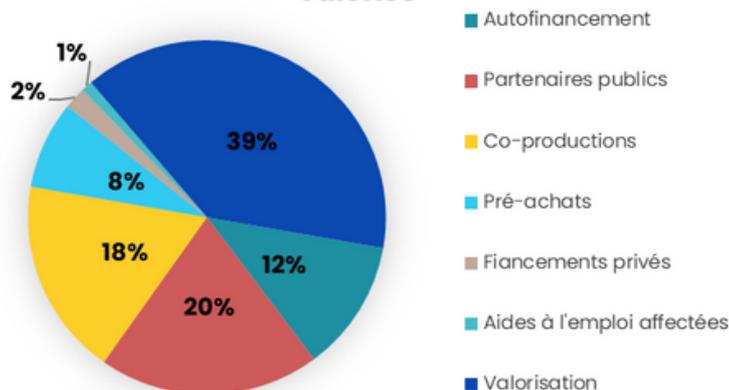
PANORAMA DES STRUCTURES BUDGÉTAIRES DES SPECTACLES

Vue d'ensemble

Répartition des financements du budget comptabilisé

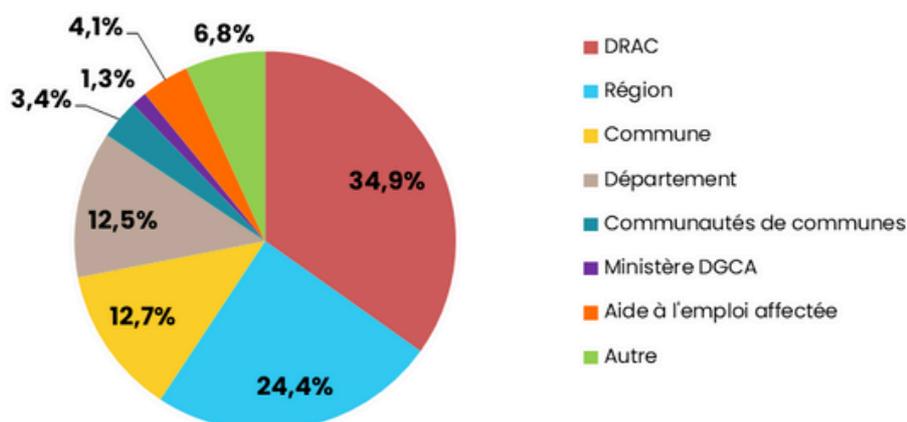


Répartition des financements du budget valorisé



Parmi les partenaires publics, la part des **DRAC** représente **plus d'un tiers**, celle des **Régions presque un quart** ; celle des **communes ou communautés de communes 12%**, part identique à celle des **Départements**.

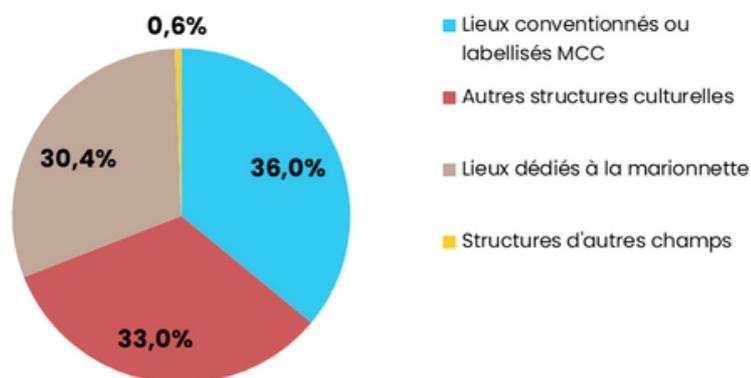
Répartition des financeurs publics



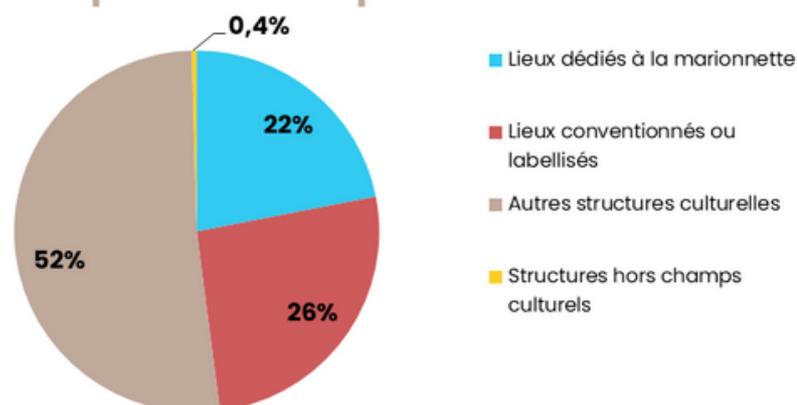
Pour les 60% de spectacles qui bénéficient d'apports en coproductions, les lieux conventionnés ou labellisés par le ministère – mais non dédiés à la marionnette – représentent plus d'un tiers, les structures culturelles non labellisées un tiers et les lieux dédiés à la marionnette un peu moins d'un tiers. **70% des montants des coproductions proviennent de lieux non dédiés à la marionnette.** La part issue des champs non culturels est infime.

Pour les 50% de spectacles qui bénéficient de préachat, la répartition diffère quelque peu de celles des coproductions puisque les lieux conventionnés ou labellisés représentent un peu plus d'un quart (26%), les lieux dédiés à la marionnette un peu moins d'un quart (22%), les autres structures culturelles un peu plus de la moitié (52%). La part des structures hors du champ culturel reste très marginale.

Répartition des coproducteurs



Répartition des préachats



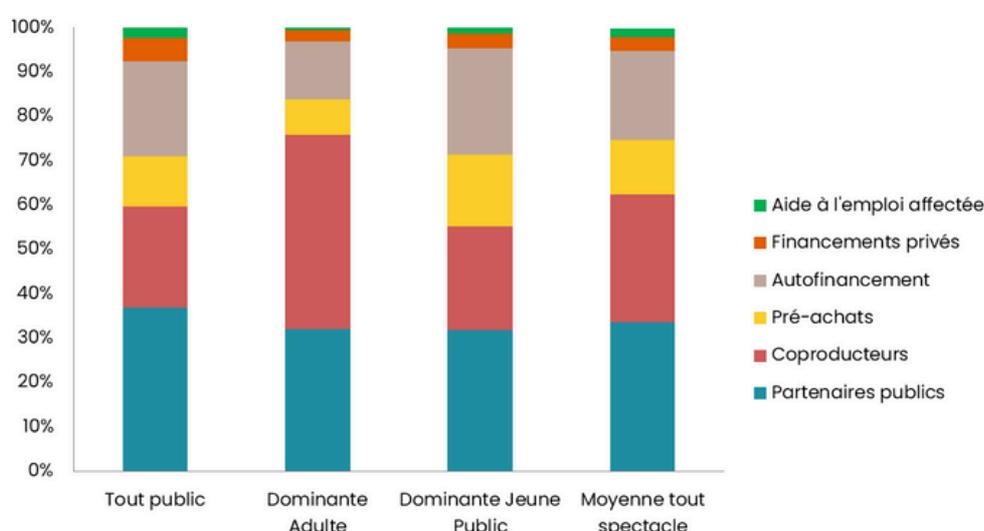
Quelques points de comparaison

L'état des lieux des arts de la marionnette réalisé en 2016 présentait cinq configurations de production avec des apports en coproduction représentant entre 12,5 % et 46% et un autofinancement compris entre 1% et 35%^[35].

