

Les Services à la production artistique en Région wallonne

**Étude réalisée par
le Bureau d'études de SMartBe,
association professionnelle d'artistes**

Rapport final - Décembre 2009

Avec le soutien de la Région wallonne,
Direction générale opérationnelle de l'Économie,
de l'Emploi et de la Recherche



Conception

Bureau d'Études - SMartBe, association professionnelle d'artistes.

Réalisation

Sarah de Heusch & Jérôme Wibrin

Coordination

Alain de Wasseige

Recherche documentaire

François-Xavier Leurquin

Aide à la réalisation du questionnaire

Thomas Carton de Wiart (Studio RVB), Héléna Rajabaly, David Thomisse (Studio RVB)

Entretiens

Sarah de Heusch, Maxime Dechesne, Olivier Desclez, Damien Noël, Jérôme Wibrin.

Relecture

Julie De Boe & Laurence Delperdange

Mise en page

Catherine Ruelle (Art Mature)

Nous remercions pour leur participation à cette étude :

Claude Bonte, Mars en Chanson ; Clio Brzakala, Wallonie Design ; Sophie Bodarwé, SMartBe Wallonie ; Roger Burton, Centre culturel de Forest ; Dimitri Coutiez, Cabinet du ministre wallon de l'Économie, de l'Emploi, du Commerce extérieur et du Patrimoine ; Jacques Deck, Conseiller « art de la scène » et « scénographie » ; Jacques Defourny, Centre d'économie sociale – ULg ; Anne Dujardin, Bureau d'Études SMartBe ; Claude Fafchamps, Compagnie Arsenic ; Jean-Michel François, Maison de la Culture de la Province de Namur ; Thierry Kieken, Agence de stimulation économique ; Gaël Lambinon, Cabinet du Ministre wallon de l'Économie, de l'Emploi, du Commerce extérieur et du Patrimoine ; Jean-Claude Marcourt, Ministre wallon de l'Économie, de l'Emploi, du Commerce extérieur et du Patrimoine ; Michel Marée, Centre d'économie sociale – ULg ; Marc Moura, SMartBe ; Jean-Pierre Nossent, Administrateur de SMartBe ; Patrick Printz, Wallonie-Bruxelles Musiques ; Pierre Van Steenberghe, SAW-B ; Carmelo Virone, Écrivain ; Pierre Vreven, Administrateur de SMartBe.

ainsi que toutes les personnes qui ont accepté de répondre à nos questions et aux entretiens, sans qui l'étude n'aurait pu avoir lieu.

Toute reproduction d'un extrait quelconque du texte de cette publication, par quelque procédé que ce soit, est autorisée moyennant mention des auteurs et des références de la publication.

PRÉFACE	7
INTRODUCTION	9
MÉTHODOLOGIE	15
La population ciblée	17
La base de données	19
Méthodologie de la recherche	23
PARTIE I : PHOTOGRAPHIE DU SECTEUR	27
CHAPITRE 1 : FORME JURIDIQUE DES STRUCTURES	31
A. Les ASBL	32
B. Les Projets SMart	34
C. Les indépendants	35
D. Les indépendants complémentaires	36
E. Les SPRL(U)	36
F. Que retenir ?	36
CHAPITRE 2 : SECTEURS D'ACTIVITÉS	38
A. Dans quels secteurs artistiques travaillent les structures qui ont répondu au questionnaire ?	38
B. Quels types d'activités les services développent-ils ?	40
C. Quelles sont les motivations principales des services lorsqu'ils développent leurs activités ?	41
D. Quels types d'activité les structures de créations développent-elles ?	41
E. Quelles sont les motivations principales des créateurs lorsqu'ils développent leurs activités ?	42
CHAPITRE 3 : LOCALISATION GÉOGRAPHIQUE	44
A. Où sont localisées les structures ?	44
B. Quelle est la provenance des usagers des services ?	45
C. Que retenir ?	47
CHAPITRE 4 : DÉPENSES ET RECETTES DES STRUCTURES	48
A. Chiffre d'affaires	48
B. Recettes	48
C. Principaux postes de dépenses	50
D. Que retenir ?	52
CHAPITRE 5 : SUBSIDES & SUBVENTIONS : PROVENANCE ET AFFECTATION	53
A. D'où proviennent et à quoi sont destinées les subventions accordées aux services ?	53
B. D'où proviennent et à quoi sont destinées les subventions accordées à des structures de création ?	54
C. Quelle est la dispersion des subsides dans la répartition des recettes des structures de services ?	55
D. Quelle est la dispersion des subsides dans la répartition des recettes des structures des créateurs ?	55
E. Parmi les services, quelles sont les structures juridiques qui reçoivent des subsides ?	56
F. Parmi les créateurs, quelles structures juridiques reçoivent des subsides ?	57
G. Parmi les créateurs, quels secteurs artistiques reçoivent des subsides ?	58
H. Que retenir ?	59
CHAPITRE 6 : ÉVOLUTION DU SECTEUR	61
A. Le nombre de clients/usagers/membres a-t-il évolué au cours des cinq dernières années ?	61
B. Le chiffre d'affaires a-t-il évolué au cours des cinq dernières années ?	62
C. Que retenir ?	62

CHAPITRE 7 : TYPES D'EMPLOI DES STRUCTURES.	64
A. Nombre d'emplois et types de contrats (ensemble des structures du secteur de la production artistique)	64
B. Les différentes fonctions exercées au sein des structures de production artistique.	66
CHAPITRE 8 : ÉCHANGE DE SERVICES.	69
A. Les structures de créateurs partagent-elles des coûts de matériel et de locaux ?	69
B. Avec qui l'échange de service est-il pratiqué ?	70
C. Dans quelle proportion les échanges de services sont-ils utilisés ?	71
D. Quels sont les avantages de l'échange de services ?	71
E. Que retenir ?	72
PARTIE II : LES SERVICES RÉPONDENT-ILS AUX BESOINS DU SECTEUR ?	75
CHAPITRE 9 : PROBLÈMES MAJEURS DES STRUCTURES.	79
A. Les problèmes communs aux services et aux créateurs	80
A.1. Quels sont les problèmes financiers et leurs conséquences ?	80
A.2. Qu'impliquent les problèmes de diffusion/communication ?	82
A.3. Quels sont les problèmes de coproduction et partenariat ?	83
A.4. Pourquoi et pour qui est-il difficile de trouver des locaux et infrastructures appropriés ?	84
A.5. Quelles sont les difficultés relatives à la comptabilité ?	84
B. Les problèmes mis en avant lors des entretiens par les créateurs	85
C. Que retenir ?	86
CHAPITRE 10 : ÉVALUATION DES FORMATIONS.	88
A. Quelles sont les carences en matière de formation du personnel ?	88
B. Comment les carences sont-elles résolues ?	89
C. Les personnes interviewées ont-elles poursuivi des études supérieures de type artistique ?	90
D. Existe-t-il une formation spécifique en gestion de projets artistiques ?	90
E. Vu l'importance de la fonction administrative, serait-il souhaitable de créer une formation spécifique ?	91
CHAPITRE 11 : LES SERVICES SONT-ILS AU SERVICE DU SECTEUR ARTISTIQUE ?	93
A. Les services : frein ou source de développement ?	93
B. Les structures font-elles appel aux services ?	95
C. Comment se rencontrent l'offre et la demande de services ?	95
D. Les services répondent-ils aux besoins des artistes ?	97
D.1. Quels sont les services appréciés en Région wallonne et pourquoi ?	98
D.2. Quels sont les services qui sont moins appréciés en Région wallonne et pourquoi ?	99
E. Quelle est l'appréciation des infrastructures existantes en Région wallonne ?	100
F. La proximité des services	102
F.1. La proximité des services est-elle importante ?	102
F.2. Pourquoi les structures sous-traitent-elles des services en dehors de la Région wallonne ?	104
G. Que retenir ?	105
PARTIE III : LES RECOMMANDATIONS.	107
CHAPITRE 12 : LES RECOMMANDATIONS DES ACTEURS DE TERRAIN.	111
A. Quelles recommandations en matière de subsides ?	111
B. Quelles propositions pour l'emploi dans le secteur artistique ?	113
C. Quelles recommandations d'ordre institutionnel ?	113
D. Les demandes d'aide à la diffusion	114
E. Les demandes liées à la formation.	115
F. Les demandes en matière de gestion de projet.	115
G. Quelles aides juridiques seraient les bienvenues ?	115
H. Quelles demandes en matière de locaux ?	116
I. D'autres propositions.	116

CHAPITRE 13 : LES RECOMMANDATIONS DE SMartBe.	117
A. Dépasser l'antagonisme économie et culture	118
B. Soutenir la singularité par la mutualisation	119
C. S'engager dans la défense du travail au projet artistique	119
D. Diversifier le soutien à la création par la dynamique que suscite le développement de services	120
 BIBLIOGRAPHIE.	 121
 ANNEXES.	 125
ANNEXE 1 : BASE DE DONNÉES	127
ANNEXE 2 : QUESTIONNAIRE.	131
ANNEXE 3 : ENTRETIENS	171
ANNEXE 4	177
Dans quels secteurs sont actives les structures auprès desquelles ont été réalisés les entretiens ?	
ANNEXE 5	178
Intervention du professeur Jacques Defourny, Liège, caserne Fonck, le 5 mai 2009, lors de la présentation de l'étude « Les services artistiques en Région wallonne »	
ANNEXE 5 - BIS	182
Intervention du professeur Jacques Defourny, Liège, caserne Fonck, le 5 mai 2009, lors de la présentation de l'étude « Les services artistiques en Région wallonne » - les Powerpoints	

Mieux appréhender le travail des artistes permettra d'améliorer leurs conditions de travail. À ce jour, il existe peu d'études et d'analyses sur ce secteur. C'est pourquoi le bureau d'études de SMartBe mène des analyses économiques, politiques, juridiques et sociologiques sur les conditions d'exercice des professions dans les secteurs culturels et artistiques.

Cette étude traite des indispensables services d'aide à la production artistique. Elle aborde aussi bien les métiers artistiques que les métiers techniques et administratifs qui sont inégalement organisés en Wallonie. L'objectif est de faire un état des lieux de ceux qui existent déjà et d'identifier ceux qui pourraient être soutenus ou mériteraient d'être créés. Un accent particulier est mis sur les nouvelles formes d'organisation des services favorisant la dimension de mutualisation et l'articulation entre services différents.

Pour prolonger cette réflexion, SMartBe consacre sa deuxième publication à « L'artiste et ses intermédiaires »¹.

Les services à la production artistique : une nécessité

Les sociétés occidentales connaissent un développement très rapide d'une économie basée sur l'immatériel également appelée « l'économie du savoir ou de la connaissance ». Ce contexte favorise l'émergence d'une nouvelle catégorie « socioprofessionnelle » que certains ont déjà dénommé les « nouveaux créateurs »². Artistes, designers, auteurs, architectes, informaticiens, chercheurs... ; ils se distinguent par leur capacité à manipuler des « savoirs » et à convertir leurs talents en innovation génératrice de richesse.

Les « nouveaux créateurs » développent leurs activités essentiellement au travers d'activités, c'est-à-dire un ensemble d'actions circonscrit dans le temps et dans l'espace qui vise à l'aboutissement d'un objet précis : une création, un spectacle, une œuvre... Leur appartenance à une ou plusieurs organisation(s) (entreprise, administration, association...) est appréhendée plutôt comme un moyen - au service d'un ou plusieurs projet(s) – que comme une fin en soi.

La prééminence du « mode projet » nécessite une forte capacité de mobilité. Les « nouveaux créateurs » sont très souvent des « nomades » qui savent mobiliser les membres de leurs réseaux (tribus). De nouvelles formes « collaboratives » de travail s'effectuent entre les membres d'un réseau par le biais d'échanges. Ces échanges ne sont pas toujours marchands et peuvent aussi prendre la forme d'échanges non monétaires dans le cadre d'une logique de réciprocité. Ils s'effectuent bien souvent en dehors du cadre institutionnel (suivant ainsi une logique économique plutôt qu'une logique culturelle).

Ces caractéristiques rendent difficile l'identification, par l'autorité publique, de l'ensemble des réseaux, porteurs de développement socio-économique. Cependant, de nombreux acteurs locaux semblent percevoir l'impact économique lié à la présence de ces « nouveaux créateurs » sur leur territoire. De multiples initiatives témoignent de cette volonté des institutions locales à rendre leurs territoires attractifs aux « nouveaux créateurs » : reconversion de friches industrielles en ateliers, développement des résidences d'artistes, mise en œuvre de partenariats... mais ces initiatives sont souvent peu adaptées car elles se heurtent souvent à une méconnaissance du terrain et de la réalité socio économique prévalant dans ces réseaux.

Si la formation artistique, la création et la diffusion sont des bases essentielles des politiques artistiques en vigueur, il faut pourtant pointer l'absence de politique coordonnée de services aux artistes. Cet élément entraîne l'absence de toute forme de mutualisation (équipements aussi bien que services et prestations), tant et si bien que les coûts des politiques artistiques mises en place sont élevées, chaque organisme devant mettre sur pied l'ensemble des services nécessaires à la mise en œuvre de ses objectifs et missions.

¹ *L'artiste et ses intermédiaires*, Édition Mardaga, Bureau d'études SMartBe, Association professionnelle d'artistes – À paraître en février 2010.

² Richard Florida, *Cities and the creative class*, Routledge, New York – London, 2005.

Les services aux artistes, de quoi s'agit-il ?

Alors que le soutien public aux artistes passe le plus souvent par des choix artistiques, le soutien aux services aux artistes, au contraire veille au développement des conditions socioéconomiques indispensables aux activités artistiques. Il n'implique pas, a priori, de choix esthétiques.

Le développement de la création artistique suppose l'existence d'une chaîne de métiers. Pour qu'une œuvre artistique connaisse un réel développement, il faut que les fonctions de formation, de création, de production, communication, etc. soient assumées. Elles le sont par des partenaires (publics, privés marchands ou privés non marchands) souvent sans aucun lien entre les uns et les autres. La multiplicité des intervenants et des projets complexifie les parcours professionnels des artistes.

Dans certains secteurs, certaines fonctions, pourtant essentielles, à l'articulation de la culture et de l'économie, font défaut. Ces carences représentent un frein important au développement de la création. C'est une des hypothèses essentielles de cette étude.

Si l'on prend l'exemple d'un groupe de musique :

- avant concert : toute une gamme de fonctions, que l'on peut qualifier de *fonctions primaires*, doivent être remplies : gestion des lieux de répétition, management, communication, production (du concert et de l'enregistrement), le graphisme, les agences de diffusion, le management, la communication... qui constituent les *centres de coûts* principaux de l'activité dont les besoins financiers sont rarement rencontrés;
- dès le moment où il y a concert, cela implique les *fonctions secondaires* : les diffuseurs, les équipes techniques éclairage et son, le graphisme, l'imprimerie, les agences de communication et de publicité, les sociétés de droit d'auteur, les secrétariats sociaux et les services comptables, les services de transport, les services de sécurité, les services de catering et d'hôtellerie, etc. qui constituent les *centres de profit* de l'activité.

Historiquement, le travail artistique se protégeait en maintenant à distance les mécanismes du marché et de la concurrence, ce n'est plus toujours le cas ; les artistes dans une proportion importante pouvaient s'adosser à des espaces professionnels institutionnels protecteurs ; actuellement, ce n'est pas souvent le cas. Les enjeux qui se posent sont démultipliés et transversaux (en terme de liberté artistique, de revenus, d'emploi et d'intervention sociale). L'économie culturelle se convertit en une économie de l'immatériel. Celle du savoir et du loisir, symbolisée par les industries culturelles dans un contexte de mondialisation face auxquelles, le nouveau créateur se retrouve sans médiateur.

C'est dans ce contexte que les pouvoirs publics, et singulièrement la Région Wallonne, pourraient apporter la nécessaire impulsion à la réorganisation de ces activités.

Il s'agit bien d'organiser, de réguler et de (re)dynamiser ce secteur dans les champs économique et de l'emploi, par le développement d'initiatives favorisant la diversification et la rationalisation des services aux artistes en mutualisant les fonctions primaires (centre de coûts) et les fonctions secondaires (centres de profit) étant entendu que le marché de la culture est un marché extrêmement porteur³.

L'hypothèse principale réside dans le postulat que si les pouvoirs publics investissaient, même transitoirement, dans la création de structures de services aux artistes ; cela pourrait leur permettre de passer d'une situation fragile et souvent dépendante de subventions à une viabilité économique.

Une nouvelle vision amenée par une meilleure connaissance de la chaîne de production artistique pourra favoriser une politique plus rationnelle de la culture. Cette étude se veut être porteuse de cette réflexion.

MARC MOURA
Directeur
SMartBe, Association professionnelle d'artistes

³ Voir étude européenne http://ec.europa.eu/culture/eac/sources_info/studies/economy_fr.html

*« Culture, bien-être et développement collectif
sont indissociablement liés. On a jamais vu une société
épanouie dans un désert culturel. »*

JEAN-CLAUDE MARCOURT, 5 mai 2009,
Les services artistiques en Région wallonne – Colloque, Caserne Fonck, Liège.

La commande d'étude

La présente étude a été menée par SMartBe pour le compte du Ministre de l'économie de la Région wallonne. L'objectif est de répertorier les services existants et impliqués dans la production artistique (ce qui n'inclut pas la diffusion), d'en dresser le profil socio-économique, d'identifier les problèmes rencontrés, d'apprécier la qualité des services rendus, de formuler des propositions dans le but de dynamiser le secteur artistique en Région wallonne.

Le fait de mettre l'accent sur les services, au sein de la chaîne des métiers et fonctions qui structurent l'organisation des différentes disciplines artistiques, indique clairement que la présente étude s'inscrit dans le cadre d'une approche socio-économique de la création.

Cet accent s'inscrit pleinement dans l'intérêt qu'ont manifesté, ces dernières années, certaines instances publiques qui se sont rendues compte de l'importance économique de la culture, de son développement régulier, de l'accroissement de l'emploi dans ce secteur et des retombées financières qu'il génère.

Quel est le cadre de travail des entités actives dans le secteur artistique ?

La diversité des métiers liés au secteur artistique que l'on constate aujourd'hui est due à plusieurs phénomènes. Il y a d'une part les avancées techniques et technologiques qui ont permis l'émergence de nouveaux supports et donc de nouvelles formes d'art (la photo, le cinéma, la vidéo, les arts numériques, etc.). L'immixtion d'outils technologiques de plus en plus complexes dans la production artistique débouche sur la nécessité pour les artistes de faire appel à des savoir-faire de plus en plus variés et spécifiques. Parallèlement, la division du travail au sein de la société, qui s'accompagne d'une spécialisation des tâches⁴, pousse les artistes à devoir faire appel à différents interlocuteurs selon les étapes de leur travail (un producteur, des services techniques, un agent pour la diffusion, des programmeurs, des spécialistes de la communication visuelle et écrite, etc.). Ce double mouvement de spécialisation technologique et technique et de spécialisation des fonctions au sein des chaînes sectorielles (celles qui sont spécifiques à chaque discipline artistique) entraîne un foisonnement des services artistiques et des métiers liés à l'art.

Auparavant, les différents services dont avaient besoin les artistes étaient effectués par des corporations. Avec l'éclatement de celles-ci au XVIII^e siècle, l'artiste échappe à leurs contraintes mais perd du coup la facilité d'accès aux services nécessaires à la création. Hormis le cas des collectifs, qui cherchent à intégrer un éventail de fonctions et parfois pratiquent la rotation de celles-ci à l'intérieur de la dynamique collective, ou encore le cas des grandes structures ou institutions qui disposent en partie de leurs propres services, les petites entités n'ont pas toujours les moyens d'externaliser les services dont elles ont besoin. L'organisation des artistes et services est aujourd'hui structurée en entités distinctes, de moins en moins engagées dans la durée les unes par rapport aux autres. Si bien que souvent l'artiste peut parfois méconnaître les intermédiaires dont il a besoin pour sa création et pour la diffusion de ses œuvres et parfois, ignore ou peine à identifier des pans entiers de la chaîne sectorielle dans laquelle il s'inscrit.

Il faut ajouter à cela trois autres facteurs déterminants : l'histoire de l'organisation des disciplines artistiques, les limites du marché « belge francophone », les transformations économiques et technologiques qui affectent les marchés sectoriels. Ils ont tous trois des incidences directes sur les modalités de l'organisation des services nécessaires à la production et à la diffusion.

⁴ DURKHEIM, Emile, *De la division du travail social*, PUF., Économie sociale, laboratoire d'innovations

QUELQUES EXEMPLES : Ainsi la littérature francophone, à la différence de la littérature anglo-saxonne, recourt peu à des agents littéraires, privant du coup les artistes d'intermédiaires et les obligeant à envisager autrement cette fonction. Pour des raisons à la fois historiques et économiques, il n'existe pas de réelle structure de production dans le champ des arts plastiques. Enfin, les limites du marché « belge francophone » rendent peu ou pas viable la fonction d'agent de groupes de musique.

Si quelques rares artistes connaissent une gloire ou une fortune plus ou moins rapide, une immense majorité vit dans l'ombre et survit grâce à des métiers ou pratiques essentiellement alimentaires. Ils continuent leur art mais sont obligés, pour subvenir à leurs besoins, soit de trouver une activité rémunérée dans un autre secteur, soit de travailler comme simple exécutant pour des commandes artistiques. Ceci a plusieurs conséquences.

D'une part la multiactivité⁵ des artistes qui doivent cumuler différentes compétences pour pouvoir être « employables », ce qui implique aussi moins de temps pour la création.

D'autre part, qu'ils vivent ou non de leurs œuvres, le travail artistique est cadencé par projets (la réalisation d'une exposition, d'un film, d'un album, d'un spectacle, etc.) qui sont par définition délimités dans le temps et qui requièrent un esprit entrepreneurial. Il faut donc prospecter, effectuer des démarches administratives, élaborer des budgets, établir des contrats. Cette manière de travailler est loin de l'image, fort présente dans notre inconscient collectif (et corroborée par la littérature et l'histoire), de l'artiste qui ne travaille que par amour pour l'art et sans considération financière immédiate.

Malgré la multiplication des métiers liés au secteur artistique et le nombre croissant de personnes se lançant dans une activité artistique ou en lien avec ce secteur, on peut parler d'un véritable secteur économique, qui se distingue par un mode de vie souvent précaire et un fonctionnement par projets bien différent de la majorité des autres domaines d'activité. Comme nous le verrons, malgré l'instabilité des revenus dans le monde artistique, il n'en n'est pas moins un moteur de richesse et de valeur ajoutée.

Données économiques

La culture est bien un acteur de l'économie qui a comme particularité de fonctionner avec des ressources mixtes, c'est-à-dire tant marchandes que non-marchandes. En effet, d'un côté, le secteur public est assez présent, que ce soit au niveau de la diffusion, mais aussi d'aides à la production. De l'autre, certains pans de la culture (on pense par exemple à certains champs musicaux contemporains) se retrouvent presque exclusivement au sein du secteur privé. Entre les deux, nombreux sont les secteurs, nombreuses sont les structures où le marchand et le non-marchand cohabitent, s'imbriquent même, dans une perspective d'économie sociale⁶.

Les dépenses culturelles (publiques) en Belgique représenteraient 1.2% du PIB⁷, le secteur créatif et culturel représenterait 2.6% du PIB⁸, soit la moyenne européenne. Au-delà de ces chiffres, soumis à caution car n'étant pas construits forcément selon la même méthodologie, il s'agit de souligner l'importance du secteur artistique et culturel. Ce secteur est donc bel et bien un acteur de l'économie générant des emplois, une certaine richesse mais aussi un certain nombre de retombées au niveau du bien-être.

Quant au nombre d'emplois générés par le secteur, aucune étude sérieuse ne l'a jamais étudié de manière exhaustive⁹, et l'absence de statut spécifique rend ardue toute estimation.

On parle souvent de l'effet multiplicateur de la dépense culturelle qui justifierait, à tout le moins économiquement, ces dépenses par les retombées positives qu'elles engendreraient. Malheureusement, des études pour le moins contradictoires

⁵ *L'artiste au travail*, Bruylant et SMartBe, Bruxelles, 2008.

⁶ On trouvera en annexe l'intervention du professeur Jacques Defourny, directeur du Centre d'Économie Sociale de l'ULg, lors du colloque de présentation des résultats partiels de la présente étude, à la caserne Foncq à Liège du 05/05/2009.

⁷ Source : Regards sur les dépenses culturelles en Belgique et en Communauté française, Faits & gestes n°13, Ministère de la Communauté française, 2004

⁸ Source : The economy of culture in Europe, European Commission, 2006

⁹ Seules existent des études sectorielles ou parcellaires basées sur des méthodologies et sources difficilement comparables.

ont été réalisées et estiment cet effet dans une fourchette entre 1 et 4. Ce qui signifierait dans ce dernier cas que pour 1 € investi il y aurait pas moins de 4 € de retombées. Un consensus se dégagerait auprès des économistes autour d'un effet multiplicateur autour de 1,2 ou 1,3, ce qui dépend évidemment du type de dépenses réalisées, de leur structuration à long terme et de la période de temps d'investissement.

Néanmoins, il existe d'autres arguments pour soutenir la dépense culturelle. Celle-ci amène un effet positif également à long terme, notamment en termes d'image, de bien-être, de vecteur de cohésion sociale ou même d'attractivité d'une ville, d'une région ou même d'un pays.

Enfin, et ce n'est pas le moindre des arguments, il est largement établi que le développement sociétal ne peut se faire sans le culturel. Quant au développement économique, il dépend lui aussi de ce développement culturel, primordial dans toute société.

De plus, un bien culturel est un bien « intergénérationnel », produit maintenant, mais qui pourrait faire partie du patrimoine de demain.

La population ciblée

Nous voulions questionner toute structure impliquée dans la « production artistique ». Selon l'institut des statistiques canadien¹⁰ : « Pour être consommé, un bien ou un service culturel doit en premier lieu être créé, produit, parfois fabriqué, puis alors distribué aux consommateurs. » Tout ce parcours et ce processus sont généralement suivis par les artistes-créateurs, alors que les différentes phases intermédiaires sont développées par des services.

Pour des raisons de délais, cette étude se limite aux phases de création, production et fabrication que, par facilité, nous appellerons simplement « phase de production » en opposition à la « phase de diffusion ».

Tout au long de l'étude nous faisons une distinction entre deux types de structures qui forment notre échantillon : les **services** proprement dits et les **créateurs**.

Lorsque nous parlons des structures de **services**, nous désignons toute activité en lien avec la production et la transformation de biens matériels ou immatériels liés à la production artistique. À titre d'exemple, les services peuvent aussi bien être ceux d'un studio d'enregistrement, d'un centre culturel, d'un label de musique. Sont aussi considérés comme services les structures à vocation sociale qui utilisent l'art comme activité.

Ces structures participent à la production artistique par les services qu'elles pourvoient et l'infrastructure dont elles disposent (ce sont donc des structures de service), et externalisent elles-mêmes des services.

Ce panel de services couvre à la fois le secteur commercial, le secteur non-marchand et certaines initiatives menées par un secteur « parapublic ». Il faut encore préciser que la recherche porte sur les services organisés, disposant d'un statut juridique. Sont donc exclues de ce travail les personnes physiques, à l'exception des indépendants et des indépendants à titre complémentaire et des Projets SMart¹¹.

Les **créateurs** (deuxième type de population constituant notre échantillon), désignent les structures de création impliquées généralement tout au long du processus artistique : de l'idée à la création jusqu'à la diffusion. Comme pour les **services**, nous nous sommes intéressés uniquement à ceux qui sont organisés en structures (SPRL, SCRL, ASBL, indépendants) ainsi qu'aux personnes impliquées dans les Projets SMart.

Les **créateurs** font l'objet de la présente étude à titre d'utilisateurs et de prestataires de services, mais aussi à titre de concepteurs et gestionnaires de services nécessaires à leurs propres productions. En effet, ils sont souvent les premiers utilisateurs des services, mais, souvent engagés dans une forme d'autoproduction, ils assument eux-mêmes, partiellement ou complètement, les tâches nécessaires à leurs projets. De plus, il leur arrive souvent de prester des services artistiques pour des tiers, créateurs ou non. Dans ce cas ils sont prestataires de service. Ces trois types d'activités seront analysés lors de cette étude, mais comme étant les activités des **créateurs**.

Faisons attention à bien distinguer les **services** en tant que structures (qui font partie de notre population cible) et les services en tant que tâches. Celles-ci s'apparentent aux besoins des structures interrogées (**services et créateurs**) et correspondent à des activités de type intellectuel, artistique, technique ou administratif intervenant dans le processus de production. Il arrive que certaines tâches soient exécutées en interne par les structures interrogées ou bien qu'elles soient accomplies par des tiers, qui deviennent dès lors des services exécutés par des structures de **service** et parfois même par des **créateurs**. Il peut s'agir des services de gestion d'un secrétariat social, de locations de locaux par un centre culturel ou de création de costumes par un styliste pour une pièce de théâtre (ce créateur intervient dès lors en tant que prestataire de service artistique).

