



Enquête

Les structures de diffusion du jazz en France

Données 2016

www.ajc-jazz.eu

Introduction

Les membres du réseau AJC programment des concerts de jazz et de musiques improvisées dans le cadre de projets culturels citoyens et innovants depuis 1993. Réunis autour d'une charte qui cimenter leur action, les adhérents du réseau s'engagent dans la création, la diffusion et la médiation de projets artistiques représentatifs du jazz d'aujourd'hui. La diversité du réseau qui fédère aujourd'hui festivals, clubs, scènes nationales, scènes conventionnées, théâtres et centres culturels permet une large irrigation du territoire propice au développement de carrières d'artistes français, européens et de jeunes talents en particulier.

Pour réaliser concrètement leurs objectifs dans le souci de l'intérêt général, les adhérents d'AJC entreprennent un travail permanent et approfondi durant l'année : organisation de festivals, programmation de saisons culturelles, action culturelles et action d'éducation artistique en milieu urbain, péri-urbain ou rural, accompagnement des pratiques amateurs... Les lieux et les festivals du réseau mettent au cœur de leur action, la recherche et le développement des publics, la structuration du territoire et l'aide à la création et visent à maintenir une exigence de pluralité et de qualité artistique pour ainsi éviter l'écueil de l'uniformisation des propositions culturelles.

Historiquement, le jazz est une musique de rencontres, d'enrichissements mutuels suscités par les dialogues sans cesse renouvelés entretenus avec les musiques du monde, les musiques actuelles, la musique classique et contemporaine. Cet axiome est essentiel à la compréhension de ce genre musical. Au fil des années, le jazz a toujours dans le même temps conservé une certaine éthique et un aspect innovant, une liberté par rapport aux modes, aux contraintes du marché. Cette démarche introspective et critique lui a permis de demeurer ouvert et visionnaire. Et c'est cette ouverture, cette polymorphie, cette capacité d'innovation et ce regard critique qu'ont choisi de soutenir, défendre, promouvoir les adhérents du réseau AJC.

Cette richesse historique, artistique et culturelle doit pourtant se confronter à des conditions économiques dégradées par l'effondrement du secteur du disque, la disparition de nombreux labels et structures de production, la fragilisation de la presse spécialisée, l'uniformisation des offres culturelles, et l'absence quasi totale du jazz et des musiques improvisées sur les grands médias et scènes généralistes. Ceci entraîne une perte de visibilité très dommageable pour le jazz comme pour toutes les musiques dites « de niche » ou savantes.

En outre, alors que la France jouit d'un maillage de salles et d'équipements très conséquent, sans doute sans réel équivalent en Europe - entre les scènes nationales, les scènes conventionnées, les théâtres de ville, les lieux labellisés SMAC, les festivals, les lieux privés, les bars... - les artistes de jazz et de musiques improvisées rencontrent trop de difficultés à jouer leurs musiques, à rencontrer les publics. Ils sont pourtant chaque année de plus en plus nombreux, particulièrement bien formés, grâce aux politiques publiques menées depuis une trentaine d'années au sein des conservatoires, des écoles de musique et des écoles associatives.

Ce sont ces raisons, ces difficultés qui justifient l'engagement, plus que jamais nécessaire des adhérents AJC dans la promotion et la diffusion du jazz en France. Ils portent des projets en lien direct avec les artistes, les diffusent, produisent des disques, assurent une promotion acharnée de ces musiques, le tout dans une volonté de recherche du bien commun. La quasi intégralité du secteur du jazz et des musiques improvisées relève donc de logiques clairement distinctes de celle des grands acteurs de l'industrie musicale. Comprendre cet écosystème ne peut s'envisager par la simple appréciation de données économiques ou de statistiques de fréquentation mais doit s'inscrire dans une réflexion historique, artistique, culturelle, globale capable de tenir compte de l'histoire de ces musiques, de ses intégrations territoriales et de sa diversité tant esthétique que structurelle.

C'est dans cette même logique que ce document doit se lire et s'entendre. Celui-ci ne peut être déconnecté de l'écosystème dans lequel sont insérés les adhérents du réseau AJC et les résultats affichés doivent être analysés en lien avec ce secteur et la place de structures de diffusion proactives, volontaires et investies dans la recherche d'un modèle citoyen de service public de la culture. Nos structures sont créatrices d'emploi et de richesse, fédèrent des publics et sont facteurs de synergie entre les différents acteurs du territoire. Elles sont les principaux moteurs de la création musicale dans le domaine du jazz aujourd'hui en région, en France et au plan européen. Mais elles représentent un modèle qui nécessite toujours plus d'attention des pouvoirs publics et qui doit se situer au cœur des politiques publiques de la culture, rappelant par exemple, l'importance des financements croisés, la nécessité d'asseoir des projets sur le long terme. Des équipes réduites et fragilisées, des soutiens moins affirmés sont autant de facteurs qui pourraient facilement rompre des équilibres fragiles pour les structures que nous représentons et qui doivent interroger la nécessité d'installer une politique culturelle affirmée à l'égard de nos projets et actions les plus marquants.

Le jazz favorise les échanges, éduque et émancipe, produit du lien social et assure une richesse et une diversité qui sont d'indispensables ressources. Il ne peut être pensé en terme purement comptable, mais il doit être entendu pour l'impact de son action, sa place dans l'histoire comme pour sa pertinence sociétale. Et c'est ce à quoi se sont engagés les membres du réseau AJC depuis plus de 25 années désormais.

Sommaire

Introduction.....	2
Sommaire	4
Le Réseau AJC	6
L'enquête – la méthode	7
Les membres AJC	8
Quelques chiffres.....	9
Des festivals, des lieux	10
Répartis sur ensemble du territoire.....	10
Des projets principalement portés par des associations	11
Implantés de longue date	12
Ne bénéficiant que très peu d'une labellisation.....	13
Des structures engagées	14
Les activités des membres d'AJC	17
Quelques chiffres.....	18
La pluriactivité des structures	19
Une programmation ouverte	21
Une très large programmation d'artistes français.....	22
Touchant un large public.....	25
Gratuit/Payant.....	26
Un souhait partagé d'une politique tarifaire abordable	27
Une forte activité autour du processus de création et des actions culturelles	28
Emplois et ressources humaines	31
Quelques chiffres.....	32
L'emploi permanent au sein du réseau AJC	33
Emploi artistique et technique	35
Bénévolat/stagiaire et service civique	36
Les budgets	37
Quelques chiffres.....	38
Les charges.....	39
Répartition générale	40
Répartition entre engagement et cession	42
Les produits.....	43
Principaux postes en 2016.....	43
Répartition des financements publics	46
Répartition des aides des sociétés civiles et/ou organismes professionnels.....	48
Répartition des ressources propres.....	50
La méthode de l'OPP.....	53
Contacts	53



Le Réseau AJC

Né en 1993, le réseau AJC est d'abord un collectif de près de 70 diffuseurs (festivals, clubs, scènes labellisées, etc.) défendant une programmation réfléchie, construite sur une idée militante et progressiste du jazz : contemporain, créatif, généreux, volontiers métissé et dont le propos s'inscrit dans le cadre de projets culturels affirmés et citoyens.

Maillage culturel du territoire, recherche de nouveaux publics, actions artistiques, soutien à la création, mais aussi à la jeune création ; autant d'engagements que prennent les membres du réseau AJC, transformant leurs responsables en acteurs culturels, au réel positionnement militant.

Ces acteurs se retrouvent autour de pratiques communes qui les fédèrent en créant une identité collective que traduit ainsi la Charte d'AJC :

- Direction artistique libre et indépendante
- Engagement en faveur de projets inédits
- Engagement pour le jazz actuel et les musiques de création
- Soutien à l'émergence et à la circulation des artistes
- Travail sur le territoire et recherche de nouveaux publics
- Implication dans des actions de coopération internationales

AJC est un lieu unique situé au carrefour des logiques de production, d'éducation, de diffusion et de promotion du jazz français dans sa diversité. Il est aujourd'hui le premier réseau français de jazz et des musiques improvisées, s'attachant à défendre et promouvoir une musique entre tradition et création, improvisation et interprétation, qui n'a de cesse de se réinventer depuis plus de cent ans.

AJC est aujourd'hui :

- Un lieu de maillage, soucieux d'une présence sur l'entièreté du territoire, au contact de ses adhérents,
- un pôle-ressources, donnant à voir et comprendre le secteur grâce à l'Observation Participative et Partagée et offrant une information politique, législative, artistique à ses adhérents,
- un espace de représentation valorisant l'activité de ses membres auprès des pouvoirs publics et des partenaires professionnels,
- un temps de réflexion collective avec nos membres et nos différents partenaires professionnels,
- un réseau d'actions pour participer à une meilleure circulation des musicien-ne-s dans le cadre de coopérations nationales et internationales

L'enquête – la méthode

AJC s'est toujours donné les moyens de travailler à différentes études et enquêtes auprès du monde du jazz. Nous avons ainsi créé en compagnie de France Festivals, Zone Franche et Futurs Composés, la Coordination Nationale des Festivals en 2009, avec laquelle nous avons participé à l'enquête Festudy. Nous avons travaillé sur différentes études portées par le CNV et bien entendu, participé au Groupe de Travail Jazz avec le Ministère de la Culture, parmi d'autres sujets.

Partant du constat que notre réseau manque d'informations sur lui-même, a été mise en place en 2016 une première enquête d'envergure sur le réseau. L'objectif de ce travail était d'une part, de combler ce manque et d'autre part, de permettre à nos adhérents d'accéder à une meilleure connaissance de leur réalité.

Pour ce faire, nous avons développé un questionnaire puis travaillé à la collecte des données, poursuivant le principe de l'observation participative et partagée. Ce principe développé par la FEDELIMA, transformé en outil avec GIMIC, a pour objectif, entre autres, d'acquérir une connaissance des données socio-économiques du secteur culturel, de comparer et échanger avec d'autres secteurs d'activités ou d'autres territoires mais aussi d'accompagner la décision publique et l'évaluation grâce à la connaissance et à l'analyse. Autour d'une définition collective de l'observation, d'une grille de questionnements (s'appuyant sur de nombreuses enquêtes passées), nous disposons aujourd'hui d'analyses chiffrées sur différents sujets tels que : l'emploi, les publics, les masses budgétaires, etc.

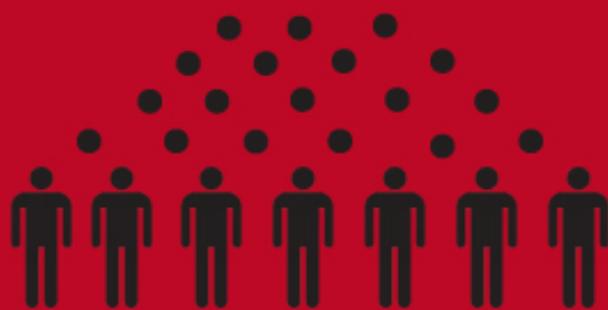
Ce questionnaire, d'une centaine de questions, a été envoyé au réseau en juin 2017 et portait sur les données 2016. Les réponses ont été collectées jusqu'à octobre 2017. Aujourd'hui, le réseau a largement répondu présent puisque nous pouvons afficher un taux de réponse de 80% (soient 48 répondants sur les 60 membres français d'AJC interrogés à l'époque).





Les membres d'AJC

Quelques chiffres



73

adhérents

43 festivals

21 lieux

ainsi que **9** adhérents européens

24 ans d'existence en moyenne

94% sont des associations loi 1901

35% sont syndiqués

33% sont impliqués dans des réseaux
et/ou organisations professionnelles
à vocation nationale (hors AJC)

70% sont impliqués dans des réseaux
et/ou organisations professionnelles
à vocation locale ou/et régionale

21% sont labellisés par l'Etat
(SMAC, Scènes Nationales, etc)

Des festivals, des lieux

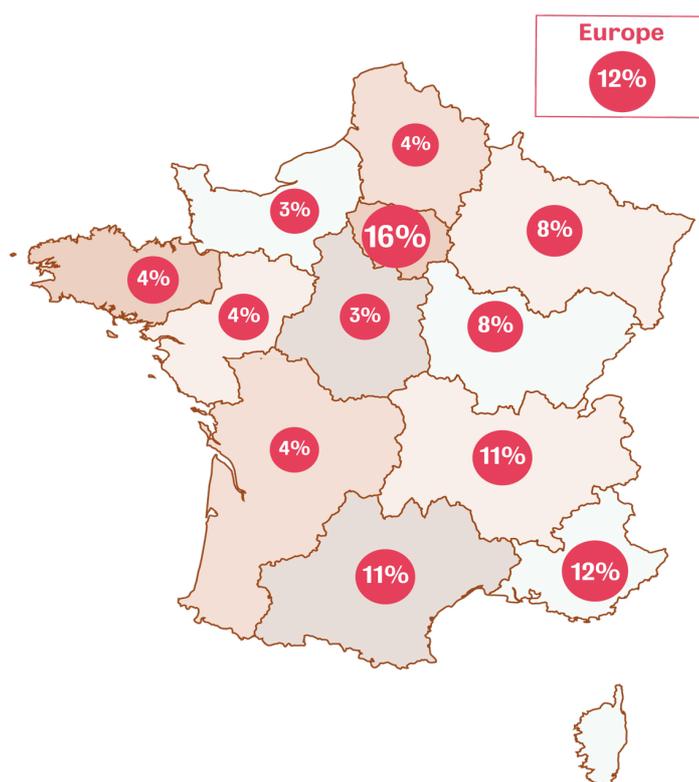
En janvier 2013, l'AFIJMA (Association des Festivals Innovants en Jazz et Musiques Actuelles), fondée en 1993, s'est ouverte à l'ensemble des structures de diffusion de jazz (festivals, scènes conventionnées et nationales, théâtres, centres culturels, clubs) qui partagent ses objectifs et valeurs, sous le nom d'AJC (Association Jazzé Croisé). Le réseau AJC est d'abord **un collectif de diffuseurs défendant une programmation réfléchie, construite sur une idée militante et progressiste du jazz** : contemporain, créatif, généreux, volontiers métissé et dont le propos s'inscrit dans le cadre de projets culturels affirmés et citoyens.

Au 1^{er} janvier 2018, le réseau réunit **73 adhérents incluant : 43 festivals, 21 « lieux » ainsi que 9 adhérents européens**, partenaires de longue date d'AJC. Nos adhérents participent d'un plus large maillage territorial et sont des partenaires essentiels dans la vie – production, diffusion, promotion - de ces musiques et des espaces de rencontres essentiels.

Répartis sur ensemble du territoire

Les adhérents du réseau AJC sont **présents sur quasiment tout l'ensemble du territoire français**. Certaines disparités sont cependant à noter entre des régions où une forte proportion d'adhérents est présente telles qu'Auvergne-Rhône-Alpes, Provence-Alpes-Côte d'Azur et d'autres, telles que Nouvelle Aquitaine et Centre-Val de Loire où nous avons moins d'adhérents.

Difficile de préjuger des raisons de ces disparités mais nous pouvons faire valoir la forte et historique présence du jazz dans des régions telles que PACA ou Auvergne-Rhône-Alpes. En outre, certains territoires, comme Occitanie ou Bourgogne-Franche-Comté ont fortement bénéficié d'un important travail de réseaux régionaux au fort pouvoir structurant. La présence d'AJC dans 7 pays européens (Italie, Allemagne, Grande Bretagne, Suisse, Belgique, Finlande, Luxembourg) doit s'entendre au vu des nombreux partenariats européens que nous avons mis en place.

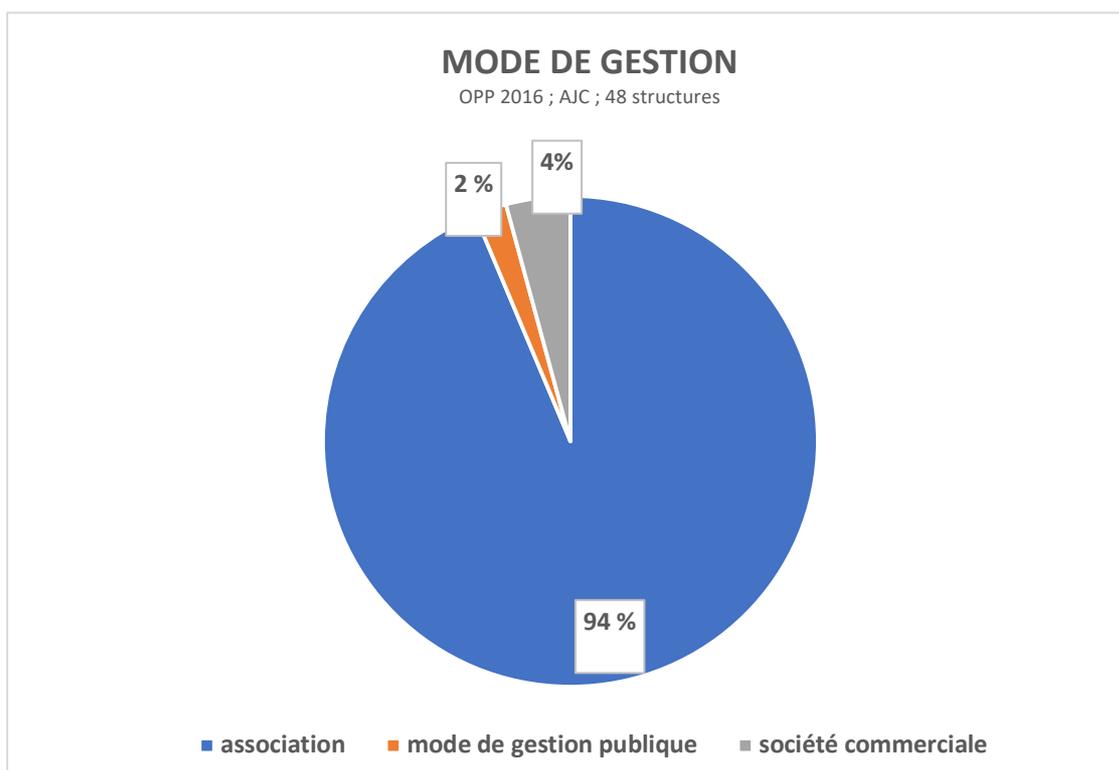


Des projets principalement portés par des associations

94% des projets sont portés par des associations loi de 1901. Cette importante proportion permet de resituer AJC dans un contexte historique, celui du réseau comme du jazz en France.