La récente étude sur la production artistique dans le spectacle évalue ainsi à **48%** la **part des coproducteurs pour les spectacles toutes disciplines confondues**^[36] **contre 30% pour les spectacles de marionnettes**. La part d'**autofinancement** varie du simple au double : **9% pour les spectacles toutes disciplines confondues contre 20% pour les spectacles de marionnettes**. La structure de financement de la production des spectacles de marionnettes présente des particularités.

Des différences de structure budgétaire selon le type de publics

Les budgets **des spectacles** à dominante **adulte** sont composés à **44% d'apports de coproducteurs contre 20% en moyenne** pour l'ensemble des spectacles. Il en découle une part plus faible d'autofinancement : 13% contre 20% en moyenne. C'est pour les **spectacles** à dominante **jeune public** que **la part d'autofinancement s'avère la plus importante : 24%**.



[35] Lucile Bodson, *Les arts de la marionnette en France, un état des lieux*, Direction générale de la création artistique, ministère de la Culture et de la Communication, 2016, p.61

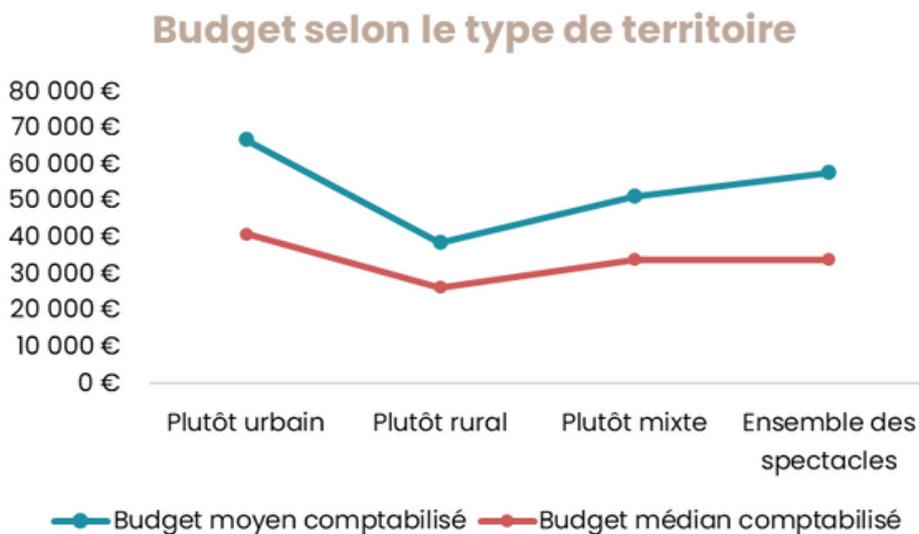
[36] Kanju, *Étude de la production artistique en France dans le secteur du spectacle vivant*, op cit.

Il est intéressant de noter la correspondance de ce résultat avec celui de l'étude menée par Scènes d'enfance – ASSITEJ où cette part était évaluée à 25%[37] – pour l'ensemble des spectacles vivants à destination du jeune public, sans focus sur les disciplines artistiques.

Des différences de structure budgétaire selon le type de territoires

Les budgets de production moyens des spectacles portés par les compagnies basées sur des territoires plutôt ruraux sont nettement inférieurs à ceux portés par les compagnies basées sur des territoires plutôt urbains : 38 614€ contre 66 828€

Il en est de même pour les budgets médians : 26 375€ contre 40 934€.

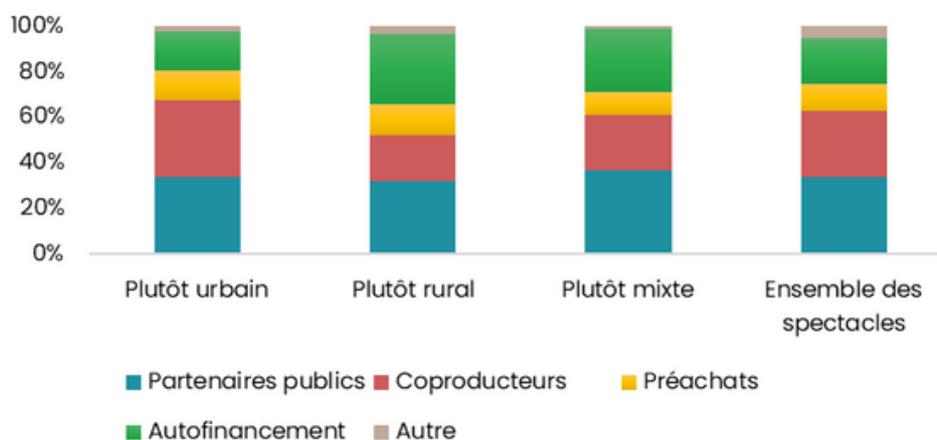


Si la part des partenaires publics (autour d'un tiers) et des préachats (entre 10 et 14%) est sensiblement identique d'un type de territoire à l'autre, la part des coproducteurs diffère : 34% dans les territoires plutôt urbains contre 20% dans les territoires plutôt ruraux.

La part d'**autofinancement** varie presque du simple au double : **17%** dans les **territoires plutôt urbains** contre **31%** dans les **territoires plutôt ruraux**.