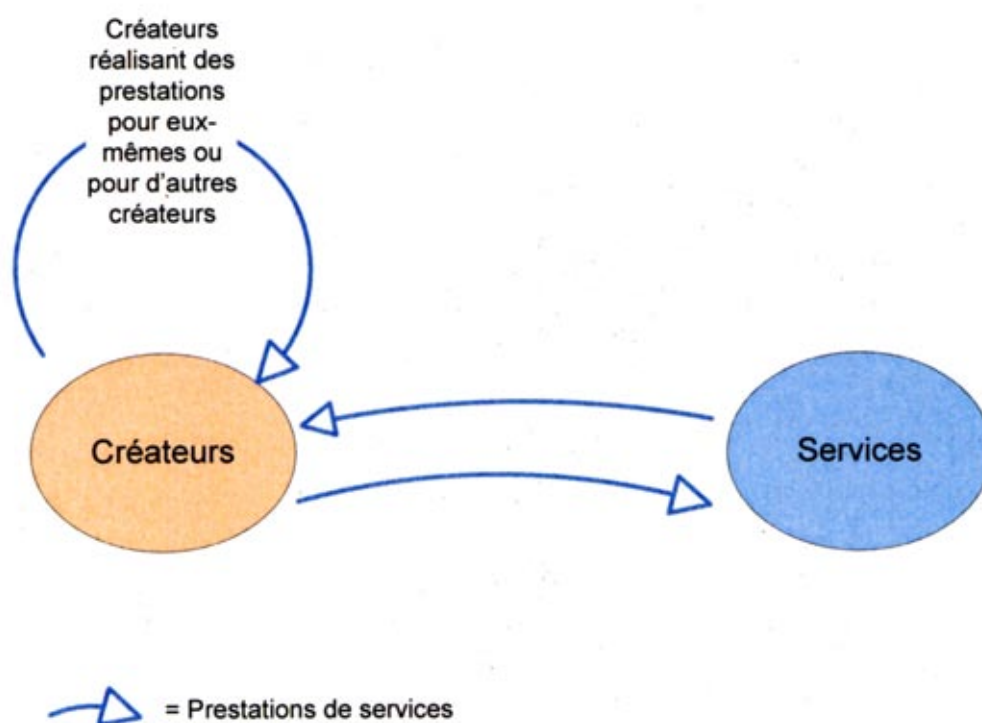
¹⁰ *Contribution économique du secteur culturel aux économies provinciales du Canada* Programme de la statistique culturelle, Division de la Culture, tourisme et centre de la statistique de l'éducation, Ottawa

¹¹ À partir de 2004, SMartBe a mis au point un système de gestion administrative et financière de "projets" présentant les caractéristiques suivantes : sources de financement diverses, participation de plusieurs personnes, coûts élevés ou faibles, justification des coûts de production.

Cette construction présente un avantage important : il n'est plus nécessaire de créer une structure permanente telle qu'une ASBL ou une SCRL pour les activités s'inscrivant dans le cadre du projet, ce qui permet d'éviter des tracas administratifs au titulaire du projet. Pour l'activité artistique qui démarre, se prolonge ou se développe, le Projet SMart est un instrument très flexible, adapté aux besoins des membres.

Il y a toutefois quelques limites au champ observé. Dans notre population cible, nous n'avons pas retenu l'architecture, pourtant discipline artistique à part entière. Nous n'avons pas retenu non plus l'ensemble des lieux de formation initiale des artistes, mais bien les lieux de résidence ou de transition professionnelle entre l'enseignement et la pratique artistique. N'ont pas fait l'objet du champ d'investigation certains services spécialisés qui rendent des services à d'autres secteurs qu'artistiques. Ceci explique, par exemple, que la plupart des « imprimeries » n'ont pas été retenues dans la banque de données qui forme notre échantillon. Enfin, les services publics n'ont pas fait l'objet d'une investigation spécifique si ce n'est à travers une réflexion sur les aides et subventions dont bénéficient ou non les « services » et les « créateurs ».

GRAPHIQUE I – FLUX DES PRESTATIONS DE SERVICES



Source : Bureau d'étude - SMartBe

Nous avons donc pris en compte les services et les créateurs en différenciant leurs points de vue. Une analyse cantonnée aux seuls services aurait occulté une part significative des services existants (ceux fournis par les créateurs) et n'aurait pas permis de rendre compte de l'appréciation des services par leurs utilisateurs (les créateurs). Cette approche était indispensable pour mieux appréhender les besoins du secteur dans sa globalité.

À noter que, tout au long de l'étude, les tableaux et commentaires présents dans les différents chapitres de cette étude établissent une distinction entre « services » et « créateurs ». Il ne s'agissait pas pour nous de les opposer mais de mieux cerner comment les uns et les autres s'inscrivent dans une perspective complémentaire de services à la production artistique.

La base de données

Préalablement à la recherche, un documentaliste a répertorié dans une base de données tous les services à la production artistique ainsi que certains artistes (que nous nommons par souci de clarté créateurs) établis en Région wallonne (ASBL, SPRL, SCRL, indépendants, Projets SMart), qui ne sont pas toujours repérables dans les sources habituelles (annuaires, sites-web, etc.).

Constitution de la base de données

Cette première phase de l'étude s'est déroulée durant les mois d'août, septembre, et le début du mois d'octobre 2008. Afin de récolter ces données nécessaires à l'étude, plusieurs sources s'offrent au chercheur. Tout d'abord nous avons les documents disponibles sur Internet qui représentent la façon la plus simple et la plus immédiate de récolter ces informations. Ensuite, il y a les annuaires professionnels disponibles pour de nombreux secteurs et enfin les centres de documentations « sectoriels ».

Afin de vérifier la pertinence des données recueillies, nous avons aussi eu recours à des spécialistes qui nous ont conseillés durant l'élaboration de cette base de données. Notre recherche était axée sur les services à la production, et plus principalement sur les structures (ASBL, SPRL, SA, indépendants, etc.).

Dans la mesure du possible nous avons évité de reprendre les personnes physiques. Toutefois, dans certains secteurs artistiques, il est rare que la référence à une structure soit clairement précisée. Il se peut donc que des personnes agissant à titre individuel et dans le cadre de prestations occasionnelles figurent encore dans la base de données, mais ce de façon minoritaire. Les données du secteur de l'audiovisuel sont celles pour lesquelles une plus grande vigilance s'impose. En effet, il est difficile dans ce secteur de faire la part entre les techniciens professionnels disposant d'un statut d'indépendant et ceux employés au projet.

Une dernière précision s'impose avant de poursuivre : nous avons repris les festivals dans la banque de données, considérant que certains d'entre eux interviennent dans le processus de production par des commandes ou des co-productions. Ils sont repris à ce titre et non au titre de diffuseurs. En offrant sa logistique et son support financier pour la mise en place de ces coproductions, le festival dépasse sa mission de diffuseur pour devenir un producteur, au moins partiellement. C'est une logique identique qui a prévalu pour les centres culturels.

Internet

Étant donné le peu de temps prévu pour la récolte des informations, la façon la plus pertinente de procéder était de commencer l'élaboration de cette base de données en consultant les sites professionnels des différents secteurs et ceux dédiés à la culture de façon plus générale. En effet, il existe de nombreuses banques de données dédiées au secteur des arts : Médiabase, AVguide, Cinébel, La Bellone, pour ne citer que les plus importantes. Les sites des grandes institutions culturelles publiques ou parapubliques francophones (Ministère de la Communauté française, Wallonie-Bruxelles-Théâtre, Wallonie-Bruxelles-Musique, etc.), étaient aussi de bons filons à exploiter, de même que les différents services du Ministère de la Communauté française.

Les annuaires professionnels

De nombreuses associations éditent de façon régulière des annuaires destinés aux personnes impliquées dans le secteur. Ces répertoires ont été indispensables dans la récolte d'informations. Ils proposent les coordonnées les plus récentes de nombreux professionnels des arts. Parmi ces ouvrages, on peut citer « Le Nomade » édité par la Far (Fédération des arts de la rue), « l'Annuaire de l'audiovisuel », « Le Guide du designer indépendant » ou bien encore le « Manuel pour les industries graphiques ».

Cependant, certaines sociétés offrent des services qui ne sont pas directement orientés arts et culture. Nous nous sommes donc aidés du site des « Pages d'or » afin de trouver ces sociétés qui travaillent pour des producteurs artistiques.

Les centres de documentation

Après avoir constitué la plus grande partie de la base de données, nous nous sommes rendu dans certains centres de documentation afin de récolter des informations supplémentaires et de recouper celles que nous possédions déjà. Il

s'est vite avéré que cette étape prenait beaucoup de temps pour un résultat en deçà des attentes. En effet, après avoir consulté plusieurs centres, nous avons pu constater que la majeure partie du travail de récolte des données avait été effectuée via les annuaires et les sites spécialisés.

Cette étude étant suivie par des experts, ceux-ci ont aussi apporté de nouvelles coordonnées pour, au final, atteindre approximativement les 3500 données. Après avoir vidé le tableau des données erronées, suite à l'envoi du questionnaire, nous sommes arrivés à un total de quelque 3100 entrées auxquelles nous avons ajouté environ 1000 Projets SMart.

Structuration de la base de données

Pour chaque entrée dans le répertoire, il fallait le nom de la structure, son adresse postale, un numéro de téléphone, un email et une personne de contact. De plus, nous avons pris soin d'ajouter à ces informations, le lien ou la référence bibliographique permettant de les retrouver aisément. Ce répertoire a été réalisé sous forme d'un tableau Excel subdivisé comme suit¹² :

- Arts de la rue/cirque
- Arts numériques
- Arts plastiques
- Audiovisuel
- Danse
- Design/mode
- Structures multisectorielles
- Littérature
- Musique
- Théâtre

Les structures multisectorielles reprennent les adresses des structures qui travaillent ou peuvent travailler pour plusieurs des domaines artistiques repris ci-dessus. Il est en effet possible pour une société qui loue des costumes, de travailler aussi bien pour le secteur de l'audiovisuel que pour celui des arts de la scène. Notons qu'à la lumière des données récoltées (voir chapitre 2), les structures qui déclarent travailler dans plusieurs disciplines sont bien plus nombreuses que dans le classement de notre base de données initiale.

Dans un souci de clarté et de lisibilité, nous avons préféré répartir cette dernière rubrique en disciplines artistiques plus précises (danse, musique, théâtre). En outre, les données communes, pour chaque secteur, figurent dans une catégorie nommée « associations et institutions ». Celle-ci comprend principalement les associations professionnelles, mais aussi certains centres ou certaines associations offrant des services spécifiques, comme par exemple la Fédération des Arts de la Rue ou le Conseil de la Musique.

TABLEAU I – RÉPARTITION DES DIFFÉRENTS SECTEURS SELON LES PROVINCES¹³

	Brabant Wallon	Hainaut	Liège	Luxembourg	Namur	Total Wallonie	Bruxelles/ Divers *	Total
Structures multisectorielles	113	208	167	51	97	636	80	716
Cirque/Arts de la rue	5	9	13	6	11	44	29	73
Danse	4	11	5	2	4	26	21	47
Théâtre	22	38	46	8	16	130	21	151
Littérature	41	63	62	9	28	203	84	287
Audiovisuel	192	184	239	26	184	754	31	785
Arts plastiques	23	68	97	16	34	238	2	240
Mode/design	4	19	19	2	2	42	11	53
Musique	128	170	273	44	107	722	19	741
Total	532	770	921	164	467	2854	298	3152

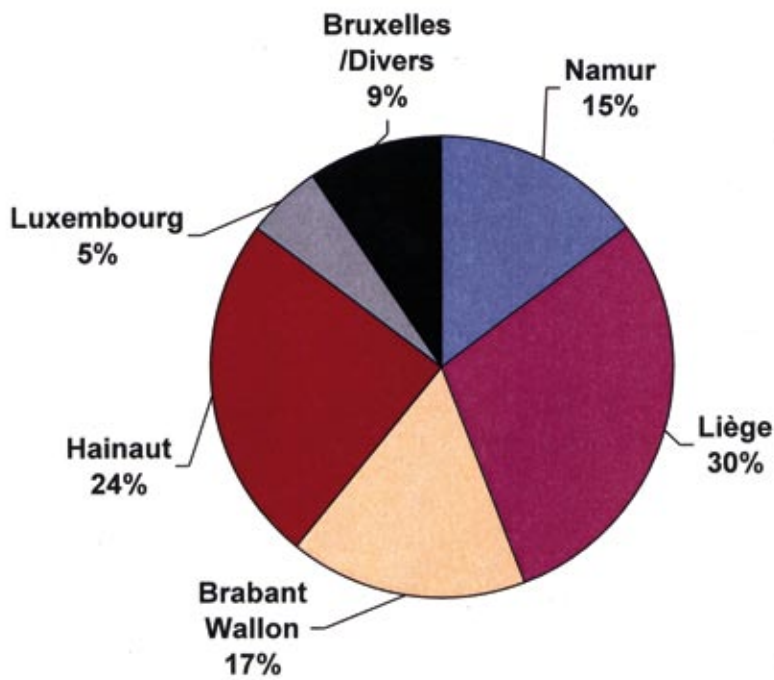
* Il s'agit de communes francophones en périphérie de Bruxelles mais néanmoins situées sur le territoire de la Région flamande.

Source : Bureau d'étude - SMartBe

¹² Cette catégorisation reprend la subdivision classique des pouvoirs publics en matière de discipline artistique

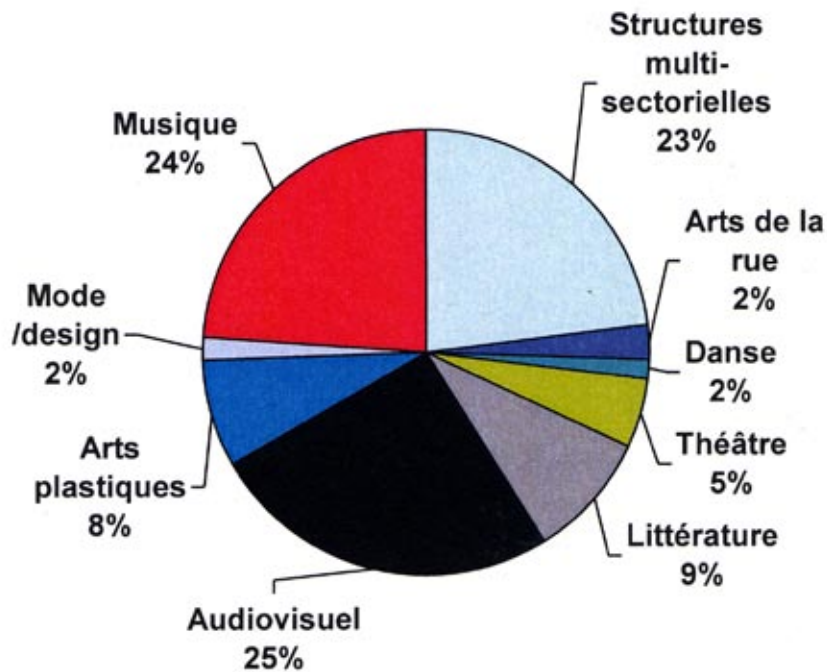
¹³ Les données comptées ici prennent en compte les adresses postales des structures.

GRAPHIQUE 2 – PROPORTION DE CHAQUE PROVINCE SUR LE TOTAL D'ENTRÉES DANS LA BASE DE DONNÉES.



Source : Bureau d'étude - SMartBe

GRAPHIQUE 3 – RÉPARTITION DE CHAQUE SECTEUR DANS LA BANQUE DE DONNÉES.



Source : Bureau d'étude - SMartBe

Au niveau de la répartition géographique, remarquons que la province de Liège est la plus représentée, suivie du Hainaut. Ces deux provinces représentent plus de la moitié du nombre de structures de la base de données.

Quant à la répartition sectorielle, la musique et l'audiovisuel sont particulièrement bien représentés, ces deux disciplines représentant à elles seules près de la moitié des structures. Les arts de la rue ou la danse, par contre, ne sont que très faiblement représentés (2% chacun).

Nous reviendrons plus en détail sur ces différents aspects dans les prochains chapitres.

Réflexion quant à la méthodologie dans l'élaboration de la base de données

Pour cette recherche, il fallait travailler principalement avec des données secondaires, c'est-à-dire des données qui ont été créées et récoltées au préalable par quelqu'un d'autre. Il faut donc pouvoir se fier aux personnes et organismes ou institutions qui ont récolté et traité ces informations.

La très courte durée de cette recherche ne nous a pas permis de tester chacune des adresses présentes dans la banque de données. En effet, il est probable que certaines personnes reprises dans nos données ne travaillent plus dans le secteur indiqué, ont changé de carrière, ou ont simplement cessé leur activité. Dans certains sites, les mises à jour ne se font pas assez régulièrement pour éliminer les personnes ou organismes inscrits mais ne travaillant plus dans le secteur. Il se peut dès lors que certaines données ne soient plus d'actualité. Nous savons tous à quel point les adresses mail des personnes peuvent changer facilement. Nous avons toutefois pris soin de retirer de notre tableau les adresses qui nous sont revenues, lors de l'envoi du mailing, présupposant qu'elles n'étaient plus en fonction.

Cette base de données a été créée, on le rappelle, afin de recenser l'ensemble des activités artistiques liées aux services à la production artistique en Wallonie. Ce travail devait servir de préambule à l'étude même. Cependant, si cette base de données a pour vocation seconde d'être rendue publique et utilisée par les artistes, dans un souci d'exhaustivité, il faudrait y incorporer les informations concernant la région bruxelloise. De nombreux services se trouvent concentrés dans la capitale et certains artistes situés en Région wallonne y ont recours de façon ponctuelle. C'est d'ailleurs pour cela que certaines données relatives à Bruxelles sont encore présentes dans notre tableau. Il faut toutefois préciser que ces données n'ont pas été récoltées de façon systématique, nous avons voulu les garder essentiellement pour les secteurs d'activité où nous n'avons pas (ou très peu) trouvé de données en Région wallonne, en partant alors du postulat que des structures seraient alors utilisées à Bruxelles ou dans sa proche périphérie.

Méthodologie de la recherche

Cette étude a été menée sur une période de sept mois par une sociologue et un économiste. Lors des deux premiers mois la méthodologie a été mise au point et le questionnaire envoyé à notre échantillon (voir base de données). Les interlocuteurs avaient environ deux mois pour répondre au questionnaire. Ensuite, les chercheurs ont sillonné la Région wallonne pour interviewer certaines structures. La période de traitement de données et d'analyse a duré 6 mois.

Ce court délai nous a permis d'esquisser les grands traits du secteur et particulièrement de l'utilisation et de l'appréciation des services à la production artistique.

Cette approche n'ira donc pas en profondeur sur tous les sujets, qui mériteraient une analyse à part entière chacun, mais est intéressante car elle permet d'appréhender notre sujet dans sa globalité d'une part et d'indiquer des pistes de réflexions et d'études plus approfondies de l'autre.

Le questionnaire¹⁴

Nous avons procédé à une enquête par questionnaire en ligne portant sur des données générales et qualitatives auprès de toutes les structures relevées dans la base de données.

Nous leur avons envoyé un mail les informant des objectifs de la recherche et des profils du commanditaire et du prestataire.

Nous aurions voulu pouvoir récolter certaines données directement auprès de différentes instances ou dans des études existantes -par exemple au niveau de l'emploi ou du chiffre d'affaires-, mais faute de données homogènes (dans leur élaboration et recueil) et/ou exhaustives, nous avons décidé de les recueillir directement auprès des répondants.

Les questions portaient sur trois domaines principaux : le fonctionnement des structures, les problèmes de celles-ci, les services utilisés ainsi que leur évaluation.

Le questionnaire était quasi identique pour les **services** et les **créateurs**. Il faut toutefois signaler que plusieurs structures se sont arrêtées aux questions portant sur l'emploi et sur les données économiques.

Puisque le questionnaire est long et qu'il requiert parfois des recherches de données par les interlocuteurs, nous avons choisi un logiciel qui permette aux interlocuteurs d'interrompre le questionnaire et d'y revenir à un autre moment. Les questions étaient le plus possible fermées et qualitatives, néanmoins certaines données quantitatives ont aussi été demandées.

La plus grande difficulté dans l'élaboration de questions fermées réside dans l'exhaustivité des propositions de réponses. Cette épreuve est d'autant plus difficile lorsque l'on s'adresse à différents types d'organisations ou de structures (certaines sont autogérées par les créateurs, d'autres sont des structures de services pouvant employer plusieurs centaines personnes) et d'autant plus que les interlocuteurs travaillent dans des secteurs forts différents (littérature, musique, audiovisuel, etc.).

Malgré toutes ces difficultés, nous avons été étonnés du taux de réponse. Plus de 700 personnes ont commencé le questionnaire sans le terminer et 362 interlocuteurs ont complété le questionnaire dans son intégralité. Le taux de réussite tourne autour des 10%, chiffre satisfaisant au vu de la difficulté et de la longueur du questionnaire ! Toutefois, le nombre de réponses est insuffisant pour pouvoir croiser un certain nombre de données.

Ces chiffres démontrent un réel intérêt pour cette étude de la part des personnes travaillant dans le secteur artistique et culturel. Lors des entretiens, il est en effet apparu qu'elles étaient satisfaites d'être interpellées et que le pouvoir public s'intéresse à leur situation.

¹⁴ Voir l'annexe I

Les entretiens

Une fois les questionnaires rentrés, nous avons procédé à des entretiens semi directifs auprès d'un échantillon de structures qui ont répondu au questionnaire. La sélection de ces interlocuteurs s'est faite dans un souci de représentativité de la base de données initiale. Nous avons donc choisi de garder une proportionnalité par discipline artistique et par Province.

Nous avons donc réalisé 66 entretiens auprès de **créateurs** et de **services**, soit près de 20% des personnes ayant répondu au questionnaire. Initialement, nous avons pensé n'interviewer que les **créateurs** (en tant qu'organisateur, prestataire et utilisateur de services), mais certaines structures s'étant auto-classées dans le groupe des **créateurs** alors qu'elles tombent sous notre définition de **services**, se retrouvent dans notre échantillon. Leurs entretiens ont été pris en considération pour compléter le point de vue des structures de **services**.

Les entretiens servent à approfondir des questions qui n'ont pu être abordées de manière complète et exhaustive lors du questionnaire.

Nous avons saisi l'occasion pour investiguer plusieurs points. Tout d'abord, il s'agissait de connaître les raisons qui ont poussé les interlocuteurs à choisir telle ou telle forme juridique et les difficultés principales rencontrées. Nous avons tenté de mettre en lumière les réseaux mobilisés, les vecteurs de communication utilisés, la pratique de l'échange de services et leur appréciation des services utilisés.

Les entretiens étaient en outre l'occasion d'évaluer le niveau de formation des interlocuteurs, ainsi que de leur permettre d'exprimer leurs souhaits quant aux développements à poursuivre en matière de services artistiques.

Il faut noter lors de l'analyse un glissement sémantique dans l'utilisation des termes « personne interviewée » et « structure ». Ce glissement s'explique par un positionnement méthodologique qui veut que, même si la personne parle au nom de (et de) la structure pour laquelle elle travaille, c'est le discours d'une personne avec toute sa subjectivité qui est relaté.

Le comité d'accompagnement et le comité d'experts¹⁵

Aux étapes-clés de l'étude, les chercheurs ont consulté le comité d'experts et le comité d'accompagnement.

Le comité d'experts est formé de personnes de référence dans différentes disciplines du secteur artistique ; personnes sélectionnées par rapport à leur expertise et leurs compétences.

Le comité d'accompagnement, quant à lui, est composé d'un professeur en économie sociale de l'Université de Liège (pour assurer la qualité scientifique de l'étude), de représentants des commanditaires, de professionnels des secteurs de la production et des services. Ils ont été consultés pour avaliser la méthodologie, le questionnaire et les premiers résultats.

Mise en perspective

Le taux de réponse important au questionnaire permet de croire que les données récoltées sont représentatives de la base de données. Les seules difficultés que nous pouvons relever sont d'une part un taux de réponse proportionnellement plus important de la part des membres ou sympathisants SMartBe et, d'autre part, un faible taux de réponse de la part de grandes structures. En cause : un manque de temps nécessaire pour remplir le questionnaire. Les données recueillies ne sont donc probablement pas représentatives telles quelles du secteur dans son ensemble, mais elles sont tout de même largement indicatives, en particulier des petites et moyennes structures.

¹⁵ Comité d'accompagnement : Claude Bonte (Mars en chanson), Vincent Bovy (Agence de simulation économique), Claude Fafchamp (Compagnie Arsenic), Thierry Kieken (Agence de stimulation économique), Gaël Lambinon (Cabinet du Ministre de l'Économie, de l'Emploi et du Patrimoine), Michel Marée (Université de Liège), Jean-Pierre Nossent (SMartBe), Patrick Printz (Wallonie-Bruxelles-Musiques), Pierre Van Steenberghe (Solidarité Alternatives Wallonie-Bruxelles). Comité d'experts : Stéphanie Hugé (Wallimage/Audiovisuel), Clio Brzakala (Wallonie-Bruxelles Design/Design), Jean-Michel François (Province de Namur/Arts plastiques), Olivier Miret (Arts forains), Roger Burton (Arts numériques), Carmelo Virone (Littérature), Pierre Vreven (Musique), Jacques Deck (Théâtre/Danse).

Nous tenons à remercier tout particulièrement Roger Burton, Michel Marée, Pierre Van Steenberghe et Carmelo Virone pour leur investissement.

Néanmoins la quantité d'informations récoltée permettrait de continuer la recherche sur un laps de temps plus long, raison pour laquelle les questionnaires et interviews ont été archivés de façon à pouvoir être utilisés dans des recherches plus importantes ou plus spécifiques. Chaque sujet abordé mériterait une étude à part entière. Une étude complémentaire devrait mettre un focus sur la diffusion, qui (comme nous le verrons lors de l'analyse des données) est indissociable des problèmes de production.

Cette étude doit donc être abordée comme une première approche globale du secteur. Elle permet d'identifier les besoins en matière de services et, en outre, de mettre le doigt sur ce qui doit être approfondi en priorité.

PARTIE I : PHOTOGRAPHIE DU SECTEUR

Dans les chapitres qui forment la première partie de l'étude (chapitres 1 à 8), nous avons rassemblé des informations qui mettent en évidence le mode de fonctionnement des structures actives dans le secteur artistique et culturel (tant en ce qui concerne les services que les créateurs).

Tout d'abord, nous aborderons le profil des structures de notre échantillon en identifiant le statut juridique adopté, ainsi que les motivations qui guident ces différents choix (chapitre 1). Nous délimiterons aussi les secteurs d'activité dans lesquels elles travaillent (chapitre 2) ainsi que leur localisation et aire de rayonnement (chapitre 3).

Ensuite, nous aborderons le fonctionnement économique des structures de notre échantillon, en tentant d'analyser des données sur leur chiffre d'affaires, la provenance de leurs recettes ainsi que l'affectation de leurs dépenses (chapitre 4). Par la suite, nous clarifierons l'importance des subsides et subventions dans le fonctionnement des structures (chapitre 5), en vérifiant leur provenance et affectation. Nous verrons en outre si la répartition des subsides au sein des structures est équitable.

Au-delà des questions relatives à une année (les questions économiques concernent l'année 2007), il nous a paru important de connaître l'impression des structures (faute de données directes) quant à l'évolution de leur chiffre d'affaires et du nombre de clients, membres et/ou usagers au cours de cinq dernières années, ceci permettant d'appréhender si le secteur est porteur d'un point de vue économique (chapitre 6). Dans cette même optique, il est essentiel de cerner le type d'emplois pourvus par les structures interrogées, ainsi que le type de tâches qui doivent être effectuées (tâches administratives, artistiques, techniques, etc.), ce qui permet d'identifier le type de compétences qu'elles nécessitent (chapitre 7).

Enfin, puisque tout ne se monnaie pas dans le milieu artistique et culturel, nous investiguerons d'une part la mise en commun de matériel et de locaux, et d'autre part la pratique d'échange de services ou d'activités (chapitre 8).

On aurait pu penser que certaines données seraient disponibles via des organismes statistiques, des instances publiques, des banques de données ou d'autres études, mais malheureusement, si certaines données existent (surtout dans certains secteurs, voire sous-secteurs), elles sont pour la plupart incomplètes ou incomparables parce que basées sur des paramètres différents..

Chapitre 1

Forme juridique des structures

Dans ce chapitre nous cherchons à comprendre ce qui a poussé les différentes structures opérant dans le secteur de la production artistique à choisir et adopter leur statut juridique. Il s'agit d'ASBL, de SPRL(U), de sociétés coopératives, d'indépendants complets ou à titre complémentaire, d'organismes publics et parapublics et de Projets SMart¹⁶.