L'AFIJMA était en effet exclusivement constitué d'associations lors de ses premières années, comme d'ailleurs une très large partie des acteurs culturels en France et ce, même encore aujourd'hui. L'étude « Festivals de musique(s) – Un monde en mutation¹ », parue en 2013, faisait valoir que 88% des festivals français recouraient au système associatif – chiffre très proche de ce que nous avons enregistré. Le système associatif associe la possibilité de percevoir différentes subventions à une certaine capacité d'adaptation, permettant de compenser par exemple rapidement des baisses provisoires de ressources.

Les **6% restants représentent de plus récentes formes de structuration** telles que les Sociétés Coopératives – SCOP - héritées d'une réflexion plus globale sur l'Économie Sociale et Solidaire, nouvelles manières de développer une activité artistique et culturelle, ou encore des modes de gestion publique tels que des régies directes ou des EPCC, structuration assez fréquente au sein des Scènes Nationales, dont plusieurs ont récemment rejoint AJC.



¹ Festivals de Musique(s) – Un monde en mutation. Une comparaison internationale – parution chez Michel de Maule - 2013

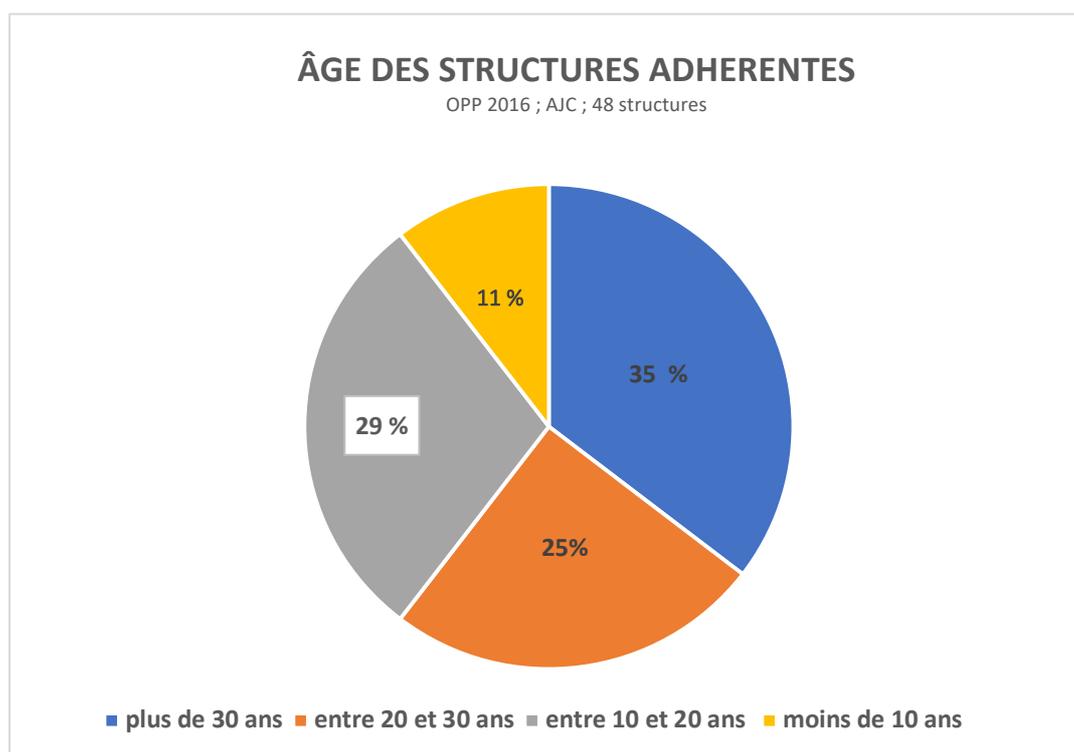
Implantés de longue date

L'âge moyen des structures adhérentes est de 24 ans, soulignant leur capacité à installer durablement leurs projets et leur réussite dans l'établissement d'un travail au long cours sur un territoire donné. Nous pouvons noter que cette capacité à durer est partagée par plus d'un tiers des adhérents, tous âgés de plus de 30 ans, marquant le bagage, l'expérience ainsi que le degré de consolidation des projets.

L'installation de lieux comme de festivals de jazz sur de nombreux territoires avant même la reconnaissance « officielle » de cette musique, dès les années 1980 (Crest Jazz Vocal, Europa Jazz, Banlieues Bleues, Jazz sous les Pommiers, l'AJMI, etc.) est manifeste au vu de la large proportion d'adhérents de plus de 30 ans et rappelle à l'antériorité de ces acteurs et au rôle moteur qu'ils ont eu à cette époque.

Dans une même logique, ce sont 25% des adhérents qui ont entre 20 et 30 ans, situant donc leur naissance dans la grande expansion des politiques culturelles des années 1990.

A contrario, seulement plus de 10% des structures adhérentes ont moins de 10 ans d'existence, soulignant certainement la difficulté actuelle de créer un projet de diffusion pour le jazz et les musiques improvisées.

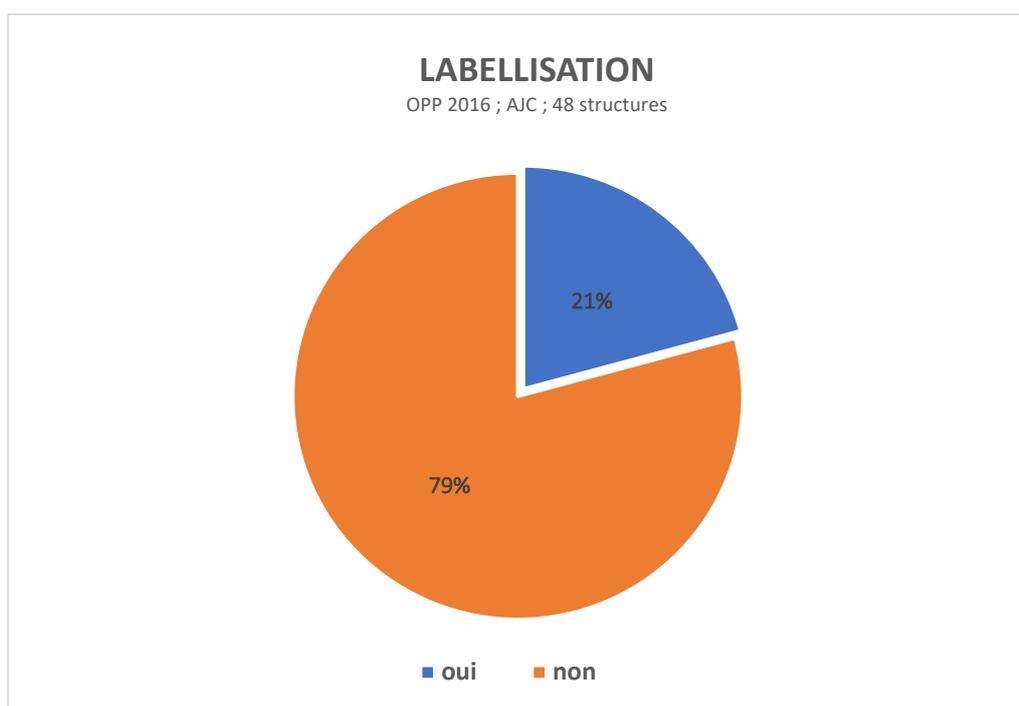


Ne bénéficiant que très peu d'une labellisation

Il n'existe pas de labellisation par le Ministère de la Culture pour les festivals en France ; dès lors, il est logique de constater qu'**uniquement 20% des adhérents disposent d'un label d'État** puisqu'historiquement, notre réseau repose sur des festivals et qu'ils constituent aujourd'hui encore près de 60% des adhérents.

Les 20% de structures labellisées sont en très grande partie des Scènes de Musiques Actuelles (60%) ou des Scènes Nationales. Les Scènes de Musiques Actuelles (SMAC), membres d'AJC, constituent les seules structures labellisées Scènes de Musiques Actuelles à tendance Jazz, reconnues et soutenues par l'État depuis quelques années maintenant. L'ouverture du réseau à des projets « non-festivaliers » depuis 2013 explique cette entrée de structures bénéficiant d'une labellisation et donc l'entrée politique qui en découle.

Ces données questionnent la reconnaissance institutionnelle accordée aux festivals par l'État, soulignée par le rapport Cohen sur les festivals paru en 2016² et relancée par le choix de la Ministre Françoise Nyssen de nommer un interlocuteur, en la personne de Serge Kancel, au sein du Ministère de la Culture sur la question des festivals³. En effet, une large partie des structures festivalières sont en attente d'une politique forte de l'État en faveur de ces projets artistiques, culturels et territoriaux.



²<http://www.culturecommunication.gouv.fr/Presse/Archives-Presses/Archives-Communiquees-de-presse-2012-2017/Annee-2016/Remise-du-rapport-de-Pierre-Cohen>

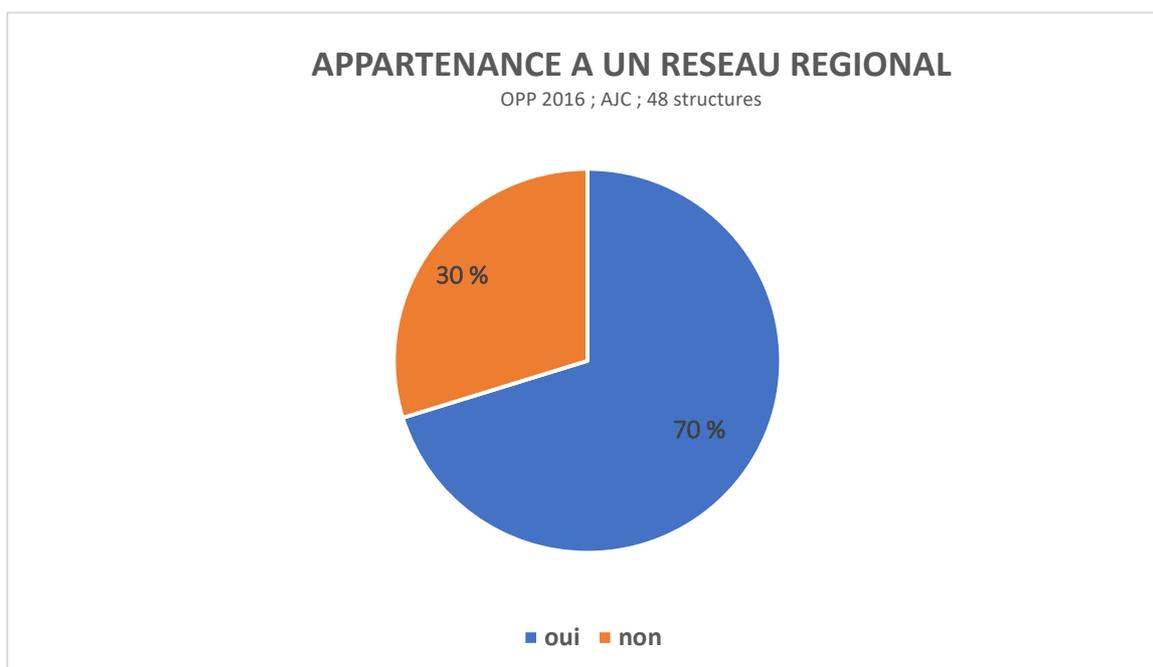
³ <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Actualites/Festivals-une-dynamique-a-preserver>

Des structures engagées

La coopération est souvent considérée comme une dimension essentielle au sein du monde de la culture et les adhérents AJC ne font pas exception, cassant une image dépassée de structures arc-boutées sur leur indépendance artistique et fonctionnelle.

Principalement dans des réseaux régionaux

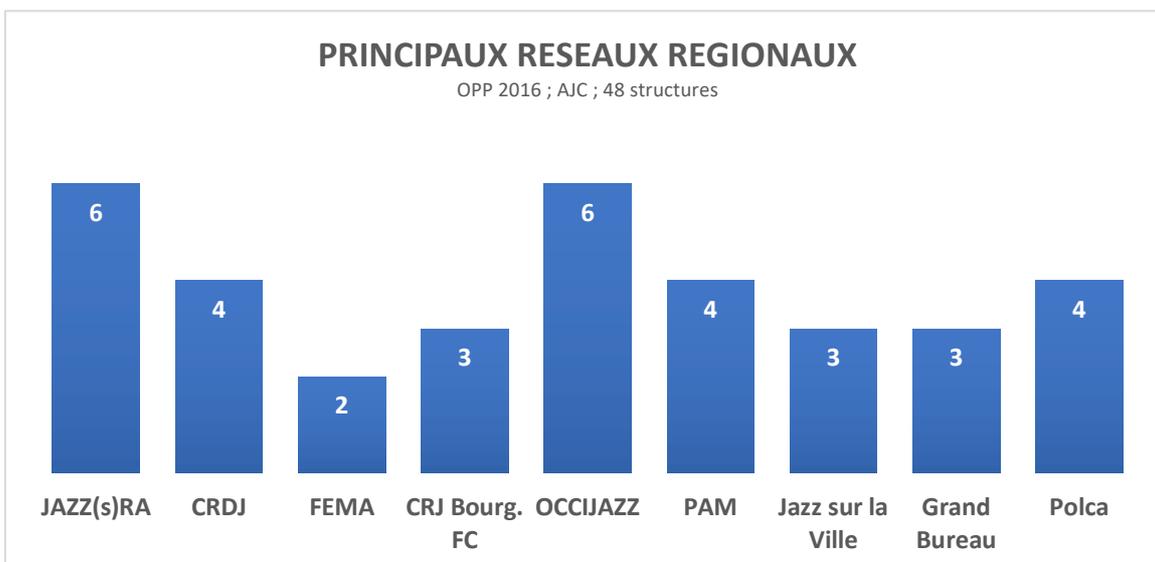
70% des membres d’AJC appartiennent à un réseau local ou régional et s’y impliquent régulièrement, soulignant par la même l’importance de la notion de territoire pour ce réseau qui s’est construit suivant cette philosophie déjà mentionnée dans les Cahiers de l’AFIJMA en 2007 : « *Les adhérents souhaitent contribuer à la réduction des inégalités en matière d’accès à la création jazzistique. La démarche d’action culturelle qu’ils ont adoptée intègre la composante territoriale* ».



L’importance des coopérations que les adhérents nouent au niveau territorial soulignent la place que ceux-ci souhaitent s’attribuer et leur capacité d’implication dans leur zone géographique respective ⁴.

C’est ainsi, dans le partage et la mutualisation des expériences au niveau local et/ou régional, dans la capacité d’identification de partenaires territoriaux, et dans la recherche d’une complémentarité des actions engagées que doit se comprendre cet engagement dans ces réseaux, pour la plupart d’ailleurs spécialisés « jazz ».

⁴ Quelques précisions sur les réseaux en question. Jazz(s)RA : Auvergne-Rhône-Alpes, CRDJ : Pays de la Loire, FEMA : Bourgogne Franche-Comté, PAM : Provence Alpes Cote d’Azur, Jazz sur la Ville : Marseille et alentours, Grand Bureau : Auvergne-Rhône-Alpes, POLCA : Champagne Ardennes , OCCIJAZZ : Réseau Occitanie

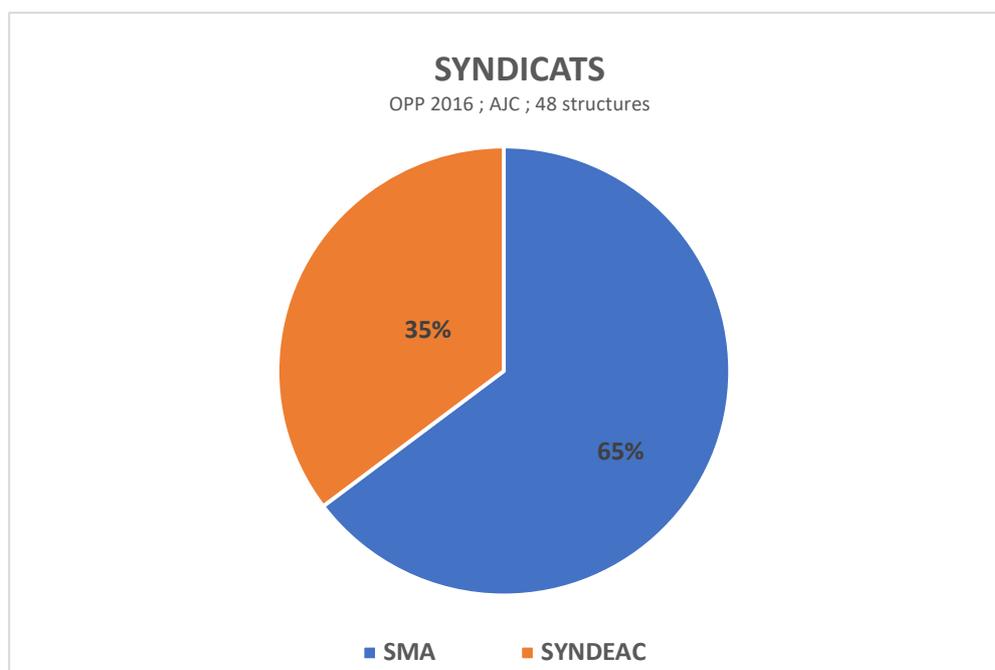


Mais de manière moindre au niveau syndical et au sein des réseaux nationaux

La proportion d'**adhérents syndiqués (35%)** comme celle d'**adhérents membres de réseaux professionnels autres que AJC (33,5%)** est moindre comparativement aux chiffres présentés auparavant sur l'engagement territorial mais reste important.