[37] Scènes d'enfance - ASSITEJ, *Conditions de production et de diffusion du spectacle vivant*, rapport d'étude, 2019

Composition du budget de production comptabilisé selon les territoires



ENGAGEMENT ARTISTIQUE VERSUS STRATÉGIE ÉCONOMIQUE

Des stratégies diverses

Certaines compagnies affichent clairement le souhait d'une rentabilité, parfois pour mieux financer des prises de risques ultérieurs quand d'autres sont plus éloignées de cette préoccupation. Au-delà de l'impossibilité de dégager des gains de productivité conséquents en raison de temps de travail réputés incompressibles – la fameuse «maladie des coûts » mise en évidence par la loi de Baumol –, les difficultés économiques rencontrées s'expliquent par des dynamiques concurrentielles[38] qui se traduisent par une baisse du prix unitaire des représentations. Par ailleurs, pour le chercheur Philippe Henry, « le phénomène de concentration en aval de la filière d'une grande partie de la valorisation symbolique et économique, au moment de la diffusion des spectacles crée un rapport d'échange inégal entre les établissements artistiques ou culturels et les compagnies »[39].

[38] Audrey Glass, Lorine Labrue, « La loi de Baumol, le spectacle vivant est-il condamné à être malade de ses coûts ? », *Regards croisés sur l'économie*, 2022, Édition La Découverte

[39] Guillaume Boudy, Cyril Duchêne, Philippe Henry, Daniel Urrutiaguer, 2012, « Territoires et ressources des compagnies en France », *Culture études*, vol. 1, n° 1

Paroles de compagnies

« Le spectacle est joué plusieurs fois par jour, jusqu'à trois, ce qui permet une grande rentabilité. »

« Les petites formes nous donnent de la visibilité et quand elles tournent beaucoup, elles aident à financer les plus gros projets. C'est aussi plus agréable de par la proximité avec les gens. »

« Certains partenaires pensent que les spectacles de marionnette seraient forcément rapides à concevoir, légers, surtout adaptés à de petits lieux. Ils n'imaginent pas assez la possibilité de formes ambitieuses, avec des moyens importants. Nous, on a envie de s'autoriser à créer des spectacles qui prennent du temps et qui coûtent cher. »

« On a débuté notre première création sans budget ni réflexion autour du travail administratif. »

« On crée des spectacles sans moyens ni garanties au départ, en espérant que l'exploitation nous permette de rentrer dans nos frais : ça ne marche pas toujours... »

« Je préfère vendre sans marge que ne pas vendre du tout. Je me fiche de l'amortissement, le plus important c'est que les artistes vivent de leur travail. »

« Le prix de vente moyen est inférieur au coût plateau mais c'est grâce aux coproductions et aux subventions publiques que nous pouvons amortir la production et dégager une petite marge pour la vie de la compagnie et une prochaine création. »

« Certains festivals proposent d'acheter des spectacles au rabais, mais nous devons céder car ce sont des vitrines. »

« Si on ne crée pas, on ne joue pas ; si on ne joue pas, on n'a pas de rentrées... On n'a pas le choix, on est sur une économie de la création. »

Éléments chiffrés

1/3 des spectacles ont été créés sans budget prévisionnel.

La moitié des compagnies ont déclaré chercher à dégager une marge ; 16% à amortir leur spectacle, c'est-à-dire à couvrir les coûts de production. Plus d'un quart (28%) créent des spectacles « coûte que coûte » – c'est-à-dire pour reprendre les termes de notre guide d'entretien – avec une prévalence du désir artistique sur les préoccupations de rentabilité.

Dans les faits, même s'il faut souligner que certains spectacles se sont bien vendus et ont pu être rentabilisés, grâce aux séries notamment, **plus de la moitié des spectacles n'ont pas été amortis**. La récente étude sur la production dans le spectacle vivant le souligne : dans le contexte actuel de réduction des apports en coproductions et des marges sur les préachats, l'amortissement de la partie création s'avère « de plus en plus ardu »[40].

À noter : le cas particulier des spectacles amortis grâce à des fonds obtenus pendant la crise sanitaire.

60% des spectacles n'ont pas dégagé de marge.

Bien entendu, la marge est liée aux tarifs pratiqués sur le marché du spectacle vivant, les diffuseurs répercutant sur les compagnies les contraintes qu'ils subissent de leur côté.

Pour les spectacles étudiés, **le prix de cession moyen est de 1.800 € – 1.500 € pour la médiane** [41] – pour un **coût plateau moyen** évalué à **1.400 € – 1.000€ pour la médiane**. **Lorsqu'elle existe – pour moins de 40% des spectacles –, la marge moyenne est de 461 € – 400 € pour la médiane.**

À noter : les **spectacles jeune public** sont **plus nombreux à avoir dégagé une marge** : 46%, contre 32% pour les spectacles adultes et 39% en moyenne pour l'ensemble des spectacles.

[40] Kanju, *Étude de la production artistique en France dans le secteur du spectacle vivant*, op. cité

[41] Pour rappel, la médiane est le point milieu d'un jeu de données, ce qui signifie que 50 % des spectacles ont un prix de cession inférieur ou égal à 1.500 € et que 50 % des spectacles ont un prix de cession supérieur ou égal à 1.500 €.

Ces marges faibles pour dégager des autofinancements suffisants pour de futures créations expliquent en partie la nécessité et l'importance du recours aux ressources invisibles (cf. deuxième partie).

Il en découle des difficultés de structuration. Ce temps consacré à cette dimension reste limité car les compagnies se présentent comme des très petites entreprises flexibles qui doivent développer un grand nombre de compétences et mobiliser en leur sein des savoir-faire spécifiques à chacune des fonctions de la filière : création, de production, d'administration, médiatisation, diffusion et exploitation des spectacles[42].

Paroles de compagnies

« Pour se structurer, les compagnies ont besoin de réaliser des marges de diffusion, ce qui n'est pas possible au vu des prix de vente très bas dans le secteur. Même après 20 ans d'existence, on reste dépendant des budgets de création, ce qui nous met dans une grande fragilité. »

Quelques repères sur la diffusion

Même si la diffusion n'était pas l'objet de cette étude, il a semblé utile d'apporter les repères suivants sur le nombre de dates de représentations par spectacle : la médiane et la moyenne varie du simple au double[43].

	Médiane	Moyenne
Dates vendues jusqu'à fin 2022	22	43
Dates vendues en 2023-2024	9	22
Total	31	65

[42] Guillaume Boudy, Cyril Duchêne, Philippe Henry, Daniel Urrutiaguer, 2012, « Territoires et ressources des compagnies en France », Culture études, vol. 1, n° 1

[43] Le nombre de dates a été renseigné fin octobre 2023, au moment du passage des entretiens.