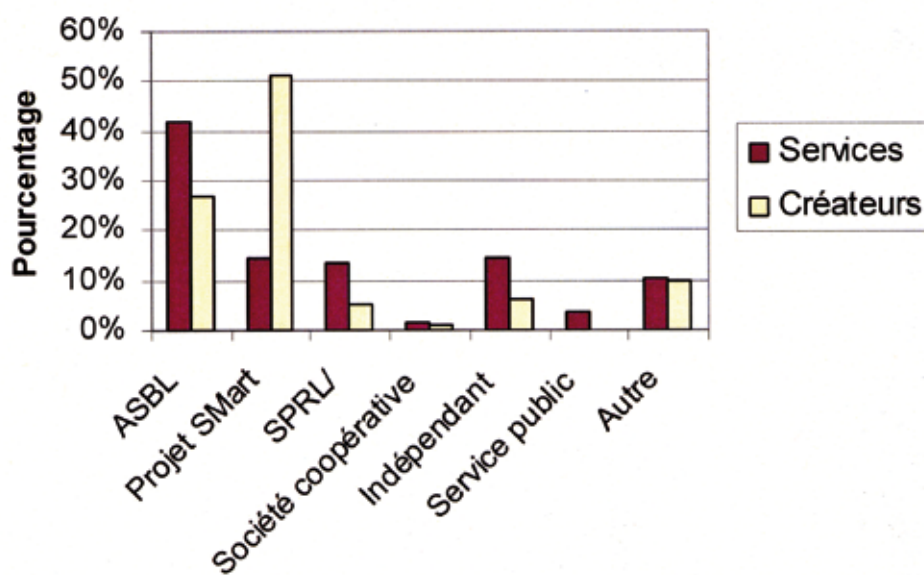
TABLEAU 2 – RÉPARTITION DES STRUCTURES SELON LE STATUT JURIDIQUE

		ASBL	Projet SMart	SPRL/ SPRLU	Société coopérative	Indépendant	Service public	Autre*	TOTAL
SERVICES	Nombre	49	17	16	2	17	4	12	117
	%	41,9%	14,5%	13,7%	1,8%	14,5%	3,4%	10,2%	100%
CRÉATEURS	Nombre	66	125	13	2	15	0	24	245
	%	26,9%	51,0%	5,3%	0,8%	6,1%	0,0%	9,8%	100%

* Il s'est avéré que certains interviewés n'étaient pas établis en structure mais étaient des « isolés » utilisant des contrats intermittents. Nous n'avons donc pas de données quantitatives sur ceux-ci par le biais de notre méthodologie qui ne s'intéresse qu'aux structures. Les contrats intermittents sont néanmoins abordés en partie dans notre chapitre sur l'emploi, sous la rubrique « contrats à la prestation » utilisés par les structures interrogées.

Source : Bureau d'étude - SMartBe

GRAPHIQUE 4 – RÉPARTITION DES STRUCTURES SELON LE STATUT JURIDIQUE



Source : Bureau d'étude - SMartBe

Analysons de plus près les données par statut juridique en mettant en avant les différences entre les structures de **services** à la production et celles de **création**.

Les statuts juridiques utilisés sont analysés suivant le nombre de réponses obtenues.

¹⁶ Il s'agit d'un outil de gestion qui permet aux utilisateurs de gérer leur activité professionnelle en toute autonomie (facturation, mise à disposition de matériel, défraiement, droits d'auteurs,...) en bénéficiant de la structure juridique de l'ASBL SMartBe et de son savoir-faire. Pour plus d'information, visiter le site web www.smartasbl.be

A. Les ASBL

La plupart des structures proposant des **services** ayant répondu au questionnaire sont constituées sous forme d'ASBL (41.9%). Ce statut est particulièrement représenté dans le secteur culturel en raison de son caractère associatif d'une part et par sa volonté de ne pas s'engager dans une logique de profit d'autre part.

L'importance des ASBL (en comparaison avec les sociétés à caractère commercial ou des indépendants) au sein des structures de services est tributaire de plusieurs facteurs. On relève en effet l'existence de structures non marchandes créées à l'initiative de personnes privées comme des organismes qui assument des fonctions non commerciales liées à la chaîne de production d'un secteur artistique, ou encore des initiatives liées à la production artistique dans des segments spécifiques de la création, la création avec des handicapés mentaux par exemple. Sous le terme de structure de services, on trouve également des organismes qui relèvent de l'initiative d'associations et de pouvoirs publics (les Centres culturels notamment) et qui assument des services dans le champ de la production (prêt de locaux, de matériel, accompagnement de projets, résidences d'artistes, etc.). Ont opté également pour le statut d'ASBL les organismes de défense et de coordination (comme les fédérations professionnelles et les collectifs/associations qui s'occupent de promotion des arts) dans le secteur artistique. On trouve aussi nombre d'organismes qui, devant les difficultés économiques liées au secteur ont opté (parfois transitoirement) pour un statut associatif et non commercial. Enfin, il faut constater que le secteur culturel, partiellement tributaire des subventions publiques a, dans certaines disciplines, longtemps été contraint par les pouvoirs publics d'exister sous forme d'ASBL pour pouvoir accéder aux subventions¹⁷, comme nous le verrons plus en détail au chapitre 5.

Pourquoi les services choisissent-ils de se mettre en ASBL ?

Les raisons qui ont poussé les porteurs de projet à choisir ce statut sont multiples. La première motivation répond au souci de légaliser le travail presté. Une structure explique avoir effectué ce choix sous le conseil d'un juriste. D'autres motivations ressortent plutôt d'une volonté de s'inscrire dans une dynamique non commerciale, conforme à leur objet social. Trois structures mettent en avant le besoin de reconnaissance de la part des pouvoirs publics et le fait que le statut d'ASBL donnerait de la « crédibilité ».

Pour des raisons financières, le Centre culturel n'a pas vraiment eu de choix. D'après la loi, pour être reconnu et avoir des subsides il a dû se constituer en ASBL. L'éditeur a quant à lui préféré se constituer en ASBL pour éviter d'être taxé sur les bénéfices, choisissant de les réinvestir dans son activité.

En général ce statut a facilité la gestion des activités des porteurs de projets. Ils s'accordent à dire que cette forme de structure a amené de la rigueur. Il leur faut néanmoins un certain temps pour s'adapter et comprendre les normes légales et comptables. Seuls deux interlocuteurs ne trouvent pas que ce statut facilite particulièrement la gestion de leurs activités. Ils ont choisi ce statut par manque d'information. Ils ne pensaient pas vraiment avoir le choix.

Pourquoi les créateurs choisissent-ils de se mettre en ASBL ?

Un tiers des interlocuteurs explique avoir choisi ce statut pour faciliter l'obtention de subsides. Tous travaillent dans les arts de la scène. Ils sont un peu plus nombreux à expliquer que cette forme d'organisation juridique est « une évidence pour le spectacle » car « ils ne travaillent pas pour l'argent », ou encore qu'à l'époque, ils n'avaient pas d'autre choix, car ils ne pouvaient financièrement se permettre d'être une société commerciale et que les Projets SMart n'existaient pas encore (ces derniers ont créé leurs structures entre 1958 et 1999).

De plus, l'ASBL donnerait « une certaine crédibilité » (musique). Le choix de se constituer en ASBL serait-il lié à la mission culturelle des arts de la scène ? Et donc à une manière d'appréhender le secteur culturel comme plus proche du non-marchand que du marchand ? Si l'on s'en réfère à P. Menger¹⁸, c'est une perception du secteur, qui est idéologiquement proche de l'esprit associatif, qui veut que pour être accepté et reconnu de ses pairs, il faut inscrire ses activités (et ses objectifs) dans une logique non-marchande.

Certains expliquent que la forme d'ASBL leur permet de facturer et gérer ce qui ressort du salaire ou du défraiement, voire de l'acquisition de matériel. Elle permet en quelque sorte d'assurer l'objet social en toute légalité. De plus, selon des

¹⁷ Ce n'est qu'en 2003, que le Ministère de la Communauté française, secteur de la musique, a permis que des structures à statut commercial puissent avoir accès à des subventions.

¹⁸ MENGER Pierre-Michel, *Profession artiste, extension du domaine de la création*, Textuel, 2005.

circassiens, la SPRL oblige à un certain rendement et à plus de risques, situation que le secteur ne peut pas se permettre. Le risque mis en avant par cet interlocuteur fait référence au fait que les seuls biens imposables de l'ASBL sont les biens mobiliers et immobiliers. En SPRL, les bénéfices sont imposables.

La plupart des interlocuteurs (62,5%) trouvent que cette forme juridique de l'ASBL a facilité leur gestion, mais les raisons sont bien différentes d'une structure à l'autre. Certains mettent en avant la possibilité de recevoir des aides (subsidés ou aides à l'emploi) ou la plus grande facilité des rapports avec le Ministère de la Communauté française. Un autre explique que cela permet une stabilisation et une structuration des différentes activités et facettes du projet de l'association. Elle permet d'avoir moins de responsabilités personnelles du point de vue légal et de simplifier au maximum l'administratif. Un autre met en avant l'autonomie de gestion que permet l'ASBL.

Un seul interlocuteur pense que le choix de ce statut pour son activité n'a guère facilité la gestion de celle-ci. Il n'a adopté ce statut que par obligation. Ceux qui ne savent pas dire si la forme juridique choisie a facilité la gestion de leurs activités mettent eux aussi en avant le manque de choix quant au mode d'organisation de leur activité ; tous travaillent dans les arts de la scène.

Quel est le profil des membres des Conseils d'administration des ASBL ?

TABLEAU 3 – PROFIL DES REPRÉSENTANTS DANS LES CONSEILS D'ADMINISTRATION DES ASBL – STRUCTURES DE SERVICES

		Nombre d'ASBL	% d'ASBL*
Secteur public	Représentant(s) de la Communauté française	19	38,8%
	Représentant(s) de la Région wallonne	2	4,1%
	Représentant(s) de la Province	16	32,7%
	Représentant(s) de la Commune	23	46,9%
	Autre	11	22,4%
Secteur économique & financier	Représentant(s) du secteur bancaire	4	8,2%
	Représentant(s) d'entreprise	4	8,2%
	Autre	1	2,0%
Secteur culturel & artistique	À titre individuel	26	53,1%
	Représentant(s) d'une structure	19	38,8%

* Le pourcentage de la 4e colonne est calculé sur base du nombre total d'ASBL de services ayant répondu à notre questionnaire, c'est-à-dire 49 structures. Le total des pourcentages est différent de 100%, car une ASBL peut avoir des représentants originaires de différents secteurs.

Source : Bureau d'étude - SMartBe

Dans les questionnaires, il a été demandé à ceux qui travaillent dans des ASBL si leurs structures incluaient des représentants des secteurs public, financier ou culturel dans leurs Conseils d'administration (CA).

Parmi ceux-ci, les représentants du secteur public sont plutôt bien admis. Près de la moitié des structures de services en ASBL ont ainsi des représentants d'une Commune (46.9%) dans leur CA. La Communauté française (38.8%) et les Provinces (32.7%) sont également fort présentes dans les CA. Le profil des structures interviewées permet une clé de lecture intéressante quant à ces chiffres : 1/3 des structures sont en effet des Centres culturels dont une part importante du CA est constituée de représentants du secteur public.

Le secteur économique et financier est très peu présent. Seules 4 ASBL sur 49 disposent par exemple d'un représentant d'entreprise, soit 8.2% d'entre elles.

Quant au secteur culturel et artistique, il est très bien représenté. Plus d'une ASBL sur deux (53,1%) compte un représentant du secteur culturel et artistique à titre individuel dans son CA et 38.8% des ASBL **services** ont des « représentants du secteur culturel en tant que structure ». Ces pourcentages relativement élevés témoignent d'une mise en réseau des personnes et des organisations. Cette manière de tisser des liens est obligatoire pour les Centres culturels et semble logique dans le cas des fédérations d'associations.

TABLEAU 4 – ORIGINE DES REPRÉSENTANTS DANS LES CONSEILS D'ADMINISTRATION DES ASBL STRUCTURES DE CRÉATEURS

		Nombre d'ASBL*	% d'ASBL
Secteur public	Représentant(s) de la Communauté française	5	4,4%
	Représentant(s) de la Région wallonne	2	1,8%
	Représentant(s) de la Province	6	5,3%
	Représentant(s) de la Commune	9	7,9%
	Autre	5	4,4%
Secteur économique & financier	Représentant(s) du secteur bancaire	4	3,5%
	Représentant(s) d'entreprise	5	4,4%
	Autre	3	2,6%
Secteur culturel & artistique	À titre individuel	37	32,5%
	En tant que structure	10	8,8%

* 47 ASBL *créateurs* sur 114 (41.2%) ont répondu à la question.

Source : Bureau d'étude - SMartBe

Dans les ASBL des *créateurs* (activité de création principalement), il est rare d'avoir des représentants politiques et/ou économiques au sein des CA, puisque la plupart des activités des créateurs ont été conçues à l'initiative de certains d'entre eux. Dès lors, le CA et l'AG ne sont pas nécessairement composés de personnes externes au projet lui-même.

Par ailleurs, certaines ASBL auraient des CA qui ne servent qu'à justifier le statut d'ASBL. Ceci peut vraisemblablement expliquer, en partie, le faible taux de réponses à cette question. Ainsi, il paraît plutôt naturel que le type de représentants du CA le plus fréquemment rencontré dans notre échantillon soit des personnes provenant du secteur culturel et artistique (pour 32.5% d'entre eux). Les pourcentages des autres membres des CA sont assez marginaux et donc peu significatifs.

B. Les Projets SMart

Le Projet SMart – renommé récemment « Activité », nous garderons l'ancienne terminologie – est un outil de gestion qui permet aux utilisateurs de gérer leur activité professionnelle en toute autonomie (facturation, mise à disposition de matériel, défraiement, droits d'auteurs,...) en bénéficiant de la structure juridique de l'ASBL SMartBe et de son savoir-faire¹⁹.

Les structures de *services* d'aide à la production artistique qui travaillent en Projet SMart ne sont guère nombreuses, on n'en compte que 17 parmi les personnes ayant répondu au questionnaire, soit 14,5% de l'échantillon total. Probablement parce que bon nombre de *services* ne voient pas cet outil comme adapté, celui-ci étant plutôt conçu pour les créateurs. Cela tient aussi à la forte implantation de SMartBe dans le milieu artistique proprement dit.

Par contre, la plupart des *créateurs* ayant répondu au questionnaire sont en Projet SMart (51%). Précisons directement que ce biais a été légèrement « corrigé » lors des entretiens.

Pourquoi autant de Projets SMart ? Nous comptons environ 30% de ce type de structure dans notre base de données initiale, ce qui est déjà conséquent. De plus, les jeunes *créateurs* qui se lancent sont plus amenés à utiliser ce dispositif. Étant donné le turnover²⁰ important du secteur, ils sont nombreux à tenter leur chance, via ce dispositif. Enfin, les membres de l'association SMartBe ont sans doute plus facilement et plus rapidement répondu que les autres structures en raison de leur proximité avec l'organisme mandaté pour réaliser cette recherche. Tout ceci explique que les Projets SMart soient sur-représentés dans notre échantillon, soit une bonne moitié des réponses des créateurs au questionnaire.

¹⁹ Pour plus d'information, voir www.smartasbl.be.

²⁰ Ce terme indique le fait que beaucoup de personnes qui commencent, abandonnent l'activité dès les premières années.

Rappelons néanmoins que pour l'ensemble des répondants, services et créateurs, travailler via les Projets SMart est une manière de travailler via une ASBL, sans devoir « monter » et « maintenir » une structure lourde de contraintes légales et administratives.

Pourquoi les structures interviewées travaillent-elles par Projet SMart ?

Parmi les structures-Projets SMart interviewées (soit vingt-six interlocuteurs) travaillant toutes dans la création, cinq proposent à la fois des créations artistiques et des stages et/ou cours privés, et deux sont composés de professeurs à temps partiel (tous deux travaillent dans l'art numérique). Pour ces derniers, l'utilisation de Projets SMart permet d'exercer une activité complémentaire sans recourir au statut d'indépendant ou d'indépendant complémentaire. L'appel aux services de SMartBe ne semble en tout cas pas être exclusif, car un interlocuteur explique utiliser aussi une agence d'intérim.

Notons que ces interlocuteurs ont des activités relativement récentes, la plupart existant depuis deux à trois ans. Ceci semble logique puisque la formule « Projets SMart » n'existe formellement que depuis 2004. Les Projets SMart sont perçus comme une manière adaptée et facile (ou un tremplin) pour commencer son activité (selon huit interlocuteurs), notamment pour se constituer une clientèle tout en minimisant les risques liés à l'établissement d'une structure plus officielle, plus stable et plus permanente, comme une ASBL. Certains souhaitent par la suite s'établir comme indépendant (cinq cas) ou lancer une SPRL. Le système Projet SMart offre une sécurité car il permet de travailler en toute légalité et de bénéficier des différents piliers de la sécurité sociale. Il permet aussi de récupérer les coûts de matériel utilisé pour la création et les droits d'auteur, que l'on soit sous contrat d'emploi par ailleurs (dans le cas des professeurs), que l'on soit travailleur intermittent ou encore que l'on émarge au CPAS (un interlocuteur en article 60).

La plupart des personnes travaillant en contrat SMartBe ont pris connaissance du système par le bouche-à-oreille, par les sessions d'information organisées par SMartBe et, plus exceptionnellement, par un cours de droit ou à la fin d'un projet « sous couveuse²¹ » (redirection). Les séances d'information proposées par SMartBe ont permis de convaincre certains qu'ils pouvaient accumuler de l'expérience sans devoir se constituer en structure avec toutes les charges administratives et organisationnelles que cela requiert. Un autre avantage du Projet SMart par rapport à l'ASBL est de pouvoir monter seul son activité ce qui semble impossible en ASBL, même s'il est parfois possible de constituer un conseil d'administration relativement formel de sorte à s'auto-employer en toute légalité. Il s'est avéré que le statut d'indépendant n'était guère approprié à certains secteurs (arts plastiques, jeux vidéo).

C. Les indépendants

Le pourcentage d'indépendants est de 14.5% parmi les structures de **services** ayant répondu au questionnaire. Un seul indépendant **service** a été interviewé. Ce dernier est musicien et surtout manager de musique/chanson depuis 1986. Il trouve que ce statut est celui qui lui convient le mieux car il lui donne la possibilité de jouer en tant que musicien, d'acheter du matériel (investissement), de récupérer les frais, de revendre et de racheter du nouveau matériel ainsi que de toucher ses droits d'auteur.

Les indépendants sont encore moins représentés parmi les structures de **création** (6.31%) qui ont répondu au questionnaire. Deux raisons semblent expliquer cette faible représentation. D'une part, le statut d'indépendant requiert des revenus suffisamment importants et réguliers pour pouvoir faire face aux charges liées à ce statut. D'autre part, depuis plusieurs années, les artistes et leurs représentants ont milité en faveur du statut de salarié, particulièrement dans le cas des prestations occasionnelles²².

Nous avons interrogé deux créateurs indépendants. Ils pratiquent tous deux les arts plastiques : l'un est peintre et l'autre photographe. Le premier a débuté son activité à la fin des années '70, l'autre au début des années 2000.

L'un a choisi ce statut par tradition familiale mais aussi parce qu'il ne veut pas travailler pour d'autres personnes. L'autre voulait poser un acte politique « en contournant le filtre des galeristes et leur logique de profit, voire de spéculation ». On lui avait toutefois conseillé de se constituer en ASBL.

Les deux indépendants interrogés mettent en avant leur envie de vivre de leur art et le fait que cette forme juridique a facilité la gestion de leur activité. L'un explique que cette forme juridique l'a en effet poussé à être plus structuré et à s'adapter aux règles en vigueur. L'autre trouve que la gestion est plus facile à condition toutefois de déléguer la comptabilité.

²¹ Des « incubateurs » de projets qui permettent d'être accompagnés tout au long de la création d'une entreprise. Dans ce cas, on lui a plutôt conseillé de créer un Projet SMart.

²² Lire à ce propos *L'artiste au travail*, Bruylant et SMartBe, Bruxelles, 2008.

À noter que ce statut d'indépendant est encore flou pour certains de nos interlocuteurs, actuellement sous un autre statut, mais qui aimeraient éventuellement y accéder à terme. Enfin, le manque de stabilité inhérent à une bonne partie du secteur est un frein assez fort à l'établissement en tant qu'indépendant.

D. Les indépendants complémentaires

Dans le questionnaire la distinction entre indépendants et indépendants complémentaires n'existe pas.

Les quatre **créateurs** indépendants complémentaires interviewés ont des statuts complémentaires fort variables : l'un est salarié, un autre retraité et les deux autres sont chômeurs. Ils ont aussi des activités artistiques différentes : réalisateurs, artisan d'art et graphiste.

Plusieurs raisons les ont poussés à choisir ce statut. Ils mettent en avant le fait que les autres statuts ne leur convenaient pas. Par exemple, le statut d'indépendant complet déplacerait leurs préoccupations et activités « vers le profit plutôt que vers l'art ». La possibilité de « facturer les projets et d'appliquer la TVA à 6% est un atout ». Un interlocuteur explique qu'il ne voulait pas faire une demande de « statut d'artiste » car il ne pensait pas que son activité correspondait à ce profil. Ils sont trois à estimer que le statut d'indépendant complémentaire a facilité la gestion de leur activité. L'un précise que cela l'a poussé à être plus structuré. Un autre précise qu'il a choisi ce statut quand il était employé, mais que maintenant qu'il est au chômage, il préférerait simplement être en Projet SMart. Cela étant, pour des raisons légales, il estime ne pas pouvoir abandonner aussi facilement le statut d'indépendant complémentaire.

E. Les SPRL(U)

Les SPRL et SPRLU sont relativement peu nombreuses (13.7%) parmi les structures de **services** ayant répondu au questionnaire.

Parmi les **services** interviewés, nous n'avons qu'une seule SPRL, menant des activités dans le secteur audiovisuel : tant dans la coproduction de cinéma que dans la réalisation. L'interlocuteur a repris en 2004 une entreprise déjà existante. Dans son cas, il estimait qu'il fallait que la société soit active depuis un certain nombre d'années dans le secteur pour être éligible à la plupart des aides/subsides.

En ce qui concerne les **créateurs**, ils sont encore moins nombreux à être en SPRL(U) : 5.3%

Parmi ceux-ci, les deux SPRL interviewées exercent chacune diverses activités : l'une travaille à la fois dans les arts plastiques et dans l'audiovisuel (depuis 2008), l'autre dans l'audiovisuel, les arts numériques et le graphisme (depuis 1994). La première a repris une société. Ce statut leur permet d'être plus cohérentes par rapport à leur rythme de travail atypique (les week-ends, la nuit, etc...). La deuxième SPRL préférerait « se tailler son emploi sur mesure », pour « pouvoir être maître de son travail, avec les responsabilités et sanctions que cela implique ». Le statut commercial est pour elle un moteur de dynamisme. Toutes deux s'accordent à dire que ce statut leur a facilité la gestion de leur activité, car il leur permet de « travailler de manière indépendante sans les contraintes des indépendants ».

F. Que retenir ?

TABLEAU 5 – RÉPARTITION DES STRUCTURES DE SERVICES ET DE CRÉATEURS SELON LE STATUT JURIDIQUE

ASBL	Projet SMart	SPRL/SPRLU	Société coopérative	Indépendant	Service public	Autre	TOTAL
115	142	29	4	32	4	36	362
31,8%	39,2%	8,0%	1,1%	8,8%	1,1%	9,9%	100%

Source : Bureau d'étude - SMartBe

Outre le pourcentage élevé de Projets SMart (pour les raisons explicitées plus haut), on constate de manière générale la présence d'une proportion relativement importante d'ASBL, principalement dans les structures de **services**. Néanmoins, les ASBL ne représentent pas pour autant la totalité des **services**, loin de là. Il convient de remarquer que la vocation lucrative d'une organisation est souvent vue en opposition au secteur culturel où s'exercent de nombreuses activités

de nature non-marchande. En additionnant SPRL(U), indépendants et SA (on en dénombre 3 parmi les autres formes juridiques) – sans inclure les Projets SMart qui pourtant pourraient peut-être faire partie (pour certains d'entre eux) de la même logique, nous arrivons à 36 structures à vocation commerciale, soit pas moins de 30%. Ceci est peut-être le signe d'un changement de mentalité²³, ou du moins d'un intérêt de certaines organisations marchandes envers le secteur artistique.

Enfin, le nombre assez élevé d'« autres » formes juridiques semble témoigner d'une certaine méconnaissance des acteurs du secteur culturel envers leur propre statut ou d'une réticence à s'identifier à l'une ou l'autre forme juridique. Par exemple, plusieurs personnes expliquent qu'elles sont employées ou free lance. « Free lance » indique une manière de travailler et non un statut ; ces personnes pourraient avoir le statut d'indépendant ou travailler en tant qu'intermittent. Certaines ont précisé être au chômage. Si ce statut n'était en effet pas mentionné dans les choix que nous avons présentés, c'est parce que pour prester une activité artistique rétribuée, il faut le faire sous une forme juridique ou une autre et celle de chômeur ne le permet pas.

Les personnes sollicitées dans notre base de données sont actives dans une structure quelle qu'elle soit et donc, même si certaines personnes travaillent sous le statut de chômeur-bûcheron, lorsqu'elles prestent une activité, elles le font sous une des formes mentionnées ci-dessus ou, comme nous le verrons plus loin, à titre de bénévole, ce qui explique, pour certains en tous cas, la situation de chômage.

En ce qui concerne ces différents statuts, il serait intéressant que les différents acteurs du monde culturel, **services** ou **créateurs**, puissent choisir celui qui leur convient le mieux, en toute liberté. Pour cela, plus d'informations sur les tenants et aboutissants de chaque statut devraient être diffusées. Cela est aussi valable pour les statuts plus « commerciaux » tels les SPRL ou les initiatives qui relèvent de l'économie sociale, qui eux aussi peuvent faire partie du secteur culturel.

²³ Encore faudrait-il avoir accès aux données concernant les structures actives dans le secteur sur une période de plusieurs dizaines d'années.

Chapitre 2

Secteurs d'activités

Le présent chapitre tente de cerner les secteurs d'activité dans lesquels travaillent les structures qui ont répondu au questionnaire²⁴ et d'identifier les raisons pour lesquelles elles ont choisi de développer leurs activités.

A. Dans quels secteurs artistiques travaillent les structures qui ont répondu au questionnaire ?

TABLEAU 6 – SECTEURS ARTISTIQUES DANS LESQUELS TRAVAILLENT LES PERSONNES QUI ONT RÉPONDU AU QUESTIONNAIRE²⁵

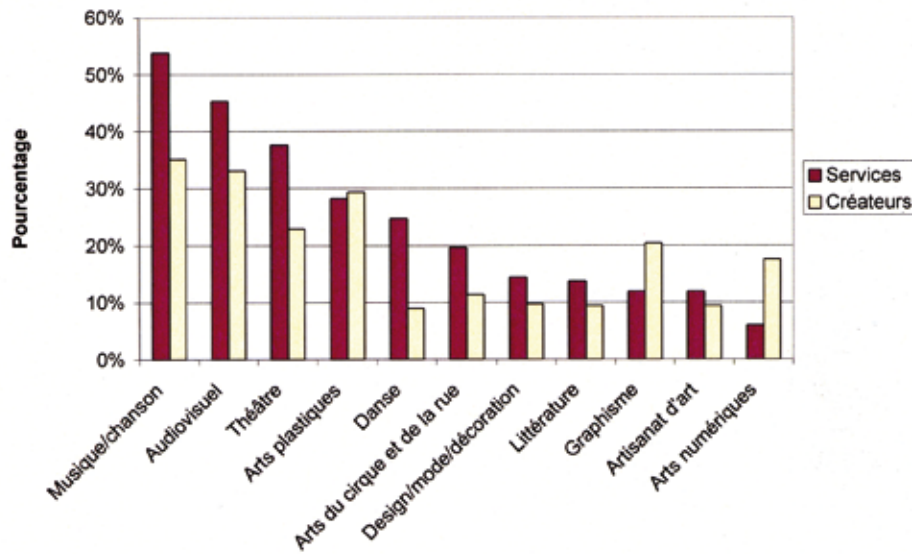
	SERVICES		CRÉATEURS		TOTAL	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Musique/chanson	63	53,8%	86	35,1%	149	41,2%
Audiovisuel	53	45,3%	81	33,1%	134	37,0%
Théâtre	44	37,6%	56	22,9%	100	27,6%
Arts plastiques	33	28,2%	72	29,4%	105	29,0%
Danse	29	24,8%	22	9,0%	51	14,1%
Arts du cirque et de la rue	23	19,7%	28	11,4%	51	14,1%
Design/mode/décoration	17	14,5%	24	9,8%	41	11,3%
Littérature	16	13,7%	23	9,4%	39	10,8%
Graphisme	14	12,0%	50	20,4%	64	17,7%
Artisanat d'art	14	12,0%	23	9,4%	37	10,2%
Arts numériques	7	6,0%	43	17,6%	50	13,8%
TOTAL	313		508		821	
NOMBRE DE STRUCTURES	117		245		362	
Nombre de secteurs moyen par structure	2,7		2,1		2,3	

Source : Bureau d'étude - SMartBe

²⁴ On trouvera également en annexe 4 les secteurs dans lesquels les structures interviewées sont actives.