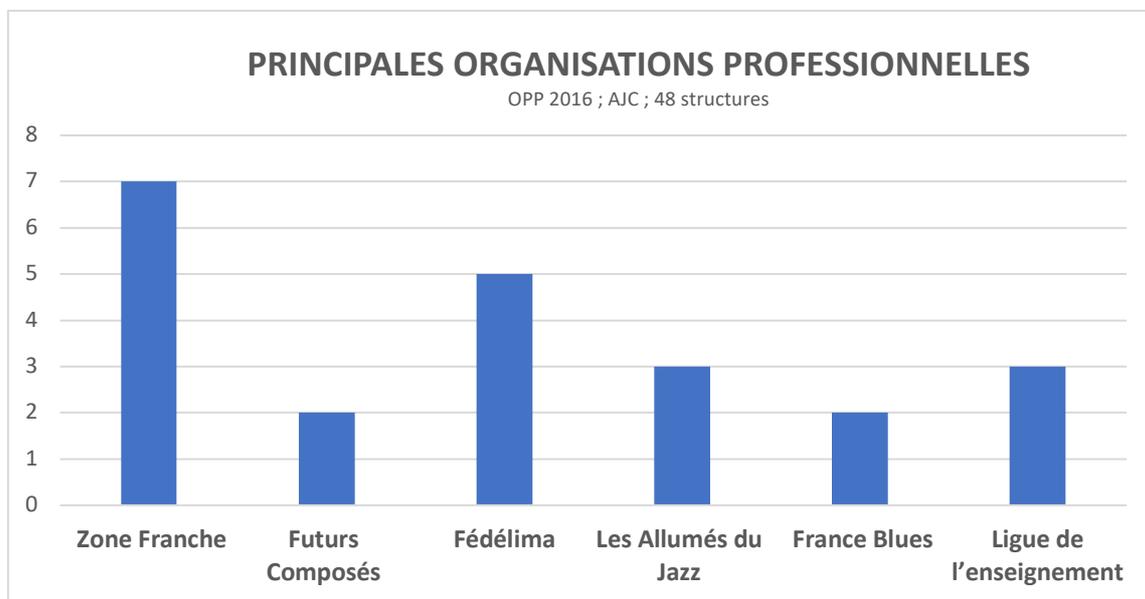
Au niveau syndical, 65% des structures syndiquées appartiennent au SMA, soulignant par la même l'entrée des structures labellisées SMAC au sein du réseau, dans une corrélation assez évidente. Historiquement, les quelques membres d'AJC (et de l'AFIJMA) appartenant à une organisation syndicale étaient membres du SYNDEAC.

De manière générale, l'investissement syndical des adhérents souligne l'intérêt porté à la construction des politiques interprofessionnelles au sein des instances de représentation professionnelles.



33,5% des adhérents appartiennent à un réseau ou à une organisation professionnelle nationale, autre qu'AJC.

Plusieurs d'entre eux cherchent dans ces organisations une ouverture esthétique avec des réseaux tels que Zone Franche, France Blues, Futurs Composés. D'autres peuvent ainsi souhaiter participer, entre autres, à des réflexions liées aux logiques de « lieu » avec la FEDELIMA ou souligner leurs multi-activités en adhérant à des structures telles que les Allumés du Jazz, réseau de producteurs phonographiques indépendants à tendance jazz.



Seulement 18,7% des adhérents appartiennent à la fois à un syndicat et à une organisation professionnelle à vocation nationale.

Le réseau œuvre régulièrement à éveiller une prise de conscience des adhérents sur ces sujets d'importance et continue d'entretenir de solides relations avec de nombreuses fédérations professionnelles et des syndicats. Au vu des équipes resserrées de nombreux adhérents, cet investissement supplémentaire n'est pas négligeable, que cela porte sur des réflexions régionales, nationales ou syndicales.



Les activités des membres d'AJC

Quelques chiffres

7 activités en moyenne
(diffusion, accompagnement,
actions culturelles, conférences)

Une programmation ouverte à de nombreux
genres musicaux



7 757 musicien.ne.s de jazz programmé.e.s en 2016

soit **165** en moyenne

6 042 artistes français

Près de **600 000**
personnes touchées

12 643 en moyenne

14,5 euros

prix moyen d'un billet plein tarif

84% des adhérents

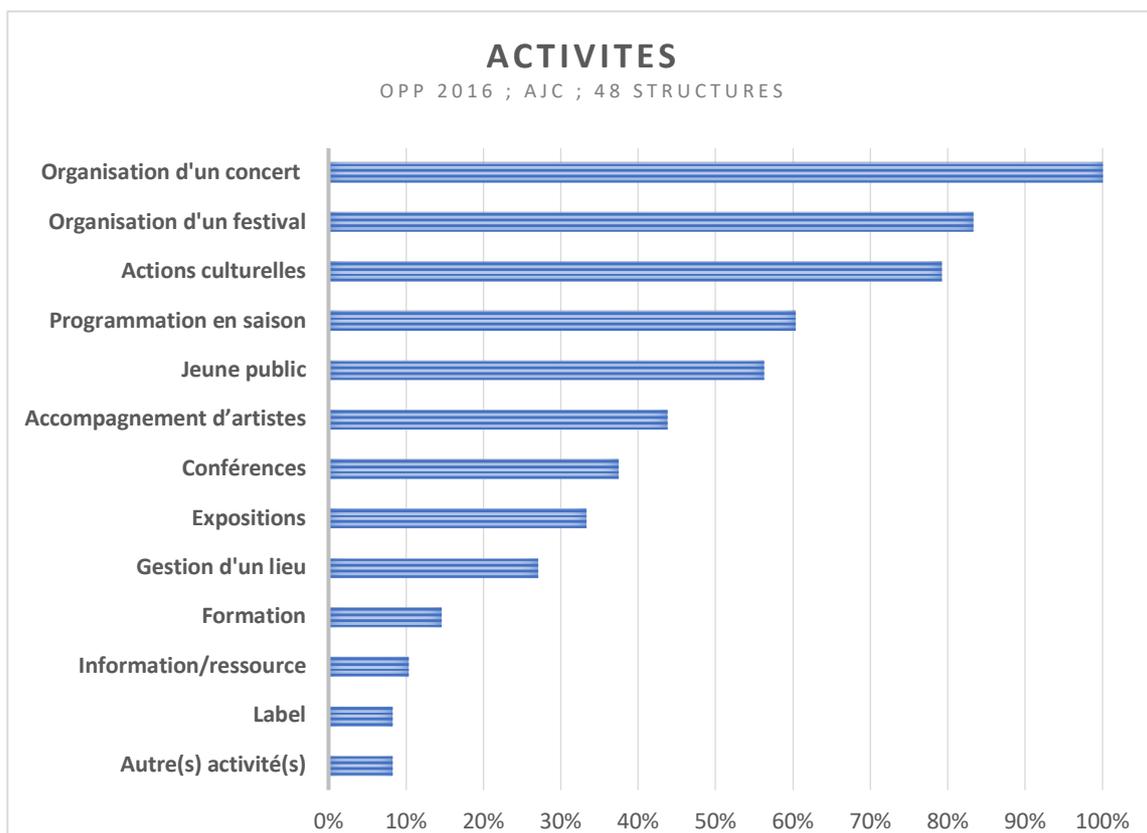
impliqués dans la mise en place d'actions culturelles

La pluriactivité des structures

Bien que la **programmation et l'organisation de concerts demeurent le cœur de métier des adhérents AJC**, cette activité s'intègre dans une dynamique beaucoup plus large et variée. Les activités hors programmation concernent très largement au sein d'AJC et permettent d'entretenir un lien avec le public, à nouer des partenariats territoriaux, à poursuivre des objectifs d'élargissement des publics ou à soutenir la création et la formation artistique.

On recense ainsi **plus d'une dizaine d'activités et/ou services proposés par les structures adhérentes au réseau AJC**. L'accompagnement d'artistes, le montage d'actions culturelles, le travail auprès du jeune public sont intégrés au projet de beaucoup de structures depuis de nombreuses années.

Pour certains l'engagement dans la production comme dans l'édition phonographique doit permettre de distinguer les adhérents d'AJC d'autres structures de diffusion. En effet, cet investissement souligne le rôle double des membres d'AJC, à savoir producteur/diffuseur. D'autres entrées telles que l'organisation de conférences, d'expositions, la mise en place de formations soulignent le souhait des adhérents AJC d'être considérés hors du simple cadre de diffuseurs.



Cette pluriactivité des adhérents est encore plus forte pour les lieux, qui proposent en moyenne 7 activités là où un festival n'en propose que 4,5 en moyenne.

Deux grandes tendances, observées par le passé dans d'autres études, se confirment : à savoir que 46% des lieux programment et organisent des « festivals » tandis que près de la moitié des festivals du réseau se « saisonnalisent » et programme hors du temps festivalier.

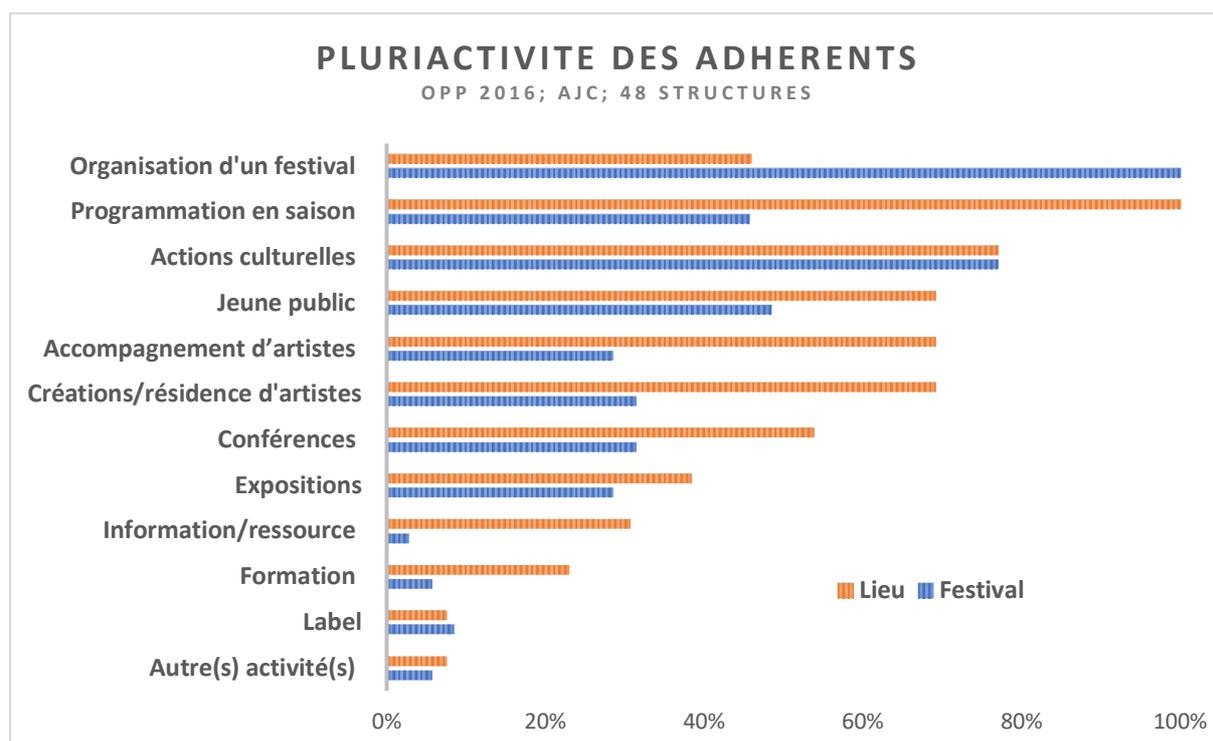
Mobilisation des lieux autour de la création et l'accompagnement d'artistes

Nous pouvons également constater la forte implication des lieux autour des créations/résidences d'artistes et de l'accompagnement d'artistes (activités que nous pouvons relier tant elles sont souvent inextricables). Ils sont ainsi plus de 69% à pratiquer ces activités, là où les festivals sont environ 30% à le faire.

La gestion d'un lieu, comme la labellisation Scènes de Musiques Actuelles (SMAC) dont le cahier des charges incite à la mise en place d'un accompagnement d'artistes au sein des SMAC peut en partie expliquer cette différence notable entre lieux et festivals. Il est cependant à noter que sans cahier des charges équivalent et sans moyens spécifiques, les festivals sont nombreux à s'être engagés dans ce travail d'accompagnement d'artistes.

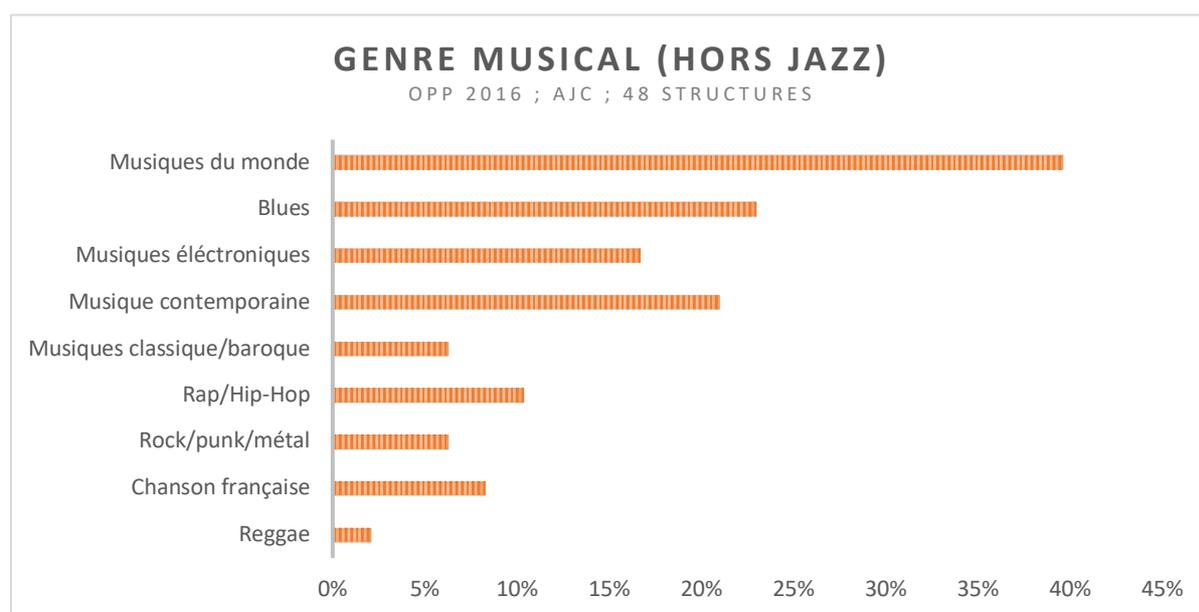
Des festivals hors de leur registre habituel

Les activités parallèles portées par les festivals permettent aussi de faire exister le festival sur une durée plus importante, modifiant son image réduite à un espace et à un temps uniquement consacré à la diffusion et inscrivant son action dans un autre registre. 75% des festivals AJC portent ainsi des actions hors-programmation en travaillant à la résidence et à l'accompagnement d'artistes, au montage de conférences, d'expositions souhaitant créer un format plus participatif et plus présent.

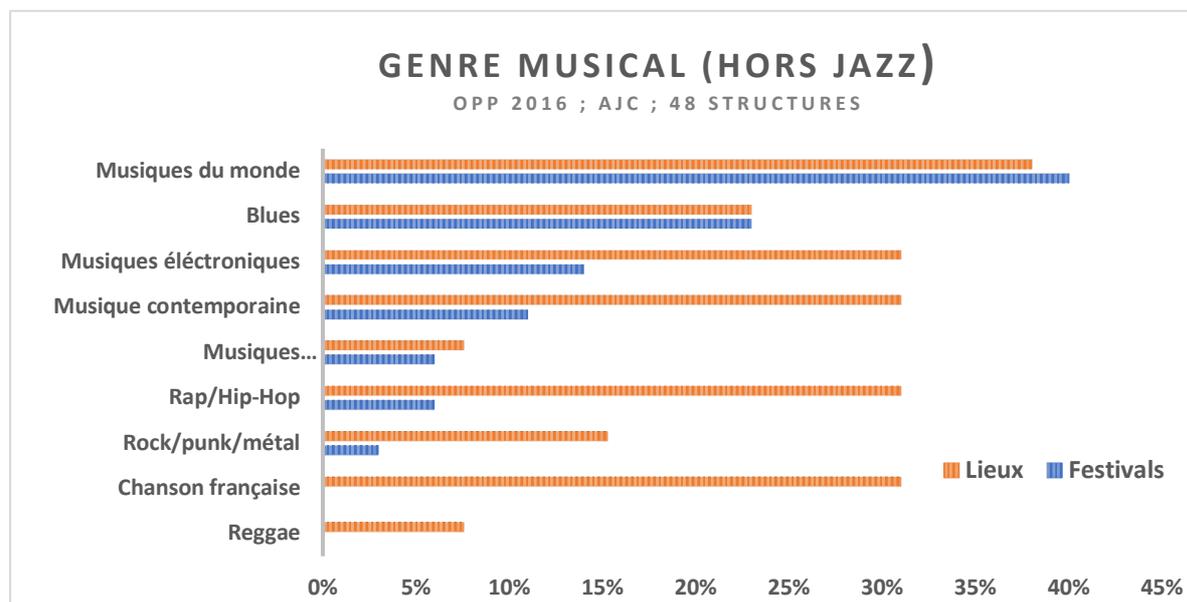


Une programmation ouverte

Si 100% des structures programment du jazz, nous pouvons constater une large ouverture à d'autres esthétiques musicales notamment les musiques du monde, le blues ou encore la musique contemporaine et dans l'ensemble à plus de 8 genres musicaux différents soulignant le souhait des adhérents de décloisonner leur programmation et diversifier les styles musicaux, situant par exemple le jazz comme une entrée vers d'autres genres.



Cette ouverture varie fortement entre lieux et festivals. Les lieux, pour la très grande majorité ouvrent leur programmation au champ des musiques actuelles (chanson française, musiques électroniques rap/hip-hop, etc.) mais aussi à la musique contemporaine alors que les festivals concentrent leur programmation avant tout sur le jazz, le blues et les musiques du monde (proportions partagées sur ces esthétiques entre festivals et lieux). Cette volonté d'ouverture aux autres esthétiques doit être vue comme un engagement militant en faveur d'une réelle diversité musicale.