Paroles de compagnies

« Les grosses productions peuvent être des gouffres financiers et entraîner des frustrations si elles ne tournent pas. »

« Malgré la reconnaissance institutionnelle avec notamment la création des Centres Nationaux de la Marionette (CNMa), la part des spectacles de marionnette dans les lieux pluridisciplinaires reste faible. Il reste encore du chemin pour qu'elle soit considérée comme un art à part entière et non pas comme une sous discipline du théâtre et du jeune public. »

« En France il y a beaucoup de lieux dédiés à la marionnette par rapport à l'étranger. Il y a un bon accompagnement à la création, mais moins lorsqu'il s'agit de diffuser. »

« Il faudrait donner plus de possibilités de diffuser des créations plus anciennes, ne pas oublier le répertoire. »

« Il faudrait plus de lieux qui accueillent des formes courtes. »

En écho à ces derniers propos, on peut rappeler la recommandation de la charte de Latitude contemporaine : « compte tenu des spécificités des arts de la marionnette, la même attention doit être portée à une œuvre quelle que soit la dimension artistique, la nature, l'ambition technique du projet, le public ou la jauge auquel l'œuvre s'adresse »[44].

[44]Latitude marionnette, *Charte en matière d'accompagnement des artistes et de production dans le secteur des arts de la marionnette*, 2019

Des vécus partiellement corrélés aux résultats chiffrés

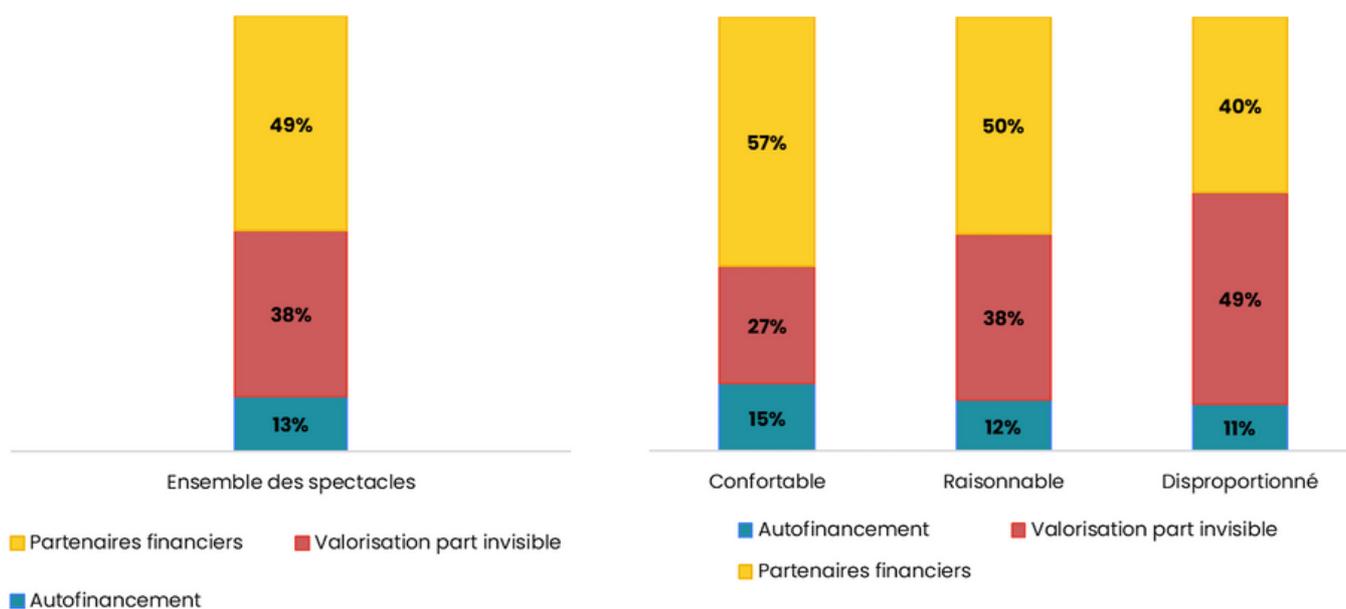
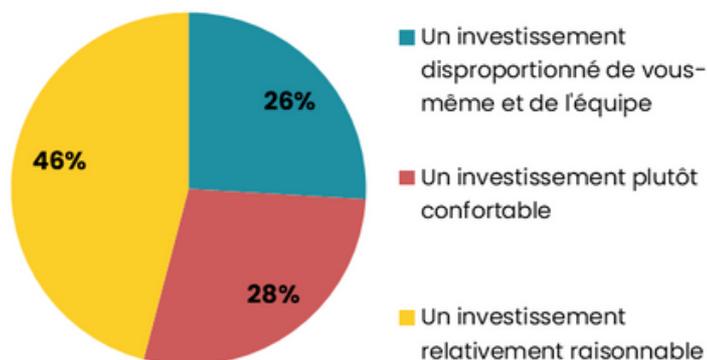
Notre attention a été attirée par le décalage entre l'importance de la part invisible 40% en moyenne sur l'ensemble des spectacles et le fait que l'investissement, humain notamment, ait été considéré comme « disproportionné » pour seulement un quart des spectacles. On aurait pu s'attendre à ce que cette part soit plus élevée. Plusieurs éléments d'explication peuvent être avancés.

Les 40% sont une moyenne. Ainsi, certains spectacles considérés comme « confortables » ont pu mobiliser 57% d'apports financiers de partenaires publics et une part invisible « limitée » à un quart environ.

La proportion d'investissement considéré comme « raisonnable » peut interroger quand la part des ressources invisibles atteint presque 40% : face à des ressources financières disponibles limitées et/ou difficiles d'accès, les compagnies ne sont-elles pas contraintes de trouver d'autres solutions, finissant par incorporer comme « normales » des situations qui pourtant ne le sont pas ? Les réflexions approfondies de Jérémy Sinigaglia sur l'injonction au bonheur faite aux artistes invitent à esquisser une telle hypothèse (voir l'encadré).

Le fait que pour plus d'un quart des spectacles (26%) l'investissement ait été jugé « disproportionné » – chiffre à mettre au regard des 28% de compagnies ayant déclaré créer des spectacles « coûte que coûte » – peut alerter sur les tensions financières et de potentielles souffrances, physiques et morales. Des cas d'épuisement professionnel sont remontés dans les commentaires exprimés par les compagnies.

Investissement ressenti



À noter : relativement stable – entre 11 et 15% –, la part de l'autofinancement n'a pas d'influence sur la perception du niveau d'investissement.