²⁵ Étant donné que les structures ont indiqué développer leurs activités dans plusieurs secteurs, celles-ci ont été comptabilisées ici dans chacun d'entre eux. Il y a donc plus de réponses que de répondants. Le total est bien supérieur à 100%.

GRAPHIQUE 5 – SECTEURS ARTISTIQUES DANS LESQUELS TRAVAILLENT LES PERSONNES QUI ONT RÉPONDU AU QUESTIONNAIRE



Source : Bureau d'étude - SMartBe

Le secteur le plus représenté parmi les **services** est celui de la « musique/chanson » (53.8%). Suivent l'audiovisuel (45.3%) et le théâtre (37.6%). On notera tout de suite que les pourcentages absolus ont tendance à être plutôt élevés, particulièrement pour la musique, plus de la moitié des services ayant déclaré faire partie de ce secteur.

Parmi les structures de **création**, la musique/chanson est également le secteur le plus représenté, mais dans une proportion moindre que dans les **services** (35.1% contre 53.8%). On retrouve ensuite l'audiovisuel (33.1%), les arts plastiques (29.4%) ainsi que le graphisme, plus représenté chez les **créateurs** (20.4%) que chez les **services**, où il ne plafonne qu'à 12%. On notera le cas de la danse, beaucoup plus présente dans les **services** (pour 24.8% des personnes ayant répondu) que chez les **créateurs** (9%).

Nombre de structures se présentent comme multidisciplinaires, principalement dans les **services**, où, en moyenne, chaque structure figure dans 2,7 secteurs alors que chez les **créateurs**, chaque structure n'exerce des activités « que » dans 2,1 secteurs en moyenne.

On peut s'interroger sur les raisons d'une telle propension à la multidisciplinarité. Trois raisons principales se dégagent. En premier lieu, les services ne sont pas orientés vers un seul secteur. Pensons aux studios son, aux services en matière d'éclairage notamment qui peuvent prester dans les domaines de la musique, de l'audiovisuel, du théâtre, de la danse, des arts de la rue, etc. En second lieu, les services ont intérêt, économiquement parlant, à s'engager dans une forme de multiactivité et par conséquent dans une approche multisectorielle. Enfin, il faut tenir compte de l'importance prise ces dernières années par les projets tantôt multisectoriels (mettant en œuvre plusieurs disciplines dans un même projet), tantôt intersectoriels (intégrant la confrontation de disciplines et de techniques différentes dans un même projet artistique), ce que semblent confirmer les entretiens.

Cela étant, il est apparu lors des entretiens que, dans le cas de certaines personnes (des créateurs principalement) ayant indiqué être dans plusieurs secteurs artistiques, il s'agissait parfois plus d'une intention, voire d'une perspective à long terme, que d'une pratique courante.

Néanmoins, il est clair que cette multidisciplinarité existe. Il est intéressant de constater que les pouvoirs publics sont en train d'en prendre conscience. Au niveau des subsides, il existe formellement depuis 2006 une commission intersectorielle – à l'opposé du système classique de financement par discipline –, et dont les moyens sont actuellement en constante augmentation²⁶. Cette commission vise à « répondre avec plus de souplesse aux attentes des acteurs culturels ». Cette initiative n'en est qu'à ses débuts, elle n'est donc encore guère connue, et devra encore probablement être réévaluée.

²⁶ De 955.000 € en 2006 avec progression linéaire pour aboutir à 4.000.000 € en 2009. Source : *État d'avancement de 'Priorités culture'*, Cabinet du Ministre de la Culture et de l'Audiovisuel, Mars 2009.

B. Quels types d'activités les services développent-ils ?

Nous voulions avoir une idée du type d'activités pourvues par les services qui ont répondu au questionnaire.

Puisqu'il était impossible de détailler toutes les activités existantes dans un tableau à choix multiples²⁷, nous avons retenu cinq grandes catégories :

- les services artistiques,
- les associations/institutions,
- les formations/cours/stages,
- la mise à disposition de locaux et/ou de matériel,
- les autres activités.

Les « services artistiques » sont des services qui interviennent dans la chaîne de production artistique comme par exemple un ingénieur du son ou un manager disposant d'une structure spécifique pour développer leurs activités.

Les « associations/institutions » sont des structures relais telles que les Centres culturels, les associations professionnelles, etc.

Les « formations/cours/stages » renvoient aux structures de services proposant ce type d'activités tandis que la catégorie « mise à disposition de locaux/matériel » parle d'elle-même. L'option « autre » regroupe ceux qui ne se retrouvent pas dans l'une des propositions précédentes.

Puisqu'il est fréquent que des structures offrent plusieurs types d'activités, nous avons demandé aux répondants de différencier les activités selon leur importance en terme de temps. Ainsi, une structure qui pourvoit avant tout des services artistiques et, ponctuellement, des formations indiquera « service artistique » en activité 1 et « formation/cours/stages » en activité 2.

TABLEAU 7 – TYPE D'ACTIVITÉS PROPOSÉES PAR LES SERVICES

Activités par ordre d'importance		Services artistiques*	Associations / institutions	Formations / cours / stages	Mise à disposition de locaux / matériel	Autres	TOTAL
Activité 1	Nombre	46	14	20	9	28	117
	%	39,3%	12,0%	17,1%	7,7%	23,9%	100,0%
Activité 2	Nombre	17	3	13	17	28	85
	%	20,0%	3,5%	15,3%	20,0%	32,9%	100,0%
Activité 3	Nombre	14	2	2	15	24	57
	%	24,6%	3,5%	3,5%	26,3%	42,1%	100,0%
Activité 4	Nombre	6	0	1	5	18	30
	%	20,0%	0,0%	3,3%	16,7%	60,0%	100,0%

* Inclus les « techniciens sons/image/régie ».

Source : Bureau d'étude - SMartBe

La majeure partie des **services** propose des « services artistiques » comme première activité, et ce pour 39.3% d'entre eux. Ce taux tend à baisser au fur et à mesure que l'activité de service diminue en importance parmi les activités exercées au sein d'une même structure, pour n'atteindre plus que 20% en quatrième position.

Seules 12% des structures de **services** sont des relais culturels : associations ou institutions. Par contre, elles sont plus nombreuses à offrir des formations/cours/stages comme première activité (17.1%) tandis que 7,7% des structures de services ont pour activité principale la mise à disposition de matériel. On peut supposer que cette activité constitue bien souvent une activité complémentaire (plutôt qu'exercée à titre principal), étant donné les pourcentages relativement élevés de cette catégorie respectivement pour les activités de deuxième (20%) et troisième (26.3%) rangs.

²⁷ Si nous avions laissé les structures interrogées définir elles-mêmes les activités, nous n'aurions pas pu comparer les données, du moins dans les délais impartis.

C. Quelles sont les motivations principales des services lorsqu'ils développent leurs activités ?

Nous avons aussi voulu savoir si les personnes travaillant dans le secteur artistique et culturel développaient leurs activités principalement par volonté propre (ou vocation) ou si d'autres critères entraient en ligne de compte.

TABLEAU 8 – MOTIVATION PRINCIPALE À LA MISE SUR PIED DES ACTIVITÉS PROPOSÉES PAR LES SERVICES

Activités par ordre d'importance		Volonté personnelle	Réponse à la demande des utilisateurs	Rentabilité de l'activité	Autre	TOTAL
Activité 1	Nombre	65	33	8	11	117
	%	55,6%	28,2%	6,8%	9,4%	100,0%
Activité 2	Nombre	27	36	10	4	77
	%	35,1%	46,8%	13,0%	5,2%	100,0%
Activité 3	Nombre	16	28	4	4	52
	%	30,8%	53,8%	7,7%	7,7%	100,0%
Activité 4	Nombre	15	8	1	4	28
	%	53,6%	28,6%	3,6%	14,3%	100,0%
Moyenne (pondérée*)		44,9%	38,3%	8,4%	8,4%	100,0%

* La moyenne ici est pondérée « selon la règle suivante » | activité = | valeur. Une « activité 4 » a donc le même poids qu'une « activité 1 ».

Source : Bureau d'étude - SMartBe

Nos données corroborent ce qu'avance la littérature sur la dimension « vocationnelle » des personnes qui travaillent dans le secteur artistique. En effet, la majorité des structures ont développé leur activité principale avant tout par volonté personnelle (ou par vocation) (55.6%) et, dans une moindre mesure, en réponse à la demande des utilisateurs (28.2%). Ce taux s'inverse lorsque les structures ont 2 ou 3 types d'activités différentes. Ces 2e et 3e activités ne sont plus alors déterminées principalement par la volonté personnelle, mais plutôt en réponse à la demande des utilisateurs (46.8% pour l'activité 2 et 53.8% pour l'activité 3).

Ceci nous permet de représenter un « parcours type » de **service** : une création de structure par volonté personnelle et des activités supplémentaires en réponse aux demandes des utilisateurs.

Par contre, il est rare que les structures de **services** décident de créer une activité en raison de sa rentabilité (seulement 10% de réponse environ), voire encore moins au fur et à mesure que l'activité perd de son importance (voir les activités de 3^e et 4^e rangs dans le tableau).

D. Quels types d'activités les structures de créations développent-elles ?

Pour déceler les activités développées par les **créateurs** qui ont répondu au questionnaire, nous avons adapté les catégories d'activité à la situation des créateurs. Dans ce sens, nous avons créé une catégorie « création artistique » et supprimé celle des « associations/institutions » qui perdait de sa pertinence pour les créateurs (souvent à l'origine de leurs projets). Les catégories « formations/cours/stages » et les « services artistiques » ainsi que la rubrique « autres » sont restées telles quelles. À noter qu'en ce qui concerne les **créateurs**, « services artistiques » désigne une prestation artistique que la structure effectue pour un tiers, comme par exemple un dessinateur (organisé en structure) qui va dessiner la couverture d'un roman. La différence avec la « création artistique » est que, dans ce cas, la structure prend en charge toute la création, donc un dessinateur qui travaille avec un scénariste sur une BD fera de la création puisqu'il n'est pas simple intervenant puisqu'il s'occupe de la création de l'oeuvre. À nouveau, nous avons demandé de classer les différentes activités selon leur importance en terme de temps.

TABLEAU 9 – TYPE D'ACTIVITÉS PROPOSÉES PAR LES CRÉATEURS

Activités par ordre d'importance		Création artistique	Formations / cours / stages	Services artistiques	Autres	TOTAL
Activité 1	Nombre	189	6	9	41	245
	%	76,9%	2,4%	3,6%	17,0%	100,0%
Activité 2	Nombre	39	39	32	55	165
	%	23,6%	23,6%	19,4%	33,3%	100,0%
Activité 3	Nombre	14	117	10	53	88
	%	15,9%	12,5%	11,4%	60,2%	100,0%
Activité 4	Nombre	8	5	3	26	42
	%	19,0%	11,9%	7,1%	61,9%	100,0%

Source : Bureau d'étude - SMartBe

L'activité principale de la grande majorité des **créateurs** (76.9%) est la « création artistique », ce qui semble assez logique. Par contre, lorsqu'on regarde la deuxième activité déclarée (par 165 **créateurs** sur 245, soit 67,3%), les créateurs ne sont plus que 23.6% à faire de la création artistique, ce pourcentage est alors compensé par des formations/cours/stages (23.6%) et des services artistiques (19.4%). Il en va de même pour les 3e et 4e activités. Cela corrobore l'image du créateur polyvalent que proposent les sociologues (comme P. M. Menger), celle du **créateur** qui combine plusieurs activités au départ de la discipline choisie. Est-ce par choix ? Pour pouvoir en vivre ? Nous allons tenter d'y répondre en examinant les motivations qui sont à la base de la « création d'activité ».

E. Quelles sont les motivations principales des créateurs lorsqu'ils développent leurs activités ?

La raison d'être de l'activité principale des créateurs repose très majoritairement sur une volonté personnelle, avec pas moins de 88,6% des réponses. Ce taux diminue au fur et à mesure de l'importance décroissante de l'activité, pour atteindre 30,6% pour l'activité 4. Nous sommes donc dans une situation où l'on exerce son activité principale par volonté personnelle, alors que ce n'est pas forcément le cas pour les autres activités exercées par les créateurs. Il s'agit alors d'activités mises en place soit en « réponse à la demande des utilisateurs » (en 2^e position, de 25% à 35%), soit en raison de « la rentabilité de l'activité » (entre 15 et 30%).

TABLEAU 10 – MOTIVATION PRINCIPALE DES ACTIVITÉS PROPOSÉES PAR LES CRÉATEURS

Activités par ordre d'importance		Volonté personnelle	Répondre à la demande des utilisateurs	Rentabilité de l'activité	Autre	TOTAL
Activité 1	Nombre	217	13	8	7	245
	%	88,6%	5,3%	3,3%	2,8%	100%
Activité 2	Nombre	76	46	27	5	154
	%	49,4%	29,9%	17,5%	3,2%	100%
Activité 3	Nombre	32	20	23	4	79
	%	40,5%	25,3%	29,1%	5,1%	100%
Activité 4	Nombre	11	13	5	7	36
	%	30,6%	36,1%	13,9%	19,4%	100%
Moyenne (pondérée*)		65,4%	17,9%	12,2%	4,5%	100,0%

* La moyenne ici est pondérée selon la règle suivante : « 1 activité = 1 valeur ». Une « activité 4 » a donc le même poids qu'une « activité 1 ».

Source : Bureau d'étude - SMartBe

Combinant les informations sur le type d'activité et la raison d'être de celle-ci, on peut donc conclure que les **créateurs** font principalement de la « création artistique » par volonté propre, et qu'il s'agit donc bien d'une motivation et d'une démarche personnelle.

Cependant, pour un certain nombre d'entre eux, il s'agit de combiner cette création artistique avec des formations/cours ou d'autres services artistiques. Ces dernières démarches ne sont pas toujours le fruit d'une volonté réelle, mais bien un moyen d'ajouter des cordes à son arc et peut-être, pour certains, une façon de pouvoir vivre d'une activité annexe à leur art.

Comme nous l'avons déjà mentionné²⁸ le travail dans le champ artistique est caractérisé par la multiactivité pour de multiples mandataires, parfois sur un court laps de temps. Cela est dû à plusieurs facteurs : caractère temporaire du travail artistique, scandé par projets, diversité des métiers pratiqués en lien avec une même discipline artistique, travail à la prestation dans des métiers non artistiques pour subvenir à ses besoins artistiques personnels, et / ou financiers.

²⁸ Voir notamment, *L'artiste au travail*, Bruylant et SMartBe, Bruxelles, 2008.

Chapitre 3

Localisation géographique

Quelles sont les provinces les mieux représentées en terme de nombre de structures liées à la production artistique (*services* et *créateurs*) ? D'où viennent les utilisateurs de services ? Quelle est l'aire de rayonnement des structures impliquées dans la production artistique ? Autant de questions qui permettent d'évaluer l'importance de la culture et plus précisément des services à la production artistique dans les différentes provinces wallonnes.

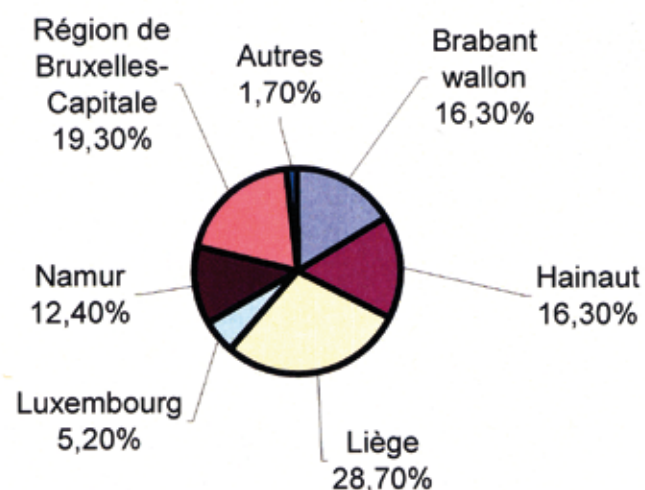
A. Où sont localisées les structures ?

TABLEAU II – LOCALISATION

PROVINCE	SERVICES		CRÉATEURS		TOTAL	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Région Wallonne	102	87,2%	184	75,1%	286	78,9%
Brabant wallon	25	21,4%	34	13,9%	59	16,3%
Hainaut	25	21,4%	34	13,9%	59	16,3%
Liège	26	22,2%	78	31,8%	104	28,7%
Luxembourg	6	5,1%	13	5,3%	19	5,2%
Namur	20	17,1%	25	10,2%	45	12,4%
Région de Bruxelles-Capitale	15	12,8%	55	22,4%	70	19,3%
Autres	0	0,0%	6	2,4%	6	1,7%
TOTAL	117	100,0%	245	100,0%	362	100,0%

Source : Bureau d'étude - SMartBe

GRAPHIQUE 6 – LOCALISATION DES STRUCTURES



Source : Bureau d'étude - SMartBe

Nous avons inclus Bruxelles dans les propositions pour plusieurs raisons. Tout d'abord pour tenir compte des structures développant des services qui n'existent peu ou pas en Région wallonne (voir méthodologie). Ensuite, parce que certaines structures ayant leur siège social en Région wallonne ont des bureaux à Bruxelles. Ainsi on constate que 19,3% des

répondants localisés à Bruxelles développent des services en Région wallonne. Même si la présente recherche porte sur les structures établies en Région wallonne, nombreuses sont les structures à ne pas voir de frontière Région wallonne/Région de Bruxelles-Capitale, particulièrement en matière artistique, compétence communautaire pour l'essentiel. Nous avons donc bien précisé lors du questionnaire que nous nous intéressions à des structures menant des activités en Wallonie.

Les **services** qui ont répondu au questionnaire sont globalement bien répartis entre les principales Provinces wallonnes. La Province de Liège (22.2%), le Brabant Wallon (21.4%), le Hainaut (21.4%) et la Province de Namur (17.1%) représentent chacune environ un cinquième des structures. La Province du Luxembourg n'en représente que 5.1%, ce qui est tout à fait conforme à sa population.

Un certain nombre de services sont situés à Bruxelles (12.8%), mais cela ne les empêche pas d'être bien présents et parfois à titre principal en Wallonie, développant leur marché au-delà des limites régionales.

En ce qui concerne les **créateurs**, la plupart viennent de Liège et de sa Province (31.8%). Il s'agit en effet d'une des plus grandes villes de Wallonie²⁹. D'autre part, le milieu urbain et son tissu semblent particulièrement attractifs pour les artistes, en raison des rapports étroits qu'ils entretiennent avec les grandes villes d'une part et d'autre part en raison de la concentration d'un nombre significatif d'équipements culturels d'envergure importante. Bruxelles se trouve en deuxième position (22.4%), pour les mêmes raisons. Il est plus que probable que si Bruxelles avait fait partie de l'objet de la présente étude, cette ville-Région offrirait le plus grand pôle de concentration de **services** et **créateurs**.

On notera que, comme pour les services, les artistes localisés à Bruxelles développent également leurs activités en Wallonie.

Ou trouve ensuite le Brabant wallon et le Hainaut (13.9% tous les deux). Namur n'atteignant que 10.2%. Quant à la Province du Luxembourg, elle n'est représentée qu'à hauteur de 5.3%.

Il est assez marquant de voir que le Brabant wallon et le Hainaut comptent le même nombre de structures, que ce soit de **services** ou de **créateurs**, alors que leurs populations respectives varient dans une proportion de 1 à 3,5³⁰. Ceci s'explique vraisemblablement par une population sociologiquement et économiquement assez différente, et globalement plus favorisée en Brabant Wallon ainsi que par le pôle d'attraction que représente Bruxelles pour la province brabançonne. Notons, que dans notre base de données initiale, le nombre de structures relevé dans ces deux provinces n'était pas proportionnel au nombre d'habitants. L'échantillon ayant répondu au questionnaire a par conséquent probablement conduit à une sous-évaluation de la province du Hainaut.

B. Quelle est la provenance des usagers des services ?

TABLEAU 12 – PROVENANCE DES USAGERS DES SERVICES

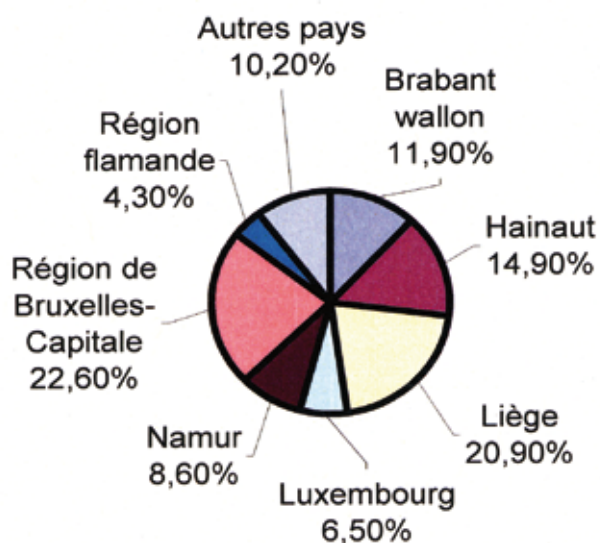
RÉGION/PROVINCE	POURCENTAGE
Région wallonne	62,8%
Brabant wallon	11,9%
Hainaut	14,9%
Liège	20,9%
Luxembourg	6,5%
Namur	8,6%
Région de Bruxelles-Capitale	22,6%
Région flamande	4,3%
Autres pays	10,2%
TOTAL	100%

Source : Bureau d'étude - SMartBe

²⁹ Charleroi serait la plus grande ville wallonne, mais l'agglomération liégeoise serait plus importante que l'agglomération carolorégienne.

³⁰ Données venant du site Internet de la Région wallonne. Le Brabant Wallon comptait 370.460 habitants contre 1.294.844 habitants dans le Hainaut en 2007.

GRAPHIQUE 7 – PROVENANCE DES USAGERS DES SERVICES



Source : Bureau d'étude - SMartBe

Les usagers des **services** viennent principalement de Bruxelles (22,6%). Alors que les services implantés à Bruxelles représentent seulement 12,8% des structures ayant répondu au questionnaire. Cela signifie qu'un certain nombre de Bruxellois décident d'utiliser des services implantés en Région wallonne. Beaucoup d'usagers ou clients viennent aussi de la Province de Liège (20,9%), ce qui est logique étant donné le nombre d'artistes-**créateurs** y résidant selon nos données.

En ordre décroissant, les autres usagers ou clients viennent du Hainaut (14,9%), du Brabant wallon (11,9%), de la Province de Namur (8,6%) et de la Province du Luxembourg (6,5%).

On notera la faible part de la Région flamande dans les usagers (4,3%), ceci souligne les faibles liens existant entre les Communautés flamande et française sur le plan de la création et de ses services.

Enfin, les usagers provenant de pays étrangers représentent 10,2%, soit plus du double de la Flandre. Il s'agit principalement de pays européens (pour 82,1% d'entre eux) et notamment de pays avoisinants : le Luxembourg (10,3%), l'Allemagne (10,3%), les Pays-Bas (6,4%) et particulièrement la France. (44,9%).

TABLEAU I2 BIS

	NOMBRE	%
France	35	44,9%
Luxembourg	8	10,3%
Allemagne	8	10,3%
USA	5	6,4%
Pays-Bas	5	6,4%
Suisse	3	3,8%
Italie	3	3,8%
Canada	2	2,6%
Angleterre	2	2,6%
Espagne	2	2,6%
Chine	1	1,3%
Japon	1	1,3%
Népal	1	1,3%
Irlande	1	1,3%
Tunisie	1	1,3%
Total	78	100,0%

Source : Bureau d'étude - SMartBe

C. Que retenir ?

On l'a vu, les pôles artistiques de la Région wallonne sont donc Liège et, bien qu'elle ne soit pas comprise dans la région, Bruxelles. Cela suit la logique d'implantation de la culture dans des centres urbains, cela permettant notamment aux *créateurs* de disposer de services adéquats et d'une dynamique liée à un foisonnement artistique. Les politiques culturelles wallonnes devront donc tenir compte des liens avec Bruxelles, ceux-ci étant forts et interdépendants.

En ce qui concerne l'exportation, le secteur peut notamment compter sur Wallonie-Bruxelles International, qui propose ³¹ toute une gamme d'aides à la promotion ou à la diffusion, le tout dans une optique sectorielle, et principalement pour des grosses structures.

Néanmoins, on peut questionner la pertinence de distinguer les aides à la culture selon une logique territoriale : ce qui relève de la culture (francophone) en Belgique est géré par la Communauté française d'une part, et tout ce qui relève de l'exportation (même la culture) est confié à WBI et aux différentes agences. Ne vaudrait-il pas mieux, étant donné l'étroitesse de notre territoire, que tout soit géré par une structure unique qui aurait une vision plus globale, intégrée, et qui permettrait une simplification administrative bienvenue ?

³¹ Nous vous invitons à consulter leur site internet www.wbi.be pour plus d'informations à ce sujet

Chapitre 4

Dépenses et recettes des structures

Dans ce chapitre, nous cherchons à comprendre le fonctionnement économique des structures de services et de création en Région wallonne qui ont répondu au questionnaire. Quel est leur chiffre d'affaires ? D'où viennent leurs recettes ? À quoi sont affectées leurs dépenses ? Est-ce un secteur économiquement viable ?

A. Chiffre d'affaires

Les réponses fournies dans le cadre du questionnaire ne nous permettent pas de traiter le sujet pour deux raisons. Tout d'abord, le faible taux de réponse à la question et ensuite le fait que certaines réponses sont manifestement erronées (problème d'unité : certains parlent en euros, d'autres manifestement en milliers d'euros). Néanmoins, cela permet de supposer que parler du chiffre d'affaires reste un tabou pour bien des structures.

Ceci ferait partie de la culture latine : on parle difficilement de salaire et de chiffre d'affaires, ce qui semble être moins le cas dans la culture anglo-saxonne.

De plus, il est assez clair qu'une série d'acteurs du secteur culturel, principalement dans les très petites structures, n'ont qu'une idée très vague de leur chiffre d'affaires, de leurs pertes/bénéfices, et ne semblent guère à l'aise dans ce domaine pourtant combien essentiel.

Il serait évidemment intéressant de disposer de chiffres précis car, pour le reste du présent chapitre, en l'absence de ces données, nous nous sommes basés sur une estimation en pourcentages (de recettes ou de dépenses) fournie par les structures.

Des données plus complètes sur le chiffre d'affaires permettraient d'analyser la situation économique des structures de manière beaucoup plus précise et proportionnée. Malheureusement les sources existantes ne sont pas exhaustives et ne recueillent pas les mêmes types de données pour toutes les structures.³² Une analyse ciblée sur le chiffre d'affaire du secteur permettrait de mieux cerner la réalité économique individuelle des structures : s'en sortent-elles ? Comment rémunèrent-elles les prestations ? Ce ne sont que quelques questions méritant une analyse approfondie.

B. Recettes

Contrairement à une idée reçue selon laquelle le secteur culturel serait largement subsidié, on constate, au travers des résultats de cette étude, que la grande majorité des recettes des **services** proviennent de revenus propres, c'est-à-dire générés par les structures elles-mêmes³³. Ceux-ci proviennent de la vente de certains de leurs services ou produits ou des cotisations de leurs membres. Les services ont donc un certain degré d'autonomie, même si la subsidiation reste indispensable au financement de certains d'entre eux.

Les subsides (ponctuels ou récurrents) représentent en effet le quart de leurs recettes environ, ce qui n'est pas négligeable. Nous en parlerons plus longuement dans le chapitre 5 consacré à l'analyse des « subsides et subventions ».

Quant aux « emprunts », ils figurent ici sans tenir compte de la logique comptable : nous n'avons pas voulu complexifier davantage le questionnaire.

³² On notera par exemple que le compte satellite des associations reprend « culture/sport/loisirs » dans un seul bloc, qu'il est particulièrement difficile de désagréger.

Quant à reprendre tous les comptes des sociétés un par un au tribunal de commerce, il s'agirait d'un exercice particulièrement ardu, à supposer que nous puissions classer correctement les différentes sociétés.

³³ Peu de « grosses institutions » (ou « institutions majeures ») ont répondu à notre questionnaire, rappelons donc que nos données sont indicatives et non représentatives. En effet, nous n'avons pas pondéré les réponses selon le chiffre d'affaires, chaque structure a donc le même poids dans nos calculs. De plus, ces « grosses institutions » sont largement financées par l'argent public.