Une très large programmation d'artistes français

7757 musicien·ne·s de « jazz »⁵ se sont produits en 2016 sur les scènes des 48 adhérents/répondants, soit une moyenne de 165 artistes et une médiane à 119 artistes par adhérent, faisant du réseau AJC une des plus importantes sources d'emploi pour les musicien·ne·s de jazz en France. La diversité dans l'offre musicale, analysée auparavant se retrouve aussi dans l'origine géographique des artistes.

Nombre de musicien·ne·s accueilli.e.s

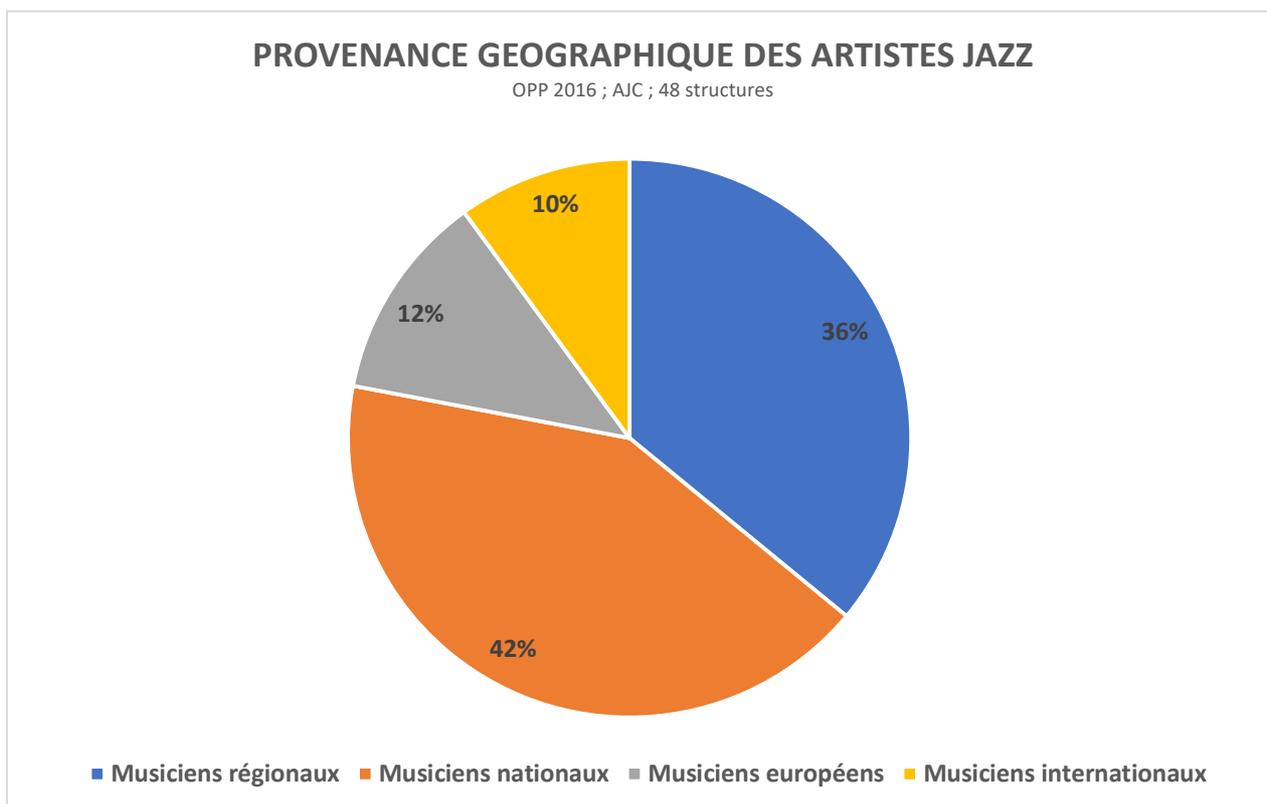
	Festivals	Lieux	Total
Valeur minimale	18	39	
Valeur maximale	993	301	
Moyenne	176	133	
Médiane	119	45	
Somme	6 163	1 594	7 757
Artistes régionaux	2 231	566	2 797
Artistes nationaux	2 534	711	3 245
Artistes européens	723	171	894
Artistes internationaux	678	120	798

Un engagement auprès des musicien·ne·s de jazz français

C'est un pari engagé par l'AFIJMA et ses adhérents, il y a plus de 25 ans, que de soutenir et mettre en valeur la création française dans leurs programmations. Cet engagement fort en faveur du jazz français est toujours d'actualité aujourd'hui, soulignant la portée de cet engagement pris il y a 25 ans qui anime toujours les membres du réseau.

⁵ Les chiffres présentés ne tiennent compte que des artistes « jazz » programmés.

Ce sont ainsi **6042 musicien-ne-s français.e.s** qui traversent les scènes des adhérents AJC. Un découpage supplémentaire permet de souligner une très forte présence d'artistes régionaux dans les programmations des membres du réseau AJC, ce qui confirme dans le même temps la volonté d'inscription sur le territoire de chacun de nos membres. Exprimé dans notre charte, cela se manifeste par la mise en place de réflexions et fonctionnement territoriaux comme aperçus auparavant mais cela peut aussi prendre la forme d'une programmation régionale intense, en témoignent ces quelques chiffres.



Une ouverture européenne et internationale

Le réseau AJC, dont l'engagement européen et international s'exprime dans la charte qui unit les adhérents « Implication dans des actions de coopération et d'échanges internationaux » programme ainsi **894 artistes européens chaque année et 798 artistes hors Europe.**

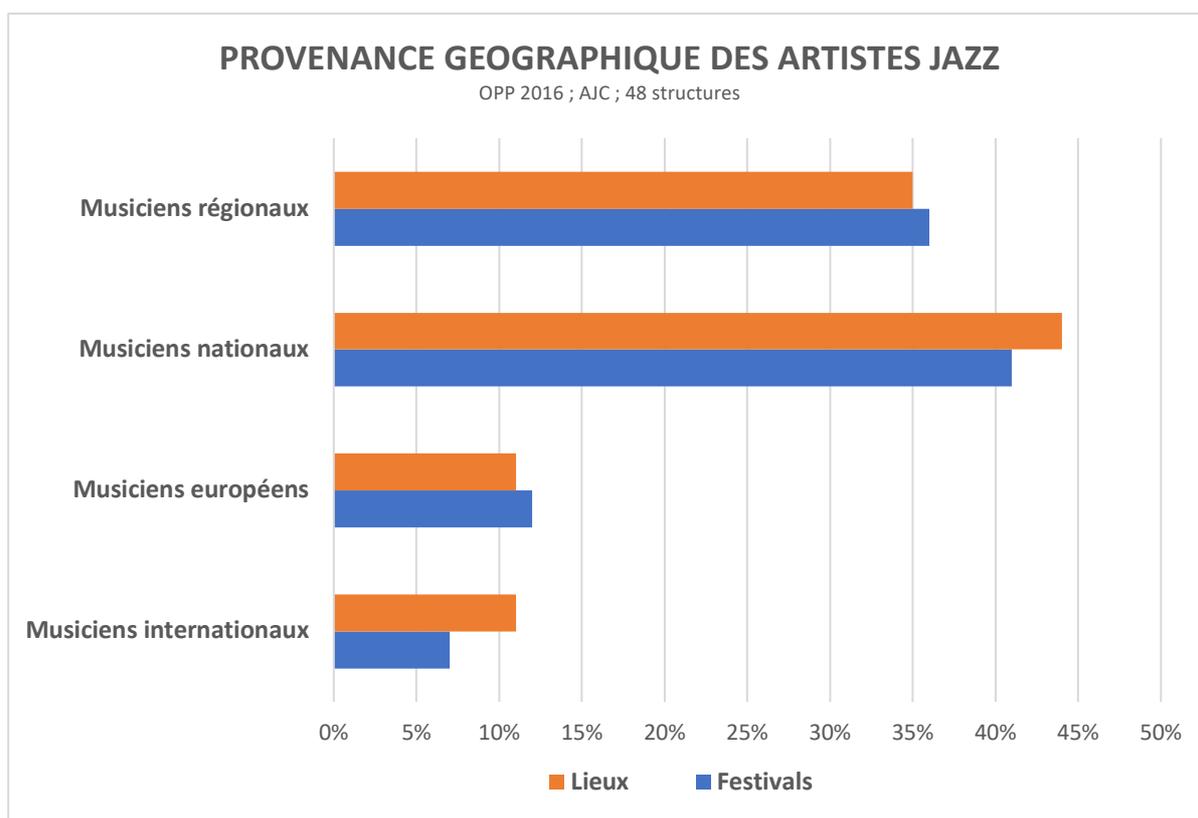
Cela reflète un engagement fort du réseau qui s'est manifesté collectivement par la mise en place de nombreux projets de coopération à l'échelle du réseau depuis près de 25 années (Autriche, Pays-Bas, Belgique, Pays Scandinaves, Grande Bretagne, Italie, Allemagne, etc.) et qui irriguent chacun la programmation des festivals et lieux du réseau AJC.

Des logiques similaires entre festivals et lieux

Les données sont relativement similaires entre festivals et lieux en proportion quant à la provenance des musicien·ne·s Jazz programmé·e·s. Seule une différence mineure apparaît sur la question des artistes internationaux (hors-Europe) sans que celle-ci ne soit très significative. Cette proximité souligne l'homogénéité du réseau AJC depuis son ouverture aux lieux, la volonté partagée de logiques communes entre festivals issus de l'AFIJMA et les nouveaux adhérents du réseau depuis 2013.

Cette répartition géographique témoigne d'un subtil dosage des programmeur·rice·s entre objectifs artistiques et culturels, enjeux de territorialisation, financement des structures et dans la gestion de la dualité enracinement et volonté de rayonnement.

Il importe cependant de noter que la diffusion festivalière est la plus déterminante dans l'ensemble de la diffusion au sein du réseau AJC avec près de 80% des artistes programmés par les festivals. Ce constat, somme toute logique, est aussi notifié par le CNV, toute proportion gardée dans son étude 2016 sur la diffusion, mettant en avant que « *certaines genres sont plus fréquemment diffusés dans un contexte festivalier. C'est le cas pour les Musiques du monde et le Jazz, blues et musiques improvisées...* »⁶.



⁶ <http://www.prodiss.org/sites/default/files/atoms/files/elementstatidifspec2015.pdf>

Touchant un large public

La question des publics est une préoccupation majeure des organisateurs de concerts et est cruciale dans ce champ musical qu'est le jazz tant elle impacte le projet artistique, les ambitions culturelles et les financements des producteurs/diffuseurs.

Le CNV, dans son étude 2015 sur la diffusion des spectacles de variétés écrivait « Le Jazz, blues et musiques improvisées (...) avec 7 577 représentations payantes en 2015, il a réuni près de 1,8 millions d'entrées ». AJC, pour sa part, condense **593 905 entrées en 2016**⁷, soit une moyenne de 12 636 entrées (médiane à 4 820 entrées). L'importante différence entre médiane et moyenne peut s'expliquer par la présence de structures à très forte fréquentation tirant donc la moyenne vers le haut.

Répartition et total des entrées « Jazz »

	Lieux	Festivals	Total
Valeur minimale	749	1000	
Valeur maximale	9 287	170 000	
Moyenne	3 777	15 673	12 636
Médiane	3048	5 135	4 820
Somme	45 330	548 575	593 905
Nombre d'entrées payantes	32 243	238 719	270 962
Nombre d'entrées gratuites	13 087	309 856	322 943

Nous pouvons remarquer l'importance des festivals dans l'accueil du public puisque ce sont eux qui concentrent le plus grand nombre de public avec 548 575 entrées, là où les lieux se concentrent 45 330 entrées.

Ces données doivent évidemment s'analyser dans une réflexion plus large qui souligne les spécificités du monde du jazz. Il est ainsi difficile de s'appuyer sur un public déjà constitué dans ces musiques, d'où l'importance du travail de fond fait par les diffuseurs qui cherchent, au sein d'AJC à mettre en valeur des formes musicales peu représentées dans la presse.

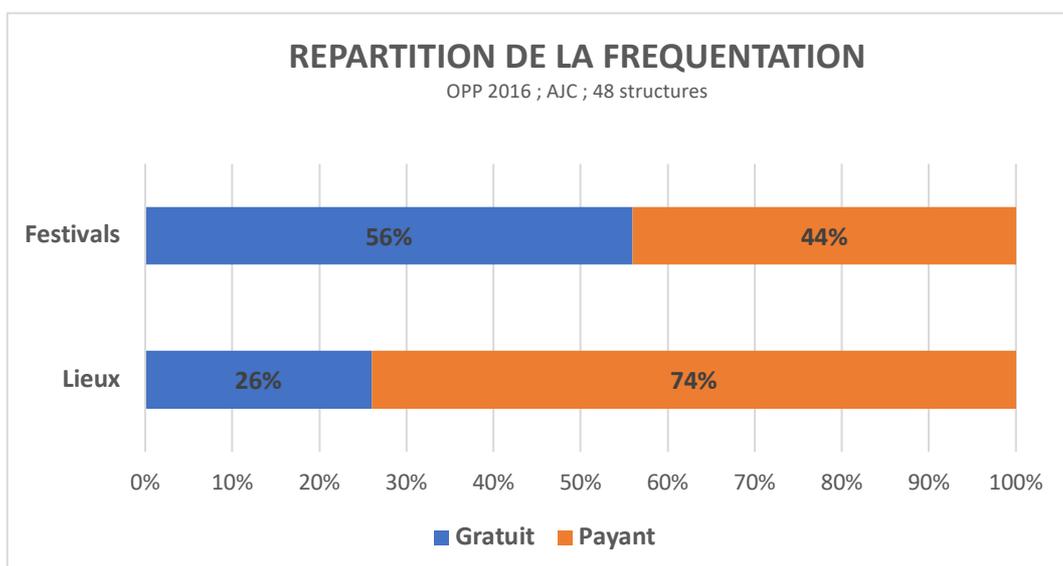
⁷ Ne sont comptabilisées que les entrées aux spectacles « Jazz ».

Gratuit/Payant

Il apparaît utile de constater, grâce aux données obtenues, les différences d'utilisation du payant / gratuit entre festivals et lieux.

La prépondérance du gratuit est plus que visible mais doit être atténuée par la présence d'un festival à plus de 170 000 entrées gratuites, pouvant ainsi altérer l'analyse. Nous pouvons ainsi constater l'importante utilisation du « gratuit » par les festivals – 56% avec le festival susnommé, 38% sans - là où les lieux en font un usage plus mesuré avec seulement 26% des entrées en gratuit.

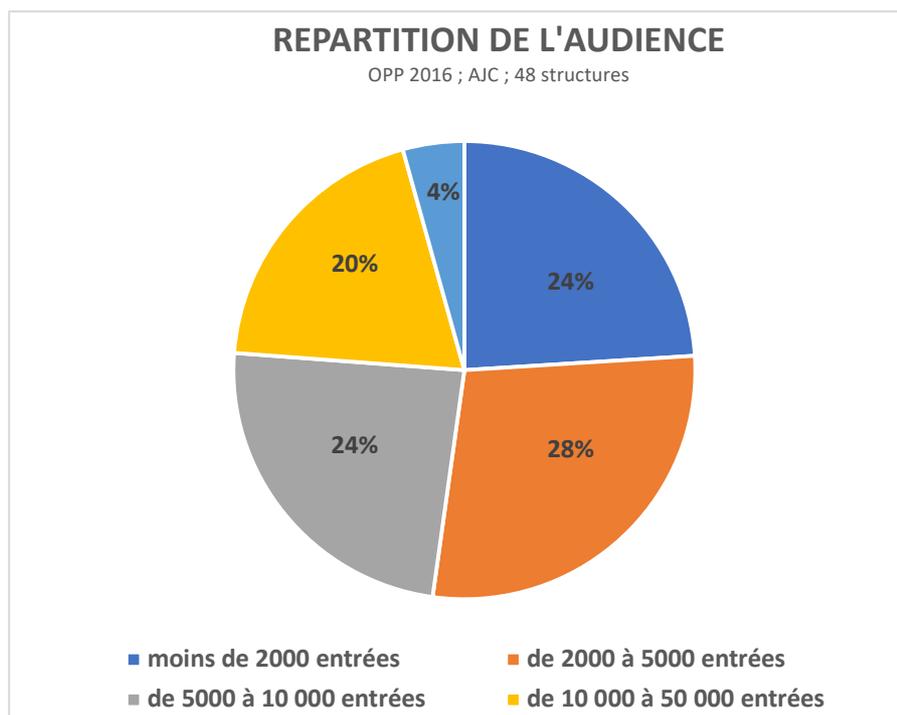
Cette pratique de la gratuité n'est pas une surprise dans le secteur du jazz et apparaît certainement comme une stratégie de développement des publics que nombre d'adhérents pratiquent à différents endroits de leur programmation. Cependant, très peu d'adhérents pratiquent une logique « entièrement gratuite ». La très large majorité propose une politique d'accessibilité au travers de tarifications spéciales lors de concerts payants et de concerts gratuits.



Une répartition équilibrée

Nous pouvons nous intéresser aux audiences de chaque adhérent et constater un relatif équilibre entre les adhérents AJC. En effet, il existe une remarquable répartition de quasiment 4 quarts entre les fréquentations suivantes : moins de 2 000 entrées, moins de 5 000 entrées, moins de 10 000 entrées et moins de 50 000 entrées, soulignant tout de même la difficulté pour 25% des adhérents à dépasser le seuil de 2000 entrées, et ainsi pour plus de 50% d'entre eux à dépasser le seuil des 5000 entrées. Seulement 4% des adhérents dépassent eux les 50 000 entrées, en 2016, fait à part dans le réseau AJC.

Ces données illustrent ainsi l'émergence d'une activité de taille moyenne à portée locale ou régionale pour un très grand nombre d'adhérents quand très peu d'entre eux peuvent préjuger d'une portée nationale ou internationale. Elles rappellent les missions de nos adhérents comme le travail d'artisan mis en place par chacun poursuivant une recherche qualitative, un engagement territorial ou encore un travail particulier mené avec le public, nous éloignant des circuits de la « grande distribution » musicale.