Le bonheur comme rétribution du travail artistique[45]

Une enquête nationale signale qu'environ deux tiers des artistes du spectacle se déclarent satisfaits de leur travail et de leur emploi. Comment le comprendre alors que le constat d'une dégradation du rapport au travail et à l'emploi est largement partagé ? Parmi les représentations idéalisées de la vie d'artiste, l'expérience épanouissante d'une certaine liberté créative et l'importance des gratifications sont souvent invoquées. Elles sont en réalité très relatives pour la majorité des artistes « ordinaires ». On peut alors faire l'hypothèse que si les artistes se disent globalement heureux, y compris ceux qui endurent les conditions d'emploi les plus précaires et qui ne sont pas satisfaits de leur travail, c'est d'une part parce que l'expression de leur éventuelle souffrance est illégitime et d'autre part parce qu'elle les conduirait à remettre en cause une partie de *l'illusio*[46] sur lequel se fonde l'engagement dans les carrières artistiques : celui de croire en l'existence du don, du talent, du mérite individuel – même s'il est admis par ailleurs qu'il est peu de chose sans travail. De ce fait, les artistes sont assez peu enclins à saisir et à accepter les causes sociales de leurs réussites ou de leurs échecs : la souffrance morale qui en découle peut difficilement être vécue autrement que comme une « faillite personnelle ». Dans un contexte où le bonheur au travail s'impose comme une norme, chacun évalue sa situation en procédant par comparaison. Tout le monde peut ainsi trouver une raison d'être heureux puisque, selon l'adage, « on trouve toujours plus malheureux que soi ». Or, si chacun peut être heureux en restant « à sa place », la remise en cause des hiérarchies établies est inutile : dans le champ artistique comme ailleurs, la consécration exceptionnelle de quelques individus est là pour renforcer la croyance selon laquelle l'ascension n'est possible que pour les plus talentueux.

[45] Résumé de passages de l'article « Le bonheur comme rétribution du travail artistique. De l'injonction à l'incorporation d'une norme » de Jérémy Sinigaglia, paru aux *Presses de Sciences Po* (n°91) en 2013

[46] Le concept d'*illusio* recouvre, dans la sociologie de Pierre Bourdieu, l'adhésion de l'agent social, avec les effets qui en découlent, aux normes et aux valeurs régissant son champ d'appartenance.

CONCLUSION



Si l'existence d'apports non comptabilisés dans les budgets de production des spectacles vivants en France est un fait connu, cette réalité est encore peu documentée. Initiée par THEMAA, portant sur un panel de 80 compagnies et un corpus de 135 œuvres, la présente enquête permet d'en mesurer l'ampleur dans le secteur des arts de la marionnette : **83% des spectacles ont été créés grâce à des prêts ou dons d'ordre matériels non comptabilisés dans les budgets et 96% ont bénéficié de temps de travail non rémunéré.** Ces apports non comptabilisés portent principalement sur la fonction recherche-expérimentation : temps de résidence, temps lié à la construction de marionnettes inédites, temps lié aux écritures (textuelles, visuelles, scéniques) et à la dramaturgie ; et dans une moindre mesure sur le travail administratif. Des différences apparaissent selon le type de publics visés par les spectacles et les territoires : **le rural est moins doté.**

Même si l'exercice de la conversion monétaire doit être appréhendée avec prudence (estimations basées sur du déclaratif, difficulté d'attribuer une valeur de substitution à certains services rendus...), les résultats chiffrés obtenus permettent de souligner des tendances et d'acter **la part conséquente des ressources invisibles : autour de 40% en moyenne des budgets valorisés.**

Face aux difficultés d'accès aux subventions, apports en coproductions ou préachats, ou en raison des faibles montants obtenus, **les compagnies mobilisent et combinent d'autres ressources : régime de l'intermittence** (solidarité interprofessionnelle), **bénévolat, échanges et entraide** (principes de réciprocité), **autofinancement et « débrouille »**. Par nécessité, mais parfois aussi par choix, **de nombreux spectacles voient le jour sous forme d'autoproduction** – 40% des spectacles ont été créés sans coproducteur, 50% sans préachat, 27% sans coproducteur ni préachat. Ainsi, au-delà des logiques comptables et marchandes, les stratégies artistiques et économiques s'avèrent plurielles et non linéaires.

Lancement du plan « Mieux produire, mieux diffuser »[47], coupes récentes des budgets de création (95,96 millions)[48], durcissement annoncé des règles de l'assurance chômage susceptible d'affecter le régime des intermittents du spectacle ; baisse d'attractivité des métiers de la production et de la diffusion, lancement de la concertation nationale Printemps de la ruralité, crise énergétique, crise écologique – ces deux derniers points n'ayant pas été ici traités... Les chantiers à suivre ne manquent pas.

Réalisée avec des moyens financiers modestes, **la présente observation se voudrait la première pierre d'un projet d'observatoire durable et ambitieux** permettant de documenter les évolutions en cours sur la production et la création de spectacles de marionnette.

[47] Doté de 9 millions d'euros dans le budget 2024, le plan « Mieux Produire Mieux Diffuser » vise à « redéfinir l'équilibre entre production et diffusion, en s'appuyant notamment sur des coopérations et mutualisations ».

[48] décret n°2024-124 du 21/02/2024

SÉLECTION BIBLIOGRAPHIQUE



Articles scientifiques

Guillaume Boudy, Cyril Duchêne, Philippe Henry, Daniel Urrutiaguer, « Territoires et ressources des compagnies en France », *Culture Études*, vol. 1, n° 1, Département des Études et de la prospective (DEPS), ministère de la Culture et de la Communication, 2012

Audrey Glass, Lorine Labrue, « La loi de Baumol, le spectacle vivant est-il condamné à être malade de ses coûts ? », *Regards croisés sur l'économie*, 2022, Édition La Découverte

Lionel Prouteau et François-Charles Wolff, « Le travail bénévole : un essai de quantification et de valorisation », *Économie et statistique*, n° 373, 2004

Julie Sermon, « Dramaturgies marionnettiques », *L'Annuaire théâtral*, n° 48, 2010 <https://doi.org/10.7202/1007844ar>

Viviane Tchernonog, Lionel Prouteau, *Le Paysage Associatif Français : Mesures et Évolutions*. 3e édition, Dalloz, 2019

Jérémy Sinigaglia, « Le bonheur comme rétribution du travail artistique. De l'injonction à l'incorporation d'une norme », *Presses de Sciences Po*, n°91, 2013

Documents professionnels

Lucile Bodson, avec la collaboration de Patrick Boutigny et le soutien de THEMAA, *Les arts de la marionnette en France, un état des lieux*, Direction générale de la création artistique, ministère de la Culture et de la Communication, 2016

Latitude marionnette, *Charte en matière d'accompagnement des artistes et de production dans le secteur des arts de la marionnette*, 2019

Noémie Géron, *Ateliers de marionnettistes, Synthèse de la première étape d'étude*, Chaire d'innovation cirque et marionnette ICiMa (IIM/Cnac), 2022

Kanju, *Étude de la production artistique en France dans le secteur du spectacle vivant*, Direction générale de la création artistique, ministère de la Culture et de la Communication, 2022