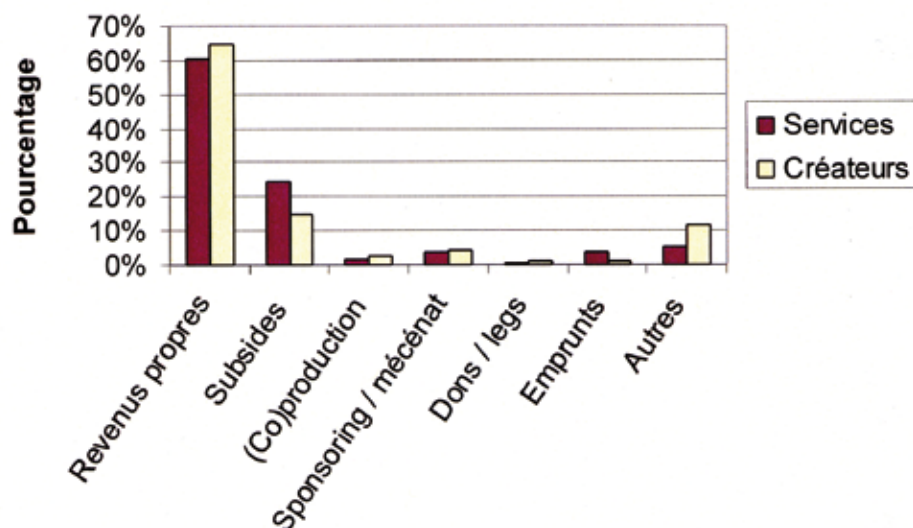
¹¹ est donc probable que la part des revenus propres que reçoivent les structures a ainsi été quelque peu surévaluée.

TABLEAU 13 - ORIGINE DES RECETTES DANS LA RÉPARTITION DES REVENUS DES SERVICES

Revenus propres (ventes) + cotisations	Subsides/subventions (ponctuels ou récurrents)	(Co) production	Sponsoring/ mécénat (privé)	Dons/ legs	Emprunts	Autres	TOTAL
60,2%	24,5%	1,4%	3,9%	0,6%	3,8%	5,5%	100,0%

Source : Bureau d'étude - SMartBe

GRAPHIQUE 8 – ORIGINE DES RECETTES DANS LA RÉPARTITION DES REVENUS



Source : Bureau d'étude - SMartBe

En ce qui concerne les **créateurs** interrogés, la majorité des rentrées financières (60,2%) sont également issues des revenus propres, c'est-à-dire qu'elles proviennent de la vente de leurs « produits artistiques » et des services prestés. Du point de vue de leur activité économique globale, ils semblent donc générer une grande partie des revenus de leur structure. Les **créateurs** ne reçoivent en effet des subsides que pour environ 15% de leurs recettes, malgré d'évidentes disparités selon les structures. Celles-ci seront également détaillées dans le chapitre suivant.

TABLEAU 14 – ORIGINE DES RECETTES DANS LA RÉPARTITION DES REVENUS DES CRÉATEURS

Revenus propres (ventes) + cotisations	Subsides/subventions ponctuels + récurrents	(Co) production	Sponsoring/ mécénat (privé)	Dons/ legs	Emprunts	Autres	TOTAL
64,7%	14,8%	2,4%	4,2%	1,1%	1,3%	11,5%	100,0%

Source : Bureau d'étude - SMartBe

De manière générale, les autres rentrées financières sont beaucoup plus marginales, les revenus venant du privé (sponsoring, mécénat, dons et legs) représentant moins de 5% des revenus globaux. On note aussi le très faible taux d'emprunt global. Probablement lié aux faibles garanties offertes par les structures et par le manque de certitude économique qu'offre une part importante du secteur.

D'ailleurs, on remarque une forte disparité (quoique relative étant donné les faibles pourcentages) entre les **services** et les **créateurs** : respectivement 3,8% contre 1,3% de prêts, ce qui corrobore l'hypothèse de difficulté d'accès aux prêts pour les situations précaires, plus présentes chez les **créateurs** que dans les **services**.

L'apport des entretiens

Les interviews permettent de mieux cerner la situation économique de nos interlocuteurs. Bien que la plupart des **services** interrogés aient reçu des subsides (8/12, soit deux-tiers), ils ne sont que quatre à les utiliser dans le cadre d'une stratégie de fonctionnement.

La stratégie des **services** est bien souvent de type hybride : ils complètent ce qu'ils réussissent à gagner en fonds propres avec des subsides, et parfois (c'est le cas de 3 structures) avec l'argent du privé (sponsoring et mécénat). Seul un Centre culturel fonctionne uniquement sur base de subsides, il explique : « Je fais ce que je peux avec les enveloppes [que je reçois] et je cherche des subsides et subventions pour les projets intéressants et qui nécessitent plus d'argent ».

Peut-être serait-il intéressant d'inciter les participations privées ? Elles seraient un apport bienvenu pour de nombreuses structures. Des solutions existent déjà pour certains secteurs, on pense par exemple au tax-shelter pour le cinéma. Une proposition de loi visant à l'extension à d'autres disciplines a été déposée au parlement fédéral.

Néanmoins, dans l'état actuel des choses, les coproductions sont principalement pratiquées par des structures importantes ayant besoin d'un financement conséquent, souvent international. Il faudrait donc veiller à permettre assez rapidement à beaucoup plus de disciplines un accès plus facile aux mécanismes tels que le tax-shelter.

Comme nous le verrons au chapitre 6, en général les personnes réussissent à accroître leurs activités, rayonnement ou vente au fil du temps. Seul un interlocuteur exprime le fait qu'il ne veut « pas trop grandir » afin de garder la maîtrise de ce qu'il fait. Deux interlocuteurs mettent en avant le choix de se développer dans un créneau artistique spécifique ou « en marge » comme étant partie intégrante de leur stratégie de développement. L'un en choisissant un secteur délaissé des grandes entreprises musicales, l'autre par une limitation stricte de sa production (quelques livres par an).

Notons par ailleurs, que les **services** à la production artistique interviewés sont, pour la plupart, en équilibre financier (10 sur 12). Certains (3) nuancent néanmoins ces propos. Dans plusieurs cas, le fonctionnement de la structure repose essentiellement sur le bénévolat. Ce qui signifie que les personnes qui s'investissent dans les activités de la structure ne sont pas rémunérées pour ces activités, même si leurs frais sont remboursés. Il s'agit souvent de personnes ayant un autre emploi et/ou de pensionnés.

Les structures comptant sur l'aide de bénévoles soulignent néanmoins la difficulté de trouver des bénévoles et, parfois, de maintenir leur motivation sur la durée. Par exemple, pour un centre qui s'occupe de personnes handicapées à travers l'art, il est difficile de trouver du personnel ayant à la fois de bonnes capacités artistiques et capable de transmettre sa passion.

Seul un interlocuteur affirme que sa structure n'est pas en équilibre et un autre évoque ses difficultés à stabiliser le montant de ses rentrées financières, très variables d'une année à l'autre. Un manager explique que le succès d'un seul disque sur dix qu'il produit rembourse les frais engendrés par l'ensemble de sa production.

Le point suivant vise à déterminer la répartition des coûts des structures de **services** et des **créateurs**, ainsi que la répartition réelle des revenus propres. La question relative à la répartition des subsides parmi les institutions interrogées sera explorée dans le chapitre 5.

C. Principaux postes de dépenses

Le principal poste de dépenses pour les **services** est largement représenté par les salaires, pour pas moins de 40% des dépenses. Si nous additionnons le matériel, l'équipement et les bâtiments, ceux-ci représentent pas moins de 31.2% des dépenses.

Il ne reste évidemment plus beaucoup pour les autres postes, les coûts de la main d'œuvre et des « outils » (le « capital » de l'organisation) ayant été payés. Néanmoins, les achats de services³⁴ représentent encore 13.8% des dépenses, ce qui n'est pas négligeable.

Notons que lors du questionnaire, nous n'avons pas isolé les dépenses courantes des dépenses en capital. Nous y perdons en précision, mais nous n'avons pas voulu complexifier plus notre questionnaire.

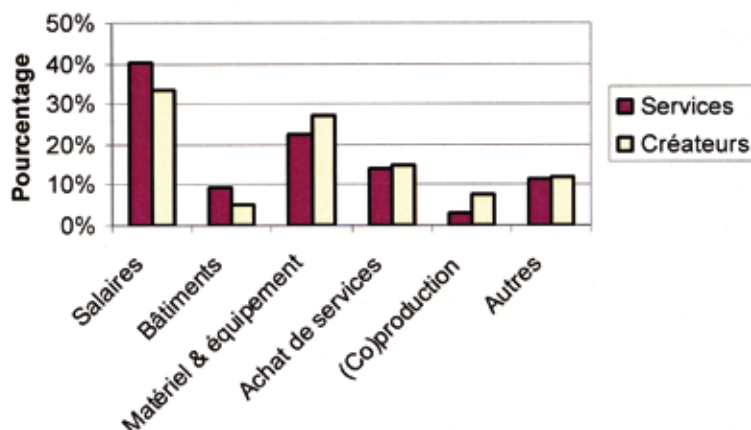
³⁴ Dans le questionnaire, l'achat de service était défini comme suit : « le fait de recourir à d'autres structures pour remplir certaines tâches qui doivent être accomplies dans le cadre de vos activités. Nous ne tenons donc pas compte des tâches telles que le nettoyage ou l'achat de matériel de bureau, mais bien des services tels l'utilisation de main d'oeuvre d'appoint, d'un comptable,... ».

TABLEAU 15 – RÉPARTITION DES DÉPENSES DES SERVICES

Salaires	Bâtiments	Matériel & équipement	Achat de services	(Co)Production	Autres	TOTAL
40,2%	9,2%	22,5%	13,8%	2,9%	11,4%	100%

Source : Bureau d'étude - SMartBe

GRAPHIQUE 9 – RÉPARTITION DES DÉPENSES



Source : Bureau d'étude - SMartBe

Chez les *créateurs*, on a pu différencier les données par secteur. On note ainsi des variations assez fortes par secteur. Il convient toutefois d'être prudent avec ces chiffres : le nombre de réponses de certains secteurs étant parfois faible. On ne comptait par exemple que 24 structures pour le secteur regroupant le design/mode/décoration. De plus, certaines structures sont présentes dans différents secteurs donc, leurs réponses ont été comptabilisées dans chacun des secteurs concernés, ce qui entraîne une sur-représentation de celles-ci.

TABLEAU 16 – RÉPARTITION DES DÉPENSES DES STRUCTURES DE CRÉATION – PAR SECTEUR

	Salaires	Bâtiments	Matériel & équipement	Achat de services	Coproduction	Autres	TOTAL
Musique/chanson	31,6%	4,5%	23,4%	17,0%	9,8%	13,6%	100%
Théâtre	41,7%	3,9%	21,4%	16,1%	5,8%	11,1%	100%
Danse	48,2%	4,3%	18,3%	12,5%	7,2%	9,5%	100%
Arts du cirque et de la rue	34,3%	2,1%	29,3%	18,0%	7,9%	8,5%	100%
Audiovisuel	34,9%	4,3%	31,1%	16,6%	5,2%	7,9%	100%
Arts plastiques	36,8%	6,5%	32,0%	9,2%	3,4%	12,1%	100%
Littérature	27,0%	4,8%	18,9%	19,2%	14,6%	15,6%	100%
Design mode déco	26,7%	4,8%	38,9%	8,7%	11,3%	9,6%	100%
Arts numériques	45,2%	4,7%	31,4%	7,1%	2,3%	9,3%	100%
Graphisme	37,9%	4,7%	31,8%	4,5%	7,2%	13,9%	100%
Artisanat d'art	28,5%	8,2%	39,3%	6,6%	4,5%	12,9%	100%
TOTAL	33,4%	5,0%	27,2%	14,8%	7,8%	11,9%	100%

Source : Bureau d'étude - SMartBe

Ce tableau nous apprend que la part des salaires est très élevée dans la danse (48,2%), les arts numériques (45,2%) et le théâtre (41,7%). Que les salaires représentent une dépense importante dans le spectacle vivant est une évidence : la main d'œuvre y étant abondante.

Quant aux arts numériques, ils connaissent une part importante de salaire dans la répartition des dépenses, malgré que le travail se fasse sur logiciels, dont les avancées technologiques ont permis d'augmenter la productivité. Cette contradiction apparente s'explique aisément par le nombre élevé de travailleurs (et savoir-faire) requis pour réaliser un projet de jeux vidéo par exemple.

En ce qui concerne les secteurs ayant proportionnellement peu de dépenses salariales, la littérature (27%) et le design/mode/déco (26,7%) sont caractérisés par une activité dont on peut supposer qu'elle requiert moins de personnel salarié (ce sont des activités plus « solitaires »), mais dont on ne peut évaluer l'importance des rémunérations.

Les bâtiments représentent environ 4-5% des dépenses pour la plupart des secteurs. On notera que les arts plastiques (6.5%) et l'artisanat d'art (8.2%) ont plus de frais à ce niveau ; on aura ainsi besoin de plus d'espaces pour créer de l'artisanat que pour réaliser une bande dessinée.

En ce qui concerne le poste « matériel et équipement », les écarts vont du simple au double, entre la littérature (18,9%) et l'artisanat d'art (39,3%) ou le design/mode/déco (38,9%). Ceci s'explique par exemple par la nécessité pour les designers d'utiliser des ordinateurs puissants et des logiciels spécialisés ou, pour l'artisanat d'art, des outils et autre matériel très coûteux comparés au matériel dont a besoin un écrivain, pour qui un traitement de texte suffit parfois.

L'« achat de **services** » (ou le fait de sous-traiter certaines tâches) varie aussi fortement d'un secteur à l'autre. On prendra comme exemple le graphisme pour qui ce poste ne représente que 4.5% des dépenses, contrairement aux arts du cirque ou à la musique/chanson pour lesquels l'achat de services représente respectivement 18% et 17% des dépenses.

Ø. Que retenir ?

De manière générale, on note que les dépenses liées aux salaires sont proportionnellement moins importantes pour les **créateurs** que pour les **services**. Peut-être parce que les **créateurs** ne s'octroient pas systématiquement un salaire, et ce, principalement lors du processus de création ? Ou alors, est-ce parce que les **services** comptent plus d'emplois fixes et non compressibles que les **créateurs** ? On trouvera quelques éléments de réponses plus en avant, notamment dans le chapitre consacré à l'emploi.

D'autre part, la dépense de (co)production est plus importante pour les **créateurs** (près de 8%) que pour les services ($\pm 3\%$). Mais est-ce bien le rôle des **services** de s'engager dans la (co)production ? Et est-ce que les **créateurs** en ont effectivement les moyens ?

Chapitre 5

Subsides & subventions : provenance et affectation

Le présent chapitre vient préciser une partie du précédent (les recettes). Il cherche à clarifier l'importance des subsides dans le fonctionnement des structures (*services* et *créateurs*). Nous tenterons de comprendre d'où viennent les subsides et subventions et à quoi ils sont affectés. La répartition des subsides au sein des structures est-elle équitable ? Enfin, tous les statuts juridiques ont-ils la même chance d'obtenir des subsides ?

Tout d'abord, précisons que nous ne parlons pas dans ce chapitre de montants bruts, mais de pourcentages de recettes ou de nombre de dossiers reçus. Ce choix s'explique simplement du fait que nous ne disposions pas de données chiffrées à ce niveau.

Nous pourrions donc analyser les répartitions des subsides, mais non pas la progression de ceux-ci, ni les montants alloués.

A. D'où proviennent et à quoi sont destinées les subventions accordées aux services ?

52 structures sur 117 ont obtenu des subsides, soit 44,4% des *services* ayant répondu au questionnaire, ce qui est cohérent au vu de la part relativement faible de subsides dans les recettes (voir le chapitre précédent). Notons que ce tableau fait apparaître plus de subsides que de réponses étant donné que certaines structures peuvent avoir des subventions émanant de différents niveaux de pouvoir. En outre, il faut souligner que certains interlocuteurs ont spécifié dans la rubrique « autre » que les subsides qu'ils ont reçus étaient destinés au « fonctionnement » de leur structure. Or, il est probable qu'il en soit de même pour certaines réponses indiquées dans la colonne « capital ». Ceci nous pousse à croire que cette option, qui manquait dans nos propositions, aurait été plus importante si le choix avait été proposé aux répondants. Cette remarque vaut tant pour les *services* que pour les *créateurs*.

TABLEAU 17 – PROVENANCE ET AFFECTATION DES SUBSIDES DES STRUCTURES DE SERVICES

	Emploi	Capital	Projet spécifique	Autre	TOTAL	Pourcentages
Communauté européenne	0	1	4	1	6	4,4%
Fédéral	4	0	2	0	6	4,4%
Communauté française	11	9	7	13	40	29,4%
Région wallonne	14	3	3	5	25	18,4%
Région de Bruxelles-Capitale	0	1	1	0	2	1,5%
COCOF	0	0	1	0	1	0,7%
Provinces	1	3	12	10	26	19,1%
Communes	6	6	4	7	23	16,9%
Fondations	0	0	2	0	2	1,5%
Autre	1	0	3	1	5	3,7%
TOTAL	37	23	39	37	136	100,0%
Affectation des subsides	27,2%	16,9%	28,7%	27,2%	1	

Source : Bureau d'étude - SMartBe

On remarquera que la Communauté française est le premier pourvoyeur de subventions, c'est d'ailleurs à cette institution qu'on pense spontanément quand on cherche un soutien public dans le secteur artistique. Quant à la Région wallonne, dans le cadre de ses missions, elle fournit principalement des aides à l'emploi. Si l'on regroupe les aides de la Communauté française, de la Région wallonne, des Provinces et des Communes, on obtient au total pas moins de 83,8% du nombre de subsides octroyés (pour rappel, nous ne parlons pas en termes de montants bruts).

En ce qui concerne l'allocation des subsides et subventions, elle est assez équitablement distribuée entre les différentes rubriques « Emploi », « Projet Spécifique », et « Autres », cette dernière étant en réalité principalement constituée de « frais de fonctionnement » (hors du tableau), pour pas moins de 10 réponses sur 37.

B. D'où proviennent et à quoi sont destinées les subventions accordées à des structures de création ?

Seuls 33,8% des **créateurs** déclarent avoir reçu des subsides en 2007, ce qui correspond à l'observation faite plus haut que leurs structures ne dépendent pas principalement de cette source de revenus. Selon les réponses au questionnaire des **créateurs**, les subsides proviennent majoritairement de la Communauté française, avec près de 40%, suivie par les Provinces (18%) et la Région Wallonne (11%). Cette dernière, comme pour les **services**, finance principalement l'emploi. L'Union européenne finance peu de structures mais avant tout des projets spécifiques. Il en va de même pour les autres entités subsidiées (à l'exception de la Région wallonne) qui financent principalement les projets spécifiques des artistes **créateurs**, particulièrement la Communauté française et, dans une moindre mesure, les Provinces.

TABLEAU 18 – PROVENANCE ET AFFECTATION DES SUBSIDES DES CRÉATEURS

	Emploi	Capital	Projet spécifique	Autre	TOTAL	Pourcentage
Communauté européenne	0	0	5	1	6	3,4%
Fédéral	1	0	3	2	6	3,4%
Communauté française	12	3	43	12	70	39,3%
Région wallonne	10	0	5	5	20	11,2%
Région de Bruxelles-Capitale	1	1	3	1	6	3,4%
COCOF	1	1	5	2	9	5,1%
Provinces	4	2	21	5	32	18,0%
Communes	1	0	7	7	15	8,4%
Fondations	0	2	4	1	7	3,9%
Autre	1	0	5	1	7	3,9%
TOTAL	31	9	101	37	178	100,0%
Affectation des subsides	17,4%	5,1%	56,7%	20,8%	100,0%	

Source : Bureau d'étude - SMartBe

Globalement, on constate que les subsides (toutes provenances confondues) sont affectés principalement aux « Projets spécifiques », pour plus de la moitié d'entre eux (56,7%). Cela correspond au mode de travail des **créateurs** qui fonctionnent par projets.

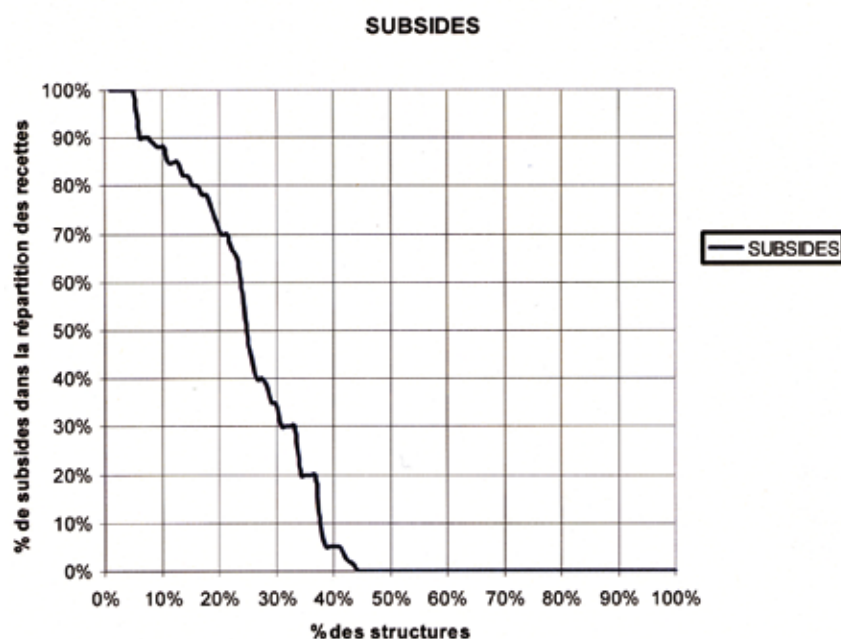
Notons l'existence d'une « hiérarchie » dans les subsides, à tout le moins pour les arts de la scène, fort représentés dans cette étude. Par ordre croissant d'importance, on retrouve les *aides au projet*, les *conventions* pour des structures mieux établies, et enfin les *contrats programmes*, soit l'aide la plus conséquente, étalée, comme les conventions d'ailleurs, sur plusieurs années. Notre échantillon de répondants étant plutôt jeune et débutant, comme on l'a vu, il est assez logique que nombre d'entre eux soient donc plutôt soutenus par des aides au projet. Ce type d'aide est aussi fort développé dans l'audiovisuel et en littérature.

À côté du financement structurel pour des institutions établies, la Communauté française finance donc les **créateurs** principalement pour des projets artistiques. Ce procédé favorise dès lors le travail par projets, forme flexible, mais guère sécurisée, du travail artistique. Ceci dit, d'autres pistes de financement de la culture pourraient être envisagées, comme nous le verrons ultérieurement dans le chapitre consacré aux recommandations.

C. Quelle est la dispersion des subsides dans la répartition des recettes des structures de services ?

Si l'on s'intéresse aux **services** (en abscisse du graphique, par ordre décroissant de subsides reçus³⁵), on constate que pour 10% des **services** ayant répondu au questionnaire, les subsides représentent plus de 85% de leurs recettes et cela, indépendamment du montant des subventions reçues. On note également que plus de 55% des structures n'ont pas reçu de subsides et subventions.

GRAPHIQUE 10 – GRAPHIQUE DE DISPERSION DES SUBSIDES PARMIS LES SERVICES
% DE STRUCTURES DE SERVICES AYANT Y% DE SUBSIDES DANS LA RÉPARTITION DE LEURS RECETTES



Source : Bureau d'étude - SMartBe

Ces données confirment nos premiers résultats sur la part et l'importance des différents types d'entrées³⁶ : les subsides ne représentent pas la majorité des recettes du secteur, sauf pour une petite minorité de structures (pour 25% des structures de **services** les subsides représentent plus de 60% des recettes). Il importe néanmoins de nuancer notre propos. Comme on l'a vu, de nombreux débutants ont répondu à notre enquête. Or, ceux-ci n'ont pas encore fait leurs preuves pour pouvoir prétendre avoir accès à des subventions. De plus, le statut juridique des structures a longtemps eu une importance déterminante dans l'éligibilité de certains subsides.

D. Quelle est la dispersion des subsides dans la répartition des recettes des structures des créateurs ?

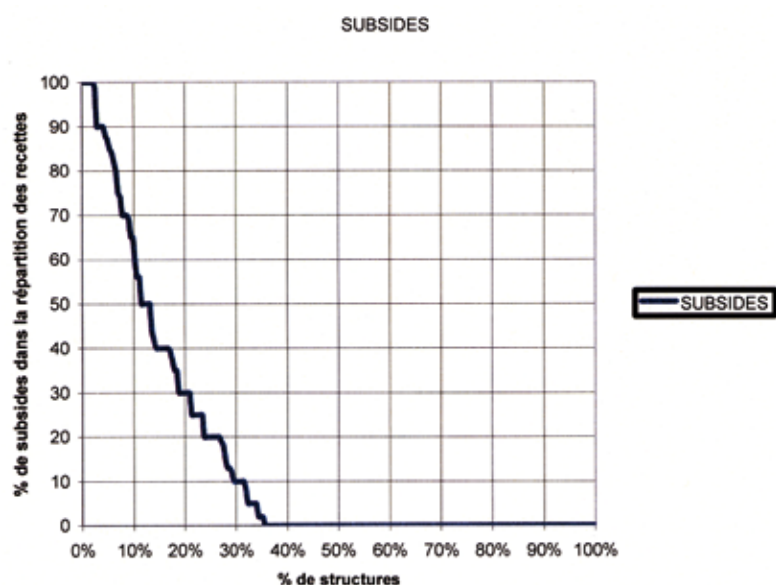
En ce qui concerne les **créateurs**, seuls 33,8% d'entre eux déclarent avoir reçu des subsides en 2007, ce qui correspond toujours à l'observation que les structures ne dépendent pas autant des subventions que ce que l'on aurait pu croire. Globalement, on constate donc que peu de structures reçoivent (relativement) beaucoup de subsides.

³⁵ Les subsides reçus sont calculés en termes de pourcentage de subsides dans la répartition de leurs recettes et non en montants bruts. Ainsi, une structure réalisant 100% de ses recettes grâce aux subsides sera classée en 1^{er} position. En ordonnée du graphique donc, on retrouve les pourcentages de subsides dans la répartition des recettes. Les données se réfèrent à l'estimation des personnes ayant répondu au questionnaire.

³⁶ Voir chapitre sur les dépenses et recettes.

GRAPHIQUE II – GRAPHIQUE DE DISPERSION DES SUBSIDES CHEZ LES CRÉATEURS³⁷

% DE STRUCTURES DE CRÉATEURS AYANT Y% DE SUBSIDES DANS LA RÉPARTITION DE LEURS RECETTES



Source : Bureau d'étude - SMartBe

Le tableau sur la dispersion des subsides chez les créateurs nous apprend que 10% des **créateurs** totalisent plus de 60% de subsides dans leurs recettes, alors que 35% d'entre eux seulement ont déclaré recevoir des subsides. Notons que ces informations ne nous apprennent rien sur le montant des subsides. En effet, une structure dont les subsides couvrent 60% des recettes peut avoir des subventions publiques bien inférieures à une structure dont les subsides couvrent à peine 10% de ses rentrées financières.

On en arrive donc à la même conclusion que pour les **services** : les subsides ne représentent pas la majorité des recettes du secteur, si ce n'est pour une petite minorité de structures. Ceci est encore plus vrai pour les créateurs que pour les services : seul 10% des structures de **créateurs** contre 25% des **services** comptent plus de 60% d'entrées sous forme de subsides. Ainsi, nous sommes à nouveau face à une diversité de services s'inscrivant tant dans le secteur public que privé, voire à cheval entre le marchand et le non-marchand. En effet, comme nous l'avons expliqué dans l'introduction, les différents types de **services** peuvent poursuivre un but lucratif ou plutôt social tel que l'accès à la culture, selon l'objectif des structures et les activités qu'elles proposent, ce qui a des effets directs sur l'octroi ou non de subventions. N'oublions pas que notre échantillon présente énormément de jeunes structures.

E. Parmi les services, quelles sont les structures juridiques qui reçoivent des subsides ?

TABLEAU 19 – STRUCTURES³⁸ DE SERVICES AYANT REÇU DES SUBSIDES EN 2007 – PAR STATUT³⁹

	ASBL	SPRL/SPRLU	Projet SMart	Indépendant	Autre*	TOTAL
Nombre de structures ayant reçu des subsides	39	1	2	1	4	50
% ayant reçu des subsides	79,6%	6,3%	11,8%	5,9%	30,8%	42,7%

* Inklus l'unique coopérative parmi les services.

Source : Bureau d'étude - SMartBe

On note une très grande disparité entre les structures en ce qui concerne l'attribution des subsides. Les ASBL de **services**

³⁷ Ce graphique, comme le précédent, nous montre en abscisse les structures de **créateurs** classées par ordre croissant de la part des subsides sur l'ensemble de leurs recettes. En ordonnée, on trouve les pourcentages de subsides dans la répartition des recettes.

³⁸ Plus de subsides que de réponses, certaines structures pouvant en obtenir plusieurs et de plusieurs origines.

³⁹ Nous n'avons pas pris en compte les services publics puisqu'ils sont évidemment financé par de l'argent public

sont particulièrement représentées : pas loin de 80% d'entre elles ont reçu des subventions en 2007. Ceci s'explique probablement en partie par la présence importante, parmi les services à la production artistique, de Centres culturels, de centres de formation et loisirs ainsi que de structures à vocation sociale, bénéficiant du soutien financier des autorités publiques.