Un souhait partagé d'une politique tarifaire abordable

La question de la tarification touche à plusieurs dimensions : la variable économique tant la billetterie est essentielle dans un budget de « diffuseurs », la variable politique tant ces questions recourent les logiques du projet développé par la structure sur son territoire et évidemment les logiques artistiques et culturelles.

Dans son étude 2016 sur la diffusion du spectacle, le CNV analysait un prix moyen à 23 euros pour les esthétiques Jazz, blues et musiques improvisées (festivals, lieux, etc). Les clubs de jazz eux se caractérisaient, dans cette même étude, par un prix moyen d'entrée inférieur à 20 euros. L'étude d'Emmanuelle Négrier sur les festivals faisait apparaître un prix moyen pour les esthétiques Jazz/blues à 20 euros pour sa part. Dans une logique plus globale, l'étude du PRODISS "*En Scène ! La contribution du spectacle musical et de variété à l'économie Française*"⁸, parue en 2017, estimait le prix moyen du billet pour un spectacle musical et/ou de variété à 33 euros HT.

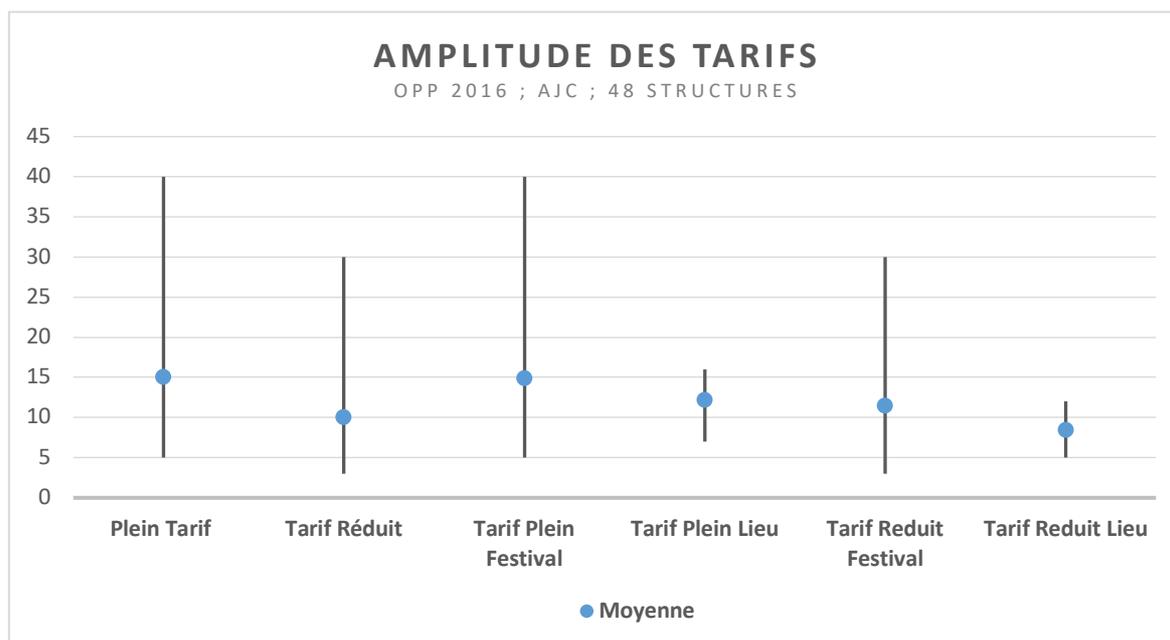
Au vu de ces chiffres, nous pouvons souligner que les membres du réseau ont développé une politique tarifaire des plus abordables en deçà des données évoquées auparavant **avec un billet moyen plein tarif à 15 euros et un billet moyen en tarif réduit à 10 euros**. À noter que le tarif le plus élevé proposé au sein du réseau est de 40 euros soit un tarif proche du prix moyen d'un spectacle de variété évoqué par l'étude du PRODISS⁹.

⁸ http://www.prodiss.org/sites/default/files/atoms/files/etude_ey_en_scene_.pdf

⁹ http://www.prodiss.org/sites/default/files/atoms/files/etude_ey_en_scene_.pdf

Une fois de plus, l'analyse séparée entre lieux et festivals permet de mettre à jour une variation certaine dans la politique tarifaire avec des **lieux proposant un prix moyen plein tarif à 12,16 euros soit environ 20% moins cher que le prix moyen plein tarif pour un festival**. Mais elle permet surtout d'inscrire les adhérents dans une perspective de démocratisation culturelle pratiquant des tarifs relativement peu élevés en moyenne.

Cette cohérence de profils entre les lieux, où il y a une faible amplitude tarifaire, souligne encore une fois l'homogénéité du réseau et les résultats d'une ouverture maîtrisée de celui-ci en 2013 auprès des lieux. La faible différence entre médiane et moyenne (à peine 1 euro) démontre elle aussi l'homogénéité des pratiques tarifaires entre nos adhérents.



Une forte activité autour du processus de création et des actions culturelles

La charte d'AJC souligne chez chaque adhérent « *l'engagement en faveur de projets inédits* » ainsi que « *le travail sur le territoire et la recherche de nouveaux publics* ». Ce sont deux entrées capitales qui distinguent nos adhérents et précisent une philosophie de l'engagement.

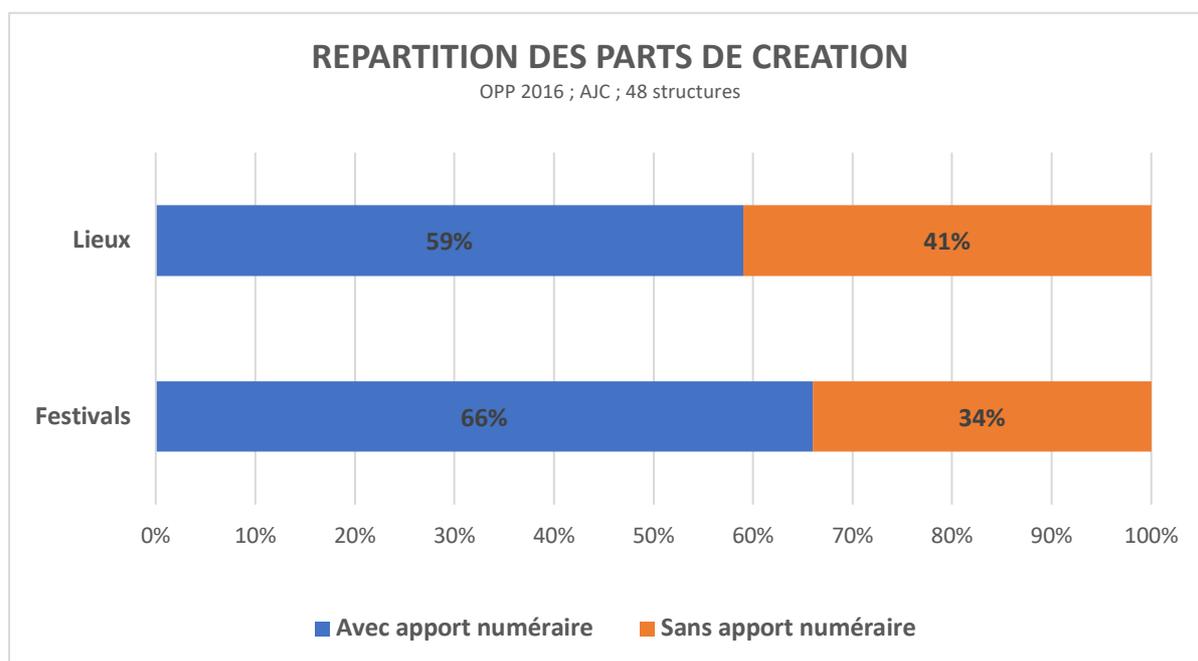
Création/coproductions

Ce sont ainsi **179 parts/investissements^{10 11 12} (3,7 parts en moyenne)** en numéraire ou sans numéraire qui ont été apportés par les adhérents AJC en 2016, soulignant le travail essentiel de producteur dans lequel les diffuseurs du réseau AJC s'engagent chaque année.

Plus de 63% des engagements des adhérents sont des apports en numéraire. Si les festivals apportent 62% de ces parts de coproduction, il importe de noter que les lieux apportent en moyenne 5,7 parts de coproduction quand les festivals n'en apportent que 3.

Nous pouvons expliquer cela par la volonté des membres d'être proactifs en la matière en allant chercher des subventions lorsqu'elles le peuvent (exemple des fonds dédiés au montage de résidence de création au CNV) ainsi qu'en participant à la construction de ces projets de manière collective grâce à un réseau, utilisé comme une plateforme et travaillant dans le sens de l'intérêt général plutôt que de faire valoir certains intérêts particuliers. Il importe de souligner l'inventivité des festivals à cet instant afin de trouver d'autres formes de soutien financiers, complémentaires aux soutiens précédemment cités.

La proportion de parts sans apport numéraire est bien plus importante dans le cas des lieux (42% pour les lieux / 33% pour les festivals), ceux-ci étant en mesure d'apporter à un projet de création un lieu de résidence sans nécessairement y adjoindre un financement complémentaire.



¹⁰ Projets artistiques dans lesquelles a été engagé un investissement financier ou non : apport en numéraire, apport en résidence, etc

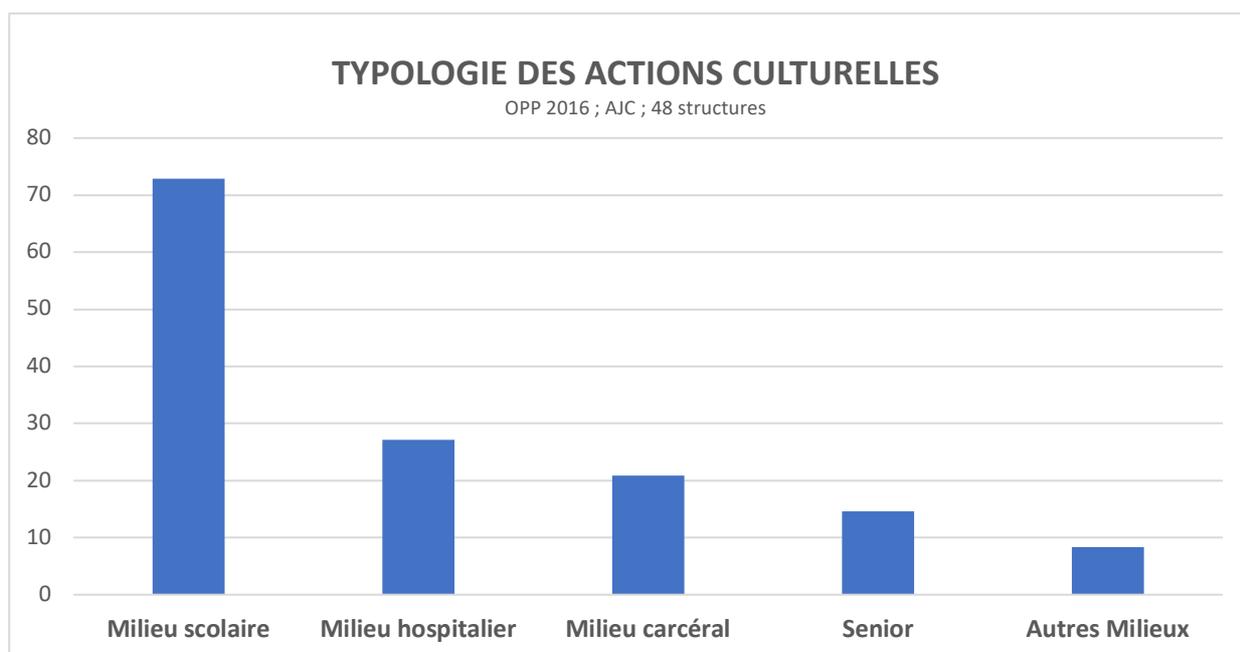
¹¹ 114 parts de création/coproduction « jazz » apportées avec apport en numéraire en 2016 / 65 parts de création/coproduction « jazz » apportées sans apport en numéraire en 2016.

¹² Ces « parts » peuvent être destinés à de mêmes projets, portés en coproduction

Actions Culturelles

84% des structures se trouvent impliquées dans la mise en place d'actions culturelles, pour un total de 339 actions menées en 2016, soit une moyenne de 7 par structure. Un nombre très important – 239 – de ces actions est mené par les festivals (moyenne à 6,6) tandis que 100 actions sont portées par des lieux (moyenne à 8,3).

Ce chiffre souligne à plusieurs égards la volonté d'insertion des adhérents sur un territoire, le soin accordé à une meilleure et plus large visibilité et compréhension du jazz par l'intermédiaire de projets d'action culturelles, qui peuvent prendre des formes très variées : participation à une création, rencontres avec les artistes, découverte d'une salle, atelier de sensibilisation, ... Ces logiques au cœur de ces musiques et de nos pratiques, part évidente de l'histoire du jazz, nécessitent une analyse complémentaire et constitueront un nouveau volet d'études d'AJC. Il existe une prédominance des actions en milieu scolaire, soulignant un fort engagement des adhérents en faveur de la découverte et de la pratique musicale dans les écoles.





Emploi et ressources humaines

Quelques chiffres

83% des adhérents
ont recours à l'emploi permanent

181 emplois permanents
5 salariés en moyenne
dont **20%** de contrats aidés

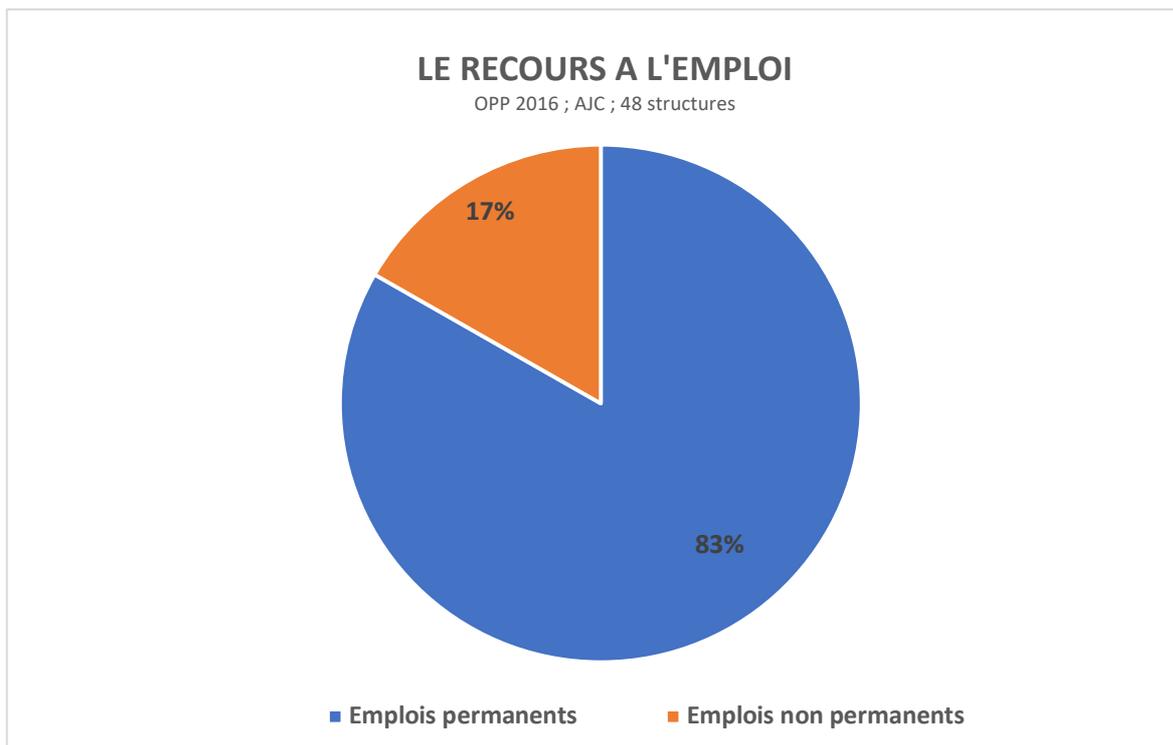
3 455 CDDU artistes
946 CDDU techniciens

Près de **2 500**
personnes investies dans les projets

L'emploi permanent au sein du réseau AJC

La gestion des ressources humaines est essentielle dans tout projet culturel. Au sein du réseau AJC, elle questionne cependant la capacité des adhérents à créer un emploi permanent autour d'une activité régulière.

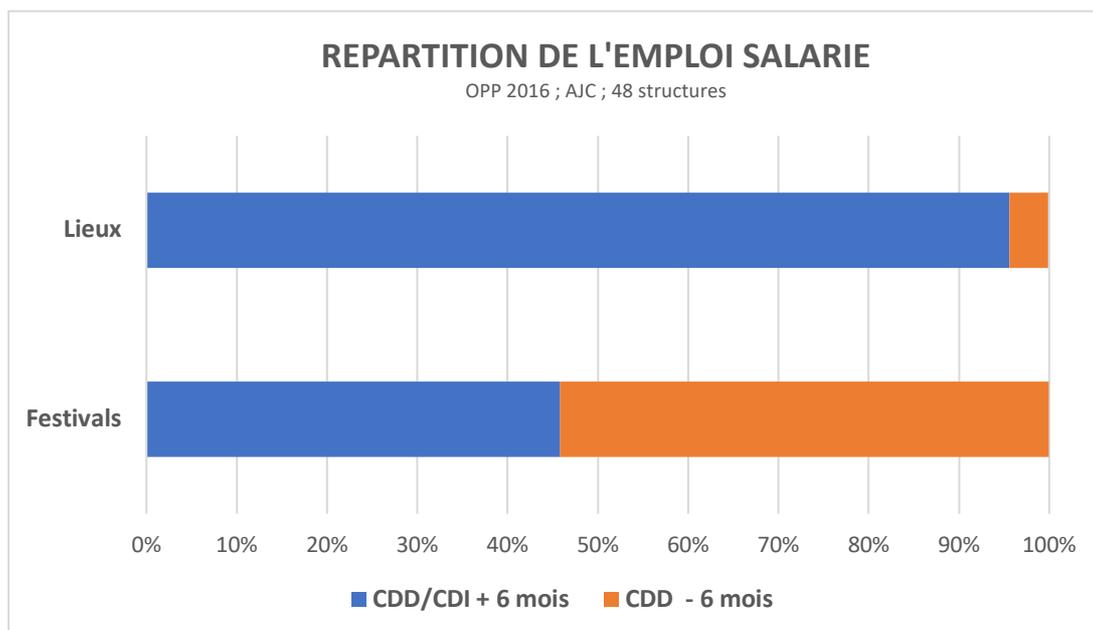
En effet, **seulement 83,3% des répondants sont parvenus à créer de l'emploi permanent** au sein de leur structure. Une différence majeure s'installe entre lieux et festivals puisque 100% des lieux ont recours à l'emploi permanent alors qu'un cinquième des festivals ne dispose pas d'une équipe permanente.