ONDA, *Les pratiques de production et de diffusion de spectacles des compagnies conventionnées*, ministère de la Culture et de la Communication, DGCA, Direction Générale de la Création Artistique, 2014

Opale, *Les associations culturelles employeuses en France*, 2020

Scènes d'enfance - ASSITEJ, *Conditions de production et de diffusion du spectacle vivant*, rapport d'étude, 2019

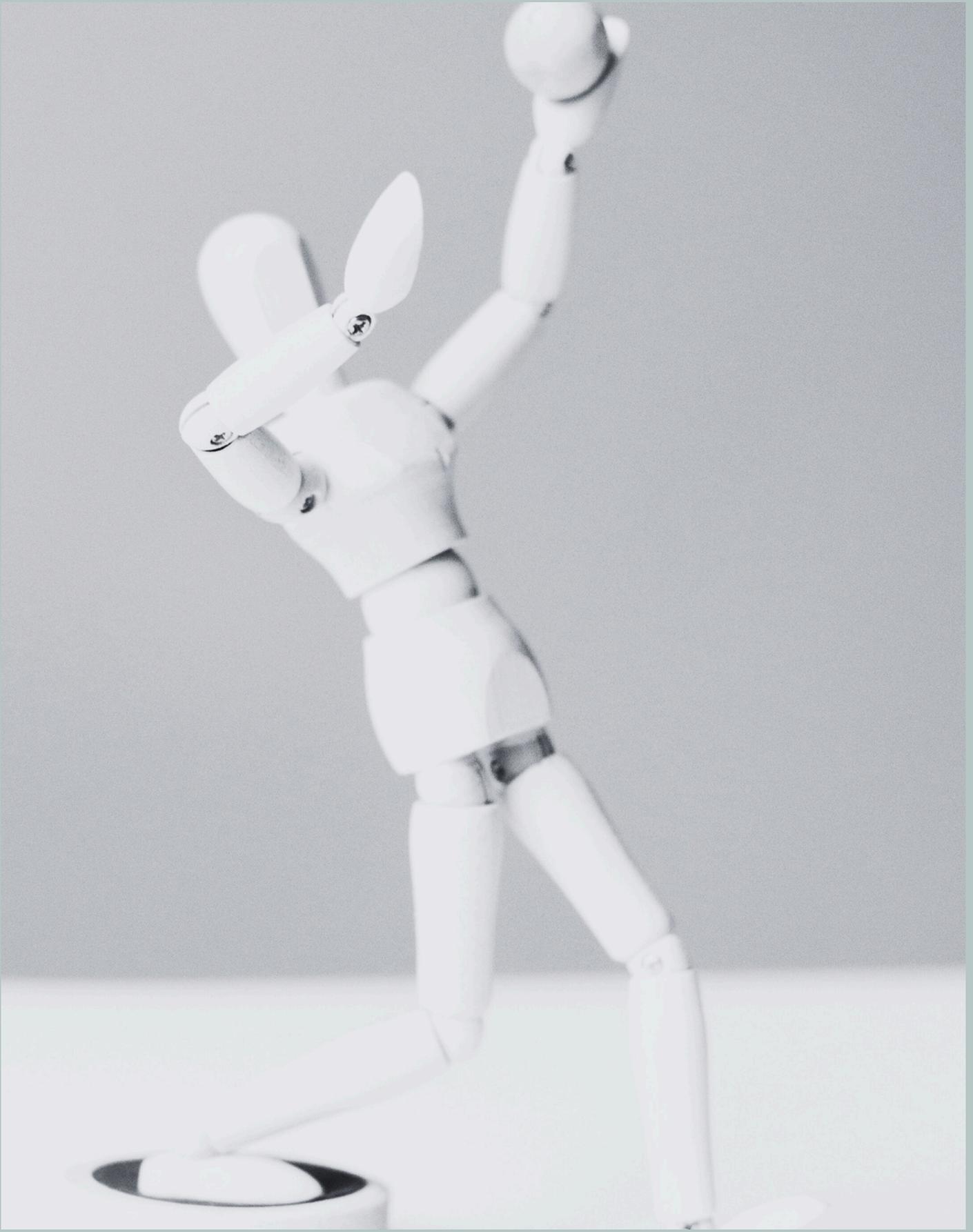
La Scène, Dossier « Produire et diffuser », printemps 2024

Mémoires universitaires

Laurie Hagimont, *La domesticité des emplois administratifs dans le spectacle vivant : le cas des chargées de diffusion*, dossier d'analyse de pratiques professionnelles, Université de Rennes 2, 2021

Caroline Meiller, *Le modèle socio-économique des associations du spectacle vivant*, mémoire de Master 2 Économie Sociale et Solidaire, Université Lumière Lyon 2, 2023

ANNEXES



DÉTAIL DU PANEL IDÉAL ET DU PANEL RÉEL

Année de création	Panel répondants		Panel idéal	Différentiel
	Nb de cies	%	%	%
Avant 2000	19	24%	27%	-3%
Entre 2000 et 2010	29	36%	35%	1%
Entre 2010 et 2015	27	34%	20%	14%
Après 2015	5	6%	18%	-12%
Total général	80	100%	100%	

Région	Panel répondants		Panel idéal	Différentiel
	Nb de cies	%	%	%
Auvergne-Rhône-Alpes	8	10%	12%	-2%
Bourgogne-Franche-Comté	2	3%	2%	1%
Bretagne	5	6%	8%	-2%
Centre-Val de Loire	5	6%	6%	0%
Dom Tom	0	0%	1%	-1%
Grand Est	6	8%	9%	-2%
Hauts-de-France	3	4%	7%	-3%
Île-de-France	20	25%	19%	6%
Normandie	2	3%	2%	1%
Nouvelle-Aquitaine	5	6%	7%	-1%
Occitanie	13	16%	12%	4%
Pays de la Loire	6	8%	8%	-1%
Provence-Alpes-Côte d'Azur	5	6%	7%	-1%
Total général	80	100%	100%	

Type de territoire	Panel répondants		Panel idéal	Différentiel
	Nb de cies	%	%	%
Plutôt mixte	13	16%	11%	5%
Plutôt rural	20	25%	25%	0%
Plutôt urbain	47	59%	64%	-5%
Total général	80	100%	100%	

Type de publics	Panel répondants		Panel idéal	Différentiel
	Nb de cles	%	%	%
Dominante Adulte	8	10%	13%	3%
Dominante Jeune public	12	15%	25%	10%
Pas de dominante	60	75%	78%	3%
Total général	80	100%	116%	

Conventionnement	Panel répondants		Panel idéal	Différentiel
	Nb de cles	%	%	%
Conventionnement	2019	2022	2022	
DRAC seule et/ou avec d'autres partenaires	16%	23%	18%	5%
Financeurs publics sans la DRAC	26%	21%	21%	0%
Pas de conventionnement public	58%	56%	61%	-5%
Total général	100%	100%	100%	

ÉTAT DES LIEUX DES MOYENS DE PRODUCTION DE LA MARIONNETTE

VADEMECUM
AVRIL 2023

THEMAA

Association nationale des Théâtres
de Marionnettes et Arts Associés





Vous faites partie des compagnies sollicitées pour contribuer à l'état des lieux sur les moyens de production dans le secteur de la marionnette et des arts associés. Nous vous remercions d'avance pour vos précieuses contributions. Vous trouverez ci-dessous quelques informations qui vous rappellent le contexte et la méthode de cette démarche ainsi que les documents nécessaires à réunir avant les entretiens.