Les structures relevant d'autres statuts ont quant à elles reçu une part plus marginale des aides publiques, les politiques culturelles ayant longtemps privilégié le soutien aux ASBL. Quant aux politiques en matière d'économie régionale, elles semblent avoir été longtemps à la traîne en matière d'intervention dans le champ culturel. Cette double « tradition » produirait toujours ses effets aujourd'hui, bien qu'une prise de conscience des pouvoirs publics semble émerger.

F. Parmi les créateurs, quelles structures juridiques reçoivent des subsides ?

85 **créateurs** sur 245 ont obtenu des subsides, soit 34,7% des structures ayant répondu au questionnaire. Pas moins de 75,4% des ASBL ont déclaré avoir reçu des subsides en 2007. Alors que du côté des Projets SMart (nombreux dans notre échantillon), seuls 20,8% en ont obtenus. Les indépendants, au nombre de 15 seulement dans notre échantillon, n'ont reçu aucune aide.

TABLEAU 20 – STRUCTURES⁴⁰ DE CRÉATION AYANT REÇU DES SUBSIDES EN 2007 – PAR STATUT

	ASBL	SPRL/SPRLU	Projet SMart	Indépendant	Autre*	TOTAL
Nombre	49	5	26	0	5	85
%	75,4%	38,5%	20,8%	0%	18,5%	34,7%

* Inclus l'unique « coopérative » parmi les créateurs. Par contre, nous n'avons pas inclus les services publics, qui par définition vivent d'argent public.

Source : Bureau d'étude - SMartBe

En matière de création, le Ministère de la Communauté française a une longue tradition d'intervention dans le secteur non marchand, qui repose sur l'option suivante : « les politiques culturelles n'ont pas à intervenir dans le champ commercial », comme si le secteur marchand ne portait pas lui aussi des projets à caractère « non-lucratif » qui mériteraient parfois la participation de pouvoirs publics.

Un interviewé organisé en SPRL nous explique que le financement d'un projet de laboratoire virtuel dédié aux écoles secondaires lui a été refusé parce qu'il n'était pas établi sous forme d'ASBL. L'instance d'avis compétente craignait que « le fait d'être établi en SPRL favorise la recherche de maximisation du profit, antinomique avec les objectifs de l'enseignement, au service de la collectivité dans son ensemble ».

Néanmoins, ceci n'empêche pas plus d'un tiers des répondants organisés en SPRL d'obtenir des subsides, même si cette proportion reste négligeable par rapport aux ASBL, d'autant plus lorsqu'on compare le taux d'ASBL subventionnées (75,4%) au taux de SPRL subventionnées (38,5%).

Le même parallèle peut se faire avec les Projets SMart subventionnés. Notre échantillon comprend plus de Projets SMart que d'ASBL, mais on compte malgré tout (en chiffres absolus) plus du double d'ASBL subventionnées que de Projets SMart.

La plus grande longévité des ASBL (contrairement aux Projets SMart dont les plus anciens datent de 2002⁴¹ et dans lesquels près de la moitié des répondants ont moins de six ans d'activité⁴²) explique sans doute partiellement cette différence. Ainsi, les ASBL semblent avoir une meilleure connaissance du secteur culturel et de ses réseaux. Cette plus grande expérience leur offre un avantage dans la recherche de fonds, les rendant plus « performantes » en cette matière.

De plus, il semblerait qu'il y ait encore une certaine réticence de la part de certaines commissions de la Communauté française à accorder des subsides à des Projets SMart, à cause de leurs particularités. En effet, l'argent arrive directement

⁴⁰ Plus de subsides que de réponses, certaines structures pouvant en obtenir de différents secteurs et niveaux de pouvoirs.

⁴¹ Si les Projets SMart tels qu'ils existent aujourd'hui existent depuis 2004, des projets pilotes existent depuis 2001.

⁴² Si l'on se réfère à la représentativité de notre échantillon d'entretiens.

dans l'ASBL SMartBe, qui le réinjecte directement dans le projet concerné. Certains pouvoirs subsidiant semblent alors avoir été réticents à verser l'argent à l'ASBL, surtout au tout début des Projets SMart, lorsque le fonctionnement de ceux-ci était encore peu connu.

Néanmoins, cette prédominance des ASBL dans la répartition des subsides pose question. Dans une optique de développement de l'économie culturelle comme partie de l'économie sociale, il serait intéressant de favoriser aussi le développement de structures plus ou moins marchandes. Si ces initiatives sont porteuses, pertinentes et d'intérêt général, nous ne voyons pas de raisons valables à les exclure de la répartition des subsides destinés au secteur culturel.

G. Parmi les créateurs, quels secteurs artistiques reçoivent des subsides ?

Nous ne disposons malheureusement pas de données suffisantes sur les secteurs artistiques subsidiés parmi les **services** pour pouvoir présenter des résultats significatifs d'un point de vue statistique. Ces données seront donc présentées uniquement pour les **créateurs**, plus nombreux à avoir répondu à l'enquête.

Le pourcentage des structures de **créateurs** ayant eu des subsides par secteur est particulièrement intéressant (4e colonne). Il faut noter que plusieurs personnes ayant répondu au questionnaire ont mentionné travailler dans plusieurs secteurs, raison pour laquelle le pourcentage total n'est pas égal à 100. Notons que ces chiffres sont à prendre avec précaution, étant donné qu'une structure active dans plusieurs disciplines aura une influence sur chacune d'entre elles.

TABLEAU 21 – DISTRIBUTION DES SUBSIDES PAR SECTEUR ARTISTIQUE

Secteur	Nombre de structures concernées	Nombre de structures ayant reçu des subsides	% de structures ayant reçu des subsides
Musique /chanson	86	43	50,0%
Audiovisuel	81	18	22,2%
Théâtre	56	29	51,8%
Danse	22	12	54,5%
Arts du cirque et de la rue	28	15	53,6%
Arts plastiques	71	20	28,2%
Littérature	23	11	47,8%
Design/ mode /décoration	23	3	13,0%
Arts numériques	43	8	18,6%
Graphisme	50	6	12,0%
Artisanat d'art	22	4	18,2%
TOTAL	505*	169	33,5%**

* Et non 245 qui est le nombre de répondants créateurs car certaines structures ont mentionné travailler dans plusieurs secteurs.

** Et non pas 34.7% comme nous l'indiquaient les précédents calculs, car nous avons comptabilisé plusieurs fois ici les structures étant dans différents secteurs.

Source : Bureau d'étude - SMartBe

On peut globalement répartir les secteurs en deux groupes : le premier dont plus de la moitié des structures sont subsidiées et le second qui comprend tous les autres.

Les secteurs d'activité tels la danse (54.5%), les arts du cirque et de la rue (53.6%), le théâtre (51.8%), la musique/chanson (50.0%), soit l'ensemble des « arts de la scène » se retrouvent dans la première catégorie. La littérature est statistiquement plus proche de cette catégorie que de la seconde, avec 47.8% des répondants ayant reçu des subsides.

L'autre groupe, nettement moins subsidié, regroupe les arts plastiques (28.2%), l'audiovisuel (22.2%), les arts numériques (18,6%), l'artisanat d'art (18,2%), le design/mode/décoration (13%) et le graphisme (12%).

Le secteur des arts de la scène semble donc particulièrement bien subsidié, et de manière assez nette. Ceci est donc

conforme à la loi de Baumol⁴³, qui veut que les pouvoirs publics contrebalancent la non-hausse de productivité de la main d'œuvre, particulièrement dommageable pour ces secteurs. Plusieurs autres facteurs expliquent ce choix des pouvoirs publics. Depuis la seconde guerre mondiale, ils ont concentré leurs efforts sur les pratiques culturelles et artistiques « collectives » plutôt que sur les pratiques culturelles et artistiques individuelles⁴⁴. En outre, les disciplines « collectives » étant mieux organisées, elles ont davantage fait l'objet de revendications et de pressions auprès des pouvoirs publics que les disciplines « individuelles ».

Les subsides permettent donc une diversité culturelle, soutenant des activités non rentables dans une logique purement marchande, mais ayant un intérêt en termes de développement de la culture tant dans une logique de dynamisme artistique que dans un souci d'accessibilité à tous.

Rappelons que nous ne raisonnons pas en termes de montants mais en terme de nombre de structures subsidiées. Le saupoudrage de l'argent pourrait être a priori particulièrement efficace pour augmenter le taux de structures subsidiées. Ceci n'est pourtant qu'un leurre statistique car la somme perçue par les structures ne serait pas conséquente. Les données que nous avons recueillies devraient donc être complétées par une analyse des montants versés par la Communauté française, notamment via les chiffres publiés par ladite autorité. Une question de délai nous a empêchés de réaliser cette analyse.

H. Que retenir ?

La Communauté française (qui, en nombre de dossiers, est l'organisme finançant le plus les structures) finance surtout les projets des **créateurs**, tandis qu'en ce qui concerne les **services**, la Communauté française finance un peu de tout (emploi, projets spécifiques, capital & autre).

Quant à l'emploi, il est également soutenu par la Région wallonne (compétente en la matière). Mais dans son ensemble, les **services** sont plus aidés pour l'emploi que les **créateurs**, les aides à l'emploi étant accordées à des postes à tâche structurelle. Le problème pour le secteur artistique est que bien souvent les aides octroyées par la Région s'adressent à des emplois non qualifiés et à des contrats de type CDI, alors que, comme nous le verrons dans le chapitre suivant, les emplois du secteur s'adressent plutôt à des personnes qualifiées et des contrats fort limités dans le temps.

Les pouvoirs locaux (Provinces et Communes) sont aussi d'importants pourvoyeurs de subsides tant pour les **services** que pour les **créateurs**.

On pourrait se demander s'il est bien adéquat d'avoir de nombreux pouvoirs publics impliqués dans le secteur culturel. En effet, entre la Communauté française, la Région, les Communes ou les Provinces, sans parler de certaines compétences fédérales voire européennes, il n'est pas simple de trouver le bon interlocuteur. De plus, cela peut mener à une certaine inefficacité : les coûts administratifs pourraient être regroupés.

D'un autre côté, cette multiplication des intervenants permet d'éviter toute mainmise sur le secteur du côté institutionnel et plus d'opportunités pour les structures du secteur. De plus, cela permet de développer deux types de services ayant des objectifs différents : les premiers sont de proximité, gérés au niveau local, tandis que les seconds poursuivent des ambitions différentes (par exemple, le fédéral qui a entre autres compétences la tutelle sur des institutions d'excellence). Il faudrait dès lors attribuer de manière bien distincte ces différents types de services et missions.

Pour une prochaine recherche, il serait bien évidemment utile de disposer de chiffres précis sur les *montants* des subsides alloués⁴⁵. Cela permettrait d'avoir une vision réelle de la situation, et non basée sur des impressions.

Par ailleurs, comme nous l'avons déjà expliqué, disposer des montants bruts donnerait l'occasion d'analyser les efforts réels faits au niveau des choix politiques et pourrait apporter de nouvelles pistes de réflexions. Pensons par exemple à une analyse de la répartition géographique des subsides. Y a-t-il des régions favorisées ? Sont-elles forcément celles qui sont les plus peuplées ?

Ou alors une analyse par secteur : quels sont les secteurs, voire sous-secteurs plus soutenus par l'action publique ? Certains chiffres existent déjà auprès de la Communauté française, mais il serait intéressant de prendre en compte tous

⁴³ BENHAMOU Françoise, *L'économie de la Culture*, éd. La Découverte, Paris, 1996

⁴⁴ DE WASSEIGE Alain, *Refonder les politiques culturelles*, Sans titre – 100 Titres, Bruxelles, 2006., p.31

⁴⁵ Ceux-ci existent sur le site Internet de la Communauté française, mais nous devrions également inclure les financements venant des autres niveaux de pouvoir. Le tout constituerait un travail conséquent, méritant à lui seul une recherche

les niveaux de pouvoirs afin d'appréhender la situation de manière globale.

Les données récoltées soulèvent plusieurs questions. Les **services** à la production seraient-ils davantage subsidiés que les structures de création ? Cela relève d'une question de politique publique autant qu'économique : faciliter les conditions de la création au lieu de subventionner la création elle-même.

On voit donc que les subsides sont un complément bienvenu, mais l'on est loin d'un secteur strictement « non-marchand ». La culture a donc bien ses spécificités : c'est un secteur économique livré en grande partie à une dynamique de marché mais complété par le secteur public qui vient soutenir certaines activités laissées pour compte par le privé. Ce mélange de ressources publiques et privées permet d'augmenter la diversité artistique et culturelle. Par exemple, le marché fonctionne bien pour certains produits forts commercialisés (ex. musique MTV, hit parade, etc.) mais l'opéra et les formes émergentes survivraient-ils sans les aides publiques⁴⁶ ?

⁴⁶ HANSMANN H., *The role of the non-profit enterprise*, The Yale Law Journal 89 :5, p. 835-901.

Chapitre 6

Évolution du secteur

Ce chapitre vise à comprendre si le secteur culturel et artistique a vécu une croissance du chiffre d'affaires et du nombre de clients/membres/usagers au cours des cinq dernières années. Rappelons que notre analyse se base sur les perceptions des interlocuteurs interrogés, perceptions qui permettent de comprendre si le secteur est porteur, d'un point de vue économique.

A. Le nombre de clients/usagers/membres a-t-il évolué au cours des cinq dernières années ?

La plupart des **services** ont clairement connu une progression du nombre de leurs clients, usagers et/ou membres⁴⁷, ce qui est conforme aux dernières données européennes⁴⁸. Notons qu'il y a beaucoup moins de personnes non concernées par cette question pour les **services** que pour les **créateurs**. Ceci s'explique de différentes manières : certains ne savent pas répondre, d'autres n'existent pas depuis assez longtemps, et enfin certaines structures connaissent une trop grande fluctuation de leur activité au cours des années pour donner une réponse claire.

TABLEAU 22 – ESTIMATION DE L'ÉVOLUTION DU NOMBRE DES CLIENTS/USAGERS/MEMBRES DES SERVICES AU COURS DES CINQ DERNIÈRES ANNÉES

	Tendance à augmenter	Tendance à diminuer	Resté constant	Pas concerné	TOTAL
Nombre de réponses	54	9	20	34	117
%	46,2%	7,7%	17,1%	29,1%	100%

Source : Bureau d'étude - SMartBe

La moitié des **créateurs** ne sont pas concernés par la question. Certains parce qu'ils n'existent pas depuis cinq ans (dont de nombreux Projets SMart, surreprésentés parmi les **créateurs**) et certains parce qu'ils ne considèrent pas cela comme une question pertinente pour eux. Notons néanmoins qu'ils sont plus d'un quart à voir le nombre de clients, usagers et/ou membres augmenter au fil des cinq dernières années. Ils ne sont que 15% à voir leurs chiffres se stabiliser sur cette période et beaucoup moins à le voir diminuer.

TABLEAU 23 – ESTIMATION DE L'ÉVOLUTION DU NOMBRE DES CLIENTS/USAGERS/MEMBRES DES CRÉATEURS AU COURS DES CINQ DERNIÈRES ANNÉES

	Tendance à augmenter	Tendance à diminuer	Resté constant	Pas concerné	TOTAL
Nombre de réponses	66	15	37	127	245
%	26,9%	6,1%	15,1%	51,8%	100%

Source : Bureau d'étude - SMartBe

Pour ceux ayant répondu, la situation des **créateurs** est similaire à celle des **services** : une tendance nette à l'augmentation, et pas vraiment à la diminution comme le laissent entendre certaines personnes dans le secteur.

Il faut souligner l'existence d'un biais sur l'ensemble de la question étant donné que ceux qui ont quitté le secteur n'ont évidemment pas répondu à la question. La catégorie « tendance à diminuer » est dès lors sous-évaluée. Cela étant, la tendance est assez claire : on est loin d'une situation catastrophique⁴⁹.

⁴⁷ Nous avons mentionné clients, usagers et membres car selon les créateurs ou types d'institutions les différents termes sont utilisés.

⁴⁸ WIESAND A. & SÖNDERMANN M., *The creative sector, an engine for diversity, growth and jobs in Europe*, European Cultural Foundation, Septembre 2005.

⁴⁹ Rappelons que le questionnaire a porté sur une période antérieure à l'actuelle crise économique. Les données indiquées pourraient, en conséquence, être revues à la lumière de chiffres plus récents.

B. Le chiffre d'affaires a-t-il évolué au cours des cinq dernières années ?

Globalement, la tendance est identique à l'évolution du nombre d'utilisateurs, clients et/ou membres. On notera simplement plus de **services** enregistrant une baisse du chiffre d'affaires (15,4% - tableau 24) qu'une baisse des clients/utilisateurs (7,7% - tableau 22).

TABLEAU 24 – ESTIMATION DE L'ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES SERVICES AU COURS DES CINQ DERNIÈRES ANNÉES

	Tendance à augmenter	Tendance à diminuer	Resté constant	Pas concerné	TOTAL
Nombre de réponses	51	18	21	27	117
%	43,6%	15,4%	17,9%	23,1%	100%

Source : Bureau d'étude - SMartBe

Certains **services** ont donc eu plus de clients/utilisateurs sans que leur chiffre d'affaires n'augmente. Quelques pistes de réflexion s'imposent : y a-t-il eu plus d'utilisateurs, chacun d'entre eux ayant toutefois engagé relativement moins d'argent ? Ou y a-t-il eu plus de concurrence ou encore moins de moyens de la part des clients/utilisateurs entraînant une baisse des tarifs ?

Près de la moitié des services ont vu leur chiffre d'affaires s'améliorer, ce qui est pour le moins positif. Ces résultats semblent d'ailleurs en phase avec la croissance économique de ces cinq dernières années (sachant que cette enquête avait commencé avant la crise financière de fin 2008).

Pour les **créateurs**, au contraire, la situation s'améliore quand on prend en compte l'aspect chiffre d'affaires. Si 26,9% des répondants voyaient le nombre de leurs clients/utilisateurs augmenter, ils sont plus nombreux (37,6%) à voir leur chiffre d'affaire augmenter. La différence vient principalement du nombre de structures ayant répondu « [n'être] pas concernées par la question ». En effet, les créateurs sont plus nombreux (51%) à se trouver dans l'incapacité de quantifier le nombre de leurs clients/utilisateurs/membres, que ceux qui ne savent pas mentionner leur chiffre d'affaires (32%). Ceci a sa logique : en général on connaît son chiffre d'affaires, mais le nombre de clients/utilisateurs/membres n'est pas toujours évident à estimer.

TABLEAU 25 – ESTIMATION DE L'ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CRÉATEURS AU COURS DES CINQ DERNIÈRES ANNÉES

	Tendance à augmenter	Tendance à diminuer	Resté constant	Pas concerné	TOTAL
Nombre de réponses	92	37	37	79	245
%	37,6%	15,1%	15,1%	32,2%	100%

Source : Bureau d'étude - SMartBe

Notons que les **créateurs** insistent bien sur l'assez grande disparité d'une année à l'autre. L'activité artistique se caractérise en effet, pour nombre d'artistes, par l'irrégularité de ses revenus. D'autres tiennent à souligner qu'augmenter le chiffre d'affaires n'est absolument pas l'objectif premier de leur travail qui reste avant tout faire de « l'art pour l'art ».

C. Que retenir ?

Globalement, et sans tirer de conclusions hâtives sur les disparités entre **services** et **créateurs**, il ressort de manière claire que, pour notre échantillon, le chiffre d'affaires a eu tendance à augmenter ces cinq dernières années. Cela paraît assez logique en période de relative prospérité économique, les données de l'enquête ayant été récoltées avant le début de la crise économique actuelle. Quant à l'ampleur et à la durée de celle-ci, il n'est pas possible d'en connaître l'ampleur au moment où nous sortons cette étude.

Notons aussi que, par rapport à l'évolution du nombre de clients/usagers/membres, la tendance à l'augmentation se confirme plus nettement, principalement grâce à la baisse des « non-concernés par la question ». Plusieurs hypothèses peuvent être lancées. D'une part il se peut qu'autant de prestations aient été réalisées sur une période de 5 ans, mais qu'elles aient été mieux rétribuées, ce qui engendre une augmentation du chiffre d'affaires. On peut se demander pourquoi alors cette distinction forte entre **services** et **créateurs** ? Il se pourrait que les premiers aient augmenté leur chiffre d'affaires aux dépens des seconds. Ou alors, comme on l'a vu, les personnes de notre échantillon éprouveraient une certaine difficulté à bien saisir les concepts économiques (pourtant expliqués dans le questionnaire), et notamment ceux liés au chiffre d'affaires (ce que l'on voit à travers les commentaires transmis lors des réponses au questionnaire).

On l'a vu : faute de données chiffrées objectives, il ne s'agit dans ce chapitre que d'impressions. Il serait très intéressant de pouvoir disposer de données précises – l'on pense notamment à l'ONSS ou à des données fiscales - pour une vision globale du secteur.

De plus, à un niveau « microéconomique », il s'agirait de permettre d'appréhender les grandes disparités qui peuvent se marquer d'une année à l'autre pour une même structure, analysant ainsi les réalités quotidiennes des acteurs du secteur.

Chapitre 7

Types d'emploi des structures

Ce chapitre cherche à comprendre le type et le nombre d'emplois pourvus par les structures interrogées. Nous chercherons aussi à connaître le type de tâches que ces structures doivent effectuer pour garantir leur viabilité (tâches administrative, artistique, technique, etc.), ce qui nous permettra de mieux comprendre le type de compétences qu'elles requièrent.

A. Nombre d'emplois et types de contrats (ensemble des structures du secteur de la production artistique)

TABLEAU 26 – NOMBRE D'EMPLOI & TYPES DE CONTRATS DES STRUCTURES DE SERVICES

	Nombre de travailleurs à durée indéterminée	Nombre de travailleurs à durée déterminée	Parmi eux, nombre d'emplois subventionnés (APE/Fonds Maribel,...)	Travail à la prestation ou au cachet	Stagiaires	Bénévoles
Nombre de travailleurs	362	62	101	470	118	1527
Nombre de travailleurs en Base 100 (sur 1 ^{ère} colonne)	100	17	28	130	33	422

Source : Bureau d'étude - SMartBe

À travers les questionnaires, il a été demandé aux interlocuteurs quels types d'emplois étaient pourvus par leurs structures. Les différents types de contrats étaient différenciés comme suit : personnes travaillant sous contrat à durée indéterminée ; personnes sous contrat à durée déterminée, et parmi celles-ci le nombre d'emplois subventionnés ; nombre de travailleurs rémunérés à la prestation ou au cachet (forme de CDD plus précaire) ; nombre de stagiaires et de bénévoles.

L'idée était de vérifier l'importance des différents types de contrats ainsi que le degré de précarité parmi ceux-ci.

Les chiffres que nous avons obtenus auprès des **services** sont donc à prendre avec beaucoup de précaution, certaines réponses étant manifestement incomplètes ou erronées (ex : 6 travailleurs représentant 45 contrats à durée indéterminée). Les réponses manifestement erronées ou incomplètes n'ont pas été prises en compte dans le tableau.

Néanmoins, on notera une proportion assez forte de travailleurs ayant un contrat à durée indéterminée (362), signe de stabilité de l'emploi dans le secteur. Quant aux contrats à la prestation, ils sont également élevés (470 en nombre absolu, soit 1,3 fois plus nombreux que les CDI).

On notera l'importance de l'appel au bénévolat, plus de trois fois supérieur au nombre de travailleurs (ayant un CDI ou CDD) malgré d'évidentes différences selon les structures, toutes ne parvenant pas à attirer les bénévoles avec la même facilité. Il conviendrait d'investiguer plus en détail le profil (jeunes, pensionnés,...) et le rôle joué par les bénévoles au sein des structures de **services** et **créateurs** et de distinguer le bénévolat ponctuel (pour de grands événements,...) d'un bénévolat plus régulier, probablement moins développé.

TABLEAU 27 – NOMBRE D'EMPLOIS & TYPES DE CONTRATS DES STRUCTURES DE CRÉATION

	Nombre de travailleurs à durée indéterminée	Nombre de travailleurs à durée déterminée	Parmi eux, combien via des emplois subventionnés (APE/Fonds Maribel,...)	À la prestation ou au cachet	Stagiaires	Bénévoles
Nombre de travailleurs	191	117	71,5	1147	123	315
Nombre de travailleurs en base 100 (sur 1 ^{ère} colonne)	100	61	37	601	64	165

Source : Bureau d'étude - SMartBe

Les chiffres mis en avant par les **créateurs**, malgré toutes les précautions qu'il faut prendre également pour ce type d'interlocuteur, nous indiquent l'importance du travail au cachet (ou à la prestation, que nous avons regroupé dans cette enquête). Ce type de contrats de travail est près de quatre fois plus élevé que le nombre des contrats de travail à durée indéterminée et à durée déterminée.

Notons que le recours à la prestation au cachet est bien plus important pour les structures de création que pour celles proposant des **services**. Cette différence est probablement due à la prédominance du mode de fonctionnement par projet en matière de création.

On notera la part relativement importante de contrats à durée déterminée, dont l'importance représente deux-tiers des CDI, ce qui pourrait caractériser encore une fois l'incertitude et la flexibilité particulièrement présentes dans le secteur de la création artistique.

À nouveau, on constate que le bénévolat est une main d'œuvre importante du secteur, qu'il s'agisse de personnes venant en support logistique (pour l'organisation et le déroulement de festivals,...) ou d'artistes proposant leurs services sans contrepartie financière.

Nos conclusions concernant l'emploi sont plutôt indicatives. Néanmoins, s'il est clair que le travail au projet est plutôt dominant dans le secteur artistique, nous ne pouvons pas estimer précisément l'ampleur de celui-ci.

Il nous faudrait pour cela disposer de chiffres précis qui permettraient par ailleurs d'estimer la part réelle du secteur artistique dans l'économie, à tous le moins en ce qui concerne l'emploi.

L'équipe du professeur Jacques Defourny du CES-ULg⁵⁰ s'y attelle, à travers l'exploitation des données du compte satellite des ISBL⁵¹ et de l'ONSS. Malheureusement, la nomenclature existante ne correspond guère avec notre définition de la culture, notre étude étant centrée sur l'activité artistique uniquement. En effet, dans les données « culture » de l'ONSS par exemple figurent des postes tels que « jardins botaniques » ou « agences de presse ». Ceci rend donc l'utilisation des données particulièrement ardue, et ne permet malheureusement pas de récolter des données précises concernant l'emploi artistique en Belgique et à fortiori en Wallonie. Il faudrait pousser la DG statistique et information économique à réorganiser ses codes NACEBEL de sorte qu'ils puissent être exploitables pour des recherches en matière culturelle. Ceci aurait le fâcheux avantage de permettre un réel calcul d'impact des politiques publiques en matière de culture.

Néanmoins, certaines indications existent : par exemple, selon les recherches du CES-ULg les « activités de spectacle » représentaient en Belgique en 2005 pas moins de 10.369 emplois salariés, dont la moitié dans le secteur associatif⁵². Comme seul l'emploi salarié est ici pris en compte, une grande partie des emplois, ceux des travailleurs au cachet, est

⁵⁰ Centre d'économie sociale, université de Liège.

⁵¹ ISBL : institutions sans but lucratif. Inclues les ASBL, unions professionnelles, fondations,... Plus d'infos sur le site internet de la Banque Nationale de Belgique : www.bnb.be

⁵² Données présentées par le Professeur Jacques Defourny, lors de la présentation des résultats provisoires de la présente étude, à Liège le 05 mai 2009.

occultée. Il faudrait donc augmenter sensiblement ce chiffre pour arriver au nombre réel de travailleurs impliqués dans ce secteur, toutes catégories confondues.

En ce qui concerne la création d'emplois salariés dans ce même secteur des « activités de spectacle », elle a été de 4010 ETP (équivalents temps plein) entre 1998 et 2005.

Même si ces données ne portent que sur un seul secteur, il s'agit de la confirmation que le secteur artistique est en croissance et représente donc un acteur réel et porteur de l'économie.

En termes de bénévolat, les données du CES nous apprennent que pour le secteur, très large, de « culture, sports & loisirs », on peut considérer que le bénévolat preste pas moins de 5 fois le volume de l'emploi salarié en termes d'heures de travail ! Malheureusement, il n'a pas encore été possible de désagréger ces données, peu utilisables dans la présente étude, si ce n'est à titre indicatif.

Quant à l'emploi à la prestation, SMartBe terminera fin Novembre 2009 une étude portant sur quelques 12.000 membres, 12.000 donneurs d'ordre et 165.000 prestations au cours de la période s'étendant de 01/07/2006 à 30/06/2008.

B. Les différentes fonctions exercées au sein des structures de production artistique

Nous avons tenté de comprendre l'importance, en termes de volume de travail, des tâches nécessaires aux différentes structures par rapport à l'ensemble de celles effectuées au cours d'une année (administrative, prospection/vente, technique, artistique et autres). Dans le tableau ci-dessous, 100% correspond au total des activités sur un an. Les données correspondent à l'estimation fournie par les répondants au questionnaire.