181 salariés permanents (CDI et CDD de + de 6 mois) travaillaient en 2016 chez les membres AJC ayant répondu au questionnaire, représentant 152 emplois permanents en équivalent temps plein.

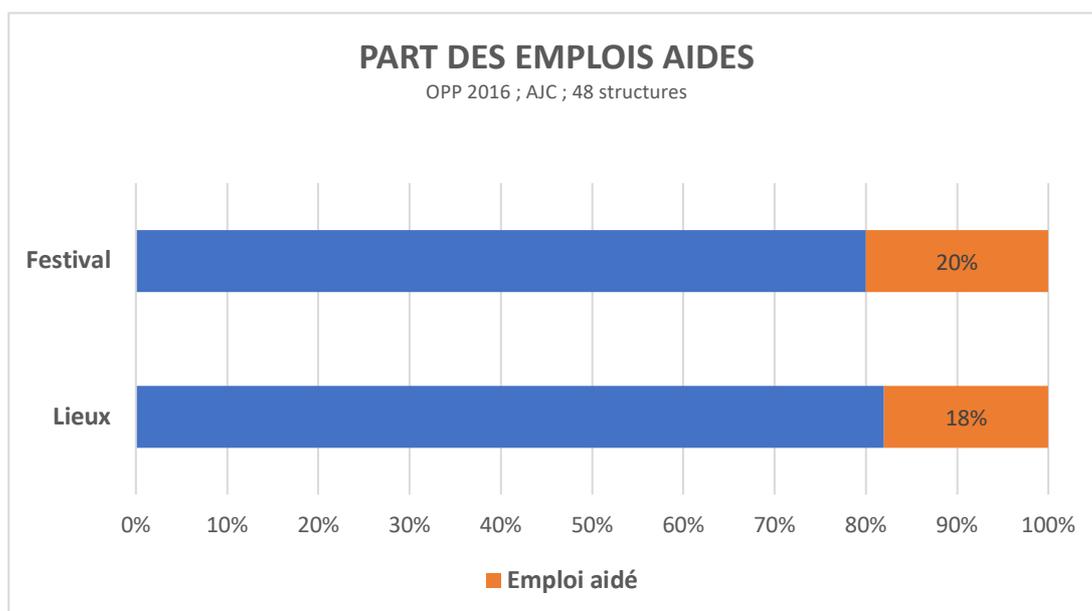
Ce sont en moyenne 5 permanents (4 en médiane) qui travaillent au sein des structures porteuses des projets AJC, avec de nouveau une différence entre festivals et lieux. La moyenne est en effet de 5 permanents (3 en médiane) chez les festivals quand celle-ci approche 6,5 en moyenne (4 en médiane) dans les lieux.

Le réseau participe aussi fortement à l'embauche par l'intermédiaire de CDD de moins de 6 mois, avec 114 emplois créés en 2016. Une différence de taille s'installe entre festival et lieu puisque ce sont les festivals qui accueillent 100 CDD de moins de 6 mois témoignant du besoin dans l'évènementiel d'emploi occasionnel.



Il importe de noter que 76 personnes sont mises à disposition – par la ville ou les organisations partenaires - et non facturées, représentant ainsi 23 temps plein, soit un chiffre important dans le traitement global de l’emploi au sein du réseau.

35 emplois sont des emplois aidés, financés par l’État ou les Collectivités Territoriales, représentant ainsi 19,3% de l’emploi permanent au sein du réseau. Cette donnée est cohérente avec l’étude réalisée courant 2017 par AJC ainsi que 7 autres réseaux et fédérations, qui portaient la part d’emplois aidés dans l’emploi permanent pour les festivals et lieux de diffusion (jazz, classique, contemporain, etc.) à 30%¹³. La baisse des financements accordés aux emplois aidés fait ainsi craindre une réelle précarisation de l’emploi au sein du réseau AJC.



¹³ <https://www.france-orchestres.com/blog/2017/09/27/les-emplois-aides-dans-le-secteur-de-la-musique-vivante/>

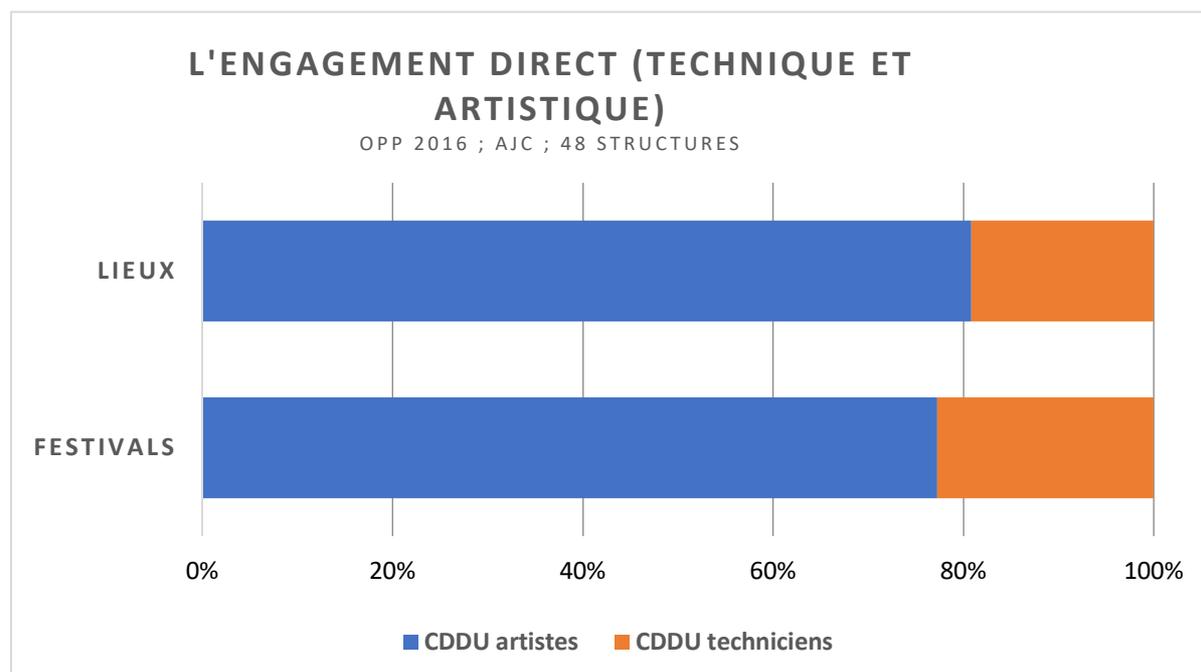
Emploi artistique et technique

L'emploi sous la forme de Contrat à Durée Déterminée d'Usage est une pratique courante dans le secteur du spectacle vivant et notre réseau n'y fait pas défaut. Ce sont **4401 CDDU sur l'année 2016** qui ont été signés par les membres d'AJC, avec la répartition suivante entre artistes et techniciens :

Répartition de l'emploi technique et artistique entre lieux et festivals

	Lieux	Festivals	Total
CDDU Artistes	1 249	2 206	3 455
CDDU Artistes - Moyenne	104	61	
CDDU Techniciens	297	649	946
CDDU Techniciens - Moyenne	24	18	

L'importance accordée à l'engagement direct auprès des artistes peut s'expliquer par les aides de la SPEDIDAM comme de l'ADAMI, toutes deux directement connectées à la masse salariale artistique en engagement direct. Celle-ci peut aussi souligner la faiblesse d'un entourage professionnel autour des artistes jazz français et donc la nécessité d'une relation directe entre programmateur-rices et musicien-ne-s.



Bénévolat/stagiaire et service civique

Les adhérents ne font que peu appel aux stagiaires et/ou services civiques, puisque cela ne touche que **85 personnes**, réparties de la manière suivante : 2,1 en moyenne par lieu et 1,7 en moyenne par festival. C'est ainsi que les adhérents s'en tiennent au décret du 28 octobre 2015 limitant le nombre de stagiaires, simultanément, à 3 maximum pour les structures de moins de 20 salariés permanents.

Les bénévoles sont partie intégrante des projets portés par les adhérents parce qu'ils représentent **2258 personnes** sur les 48 répondants. Une importante distinction s'opère entre festivals et lieux puisque les bénévoles sont en moyenne 53 par festival quand ils ne sont que 21 par lieu.

La forte participation de bénévoles constitue un investissement capital dans les projets culturels portés par les adhérents. Ce grand nombre de bénévoles investis dans les festivals entre en cohérence avec le besoin d'investissement temporaire de ceux-ci et le faible impact des festivals vis-à-vis du travail permanent, tel que nous l'avons remarqué précédemment.



Les budgets

Quelques chiffres

BUDGET TYPE - ADHÉRENT AJC			
CHARGES		PRODUITS	
Dépenses artistiques	141 300	Ressources propres	73 400
		- Billetterie	50 500
		- Bar / Restauration	8 200
		Parts de coréalizations	14 700
Frais de structure	114 500	Total des aides de l'État	44 800
Frais de communication	31 800	Collectivités territoriales	171 500
		- Région	32 900
		- Département	44 800
		- Regroupements communaux	19 600
		- Ville	74 200
		Sociétés civiles et organismes pro	31 500
		- CNV - dont droits de tirage	8 200
		- SACEM	7 000
		- SPEDIDAM	9 500
		- ADAMI	2 800
		- FCM	2 000
		- Autres	2 000
Frais techniques	53 200	Aides à l'emploi	4 500
		Fondation- Mécénat - Sponsoring	19 000
		Autres produits	35 700
Autres dépenses	39 600		
TOTAL	380 400	TOTAL	380 400

Les charges

Le poids économique d'AJC s'élève, en cumulant les budgets, à **plus de 25 000 000 euros** soulignant l'importance prise par les structures de diffusion du jazz en France. Calculer les retombées économiques des adhérents s'avère être un autre exercice mais il est facilement imaginable au regard des données collectées.

Une première analyse laisse entrevoir, pour les festivals comme pour les lieux, une très grande disparité budgétaire – **de 12 000 euros à plus de 2 millions d'euros** - soulignant la large variété d'adhérents au sein du réseau et de profils budgétaires très différents.

Les budgets dénotent une relative différence entre médiane et moyenne, pour les lieux comme pour les festivals, soulignant une véritable diversité entre les adhérents et la présence de quelques gros événements et/ou lieux tendant artificiellement la moyenne vers le haut. Notre réseau ne souffre pas d'une très forte hétérogénéité de profils budgétaires non plus mais est le témoin d'une dichotomie grandissante entre structures/événements complexes et coûteux et lieux ou festivals plus modestes qui se réalisent avec une quantité limitée de ressources.

Les budgets moyens comme médians des lieux sont toujours plus élevés que ceux des festivals de 30 à 40% selon les entrées choisies, soulignant l'importance de la gestion d'un lieu dans la charge budgétaire.

TOTAL DES CHARGES

FESTIVALS

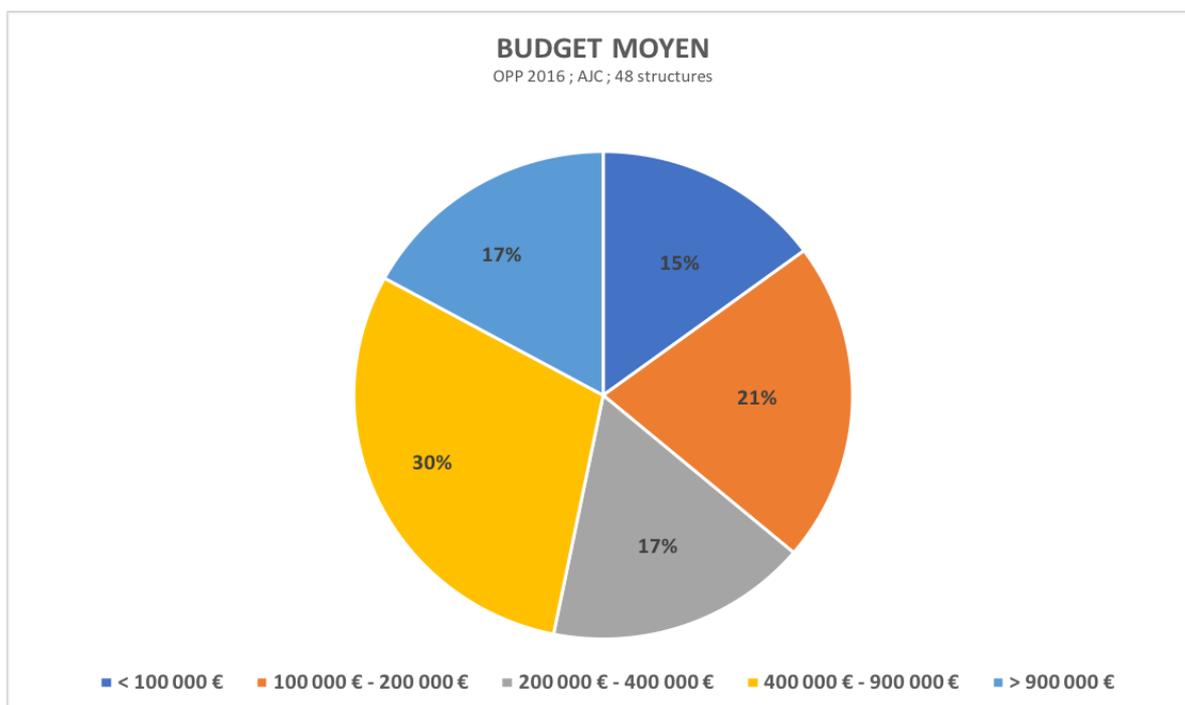


LIEUX



Afin de comprendre et intégrer les diversités budgétaires qui constituent le réseau AJC, nous pouvons constater que plus d'un tiers des adhérents (38%) dispose d'un budget compris entre 100 000 euros et 400 000 euros quand 30% ont un budget compris entre 400 000 euros et 900 000 euros.

Seulement 17% des adhérents situent leur budget au-delà de 900 000 euros, tandis que 15% ne disposent que de moins de 100 000 euros pour réaliser leurs projets, soulignant une relative fragilité budgétaire pouvant être sujette aux changements politiques et à des baisses de financements ou à une mauvaise billetterie une année, par exemple.



Répartition générale

Nous avons été conduits à déterminer 5 grandes catégories dans la catégorie « dépenses » : dépenses artistiques, techniques, frais de structures et de communication et autres.

Les budgets laissent apparaître une répartition classique par tiers : un tiers artistique, un tiers structure et communication, un tiers technique et autres. Ce découpage peut se rapprocher de l'analyse faite par le CNV sur les festivals de 2016¹⁴ avec cependant **une plus grande importance consacrée à l'artistique chez les adhérents AJC**. L'analyse des données récupérées laisse cependant apparaître certaines divergences sur la répartition des charges entre festivals et lieux.

Dépenses artistiques

La répartition en fonction des types de charges souligne l'importance des charges artistiques (**au total près de 10 000 000 d'euros**), qui comprennent les salaires des artistes, les achats de cession, la part reversée dans le cadre des coréalizations, les frais de transport et d'hébergement et d'autres charges

¹⁴www.cnv.fr/sites/cnv.fr/files/documents/PDF/Ressource/lettres_info/dossiers/20170418_IndicsFestivals_2016_BAT.pdf

telles que les droits d'auteurs. Les dépenses artistiques varient de manière très importante au sein du réseau AJC entre un maximum à près d'1 million d'euros et un minimum à 7 900 euros, soit une variation extrême (avec une moyenne à 200 000 euros).

Les festivals consacrent 39% de leur budget à l'artistique là où les lieux y consacrent 32%. L'importance de ces dépenses témoigne de la place accordée à la programmation d'artistes chez nos adhérents, montrant qu'ils ne sont pas de simples évènements de communication ou d'animation locale. Cependant, au sein des festivals où l'importance accordée aux dépenses artistiques est plus significative, cela peut traduire aussi une dépendance de ces festivals à l'égard d'une volonté d'attractivité et une difficulté à combiner ce souhait avec le soutien à la création, à l'émergence, etc.