BOÎTE À QUESTIONS

1

Une observation, ça veut dire quoi ?

Le dernier état des lieux d'envergure, effectué par Lucile Bodson remontant à 2016, THEMAA a décidé de lancer en 2022 un nouveau chantier d'observation du secteur. Ce travail a pour objectif de dégager des enjeux pour le futur et de contribuer à alimenter les états généraux de la marionnette (1er et 2 février 2024 au CDN Normandie-Rouen).

2

Et les objectifs ?

Il s'agit prioritairement de :

- Rendre visible l'ensemble des conditions réelles de la création d'un spectacle
- Chiffrer, valoriser l'ensemble des moyens, matériels et immatériels, monétaires et non monétaires, mobilisés par les compagnies pour penser et fabriquer des spectacles

Dans une moindre mesure, il s'agit d'identifier certaines pratiques intégrant des problématiques contemporaines : éco-responsabilité, numérique, écologie, égalité femmes-hommes..

3

Que fait-on de mes données ?

Les données de cette observation resteront internes à THEMAA dans le respect des règles de protection des données personnelles. Elles seront rendues anonymes et traitées de manière globale pour être ensuite partagées sous la forme d'une étude chiffrée enrichie de témoignages ciblés d'acteur·rices du secteur (artistes, chargé·es de production et diffusion...) avec une mise en perspective avec d'autres études ou travaux de recherche.

4

Quelles sont les compagnies concernées ?

Constitution du panel : sur les 381 adhérent·es que compte THEMAA, les 2/3 sont des compagnies, soit environ 250. Un panel d'une centaine de structures a été constitué en vue d'obtenir un échantillon de 100 répondants. Le panel prend en compte plusieurs critères : ancienneté, rayonnement géographique, spécialisation éventuelle (jeune public...).

5

Pas trop long j'espère... ?

Une personne de l'équipe de THEMAA va prendre contact avec vous pour caler un entretien (téléphonique ou en visio) entre avril et juin.

La date limite pour répondre à cet entretien est **le 7 juillet** (afin que nous puissions analyser les données pendant l'été). Merci d'avance pour votre disponibilité.

Le temps prévisionnel à consacrer à cet échange est d'1h30.

DOCUMENTS À PRÉVOIR



Afin de vous préparer de la manière la plus efficace possible à cet entretien, nous vous invitons à avoir sous la main les éléments suivants (La liste peut vous sembler longue mais plus les données seront précises et fiables, plus THEMAA aura des résultats solides et des arguments à présenter à ses partenaires) :

Éléments chiffrés concernant la structure

- Les bilans budgétaires des années 2019 et 2022
- Information RH : journal des paies, suivi des heures travaillées annuelles, valorisation du bénévolat concernant 2019 et 2022

Éléments chiffrés concernant la production

- Les budgets prévisionnels des 3 dernières créations (ou reprises) de la compagnie réalisées entre 2019 et 2022
- Les budgets réalisés des 3 dernières créations (ou reprises) de la compagnie réalisées entre 2019 et 2022 (détails des coproductions, subventions, aides à l'emploi, fonds propres)

Éléments à quantifier ensemble

- Réfléchir en amont aux apports gratuits dont les spectacles ont pu bénéficier (prêts ou don de matériel, véhicule, matériaux, costumes, espaces de stockage...)
- Réfléchir en amont à la part des apports non monétaires, nombre de jours non rémunérés de travail (écriture en amont des répétitions, répétitions, suivi administratif...)

cf. la grille permettant ces calculs se trouve en annexe

Éléments chiffrés diffusion

- Coût plateau et prix de vente moyen pour chaque spectacle
- Dates vendues et réalisées (entre 2019 et 2022) et prévisionnelles (entre 2023 et 2024) pour chaque spectacle
- "Marge" dégagée pour chaque spectacle

Prêt et don de matériel (TTC)	Valorisation journée
Matériel technique (son, lumière, outils, accroches...)	
<i>Gradateur</i>	12 €
<i>Pupitre lumière</i>	15 €
<i>Projecteur avec fixation</i>	12 €
<i>Table mixage son</i>	30 €
<i>Enceinte</i>	20 €
<i>Micro et boitier</i>	20 €
<i>Vidéo projecteur</i>	15 €
<i>Câble petit format</i>	1 €
<i>Câble grand format</i>	10 €
<i>Boitier électrique</i>	10 €
<i>Pieds</i>	4 €
<i>Plancher scène</i>	25 €
<i>Élément de structure scénique</i>	3 €
<i>Draperie</i>	6 €
<i>Echaffaudage</i>	30 €
<i>Divers</i>	12 €
<i>Grille d'exposition</i>	4 €
<i>En moyenne pour un outil</i>	25 €
Véhicule (camion, voiture, etc.)	
<i>6m3</i>	40 €
<i>12m3</i>	50 €
<i>20m3</i>	65 €
Matériaux (cartons, tissus, etc)	40 €
Costumes et marionnette	50 €
Espace de stockage	0,50 €
Mise à disposition lieu de résidence	150 €
Travail non rémunéré (brut chargé)	
le temps de recherche artistique,	300 €
le temps d'écriture (travail d'auteur),	300 €
le temps de répétition,	300 €
le travail administratif	300 €
le temps de coordination (administratif, artistique...)	300 €
les regards extérieurs	300 €
les partages d'expérience.	300 €

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES SUR LES RÉPONDANTS

Équipement	Panel répondants	
	Nb de cles	%
Lieu de répétition	3	4%
Atelier	6	8%
Bureau	11	14%
Bureau et atelier	7	9%
Bureau et lieu de répétition	2	3%
Lieu de répétition et atelier	3	4%
Bureau, atelier et lieu de répétition	20	25%
Aucun	28	35%
Total général	80	100%