TABLEAU 28 – IMPORTANCE DES TÂCHES PAR RAPPORT AU VOLUME DE TRAVAIL DES SERVICES⁵³

Administration	Prospection/vente	Technique	Artistique	Autre
29,8%	14,3%	25,6%	22,9%	7,4%

Source : Bureau d'étude - SMartBe

Il en résulte que près de 30% des tâches des structures de **services** sont consacrées au travail administratif, ce qui indique l'importance de celui-ci pour les services. Suivent de près la part technique (25,6%) et la part artistique (22,9%).

Il faut noter la difficulté que rencontrent certains services à distinguer la part technique de la part artistique. Prenons l'exemple d'un ingénieur du son : lorsqu'il s'occupe du mastering, exécute-t-il simplement ce que les musiciens lui demandent ou met-il sa touche personnelle, soit son savoir-faire qui relève d'une fonction plus artistique ?

TABLEAU 29 – IMPORTANCE DES TÂCHES PAR RAPPORT AU VOLUME DE TRAVAIL DES CRÉATEURS⁵⁴

Administration	Prospection/vente	Technique	Artistique	Autre
21,0%	14,2%	18,0%	43,3%	3,5%

Source : Bureau d'étude - SMartBe

La tâche artistique représente celle qui prend le plus de temps (43,3%) des **créateurs**, ce qui n'est pas très étonnant vu qu'il s'agit de leur raison d'être. Néanmoins, celle-ci ne représente pas la moitié du temps total de travail.

En deuxième position, et nous y reviendrons, la part administrative représente également un certain investissement en temps (21%).

Voyons si la différenciation par secteur d'activité fait apparaître des divergences. Celle-ci est disponible pour les **créateurs** uniquement, car les données des **services** ne sont pas significatives statistiquement pour pouvoir les différencier par secteur. Rappelons à cet égard la dimension multisectorielle des services.

⁵³ 100% est égal au volume total de travail sur un an

⁵⁴ Idem

TABLEAU 30 – IMPORTANCE DES TÂCHES PAR RAPPORT AU VOLUME DE TRAVAIL DES CRÉATEURS⁵⁵

	Administration	Prospection / vente	Technique	Artistique	Autre	TOTAL
Musique/chanson	22,9%	13,9%	14,7%	45,0%	3,4%	100%
Théâtre	27,3%	15,5%	16,9%	37,5%	2,8%	100%
Danse	26,2%	11,1%	18,8%	41,8%	2,0%	100%
Arts du cirque et de la rue	26,3%	14,8%	18,8%	37,0%	3,2%	100%
Audiovisuel	18,2%	12,9%	25,1%	41,3%	2,4%	100%
Arts plastiques	20,4%	13,7%	18,5%	42,9%	4,5%	100%
Littérature	23,5%	23,0%	11,3%	40,2%	2,0%	100%
Design/ mode /déco	19,8%	17,5%	23,4%	36,0%	3,3%	100%
Arts numériques	16,3%	11,9%	21,9%	48,3%	1,6%	100%
Graphisme	14,8%	10,6%	22,6%	48,4%	3,7%	100%
Artisanat d'art	18,4%	10,9%	22,7%	42,3%	5,7%	100%
TOTAL	21,0%	14,2%	18,0%	43,3%	3,5%	100%

Source : Bureau d'étude - SMartBe

La part administrative est particulièrement élevée dans le théâtre (27.3%), la danse (26.2%) et les arts du cirque et de la rue (26.3%). Ce sont trois secteurs où les artistes sont souvent nombreux à créer et à se produire sur scène, et où la gestion du personnel et les dossiers prennent probablement un certain temps. La forte propension de ces secteurs à recevoir des subsides (ce qui demande beaucoup de suivi administratif) alourdit sans doute aussi le temps consacré à l'administratif.

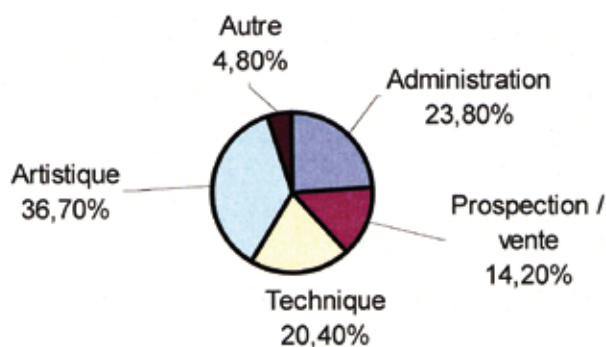
À l'inverse, le graphisme (14.8%) et les arts numériques (16.3%) se distinguent par un faible travail administratif, dû à la nature du travail plus solitaire et au moindre besoin de gestion pour ce type d'activité.

La part de prospection/vente représente une fonction importante dans le secteur littéraire (23% des tâches), alors qu'elle semble moins importante pour la danse (11.1%) ou pour le graphisme (10.6%).

Les tâches techniques sont les plus importantes dans l'audiovisuel, avec 25.1% des tâches. Effectivement, on peut penser qu'en réalisant un film par exemple, la technique (tournage, son, lumières, montage, postproduction,...) représente une grande partie des tâches, alors, qu'à l'opposé, la littérature (11.3%) n'en verra guère l'opportunité.

Enfin, au niveau des tâches artistiques, il existe des différences assez fortes selon les secteurs. Par exemple, les arts du cirque et de la rue n'y consacrent que 37% de leur temps, contrairement à la musique/chanson (45%) ou aux arts numériques (48.3%).

GRAPHIQUE 12 : IMPORTANCE DES DIFFÉRENTES TÂCHES



Source : Bureau d'étude - SMartBe

⁵⁵ Idem.

La fonction artistique, bien qu'étant la première par son importance en termes de temps de travail, ne représente pas toute la vie du secteur artistique, loin de là. Sans surprise, cette activité est la plus importante pour les **créateurs**, néanmoins, elle ne représente pas la moitié de leur temps de travail !

La fonction administrative, la deuxième la plus importante avec près d'un quart des tâches, reste un travail important qu'il ne convient pas de négliger.

Enfin, notons que les fonctions de prospection/vente représentent la même part de travail tant pour les **services** que pour les **créateurs**, soit près des 15%. Il est difficile pour un certain nombre d'artistes de parvenir à externaliser ces tâches de prospection/vente. Il semble qu'il soit plutôt ardu de trouver des agents artistiques et/ou des managers qui s'occuperaient de l'aspect « vente » pour le compte d'une structure.

Il existe évidemment de grandes disparités entre les différentes structures, selon le secteur et la taille. Mais cette différence existe aussi dans la perception que les gens ont de leur propre travail. En effet, pour certains, « mon boulot c'est de créer, point » est une illusion qui ne tient guère la route au regard de la réalité.

Chapitre 8

Échange de services

Parce que le secteur artistique est à la frontière du marchand et du non-marchand et que le manque d'argent est criant pour de nombreux acteurs du secteur, tout ne se monnaie pas dans le milieu artistique et culturel. C'est pour cette raison que nous avons décidé d'investiguer d'une part la mise en commun de matériel et de locaux (à travers les questionnaires), et d'autre part la pratique d'échange de services ou d'activités (à travers les entretiens).

Il s'agissait en outre d'obtenir des premiers indicateurs sur le niveau et le contenu des collaborations entre structures poursuivant des objectifs similaires et d'amorcer une réflexion sur les possibilités de mettre en place des dispositifs de mutualisation permettant des économies d'échelle et garantissant une plus grande viabilité aux structures de création.

Notons que nous disposons des données uniquement pour les **créateurs**, les **services** ne seront donc pas traités dans ce chapitre. C'est un parti pris méthodologique, utilisant l'hypothèse – même imparfaite – que les **services** n'utiliseront pas ou très peu l'échange de services.

Les données de ce chapitre se basent largement sur les entretiens, à l'exception des données concernant la mise en commun (point A). Nous avons interviewé des personnes, parlant au nom de leur structure. Néanmoins, il faut constater dans certains cas un glissement de la situation de la structure à une opinion plus personnelle. Ceci peut avoir plusieurs explications : les entretiens permettent d'obtenir des informations relatées par un individu qui parle au nom de sa structure. De ce fait la subjectivité de l'interlocuteur nous pousse souvent à relater le discours de celui-ci (à propos de sa structure) plutôt que de relater le fonctionnement de la structure elle-même. De plus, certaines structures (dont des ASBL) sont mises sur pied principalement par une seule personne ; ce qui implique une identification entre structures et individualités.

A. Les structures de créateurs partagent-elles des coûts de matériel et de locaux ?

Seules 38% des structures de **créateurs** déclarent utiliser des services en commun. C'est à la fois peu, si l'on considère que beaucoup de structures réussiraient à diminuer leurs coûts en utilisant davantage ce dispositif et à la fois beaucoup si l'on compare à d'autres acteurs de l'économie qui n'ont guère tendance à recourir à ce système.

TABLEAU 31 – NOMBRE DE STRUCTURES PARTAGEANT DES SERVICES COMMUNS

	Nombre	Part sur l'ensemble des structures*
Structures utilisant des services en commun	93	38,0%
Total de structures	245	100%

* Par rapport donc aux 245 structures de créateurs.

Source : Bureau d'étude - SMartBe

Les services les plus échangés sont les locaux de répétition et les ateliers, ceci pour près de 22% des **créateurs**. Nous le verrons plus loin (Chapitre 9 - point A.4.), ce sont aussi les infrastructures les plus difficiles à trouver pour les créateurs. Les autres types de collaboration, que ce soit du matériel (11.4%), de l'entretien des bâtiments (10.2%) ou des salles de réunion (9.4%) ont beaucoup moins de succès. Bien sûr, il est clair que tous les **créateurs** n'ont pas les mêmes besoins (d'une salle de réunion par exemple), et que l'échange de services dépend également des différents secteurs artistiques.

TABLEAU 32 – TYPE DE COLLABORATION MIS EN ŒUVRE⁵⁶

TYPES DE COLLABORATION	Accueil / secrétariat	Salles de réunion	Locaux de répétition / ateliers	Matériel	Entretien des bâtiments	Autre
Nombre de réponses	17	23	54	28	25	28
% ¹² ensemble des structures	6,9%	9,4%	22,0%	11,4%	10,2%	11,4%
% des structures partageant des services communs (93)	18,3%	24,7%	58,1%	30,1%	26,9%	30,1%

Source : Bureau d'étude - SMartBe

B. Avec qui l'échange de service est-il pratiqué ?

Dans les entretiens avec les **créateurs** nous avons pu investiguer la pratique d'échange de services. Ici, le terme de « service » est à prendre dans un sens plus large que dans le questionnaire. Il s'agit de pratique ou d'activité de mise à disposition de matériel, de temps, de savoir faire, de conseils, de contacts, de locaux... en résumé, de tout ce qui peut intervenir dans le processus de création.

Le terme « échange de services » renvoie dans cette étude à toutes les activités mentionnées ci dessus et qui ne sont pas monnayées. Les échanges peuvent être du donnant-donnant (c'est-à-dire un service donné pour un service rendu) ou sans attente de retour immédiat (l'échange diffus).

De tous nos **créateurs** interviewés, seuls 4 (sur 54) ont affirmé ne pas pratiquer d'échanges de services. Tous les autres l'ont pratiqué, de manière plus ou moins fréquente et à différents niveaux.

Près de la moitié des structures l'ont pratiqué au sein de leur organisation avec des membres de leur équipe ou des personnes avec qui elles travaillent sur un projet. Dans ce cas, l'échange de services peut se faire au sein du groupe de musique, avec des modèles (pour les plasticiens) ou d'autres artistes ou techniciens. Il peut s'agir par exemple d'une mise à disposition de matériel de la structure pour l'activité personnelle d'un des travailleurs.

Ils sont plus d'un quart à pratiquer l'échange de **services avec les usagers**, qu'il s'agisse d'amis, de membres de la famille, d'autres artistes ou même de personnes ou de structures issues de leur public. Le fait de faire appel à d'autres musiciens pour jouer gratuitement en première partie d'un concert est envisagé comme un échange de services. Certains perçoivent cela comme un « investissement » tant pour renouveler son carnet d'adresses tout au long de la carrière que pour lancer sa carrière (nous le verrons plus loin).

Ils sont également nombreux (environ deux interviewés sur trois) à pratiquer des échanges **avec d'autres structures**.

Il peut aussi se faire avec des personnes avec lesquelles on travaille régulièrement. Ainsi, un artisan d'art travaille parfois avec un menuisier : le premier fait des modélisations informatiques pour le second et, en échange, l'artisan d'art utilise gratuitement la machine à découpe du menuisier. Parfois, il se pratique entre secteurs artistiques : une compagnie de théâtre qui accueille des danseurs ou des musiciens. Le seul désavantage pour les compagnies étant parfois la perte d'objets « mais heureusement il y a l'assurance qui joue » (théâtre).

Lorsqu'on demande aux interlocuteurs si l'échange de services est pratiqué dans leur propre **secteur** d'activité, les réponses sont fort variables. Ils sont plus de 2/3 à répondre que c'est l'usage, mais avec des réserves. Ces échanges sont moins pratiqués dans certains secteurs. Ainsi, dans le secteur du design/ mode/ décoration (un milieu où l'originalité prime), la rétention d'informations est pratiquée par peur de voir ses idées reprises par d'autres. Dans d'autres secteurs, chacun travaille chez et pour soi (comme c'est le cas dans la littérature).

Le problème de confidentialité est aussi mentionné par les interlocuteurs qui travaillent dans l'art numérique et dans l'infographie. Ceux-ci pratiquent peu ou pas l'échange de services. En revanche, ce procédé semble très courant en musique/chanson, que ce soit un échange de « tuyaux », ou un échange de musiciens (remplacement). En théâtre aussi la solidarité semble fort présente, mais elle dépend bien sûr des disponibilités de chacun.

⁵⁶ Le total ne sera évidemment pas égal à 100%, étant donné que toutes les structures n'utilisent pas d'échange de bons procédés. De plus, le total des types de collaboration (accueil, salle de réunion,...) sera supérieur à 93 (soit le nombre de structures utilisant ces échanges), car certaines réalisent plusieurs types d'échanges.

C. Dans quelle proportion les échanges de services sont-ils utilisés ?

Pour vérifier l'importance quantitative des échanges de services, nous avons demandé à nos interlocuteurs d'estimer la proportion que prend l'échange de services sur un an d'activité, le critère retenu étant le temps investi. Les personnes ayant répondu à cette question sont donc des personnes ayant pratiqué l'échange de services (46 répondants sur 66). Parmi ceux qui donnent une réponse chiffrée, les réponses donnent tantôt moins de 30%, tantôt plus de 66%. Ils sont 17 sur 20 à dire qu'ils pratiquent moins de 30% d'échanges de services sur un an d'activité (dont 10 en font même moins de 10%) et 3 pour qui cette pratique représente plus de 60%.

D'autres interlocuteurs utilisent des indicateurs non quantifiables. Nous pouvons néanmoins les réunir en trois groupes : ils sont 11 à utiliser des appréciations qui oscillent entre « très rarement » et « de temps en temps », 5 à dire que c'est « courant » ou « utile » et 8 que l'échange de services est une activité plus importante que celle rémunérée, en raison de son caractère indispensable.

Notons que plus de la moitié des répondants à la question de la fréquence d'utilisation mènent leurs activités depuis moins de cinq ans. Une proportion similaire (mais ce ne sont pas forcément les mêmes répondants) travaille dans les arts de la scène.

Si l'on considère par contre l'entièreté des personnes ayant répondu aux questions sur l'échange de services de manière générale, sur 46 interviewés, 19 travaillent pour les arts de la scène et 22 ont moins de 5 ans d'activité. Ces personnes se sentaient particulièrement concernées par ce sujet. Pourquoi cette prééminence des novices et du secteur des arts de la scène ?

Une tendance se dessine : plus l'activité est récente, plus l'artiste-**créateur** pratique l'échange de services. Plusieurs interlocuteurs expliquent cela par le fait qu'il faut « se faire de l'expérience » en début de carrière. L'échange de service permet alors de se constituer un portfolio par exemple. Dans ce cas, il s'agit sans doute plus de services gratuitement prestés pour s'insérer dans une pratique professionnelle que de véritables échanges de services. Par exemple, un photographe débutant réalisant gratuitement un book pour un modèle, espère que ses photos seront vues par une agence de casting qui appréciera son travail et pourra l'engager par la suite pour certains projets. De plus, à long terme, il peut espérer nouer une collaboration avec le modèle et être (enfin) payé. Ce type d'échange de services foisonne en début de carrière (et ce dans toutes les disciplines) et peut, pour certains, aller jusqu'à représenter la quasi totalité des activités sur une année. En effet, un interlocuteur explique avoir pratiqué l'échange de services à hauteur de 95% sur un an, car il débute et n'a pas assez d'argent pour financer ses activités.

En ce qui concerne les arts de la scène, c'est un secteur plus enclin à l'échange de services que les activités plus solitaires et concurrentielles telles que le design, la mode, le graphisme. Dans cette logique, les secteurs fort subsidiés seraient aussi ceux qui nécessitent beaucoup (et surtout) de la main d'œuvre et qui ont une forte propension à l'échange de services. Toutes ces situations prennent racine dans un même problème : les coûts de production et la difficulté de couvrir son financement.

D. Quels sont les avantages de l'échange de services ?

Les **avantages** des échanges de services peuvent se décliner en quelques grands objectifs : faire avancer un projet sans disposer d'argent, améliorer ses compétences, se promouvoir, procurer du plaisir et nouer des relations humaines. Analysons ces facteurs plus en détails.

En premier lieu, l'échange de services permet de continuer à travailler et à prendre des risques même sans rémunération. Pensons, par exemple, à un interlocuteur qui a soumis un projet afin d'obtenir des subsides pour la réalisation d'un documentaire audiovisuel. Pour son dossier, il a dû monter un court-métrage avec des acteurs. Il n'aurait pas pu le réaliser sans la participation gratuite de ceux-ci. D'autre part, les acteurs ont investi dans ce projet car ils savent que si le projet est accepté, ils seront rémunérés pour travailler au documentaire. Donc travailler sans rémunération ne veut pas dire forcément travailler à perte. Il peut également s'agir, aux regards des artistes, d'un investissement.

L'échange de services permet aussi de trouver des solutions rapides et efficaces ou simplement de mener son projet à terme. C'est en effet l'occasion de s'investir dans des projets attirants ou qui plaisent aux parties prenantes sans se soucier de leur rentabilité immédiate. Ces activités permettent aux gens qui s'engagent dans de telles pratiques de tirer

toute la satisfaction de travailler pour un projet qu'ils apprécient. Cette vision corrobore bien l'image fournie par la littérature sociologique sur l'artiste qui travaillerait par passion⁵⁷. En effet, l'affectif et l'importance des relations humaines sont aussi mis en évidence par nos interlocuteurs. L'échange de services permet d'enrichir les rapports humains par la solidarité, l'entraide et la confiance qui s'installent entre des personnes travaillant bénévolement pour un même projet. Plusieurs mentionnent le simple plaisir de faire du troc, l'esprit convivial et sympathique de travailler ensemble. D'autres mentionnent directement le fait que le troc est un acte en soi qui est porteur de valeur et que rien que cela représente une raison suffisante pour y avoir recours. Il ne faut pas pour autant se leurrer. Tout n'est pas aussi utopique ; certains demandent un retour pour les services pourvus gratuitement. Même si l'échange ne ressort pas du donnant-donnant, ils s'attendent à un moment ou à un autre à un « renvoi d'ascenseur », par exemple en étant rappelés par la suite pour un travail rémunéré.

Comme nous l'avons vu dans le sous-chapitre précédent (fréquence des échanges de services), notamment pour les personnes qui débute leur carrière, le travail non rémunéré permet de se constituer une carte de visite, de se faire une renommée/publicité en associant son nom à une œuvre. En résumé, cela permet de se faire de la publicité tout en perfectionnant ses compétences. Il permet en effet d'échanger des savoirs faire, de valoriser ses expériences, de combler ses lacunes et de travailler sur d'autres projets

En matière relationnelle, l'échange de services permet avant tout d'élargir son réseau. Il permet d'accéder éventuellement au réseau de la personne qu'on aide et donc de multiplier les contacts (et les clients potentiels) et peut-être de diversifier les pratiques artistiques. Ceci est d'autant plus vrai si l'œuvre est reconnue et qu'elle fait parler d'elle.

L'échange de services a aussi une incidence sur les rapports entre structures et entres personnes. Non seulement il consolide les rapports et la confiance entre les personnes prenant part à la réalisation artistique, mais il permet de relayer des informations importantes, des « tuyaux ». Il permet en outre de disposer de recommandations utiles. Un interlocuteur explique par exemple que quand on l'appelle de la part de quelqu'un le contact a plus de chances d'aboutir sur quelque chose de concret (emploi, rendez-vous,...). De plus, comme nous l'explique un musicien, le fait d'être associé à un « produit » de qualité déteint sur les participants : jouer gratuitement pour un groupe connu conférerait du crédit au groupe dont la renommée est moins importante.

Cependant, tous les interlocuteurs n'y voient **pas que des avantages**. Une personne (graphiste) estime ainsi que cette pratique de l'échange de services diffus ne fait qu'aggraver la pauvreté des travailleurs du secteur artistique et que ce n'est pas gérable à long terme « car à un moment donné il faut gagner sa vie ». D'autres voudraient pouvoir payer plus les gens qui travaillent pour eux, mais ne voient pas comment cela serait possible. Un interlocuteur met en garde quant à la dévalorisation liée à cette pratique pour deux raisons. Premièrement, certains pensent que « le prix fait la qualité ». Et deuxièmement, si on acquiert la réputation d'une personne travaillant « gratuitement », il est difficile de se faire rémunérer par la suite. Certains font attention à se faire rétribuer quand ils savent que le cadre dans lequel ils travaillent est lucratif (travailler dans le secteur de la publicité, pour un festival renommé,...). Pour tel musicien, jouer gratuitement relève plutôt de la perte de fonds que de l'investissement, rien qu'en comptant les coûts de déplacement. D'autres n'y voient simplement aucun intérêt.

Dans certains secteurs d'activité, il n'est pas aisé de faire de l'échange de services. C'est généralement le cas pour les personnes travaillant de manière plus isolée ou individuelle comme les graphistes. Ils ne conçoivent pas toujours la façon dont ils pourraient travailler avec d'autres congénères, sans doute parce que la division des tâches et la spécialisation n'y sont pas encore assez poussées.

Il est clair qu'il est plus facile de réaliser des échanges de services dans les secteurs où règnent les pratiques collectives (arts de la scène, audiovisuel,...) que dans ceux où la pratique artistique est principalement individuelle. Non seulement parce que naturellement on sera plus enclin à travailler avec d'autres, mais aussi parce que les premiers cités sont aussi globalement mieux organisés et structurés.

E. Que retenir ?

À travers les entretiens, nous pouvons conclure que l'attrait des artistes pour l'échange de services réside avant tout, pour les plus jeunes, dans l'espoir d'une reconnaissance et/ou d'une notoriété plutôt que dans un retour réel de services. Un interlocuteur explique « si le projet marche, tout le monde en bénéficie ». L'échange de services diffus est donc un bon

⁵⁷ HEINICH N., *L'élite artiste, excellence et singularité en régime démocratique*, Gallimard, Paris, 2005.

moyen de faire sa promotion, c'est l'occasion de faire voir ce dont on est capable. Le travail non rémunéré est donc vécu comme un **investissement**. De manière plus concrète, il permet de créer de nouveaux contacts et contrats, en élargissant le panel de la clientèle et des partenaires. Un interlocuteur nous explique par exemple que l'échange de services lui a permis à long terme de créer un collectif avec d'autres artistes. Un autre qui travaille pour le théâtre nous affirme même que c'est une « nécessité de production pour les grandes boîtes et pour donner de l'envergure aux projets ».

Ainsi, l'échange de **services** est ressenti **à long terme** tant comme une chance de créer et de se faire remarquer, que comme une occasion de consolider les rapports humains et les réseaux. Ce double mouvement d'individuation et de solidarité semble faire partie de l'identité collective et du mode opératoire des artistes créateurs⁵⁸. En effet ils sont nombreux à mettre en avant les liens d'amitié et de confiance qui s'installent avec les personnes avec lesquelles ils travaillent avec ou sans rémunération. Le renforcement des liens humains se fait tant au niveau professionnel qu'humain et permet une forme de solidarité qui semble caractériser le secteur. Le fait de travailler gratuitement sur un projet « permet de constituer un noyau dur de personnes motivées » et donc de « renforcer les réseaux » ou aussi de créer rapidement de nouveaux contacts avec des gens. Les mots « fidélité » et « confiance » reviennent souvent dans les discours, et ce, même chez les personnes travaillant dans des secteurs qu'elles ont elles-mêmes définis comme étant plus individualistes. La forte identité de groupe liée aux secteurs artistiques est mise en avant par l'interlocuteur suivant : « ce qui fait la richesse du milieu c'est la solidarité, c'est ce qui rend le secteur théâtral un secteur à part entière ».

Au niveau pratique, on peut saluer des initiatives qui visent à faire se rencontrer l'offre et la demande d'échange de services. Notamment via Internet, outil offrant une flexibilité et une mise à jour facile des informations⁵⁹.

⁵⁸ Voir à ce propos l'article de MENGER P.M., dans *L'artiste au travail*, Bruylant et SMartBe, Bruxelles, 2008, p289-290.

⁵⁹ À ce sujet on notera www.smartagora.com qui se veut être un lien entre artistes, qu'ils soient membres ou non de l'association SMartBe. Sur ce site on trouvera une rubrique consacrée aux échanges.

PARTIE II : LES SERVICES RÉPONDENT-ILS AUX BESOINS DU SECTEUR ?

Si, dans les chapitres précédents, nous avons dressé une esquisse des structures interviewées et de leur fonctionnement, dans la partie qui suit nous allons voir de plus près les besoins des structures et les services qu'elles utilisent.

En effet, le fait de faire appel à un service va dépendre tant des besoins des structures du secteur (que ce soit ceux des **services** ou des **créateurs**) que des difficultés qu'elles rencontrent. C'est pour cela que nous avons consacré un chapitre aux problèmes majeurs du secteur artistique (chapitre 9).

De plus, puisque la Région wallonne a, entre autres compétences, les formations professionnelles et que celles-ci peuvent être considérées comme des services (par exemple en donnant, par des formations, les outils aux structures qui leur permettent d'effectuer en interne certaines fonctions plutôt que de les externaliser). Nous traitons tant les formations professionnelles (compétence de la Région wallonne) que celles de type artistique supérieur (compétence de la Communauté française) (chapitre 10).

Ensuite, nous rentrerons dans l'évaluation des services proprement dits (chapitre 11) : quels sont les services utilisés par les structures actives dans la production artistique et culturelle ? Nous prêterons une attention toute spéciale à l'appréciation par leurs utilisateurs (tant par les structures des **créateurs** que des **services**) ou à comprendre comment sont recherchés les services demandés. Nous veillerons aussi à appréhender pourquoi certains ne font pas appel à des services externes.

Ces différents points permettront de mettre en lumière les atouts et faiblesses des services existants, ainsi que de comprendre ce qui devrait être mis sur pied.

Chapitre 9

Problèmes majeurs des structures

Le fait de faire appel (ou pas) à un service va dépendre tant des besoins du secteur (ceux des **services** ou des **créateurs**) que des difficultés que ces structures rencontrent. C'est pour cela que nous avons consacré ce chapitre aux problèmes majeurs du secteur artistique. Dans un premier temps nous présenterons les propos tels que mis en avant par nos interlocuteurs. Ils seront par la suite mis en perspective.

TABLEAU 33 – DIFFICULTÉS RENCONTRÉES PAR LES SERVICES ET CRÉATEURS

TYPE DE DIFFICULTE	Nombre total	% de services	% de créateurs	% de services & de créateurs
Questions financières (capital de départ, trésorerie, financement,...)	222	57,3%	63,3%	61,3%
Comptabilité	73	14,5%	22,9%	20,2%
Produit trop coûteux par rapport au marché	70	20,5%	18,8%	19,3%
Recherche de coproductions & partenariats	113	25,6%	33,9%	31,2%
Créneau artistique trop spécifique	51	12,0%	15,1%	14,1%
Locaux & infrastructures	90	33,3%	20,8%	24,9%
Recrutement & personnel qualifié	54	16,2%	14,3%	14,9%
Secrétariat	39	16,2%	9,0%	10,8%
Droits d'auteur & droits voisins	53	10,3%	16,7%	14,6%
Gestion des contrats	40	14,5%	9,4%	11,0%
Gestion des projets	31	7,7%	9,0%	8,6%
Communication	88	29,1%	22,0%	24,3%
Diffusion	127	21,4%	41,6%	35,1%
Autres (à préciser)	50	12,8%	14,3%	13,8%

Source : Bureau d'étude - SMartBe

Si les réponses collectées lors du questionnaire nous permettent de bien visualiser la récurrence de chaque problème par **service** et **créateur**⁶⁰, l'avantage des interviews par rapport au questionnaire est qu'elles illustrent mieux les propos avancés et permettent de cerner plus précisément les problèmes rencontrés par nos interlocuteurs.