Dépenses de structure et dépenses techniques

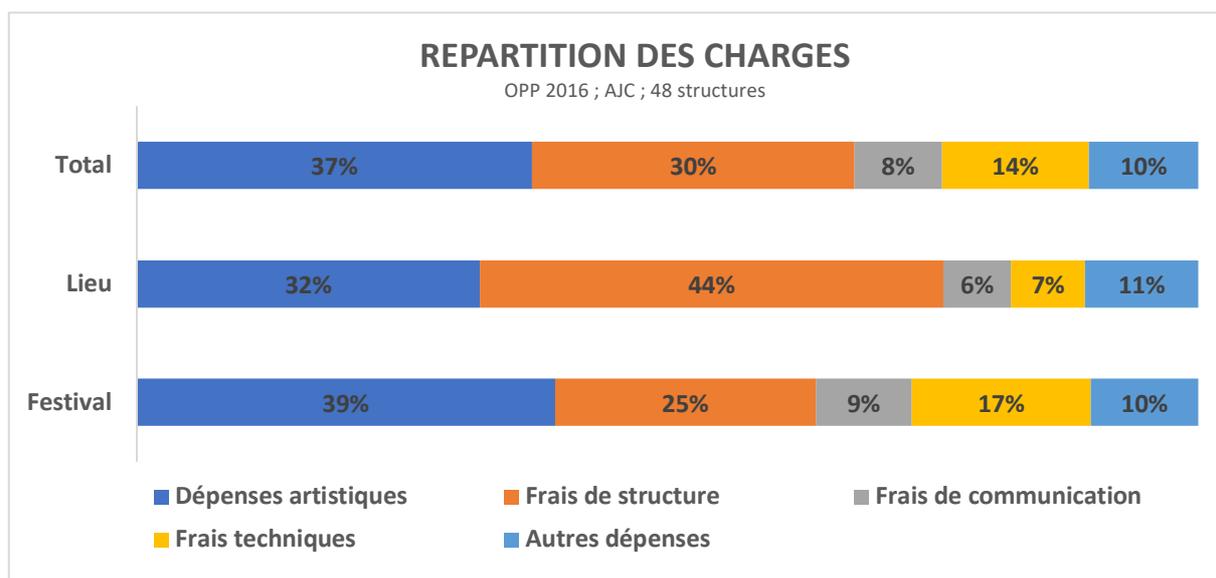
Les différences majeures se situent sur les entrées structurelles et techniques. Les frais de structure (**au total près de 8 000 000 d'euros**) sont bien plus importants pour les lieux avec 44% du budget (contre 25% pour les festivals), ce qui est logique au vu des profils des répondants. Le minimum étant de 1 400 euros et le maximum de plus de 1,2 million euros, il existe encore une fois une véritable hétérogénéité des profils quant aux dépenses structurelles (moyenne à 160 000 euros).

Les frais techniques (**au total près de 3,5 000 000 d'euros**) sont eux bien plus importants chez les festivals avec 17% du budget tandis que les budgets des lieux ne font apparaître que 7% de dépenses techniques, ce qui apparaît aussi normal car structurel. Le minimum étant de 1 600 euros et le maximum de plus de 450 000 euros il existe encore une fois une véritable hétérogénéité des profils quant aux dépenses techniques (moyenne à 77 000 euros).

Autres dépenses

Les autres entrées (frais de communication et divers) sont assez similaires dans la constitution des budgets des adhérents AJC, qu'ils soient lieux ou festivals ; avec 6% du budget pour la communication (**au total plus de 2 000 000 d'euros**) dans un lieu contre 9% pour un festival et 11% en divers pour les lieux et 10% pour les festivals.

En moyenne, les frais de communication se portent à 45 000 euros (minimum à 450 euros et maximum à 240 000 euros) soulignant l'importance prise par ce poste dans les budgets des adhérents AJC.

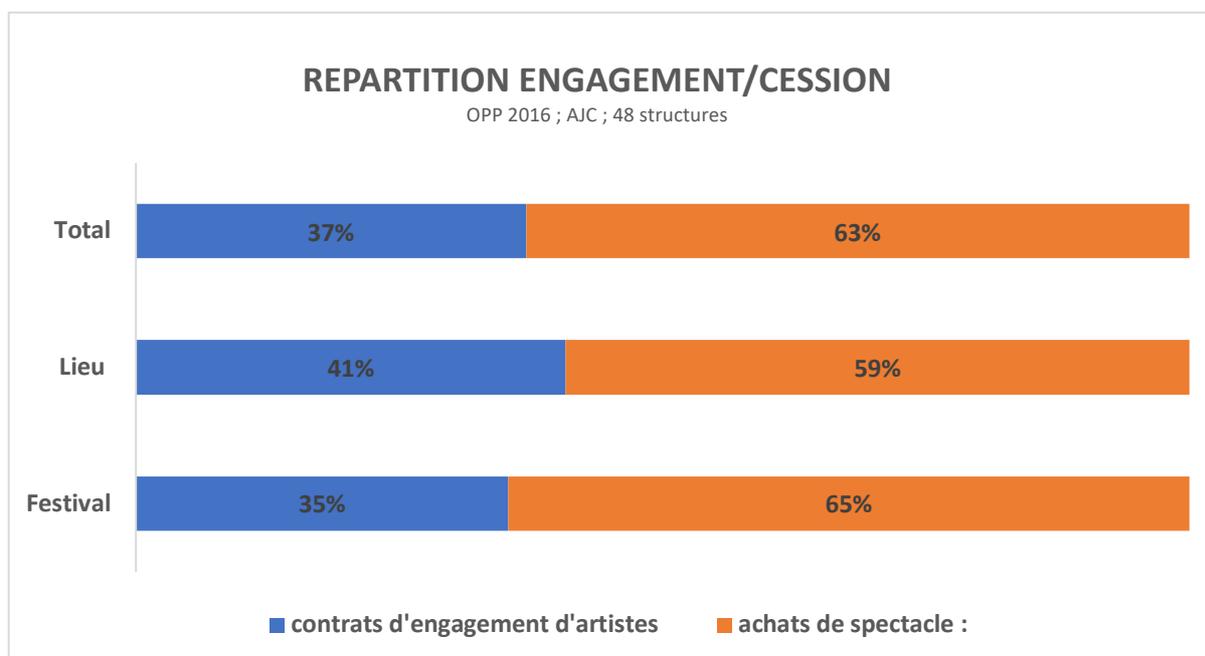


Répartition entre engagement et cession

Nous avons souhaité préciser et analyser, au sein des dépenses artistiques la distinction entre engagement et cession, tant ce sont des données importantes au sein des lieux de diffusion et qui laissent à voir et à comprendre la structuration du jazz en France. Celles-ci soulignent la souplesse des adhérents, la diversité des modes de production assurés par ceux-ci et donc la capacité d'adaptation des adhérents entre engagement de jeunes artistes, négociation de contrats internationaux, etc.

Au sein des dépenses artistiques, une distinction peut être opérée entre contrat d'engagement et contrat de cession, qui constituent une très large partie du budget artistique. C'est ainsi que nous pouvons apprécier les résultats suivants, mettant en avant la forte utilisation des adhérents AJC du contrat d'engagement – 37% au total, avec une tendance des lieux à user encore plus du contrat d'engagement d'artiste – 41% contre 35%.

De manière générale, l'importante utilisation de l'engagement laisse à voir, d'une part, l'importance des financements SPEDIDAM ou ADAMI pour bon nombre d'adhérents, souvent annexés sur l'engagement direct des artistes et d'autre part, la relative faiblesse du monde du jazz en termes d'entourage professionnel à même de gérer la production d'une date pour un artiste de jazz.



Les produits

Principaux postes en 2016

Avant de livrer une analyse plus systématique des grandes postes de revenus des adhérents, nous pouvons établir quelques grandes entrées. Une première et importante réflexion porte sur la très grande variété des financements et la mixité des apports financiers au sein des budgets des adhérents AJC, soulignant l'importance de financements multiples dans le montage de projets culturels. Un autre niveau d'analyse laisse entrevoir une réelle proximité entre lieux et festivals quant au découpage des produits même si certaines entrées peuvent différer et nous prendrons le soin de les présenter et analyser au fil de ces quelques pages.

Nous pouvons constater qu'en 2016, les produits étaient avant tout constitués de financements publics, à savoir des subventions du Ministère de la Culture, en moyenne 12% et des différentes Collectivités Territoriales, en moyenne 46%, soutiens essentiels et logiques au vu des missions et des esthétiques représentées. Les financements en provenance de l'État s'élèvent ainsi, **en cumulé à environ 2,7 million d'euros**. Les financements des régions, villes, départements, regroupements communaux atteignent eux, pour les adhérents répondants quasiment **12 millions d'euros**.

Un cinquième des produits est issu des recettes propres auquel nous pouvons ajouter les « Autres produits », revenus qui peuvent être tirés d'autres entrées que la billetterie, les recettes de bar permettant alors de situer les ressources propres aux alentours de 30% des produits. En cumulé, les recettes propres ainsi que les « autres produits » atteignent plus **de 6 million d'euros dans la répartition budgétaire**.

Les partenariats et le mécénat représentent quant à eux 5% des produits, tandis que les sociétés civiles et organismes professionnels participent à 7% du budget des adhérents. Au total, ce sont plus **d'1,7 million d'euros** en provenance des sociétés civiles et organismes professionnels qui abondent le budget des adhérents AJC, tandis que le mécénat et le sponsoring participent au budget des adhérents à hauteur de **1,35 million d'euros**.

Cette première analyse traduit la diversité des partenaires des adhérents AJC, soulignant l'importance prise par les adhérents AJC, dans leur territoire respectif et la reconnaissance acquise auprès de leurs partenaires financiers et soutiens nationaux, territoriaux voire européens pour certains d'entre eux.

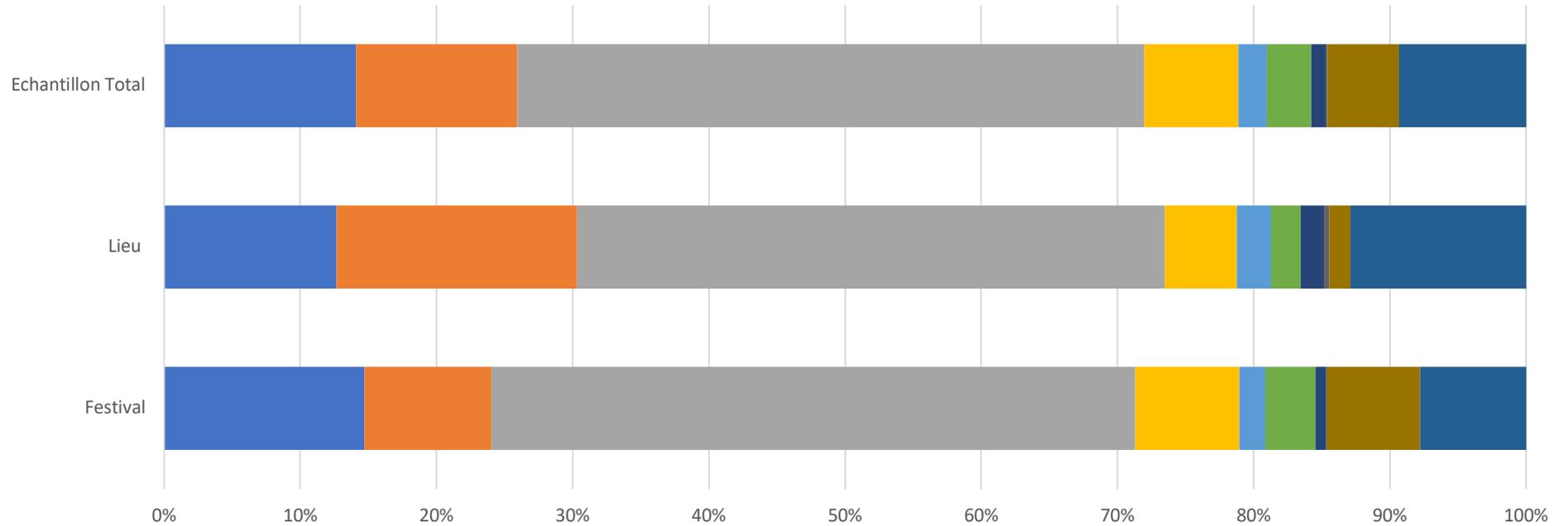
LES PARTENAIRES

PUBLICS	Nombre d'adhérents soutenus *	% d'adhérents soutenus	Montant total	Montant moyen de soutien	Montant médian de soutien
État					
Ministère de la Culture	30	62%	2 653 509	88 450	35 000
Autres	11	23%	168 247	15 295	9 565
Collectivités territoriales					
Région	42	88%	2 274 896	54 164	37 000
Département	43	90%	3 049 908	70 928	30 000
Communes	43	90%	5 158 908	119 908	42 250
Intercommunalités	24	50%	1 312 544	54 689	9 600
Autres soutiens publics					
Aides à l'emploi	20	42%	271 725	13 586	10 768
Fonds Européens	1	2%	4 000	0	364
Autres	6	12%	38 675	7 735	3 002
PRIVES	Nombre d'adhérents soutenus*	% d'adhérents soutenus	Montant total	Montant moyen de soutien	Montant médian de soutien
Sociétés civiles et organismes professionnels					
SACEM	36	75%	441 750	12 271	7000
SPEDIDAM	34	71%	561 747	16 522	13 300
CNV - dont droit de tirage	29 **	60%	410 696	16 152	13427
ADAMI	18	37%	151 500	8 417	8000
FCM	11	23%	90 500	8 227	6 000
Autres	12	25%	88 695	7 391	4 350
Mécénat / Sponsoring					
Mécénat / Sponsoring	35	73%	1 350 354	48 872	38 034

* sur 48 répondants / ** dont 7 uniquement en droit de tirage

REPARTITION DES PRODUITS

OPP 2016 ; AIC ; 48 structures

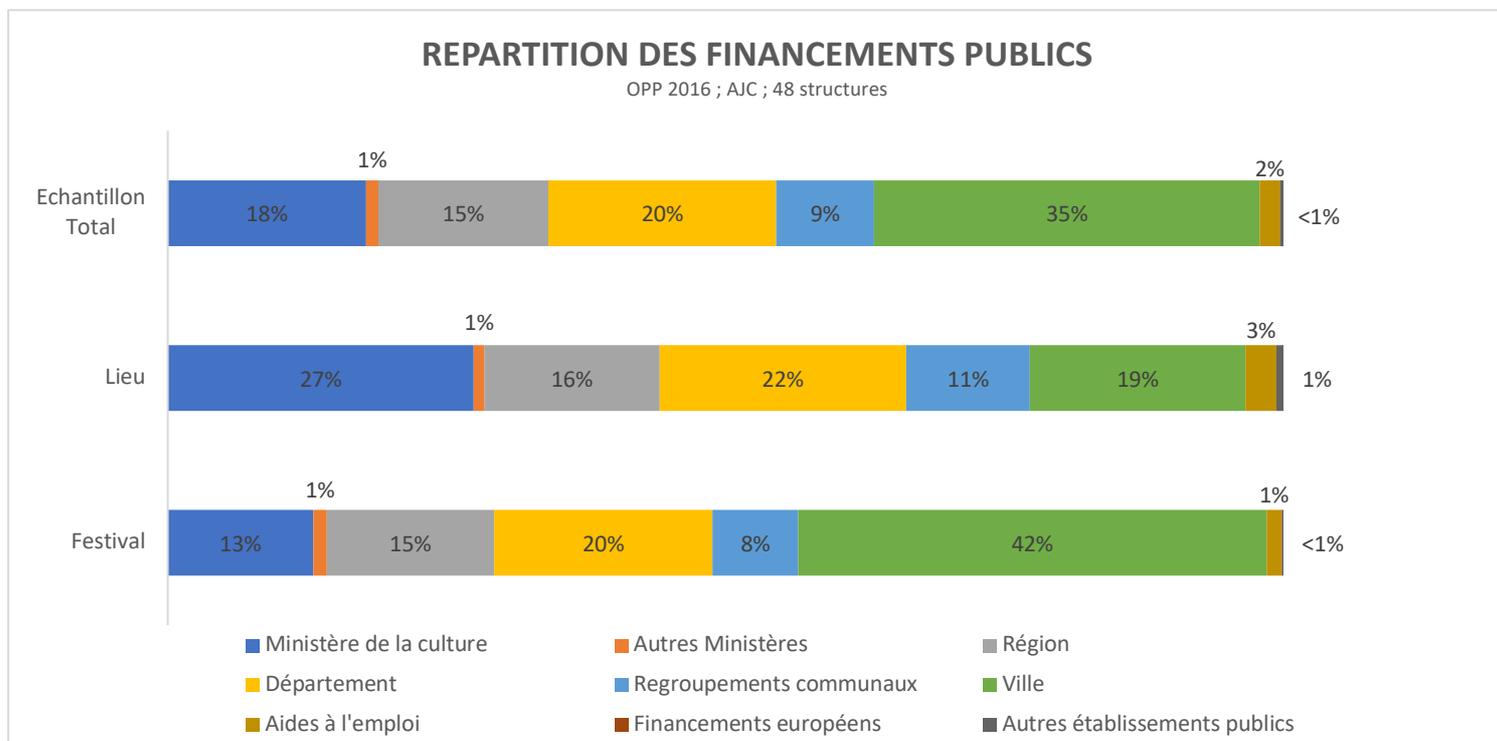


	Festival	Lieu	Echantillon Total
■ Billetterie	15%	13%	14%
■ Aides de l'Etat	9%	18%	12%
■ Aides des collectivités territoriales	47%	43%	46%
■ Aides des SPRD	8%	5%	7%
■ Bar/restauration	2%	3%	2%
■ Coréalisations	4%	2%	3%
■ Aides à l'emploi	1%	2%	1%
■ Financements européens	0%	0%	0%
■ Autres établissements publics	0%	0%	0%
■ Fondations-Mecenat-Sponsoring	7%	2%	5%
■ Autres produits	8%	13%	9%

Répartition des financements publics

L'importance des financements publics dans l'économie culturelle est essentielle et primordiale et encore plus dans le secteur du jazz et des musiques improvisées.

Près de **60% des produits sont issus de financements publics** (61% pour les lieux/57% pour les festivals) soulignant l'importance de ceux-ci dans le financement du spectacle vivant, déjà reconnue par de nombreuses études et enquêtes.



L'État

L'importance du Ministère de la Culture dans le financement des adhérents du réseau AJC est variable selon les profils des adhérents. En effet, les « lieux » pour la plupart labellisés SMAC ou Scènes Nationales sont financés à 27% par le Ministère de la Culture, tandis que les festivals ne sont aidés qu'à hauteur de 13%, questionnant de nouveau la reconnaissance comme la politique que mène le Ministère de la Culture vis-à-vis des festivals.

La question de l'évolution du soutien de l'État aux festivals a déjà été mise en avant par l'étude d'Emmanuelle Négrier¹⁵ sur les festivals, parue en 2013, qui soulignait une « *inflexion significative de la politique festivalière de l'État et une réduction de son soutien* » aux festivals. Ce ne sont en effet que **20 festivals qui sont aidés par le Ministère de la Culture** avec une vraie disparité des montants (10 festivals à moins de 10 000 euros de soutien).