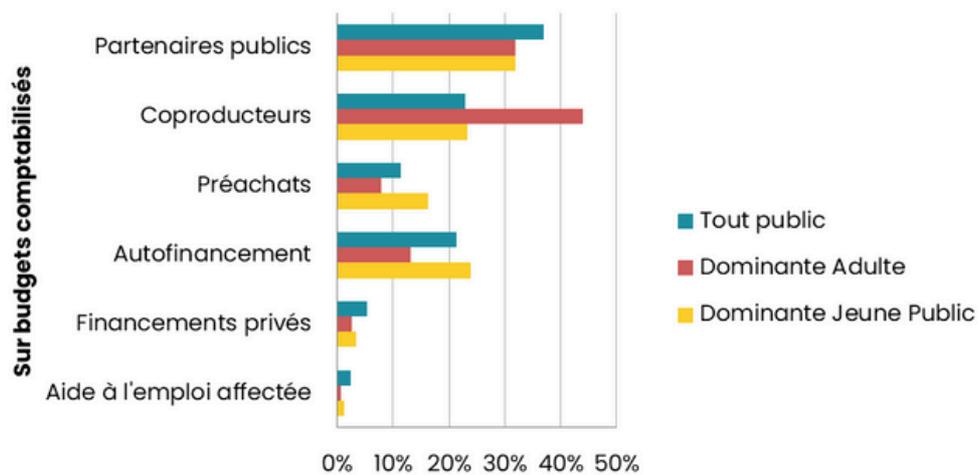
Budget annuel	2019	2022
< 10 000 €	15%	3%
Entre 10 000€ et 49 999€	34%	21%
Entre 50 000€ et 99 999€	15%	29%
Entre 100 000€ et 200 000€	23%	25%
> 200 000€	14%	23%
Total général	100%	100%

Part subvention	2019	2022
Aucune	8%	8%
Moins de 25%	53%	34%
De 25% à 50%	20%	38%
De 51% à 75%	19%	19%
Plus de 75%	1%	3%
Total général	100%	100%

Compagnie ayant valorisé le bénévolat dans ses comptes	2019	2022
non	71%	71%
oui	29%	29%

<i>Panel</i>	<i>57 spectacles tout public</i>	<i>28 spectacles adulte</i>	<i>50 spectacles jeune public</i>	<i>135 spectacles étudiés</i>
%	42%	21%	37%	100%
	Tout public	Adulte	Jeune public	Tous les spectacles
Conventionnement de la cie				
DRAC et autres	16%	32%	24%	22%
Hors DRAC	21%	7%	34%	23%
Aucun	63%	61%	42%	55%
Durée des spectacles				
Moins de 30 mns	21%	4%	14%	15%
Entre 30 mns et 60 mns	60%	32%	80%	61%
Plus de 60 mns	19%	64%	6%	24%
Espace de diffusion				
Des espaces plus grands qu'un plateau "classique"	18%	21%	14%	17%
Petit plateau ou pas de nécessité de plateau (caravanes...)	33%	21%	42%	34%
Un plateau "normal", "habituel"	49%	57%	44%	49%
Type d'écriture				
Adaptation de textes et récits existants (romans, contes, pièces de théâtre...)	26%	29%	36%	30%
Commande d'un texte à une auteur·rice extérieure·e à la cie	9%	7%	8%	8%
Écriture originale d'un texte au sein de la cie	25%	36%	36%	31%
Pas de texte (spectacle visuel, écriture de plateau)	26%	11%	8%	16%
Un mélange entre plusieurs sources et formes d'écriture	14%	18%	12%	14%
Lieux de représentation				
Espace public	47%	18%	16%	30%
Espaces dédiés (ex : théâtres, etc)	79%	89%	90%	85%
Espaces non dédiés (ex : Ehpad, granges, etc.)	56%	32%	58%	53%
Réponse à des appels à projet				
Non	68%	61%	74%	69%
Oui	32%	39%	26%	31%
Commande				
Non	89%	89%	88%	89%
Oui	11%	11%	12%	11%
Conditionnement à des actions culturelles				
Non	82%	79%	76%	79%
Oui	18%	21%	24%	21%
Temps entre l'idée et la 1ere				
Moins d'1 an	26%	7%	12%	17%
D'1 an à 2 ans	33%	36%	44%	38%
Plus de 2 ans	40%	57%	44%	45%

Financement par type de public



INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES SUR LES SPECTACLES

Année de création	Nombre de spectacles	%
2019	37	27%
2020	19	14%
2021	43	32%
2022	30	22%
Reprise de création	6	4%
<i>Créé avant 2000</i>	2	1%
<i>Créé après 2015</i>	4	3%
Total général	135	100%

Nombres de personnes en charge de la production	Total	%	Moyenne	Médiane
Femmes	195	64%	1,44	1
Hommes	109	36%	0,81	1
Total	304	100%	2,25	2

Réponse à des appels à projet	Nombre de spectacles	%
Non	93	69%
Oui	42	31%
Total général	135	100%

Était-ce une commande ?	Nombre de spectacles	%
Non	120	89%
Oui	15	11%
Total général	135	100%

Conditionnement à des actions culturelles	Nombre de spectacles	%
Non	107	79%
Oui	28	21%
Total général	135	100%

Formes de résidence différentes pour une même création	
En moyenne	2,5
Maximum	5
Minimum	1
Médiane	2

Existence d'un budget prévisionnel	Nombre de spectacles	%
non	45	33%
oui	90	67%
Total général	135	100%



THEMAA

**Association Nationale des Théâtres de Marionnettes
et des Arts Associés**

14, rue de l'Atlas 75019 Paris

Tél. : 01 42 80 55 25

coordination@thema-m Marionnettes.com

Site : www.thema-m Marionnettes.com

THEMAA est l'association nationale de Théâtres de Marionnettes et des Arts Associés. Elle est le centre français de l'Union Internationale de la Marionnette (UNIMA). L'association fédère aujourd'hui près de 400 membres : compagnies et artistes indépendant-es, dramaturges, plasticien-nes, metteur-ses en scène, acteur-rices et amateur-rices de cet art... et fédère également la plupart des lieux de formation, des structures de programmation et des festivals dédiés à ce domaine. C'est un indispensable foyer de connaissance et de reconnaissance, un organe de transmission d'informations, de rencontres et d'échanges.

Création graphique : Anaïs Desvignes et Maé Ferra

Images : Mathieu Dochtermann, Sagar Dani, Girl with red hat, Connor S, Konrad Koller, Olia Gozha, Illia Horokhovskiy