¹⁵ Festivals de Musique(s) – Un monde en mutation. Une comparaison internationale – parution chez Michel de Maule - 2013

Les collectivités locales

L'étude sur les dépenses des Collectivités Territoriales soulignait que « *les départements contribuent à hauteur de près de 1,4 milliard d'euros (15 %) et les régions pour un peu moins de 800 millions d'euros (8 %)*¹⁶ », renforçant l'importance de ces partenaires dans l'établissement d'un projet culturel. Le soutien des communes approchant pour sa part 50%, cela permettait de comprendre l'importance des collectivités territoriales dans le financement de la culture.

Régions

Emmanuel Négrier soulignait qu'en matière de politique culturelle, les régions ont été les dernières à se manifester, après les communes et les départements, qui avaient hérité des compétences délocalisées dès la première décentralisation. Depuis, les années 1990, et surtout les années 2000, ont changé la donne : les politiques culturelles en ont fait des piliers de la seconde décentralisation.

Un des premiers constats que nous pouvons faire est que les conseils régionaux sont moins impliqués dans les politiques culturelles liées au jazz que les départements ; Les régions – 15% environ -, les départements – 20% environ - participent à un tiers du financement des adhérents AJC ne faisant que de très légères différences de traitement entre festivals et lieux. **La médiane du soutien des conseils régionaux est de 36 000 euros, tandis que la moyenne atteint 52 500 euros, signifiant une relative homogénéité de financement.**

Départements

Les départements, qui participent à hauteur de 20% des financements publics, soulignent un fort intérêt pour le fait culturel depuis la première décentralisation, apparaissant par moments comme porteur unique d'un projet culturel ou comme simple accompagnant. Dans le cas des adhérents AJC, les départements sont avant tout des accompagnateurs des projets portés par les structures de diffusion.

La médiane du soutien des conseils généraux est uniquement de 30 000 euros, tandis que la moyenne atteint elle 70 000 euros, signifiant une relative hétérogénéité de financements et des soutiens importants apportés à certains adhérents. Le soutien maximum est en effet de 900 000 euros tandis que le plus bas n'est que de 1300 euros, soulignant une importante disparité entre les adhérents

Communes

« L'ensemble des communes et de leurs groupements réalisent plus des trois quarts du total des dépenses culturelles des Collectivités Territoriales », c'est ainsi que l'étude précédemment citée situait l'investissement des communes et regroupements communaux dans la culture. Le plus important soutien en provenance des communes est de plus d'1 million d'euros, tandis que la dernière commune apporte son soutien à hauteur de 1500 euros. **La médiane du soutien des communes est de 41 125 euros, tandis que la moyenne atteint 121 000 euros,** signifiant qu'un nombre réduit de communes accordent de larges montants, tirant ainsi le groupe étudié vers le haut.

¹⁶ Dépenses culturelles des collectivités territoriales, par Jean-Cédric DELVAINQUIERE, François TUGORES, Novembre 2017

Les données recueillies soulignent un fort soutien des communes - 42% - aux festivals et relativement moindre aux lieux, à hauteur de 19%. Cette différence peut trouver sa logique dans le soin des villes à soutenir des événements marquants sur leur territoire tels que des festivals mais place cependant les villes comme les principaux soutiens à la diffusion du jazz en France.

Intercommunalités

Une intercommunalité est le regroupement de communes ou de municipalités dans une structure légale. Elles coopèrent dans un ou plusieurs domaines où chaque commune garde son indépendance et transmet des pouvoirs et/ou des compétences à la structure intercommunale. L'intercommunalité culturelle est une idée relativement neuve en France et cela se remarque sur son implication financière auprès des membres d'AJC, qui reste moindre au vu des autres soutiens énoncés précédemment – 9 % environ des financements publics.

La moyenne de soutien affichée est de 48 000 euros tandis que la médiane est uniquement à 10 000 euros. Cette importante différence peut s'expliquer par des soutiens très importants apportés à quelques structures, membres du réseau, qui pour certaines ne bénéficient par contre d'aucun financements communaux.

Autres

La part des aides aux emplois, que celles-ci soient nationales ou régionales, représente entre 2 et 3% des financements publics, soulignant l'importance prise par ces dispositifs dans le secteur culturel et dans l'emploi culturel, ce que nous pourrons constater dans un prochain paragraphe. Ce sont en effet **42% des adhérents AJC qui perçoivent des aides à l'emploi avec une moyenne de 10 500 euros de soutien**, aides essentielles pour de nombreuses structures du réseau.

Nous pouvons noter la faiblesse des financements européens dans les budgets des adhérents AJC (moins de 2% en moyenne des financements publics).

Répartition des aides des sociétés civiles et/ou organismes professionnels

L'article L.321-9 du Code de la Propriété Intellectuelle oblige les différentes sociétés de perception et de répartition des droits à utiliser une partie des sommes collectées pour un usage collectif. Il précise ainsi qu'il devra s'agir "*d'actions d'aide à la création, à la diffusion du spectacle vivant et à des actions de formation d'artistes*".

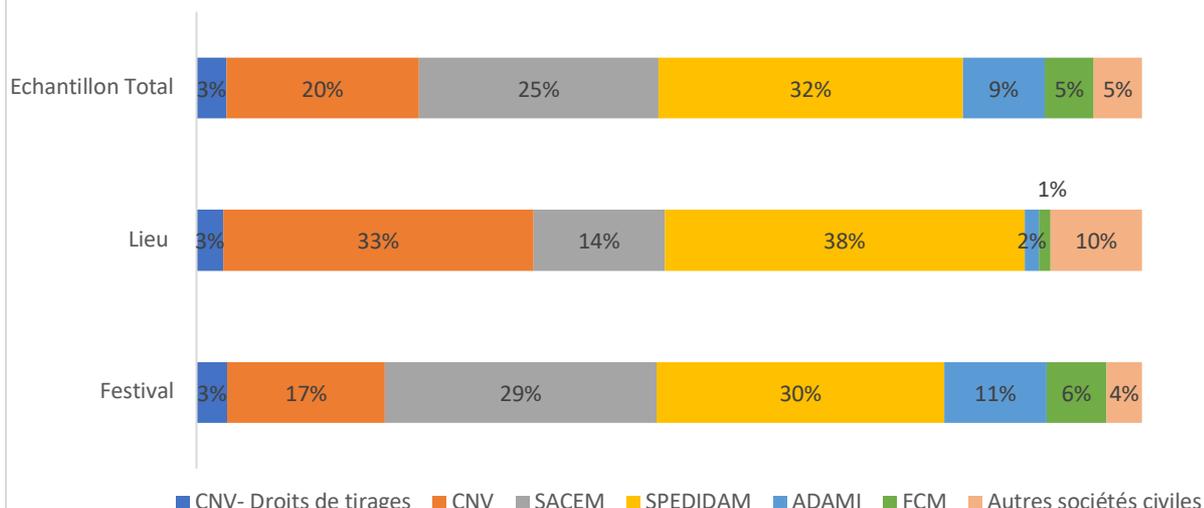
Ces structures sont devenues des acteurs essentiels dans le développement du jazz en France au travers d'aides accordées aux projets, aux déplacements des groupes et évidemment aux structures qui participent de la diffusion du jazz en France.

Aujourd'hui, l'importance des SPRD dans le financement du secteur culturel et en particulier du secteur musical n'est plus à démontrer. Ils représentent ainsi en moyenne **7% du budget moyen des membres AJC**, avec **une médiane à 31 000 euros et une moyenne à 38 000 euros**, précisant une véritable homogénéité de financements.

Les principales SPRD et organismes professionnels soutenant les adhérents AJC sont donc la SACEM, le CNV, la SPEDIDAM et l'ADAMI dans des proportions différentes selon le profil des adhérents.

Répartition des aides au(x) projet(s) de sociétés civiles et/ou organismes financeurs

OPP 2016 ; AJC ; 48 structures



Le CNV

Le CNV, établissement public industriel et commercial, a, entre autres, pour mission de soutenir le spectacle vivant de musiques actuelles et de variétés grâce aux fonds collectés par la taxe sur les spectacles et par la redistribution de ceux-ci sous la forme d'aides financières aux divers porteurs de projets.

Le CNV apporte un soutien moyen d'environ 13 500 euros et médian de 11 300 euros, dans une relative homogénéité auprès de 45% des adhérents soutenus. Nous pouvons constater que le CNV soutient plus largement les lieux que les festivals, certainement grâce à la possibilité pour les lieux de déposer des dossiers en commissions 7 et 8 sur les aides à la pré-production et aux résidences.

La SACEM

L'action culturelle de la Sacem se donne pour missions le développement de la carrière des auteurs-compositeurs, la valorisation de leurs œuvres, et accompagne des projets de création et de diffusion. Son financement provient à plus de 92 % des ressources issues de la copie privée, complétées d'une contribution statutaire de la Sacem.

La Sacem soutient ainsi 75% des membres du réseau AJC, soutenant donc très largement le réseau AJC mais à partir de sommes relativement moindres. En effet, la médiane de soutien est de 6750 euros et la moyenne à 11 000 euros soulignant des aides importantes attribuées à certains adhérents faisant augmenter la moyenne. A l'inverse du CNV, nous pouvons constater que la SACEM accorde un soutien plus important aux festivals (30% des aides en provenance de la SACEM) mais ne soutient les lieux qu'à hauteur de 14%.

La SPEDIDAM

La société de perception et de distribution des droits des artistes-interprètes de la musique et de la danse a mis en place une commission d'attribution de subventions à la création et la diffusion du spectacle vivant, dont bénéficient de nombreux adhérents du réseau AJC.

La SPEDIDAM soutient 71% des répondants à l'enquête, avec une médiane de soutien à 12 000 euros et une moyenne à 15 000 euros, soulignant une fois de plus une hétérogénéité des soutiens entre les adhérents. Cependant, la SPEDIDAM soutient de manière relativement égale les festivals et les lieux – plus de 30%, devenant la première SPRD en matière de soutien aux diffuseurs de jazz.

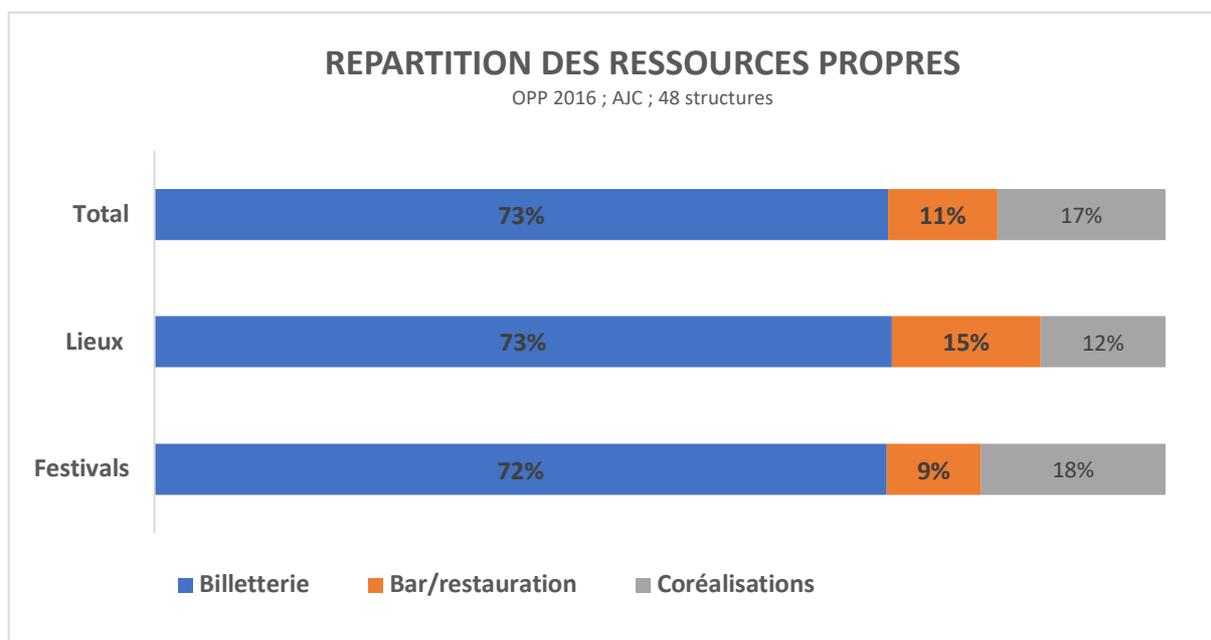
ADAMI et FCM

L'Adami apporte son aide financière aux projets d'action artistique favorisant l'emploi, le développement de carrière, la promotion des artistes interprètes professionnels et finance ainsi l'activité de diffusion assurée par nos adhérents. C'est ainsi que **l'ADAMI soutient 37% des adhérents AJC pour une moyenne aux alentours de 6 000 euros**. En outre, l'ADAMI assure un soutien aux festivals à hauteur de 10% mais ne soutient que très peu les lieux du réseau AJC.

Le Fonds pour la création musicale développe différents programmes dévolus au spectacle vivant, dont peuvent bénéficier certains adhérents. C'est ainsi que **le FCM soutient 22% des adhérents AJC avec des aides moyennes de 4 500 euros** et comme l'ADAMI, apporte un soutien plus important aux festivals qu'aux lieux.

Répartition des ressources propres

Les ressources propres constituent donc **près de 20% des produits des adhérents AJC**, que nous pouvons distinguer entre ces trois entrées : la billetterie, les recettes de bar et de restauration ainsi que les coréalizations et co-productions.



Nous avons préféré mettre de côté l'entrée « Autres produits », pourtant à près de **10% en moyenne d'un budget global** tant celle-ci peut être très hétérogène. Cependant, nous pouvons aisément préciser qu'une large partie de ces « autres produits » sont des ressources propres, issus de la location de lieux, de la vente de produits, etc.

La billetterie reste le plus important vecteur de revenus des adhérents (plus de 70%) bien loin devant le bar et les coréalizations/coproductions - entre 11% et 17%, en moyenne. Nous pouvons cependant distinguer une différence entre festivals et lieux quant à l'importance du bar (15% contre 9% pour les festivals) et la question des coréalizations (pour les festivals – 18%) au sein des ressources propres. Cette tendance peut s'expliquer par le besoin des festivals de travailler avec des lieux pour asseoir leur programmation et donc la contractualisation de cette relation par des contrats de coréalisation.



La méthode de l'OPP

Ce travail d'état des lieux permettant une meilleure connaissance des membres du réseau AJC a été réalisé via la méthode de l'Observation Participative et Partagée (OPP) et sa plateforme dédiée en ligne « GIMIC ».

L'Observation Participative et Partagée est une méthode d'observation qui établit un mode relationnel participatif et partagé, entre tous les participants (observateurs, observés et partenaires) tout au long de sa mise en œuvre aussi bien dans la détermination de ce qui est à observer que dans l'analyse. Le contributeur ou observé peut se saisir à tout moment de l'observation pour produire de la donnée qu'il traite, donne à traiter, met en accès ou livre à son environnement professionnel, universitaire ou politique. Cette méthode repose sur un socle de principes éthiques et sur un système de valeurs validées entre les différents acteurs qui s'y impliquent. Les principes fondamentaux de l'OPP reposent sur la responsabilisation, l'implication et l'accompagnement des acteurs observés. Ceux-ci sont placés au cœur du dispositif d'observation et associés à la gestion et à la maîtrise de l'information qu'ils produisent (constitution des questionnaires, inventaire des problématiques, participation à l'analyse des résultats, etc.).

La philosophie d'action qui anime cette méthode induit un équilibre des intérêts des participants à l'observation en donnant une priorité à celui qui génère l'information dans son usage. Il s'agit de prendre en compte au mieux les intérêts respectifs des participants et contributeurs de l'observation et des enquêtes générées. Les participants restent propriétaires de l'ensemble des données qu'ils communiquent, leur anonymat est respecté, ils peuvent sortir du dispositif à tout moment, et si c'est le cas leurs données leurs sont restituées.

Au-delà des résultats de travaux réalisés, l'OPP est dans son mode d'animation et de mise en œuvre propice à la concertation et à la coopération. Elle favorise le travail collectif de diagnostic à partir des données partagées avec les participants. Elle a un caractère dynamique et reste un objet d'échange, favorisant le débat, la connaissance mutuelle, le travail de coopération entre acteurs, mais aussi entre acteurs et organismes professionnels et publics.

L'OPP, associée à sa plateforme GIMIC, s'inscrit pleinement dans des démarches d'intérêt général par son fonctionnement démocratique horizontal. L'appropriation de la démarche comme l'usage de l'outil est accessible simplement et bénéficie désormais d'une expérience capitalisée et transférable.

L'accompagnement et le suivi méthodologique et technique à la méthode de l'OPP et au déploiement de la plateforme GIMIC ont été réalisés par Hyacinthe Chataigné en charge de l'observation et des études à la FEDELIMA et administrateur national de la plateforme GIMIC pour le compte d'iCoop.

Contact :

iCoop (OPP/GIMIC)

9 rue des Olivettes 44 000 Nantes

contact@icoop.fr / 02 40 48 08 85

www.gimic.org

Une enquête réalisée par :

Antoine Bos - Délégué général

Juliette Sougey - Stagiaire

Priscilla Martin - OPALE

Avec la contribution des membres du Conseil d'Administration :

Philippe Ochem - directeur de Jazzdor Strasbourg

Pierre Dugelay - directeur du Périscope

Pierrette Devineau - directrice du Paris Jazz Festival

Loïc Breteau - directeur des Rendez-vous de l'Erdre

Sébastien Cabrié - directeur de Jazz à Junas

Yann Causse - directeur de Jazzèbre

Roger Fontanel - directeur du D'jazz Nevers festival

Gilles Gautier - gérant de Jazzus Productions

Aurélien Pitavy - directeur de Charlie Free

Janick Tilly - directrice de Penn ar Jazz



AJC

35 rue Duris

75020 Paris

01 42 36 00 12

contact@ajc-jazz.eu

www.ajc-jazz.eu