Nous allons donc aborder chacun des problèmes mis en avant par les interviewés suivant l'ordre de récurrence (**services** et **créateurs** confondus). Les trois problèmes les plus fréquents sont les problèmes d'ordre financier, de diffusion/communication ainsi que ceux de recherche de coproductions et partenariats.

⁶⁰ Dans ce chapitre, les tableaux sont issus du questionnaire, tout le reste des entretiens.

A. Les problèmes communs aux services et aux créateurs

A.1. Quels sont les problèmes financiers et leurs conséquences ?

La difficulté de loin la plus importante, et ce aussi bien pour les **services** que pour les **créateurs**, est la **question financière** (61,3%). Ce problème touche plus de la moitié des **services** (57,3%) et encore plus les **créateurs** (63,3%). Il s'agit donc véritablement de la confirmation de ces difficultés connues et récurrentes. Nous allons donc les analyser plus en détail.

Au vu des entretiens, il est particulièrement question des problèmes de **financement des projets**. Le problème se décline différemment pour les **services** et les **créateurs**.

Étant donné que nos interlocuteurs représentant les **services** sont principalement actifs dans la production et dans la promotion, il s'agit pour eux principalement de trouver de l'argent. Certains ont rencontré des réticences de la part des banques dans l'octroi des prêts car « elles considèrent (probablement à juste titre de leur point de vue) que la production est trop risquée ou pas assez fiable ». Par conséquent, les interviewés cherchent plusieurs solutions : soit ils vont à la « pêche » aux subsides, soit ils font appel aux mécènes (lesquels sont rares). Même pour les structures qui sont parvenues à obtenir des subsides, les sommes ne sont pas suffisantes pour pouvoir payer correctement les personnes qui travaillent pour elles. Par exemple, une association qui touche plusieurs types de subsides et financements se préoccupe des retards de paiements de ceux-ci, ce qui implique parfois un retard dans la rémunération des travailleurs.

Il arrive que ce soit le producteur qui ne veuille pas faire d'emprunt à une banque et qu'il souscrive un prêt personnel (c'est-à-dire auprès de la famille ou d'amis). Certains estiment leur activité pas assez rentable pour financer les projets. Un label a trouvé une solution assez intéressante - qui s'inspire des prototypes développés au sein des collectifs d'artistes et des formes de mutualisation - pour autofinancer les nouveaux projets : « Chaque groupe qui fonctionne ([vente de] CD par exemple) aide le groupe d'après à se lancer. Une partie de l'argent gagné est donc conservée pour les frais de production du groupe suivant. Cela fait partie de la philosophie du projet ».

Plus d'un tiers des **créateurs** mentionnent aussi la difficulté de financer les projets et donc de trouver le capital de départ. Prenons, par exemple, le cas de deux interlocuteurs qui travaillent dans le jeu vidéo. Vu les coûts importants de réalisation de maquette de jeux vidéo (car cela implique de rémunérer plusieurs personnes ayant différentes spécialisations pendant plusieurs mois), ils ne peuvent la financer par leurs propres moyens. Ils ne connaissent pas non plus des moyens de financement publics de pré-production pour de tels projets. Dans de telles circonstances, la seule manière de créer un nouveau projet est donc de trouver un éditeur qui accepte le projet d'emblée, sans visuel et sur les seuls arguments des **créateurs**. Puisqu'il y a une plus grande prise de risque par l'éditeur (qui finance donc la pré-production et la production), celui-ci va avoir une plus forte mainmise sur le produit fini, sur les droits d'auteur, produits dérivés etc, ce qui implique moins de gains pour les concepteurs (ou porteurs de projets) sur l'ensemble des recettes générées par l'œuvre. Cet exemple peut être élargi à d'autres métiers où l'on peut constater que sur l'entièreté des produits engendrés par une création, la part revenant aux porteurs de projets est plutôt faible.

Le problème de manque de capital a aussi des répercussions sur l'achat de matériel. Des photographes ainsi qu'une personne travaillant dans la mode mentionnent le coût particulièrement élevé du matériel qui doit être continuellement renouvelé. Les personnes travaillant en art numérique rencontrent le même problème par rapport au coût des logiciels.

Les modes de résolution du problème financier sont multiples. En règle générale, les porteurs de projet (**créateurs** ou **services**) s'adaptent, par exemple en réduisant le nombre de spectacles produits par an (théâtre), ou en gérant les coûts de façon stricte, ou en n'investissant pas dans la diffusion. Dans tous les cas, ils se débrouillent et persévèrent. En général, ils investissent en temps et en matériel dans leurs projets (et surtout en début de carrière) et cherchent des subsides (particulièrement les arts de la scène) ou plus rarement des partenaires privés et mécènes (plutôt les personnes travaillant dans les arts plastiques). Les **créateurs** trouvent souvent du soutien dans leur environnement proche, soit du côté d'un ami qui prête de l'argent ou au sein du couple. Dans le cas d'une répartition des revenus au sein du couple, le/la conjoint(e) finance le lancement de la carrière, voire l'entièreté de celle-ci. Cette situation est assez répandue.

Mais les difficultés financières ne concernent pas uniquement le lancement/financement de nouveaux projets, il concerne aussi les **problèmes de trésorerie**. Un circassien explique la « difficulté de trouver les constructeurs de structures [spécifiques aux arts du cirque] qui respectent les délais, ce qui implique des risques financiers énormes car on ne peut les

rémunérer qu'avec les ventes du spectacle et que personne n'a la formule magique pour le spectacle qui tourne. Pas évident de convaincre les gens sans fonds propres car on les emmène dans le même risque sans pouvoir promettre un retour ».

Les problèmes de trésorerie ont aussi d'autres répercussions. Un interlocuteur (théâtre) explique que pour réussir à financer les frais de déplacement pour des représentations à l'étranger, étant donné que les subsides ne sont versés qu'après l'évènement⁶¹, il ne peut payer les cotisations ONSS et le précompte qu'une fois remboursé des frais de voyage, ce qui implique le paiement d'arriérés et intérêts de retard.

Un membre d'un groupe de musique explique la difficulté de mettre de l'argent de côté pour la promotion (comme par exemple la constitution d'un site Internet) ou pour l'enregistrement d'un album. Les musiciens veulent garder l'entièreté des cachets comme rémunération, ce qui empêche le groupe de financer d'autres activités (ou services) nécessaires au développement du groupe en tant que tel. Ce comportement se comprend mieux lorsqu'on connaît le problème de la rémunération – souvent faible - des artistes. En effet cette difficulté est mentionnée comme étant une conséquence des problèmes de financement du secteur, mais est aussi un **problème de recrutement de personnel qualifié** ; ces deux questions sont donc liées. De fait, non seulement il serait difficile de trouver du personnel de qualité (notamment pour les arts de la scène et les métiers liés aux technologies nouvelles comme l'audiovisuel et les arts numériques), mais il serait encore plus difficile de les garder et de les fidéliser, faute d'argent.

De plus, les porteurs de projets ne pouvant pas rémunérer (et donc constituer) une équipe solide et stable, ils ne peuvent se prévaloir d'une position réellement concurrentielle au niveau international. Il semble que la difficulté de constituer une équipe stable soit particulièrement rencontrée par les métiers qui nécessitent un capital de départ conséquent (comme ceux liés à l'audiovisuel). De ce fait, nombre de travailleurs de qualité desdits secteurs partiraient à l'étranger pour trouver un cadre plus propice.

Comment les **créateurs et services** réussissent-ils alors à se constituer des équipes ? Ce n'est qu'après un certain temps (au fil des expériences) qu'ils réussissent à se constituer un réseau ou un carnet d'adresses bien fourni avec des personnes qu'ils peuvent appeler ponctuellement. Ceci permet de minimiser les risques d'indisponibilité des travailleurs envisagés pour un projet ; d'autant plus que le risque d'indisponibilité des travailleurs est élevé dans ce secteur caractérisé par des contrats de courte durée et des travailleurs à forte mobilité. Un interlocuteur nous explique que pour fidéliser au maximum les employés, il paie en fonction de la personne et du travail fourni. Un autre paie le minimum syndical du secteur. Les nouveaux travailleurs sont souvent recrutés dans les écoles et nécessitent donc des formations complémentaires fournies par les employeurs via un apprentissage sur le tas.

Au travers des chapitres précédents, certaines questions relatives aux **subsides** ont déjà été mises en avant par nos interlocuteurs. Bien que nous ayons déjà consacré un chapitre aux subsides (chapitre 5) nous pensons qu'il est important d'indiquer les difficultés liées à l'obtention des subsides dans ce chapitre consacré aux problèmes tels qu'ils sont ressentis par les structures du secteur artistique.

Plusieurs interlocuteurs pointent du doigt le fait que les catégories pour les candidats aux subsides en Communauté française ne sont pas assez larges et empêchent ceux qui sont « à la frontière de plusieurs disciplines » ou dans des filières plus hybrides (comme les créateurs de livres pour enfant ou de jeux vidéo) de pouvoir ne fût-ce que faire une demande d'aide à la création. Il faut néanmoins noter que depuis 2006, la Communauté française a mis sur pied une commission spéciale (ainsi qu'une ligne de crédit) pour soutenir les projets intersectoriels⁶².

D'autre part, pour ceux qui « rentrent dans les cases » des aides à la création mises en place par le Ministère de la Communauté française, la structure de rémunération imposée par Art et Vie (aide à la diffusion/décentralisation du spectacle vivant) ne semblerait guère adaptée aux besoins et réalités des artistes. Ceux-ci expliquent que les subsides Art et Vie sont attribués avec la clause suivante : « le prix du spectacle ne peut en aucun cas inclure les frais de production, de création, de répétition, de fonctionnement ». Cela signifierait donc que les artistes sont obligés de demander des subsides à la création pour produire un spectacle. En effet, comment est-il possible d'amortir le coût engendré par la création d'une autre manière que via le prix du spectacle ? Selon un intervenant cette logique pousse donc « à une dépendance de plus en plus forte vis-à-vis des subsides ». Il faut noter que la Communauté française est en train de plancher sur une note

⁶¹ Aux dires du WBI qui finance de tels déplacements, il y aurait à présent un système d'avance de subsides pour éviter de tels problèmes.

⁶² *L'État d'avancement de la politique culturelle pluriannuelle*, dans « issue des États Généraux de la Culture établi par Madame F. Laanan, Ministre de la Culture et de l'audiovisuel » Mars 2009, p7.

pour redynamiser les Tournées Art & Vie pour pouvoir ainsi jouer le rôle d'appui pour une série de troupes, groupes, artistes et relancer une certaine audace dans la programmation des Centres culturels »⁶³. Une évaluation de ce travail serait particulièrement intéressante à suivre afin de s'assurer que la réforme soit faite en conformité avec les besoins et critiques du secteur par rapport à son fonctionnement actuel.

Beaucoup d'interlocuteurs mettent en avant une vision qu'ils ont par rapport aux attributions des subsides de la Communauté française. Plusieurs sont indisposés par « les histoires de copinage », et trouvent que la Communauté française et ses commissions consultatives privilégient « leurs réseaux de relations ». Plusieurs interlocuteurs pensent que la renommée est utile dans l'obtention des subsides, ce qui corroborerait alors l'idée répandue selon laquelle la notoriété faciliterait l'accès aux aides publiques. Néanmoins, un interlocuteur nuance ce propos en expliquant que, malgré l'absence de contacts et de reconnaissance par les pairs, l'appui important de la presse a été un précieux soutien dans l'obtention de financements.

Au-delà des critiques avancées par les interlocuteurs à propos des subsides, l'appel au politique semble criant. Certains regrettent ce qu'ils considèrent comme un « **manque de soutien des pouvoirs publics** ». Dans le spectacle vivant, ils sont plusieurs à déplorer « la vision étroite de l'art et de la culture des pouvoirs publics, le manque d'ouverture et de fierté pourtant nécessaires à l'épanouissement de leur art ».

Cette position se vérifie sans doute pour le financement des individus, dans certains secteurs et pour certaines fonctions. Cela étant, le rôle des pouvoirs publics ne pourrait-il pas être aussi de s'adapter à la hausse manifeste de l'offre de création ? Mais cela pose aussi la question de l'autonomie des artistes ou de la dépendance qu'ils auraient vis-à-vis des pouvoirs publics.

A.2. Qu'impliquent les problèmes de diffusion/communication ?

Le sujet de cette recherche est centré sur la **production** et n'a pas pour ambition d'aborder la diffusion. Néanmoins, il est difficile d'aborder cette première sans parler un tant soit peu de diffusion, c'est pourquoi nous l'abordons en tant que difficulté majeure. Le sujet mériterait d'être analysé de manière approfondie lors d'une recherche future.

Outre les problèmes financiers, la **diffusion** est le deuxième problème le plus fréquemment rencontré par les structures de création ; elle concerne pas moins de 35% des personnes interviewées. Notons ici une différence importante (du simple au double) entre les **services** (21,4% de réponses) et les **créateurs** (41,6%).

Cette différence peut s'expliquer de plusieurs façons. Tout d'abord, les **créateurs** sont plus concernés par la diffusion car il ne suffit pas de créer ; encore faut-il réussir à vendre sa production (à la diffuser donc), pour enfin rentrer de l'argent dans ses caisses (et au moins récupérer les coûts de réalisation et/ou de production). Les **services** davantage liés à la promotion (et diffusion) des œuvres (comme les services proposés par les centres Culturels, les labels,...) sont tout aussi concernés par la diffusion que par la communication. Les autres **services** (ceux qui interviennent dans les dimensions techniques de la production, comme les techniciens du son) par contre auront plus tendance à s'adapter à la demande que ne le feraient les **créateurs**, et identifient davantage leurs problèmes en termes de diffusion que de communication.

Nombreux sont les interviewés (**services** comme **créateurs**) qui pensent que la diffusion est fortement liée à la communication. À noter que si la diffusion est une question plus cruciale pour les **créateurs** que pour les **services**, c'est l'inverse pour la communication, plus problématique pour ces derniers

Voyons d'abord ce que les interlocuteurs ont exprimé à propos de la diffusion. Les problèmes de diffusion et leur mode de résolution sont différents pour chacun des **services** interviewés. Un Centre culturel, qui souhaite permettre aux jeunes de la commune de voir des compagnies d'envergure (et donc plus chères), organise des partenariats avec des institutions d'autres provinces pour pouvoir accueillir celles-ci. Un éditeur, qui connaît des difficultés à diffuser les livres à bon marché, a trouvé plusieurs solutions : des subsides pour participer aux salons littéraires, des contacts directs avec les libraires (France et Belgique) et la vente des ouvrages par Internet pour éviter de devoir passer par des diffuseurs qui prendraient une marge importante.

⁶³ *L'État d'avancement de la politique culturelle pluriannuelle*, dans « issue des États Généraux de la Culture établi par Madame F. Laanan, Ministre de la Culture et de l'audiovisuel » Mars 2009, p38.

Il semble très ardu pour les **créateurs** d'accéder aux lieux de diffusion. Pour les musiciens, il est difficile d'être achetés par les programmeurs (les Centres culturels étant décrits comme « fort frileux ») ou d'être diffusés à la radio. Pour ceux qui travaillent dans l'audiovisuel, la difficulté réside dans l'accès à la programmation télévisuelle ou dans les salles de cinéma. Pour les stylistes, il est laborieux d'être placé dans les magasins tandis que pour les plasticiens, le problème est d'entrer et d'être exposé dans les lieux phares des réseaux professionnels. De manière générale, pour être « acheté », il faut être vu, alors que pour être vu il faut être « acheté » ou « préacheté ». Comment rompre ce cercle vicieux ?

Un circassien explique avoir trouvé des aides pour la diffusion, mais ne les juge pas très bonnes. Ainsi, pour pallier le manque de débouchés en Belgique, il trouve des contrats en France et à l'étranger. D'autres (en musique/chanson) font de la prospection et participent à des festivals de chanson française qui permettent une plus grande visibilité. Le rallye « Chantons français » ainsi que « les Francofolies » auraient ainsi donné un solide coup de main à certains de nos interlocuteurs. Une personne met l'accent sur le manque de retour des dossiers de presse envoyés aux diffuseurs.

En ce qui concerne la **communication**, il est possible d'externaliser ces services, mais une fois de plus, nos interlocuteurs mettent en avant le coût trop élevé de telles prestations (affiches, flyers, web, etc.) par rapport à leur budget.

Une structure de **services** nous explique qu'elle voudrait pouvoir engager quelqu'un à mi-temps pour s'occuper exclusivement de la communication, mais qu'elle n'en a pas les moyens. Une autre dénonce la difficulté de communiquer dans un monde de « sur communication », où chaque individu est inondé d'informations, avec le risque d'être noyé dans la masse.

Les interlocuteurs **créateurs** qui ne peuvent se permettre ce service s'occupent de cette tâche eux-mêmes. Ils essaient tant bien que mal d'atteindre les programmeurs et de se constituer leurs propres dossiers de presse. « C'est de l'énergie en plus qu'il faut trouver pour faire de la communication, qui se construit avec l'expérience et pour laquelle il faut trouver du temps après celui consacré à la création artistique, à la gestion administrative, à la comptabilité, etc. »

Ceux qui s'occupent de la communication en interne utilisent le bouche-à-oreille, en exploitant leur réseau (d'autant plus quand ils sont inscrits dans des créneaux artistiques fort spécifiques) ou en jouant la carte de la collaboration avec d'autres groupes. Le bouche-à-oreille semble marcher d'autant mieux quand on a eu au moins une expérience avec des « pointures » dans son domaine. Les **créateurs** utilisent aussi les sites web (notamment ceux avec forum) ou recueillent les coordonnées des personnes intéressées par leur travail pour les tenir informées de leurs activités (c'est de l'autopromotion). Un couple de plasticiens non inscrits dans des réseaux professionnels a même trouvé une astuce assez intéressante : le parrainage des œuvres. Chaque œuvre est attribuée à un parrain qui fait venir cinq personnes en échange d'un cadeau symbolique.

En ce qui concerne la sous-traitance de services de communication ou diffusion, ils sont plusieurs à vouloir engager une personne qui s'en occupe (notamment pour la promotion de leurs œuvres à l'étranger). Un interlocuteur, qui réussit à payer un agent en France, voudrait néanmoins pouvoir engager quelqu'un qui ne travaillerait que pour lui. D'autres parviennent tant bien que mal à externaliser la communication même si cela implique de devoir y mettre les moyens nécessaires.

A.3. Quels sont les problèmes de coproduction et partenariat ?

La recherche de coproduction et de partenariats est, en moyenne, le troisième problème le plus important du secteur artistique. Il est mentionné par 31,2% des personnes ayant répondu au questionnaire, soit par un quart des **services** et par un tiers des **créateurs**.

Selon les **services**, les coproductions permettent de trouver des moyens de produire et de générer un dynamisme artistique supplémentaire. Mais il s'agit de trouver des partenaires fiables, ce qui n'a pas l'air évident. Ceci serait dû autant au peu de producteurs existant en Belgique dans certaines disciplines artistiques qu'à un manque de moyens dans le secteur. Quand ils ne trouvent pas de partenaires, nos interlocuteurs nous expliquent qu'ils se débrouillent tout seuls, ce qui signifie qu'ils sont obligés de travailler à plus petite échelle.

Pour les **créateurs** par contre, il semblerait difficile de monter un projet à plusieurs car « pour convaincre les premiers partenaires ou coproducteurs il faut montrer qu'il y a d'autres participants. Et il faut bien trouver le premier... ». De plus, si le fait de se mettre à plusieurs permet d'intégrer différentes compétences et spécialités, trouver des gens qui désirent

(s') investir dans un projet serait tout aussi difficile que de trouver des partenaires compétents et complémentaires. Enfin, la concurrence est ardue entre personnes travaillant dans le même secteur artistique, surtout dans les disciplines présentant un taux important de « free lance », comme le graphisme. Mais ils sont plusieurs à vouloir s'associer avec d'autres, car cela permettrait, entre autres, de décrocher plus facilement des contrats ou des subsides. Seule une personne ayant travaillé longtemps à la RTBF explique que, par cette expérience, il est plus facile pour elle de décrocher des contrats, aides ou partenariats pour la réalisation de ses documentaires. « C'est une question de confiance ». Les autres structures n'ont pas trouvé de solution à leur problème.

A.4. Pourquoi et pour qui est-il difficile de trouver des locaux et infrastructures appropriés ?

Trouver des **locaux et infrastructures** adaptés représente plus un problème pour les **services** (33,3% et deuxième difficulté majeure en chiffres absolus) que pour les **créateurs** (20,8%).

Lorsqu'on observe la composition de notre échantillon de **services** interviewés (centres associatifs, labels, organisateurs de concerts, etc.) on comprend un peu mieux ce problème. En effet, ces services mettent en avant leurs difficultés à trouver des locaux *appropriés* pour les activités des musiciens, des compagnies de théâtre et de danse, des plasticiens, etc. Ces derniers doivent composer avec deux types de locaux : les ateliers dévolus à la création ainsi que d'autres affectés au stockage de leurs œuvres, ce qui multiplie d'autant plus les difficultés. Pour ceux qui travaillent dans le domaine de la musique, trouver un local (même de répétition), sécurisé et disposant d'une isolation sonore pour tous les groupes d'un même label ressort du parcours du combattant. Certains ont leurs propres locaux, mais ceux-ci ne sont pas assez grands. En gros, les interlocuteurs s'adaptent à ce qu'ils trouvent ou à ce qu'ils ont. Parfois ils cherchent à décrocher des subsides pour pouvoir trouver des locaux appropriés, mais selon eux, à moins d'être un Centre culturel, il n'est pas facile de décrocher de tels financements.

Pour les **créateurs**, les locaux sont essentiellement inadaptés : pas assez équipés, insonorisés ou ne permettant pas la mise en situation réelle. Dans certains cas ils sont même considérés comme « insalubres ». Mais le plus souvent, les loyers des locaux sont trop élevés pour les budgets dont disposent les artistes. La difficulté de trouver un lieu approprié pour un montant raisonnable est mise en avant à la fois par des musiciens, par un plasticien et par une personne travaillant dans l'audiovisuel. Ce dernier précise qu'à ces problèmes s'ajoutent ceux de la disponibilité et de l'accessibilité des lieux.

Certains créateurs en arts du cirque (3 sur 5) estiment qu'il manque de structures spécifiques pour leurs activités, ce qui pose problème pour tester les spectacles en condition réelle. La compagnie de danse interviewée exprime aussi la difficulté de trouver des salles appropriées.

Une compagnie qui n'a pas besoin d'équipement spécifique explique qu'elle loue un atelier de théâtre qui ne peut être utilisé que pour les répétitions, la construction de décors et les répétitions générales publiques. Mais cela est difficile étant donné leur budget restreint. D'autres réussissent par contre à recevoir des subsides pour les locaux (c'est le cas de certaines structures en musique/chanson & théâtre).

A.5. Quelles sont les difficultés relatives à la comptabilité ?

Un répondant sur cinq mentionne des problèmes liés à la comptabilité. Cette problématique est plutôt rencontrée par les **créateurs** (22,9%, pour qui il s'agit du quatrième problème majeur) que par les **services** (14,5%).

Au dire des structures de **services**, les plans comptables existants ne seraient pas en adéquation avec la réalité du secteur artistique et les logiciels existants ne seraient guère adaptés aux spécificités du secteur. Le problème se compliquerait d'autant plus du fait que les interlocuteurs doivent jongler avec des dossiers de différentes entités publiques (Communautés française, européenne, ...) et cela représente beaucoup de travail. En effet, la présentation des comptes n'est pas demandée de la même manière par toutes ces entités. Certains se voient parfois obligés de « lisser » leur comptabilité pour s'adapter à ce qui est demandé mais cela représente un risque. Certains se font donc aider par des experts ou ont suivi des formations spécifiques.

Contrairement à ce que l'on pourrait croire, ce ne sont pas exclusivement les structures de **créateurs** les plus récentes qui rencontrent des problèmes de comptabilité. Il existe un lien avec les problèmes d'ordre financier ; la grande majorité des interviewés en ayant rencontré ont aussi des difficultés de comptabilité.

La plupart mettent en avant le fait qu'ils n'ont jamais été formés pour s'occuper de la comptabilité et qu'ils ne savent dès lors pas comment la tenir. En général, ils apprennent sur le tas, mais leur préoccupation majeure est de ne pas tout « perdre » en taxes, tout en restant dans la légalité. Cependant, les interlocuteurs expliquent toutes les difficultés qu'ils ont à gérer une matière aussi « lourde » (d'autant plus « depuis la nouvelle loi⁶⁴ ») et que cette tâche nécessite beaucoup de temps. Tout ceci se complique quand on n'est « pas doué avec les chiffres » comme le soulignent certains. En général les gens « s'acharnent » ou réalisent une comptabilité de base avec « juste les entrées/sorties ». Ce sont surtout les indépendants et indépendants complémentaires qui font appel à des comptables. D'autres souhaitent pouvoir sous-traiter leur comptabilité mais en général le coût de tels services semble excessif pour des personnes qui (comme nous l'avons vu plus haut) peuvent difficilement s'octroyer un salaire à la mesure du travail fourni.

8. Les problèmes mis en avant lors des entretiens par les créateurs

Les sous-chapitres qui suivent reprennent les problèmes mis en avant par les **créateurs** lors des entretiens. Il s'agit des difficultés liées aux coûts des œuvres par rapport au marché, aux droits d'auteur et droits voisins, à des créneaux artistiques spécifiques, à la gestion, ainsi qu'à leur impression d'un manque de soutien de la part des pouvoirs publics.

La question des **produits trop coûteux par rapport au marché** est difficilement généralisable, car elle est liée à des secteurs spécifiques. Voici ce qu'avancent nos interlocuteurs.

Un musicien aspirait à organiser des spectacles globaux (musique, vidéo, danse,...) mais comme ceux-ci étaient trop coûteux pour les diffuseurs, il a dû revoir ses aspirations à la baisse. Pour un autre musicien, le simple coût de production d'un CD est trop élevé par rapport au marché belge, qui non seulement est petit, mais qui est en plus divisé en trois Communautés, celles-ci semblant être relativement imperméables en ce qui concerne la circulation des œuvres (surtout pour les arts de la scène et l'audiovisuel). Le prix de vente est une difficulté pour deux autres interlocuteurs (photo et design/mode). Pour un circassien, le problème de sa discipline réside principalement dans le fait que les subventions et les ventes de spectacle ne suffisent pas à couvrir le coût de création des spectacles. La plupart des interlocuteurs qui considèrent que leur produit est coûteux continuent tout de même et persévèrent, certains en cherchant des débouchés à l'étranger pour amortir le coût de la création que le seul marché belge ne suffit pas à couvrir.

Les **droits d'auteur et droits voisins** posent problème à certains **créateurs** qui s'expliquent plus en détail lors des entretiens.

Soit ils trouvent les règles floues, soit ils ne s'en soucient pas, soit ils laissent aux sociétés spécialisées la responsabilité de les gérer. Les personnes qui choisissent cette dernière option, semblent déléguer presque complètement les problèmes de droits d'auteur à ces services, se contentant d'une rétribution à laquelle ils ne comprennent pas grand-chose. Certains sont contents car ils touchent les droits d'auteur, d'autres ont l'impression d'y perdre plus que d'y gagner. Plusieurs sont inscrits dans des sociétés qui gèrent les droits d'auteur en Belgique mais aussi à l'étranger (les interlocuteurs sembleraient d'ailleurs préférer ces dernières, plus efficaces selon eux).

Le problème, souligné par un interlocuteur, est que certains « clients » ne veulent pas payer les droits d'auteur. Dans ces cas, le problème se règle en justice, entraînant bien souvent des procédures longues et coûteuses. Un autre interlocuteur travaillant dans l'art numérique explique qu'il négocie les droits d'auteur pour les grands contrats et « lâche prise pour les petits ».

Il ressort donc des entretiens que les droits d'auteur et droits voisins sont une matière difficile à maîtriser. De ce fait, dans le meilleur des cas leur gestion est confiée à des associations qui s'occupent spécifiquement de cette matière, sinon ils sont délaissés en raison de leur complexité, ce qui a pour conséquence une perte d'argent.

Parmi ceux qui se plaignent des difficultés liées au fait de travailler dans une **discipline artistique trop spécifique**, deux mettent en avant le fait que leur activité n'est pas reconnue ou considérée comme un (sous)secteur à part entière (ex.

⁶⁴ Loi de 2002 sur les asbl, modifiant les exigences en matière de comptabilité en fonction de la taille des associations. Les petites asbl sont celles qui n'ont aucun ou un seul des critères suivants : 5 travailleurs (équivalents Temps Plein), des recettes équivalentes ou supérieures à 250.000 € et/ou un bilan égal ou supérieur à 1.000.000 €. Ces asbl ne doivent procurer aux autorités qu'une comptabilité simplifiée. Les autres asbl dites grandes sont obligées de présenter une comptabilité plus complexe (bilan, compte des résultats et annexes) et les très grandes se doivent de présenter une comptabilité en partie double comme les sociétés commerciales.

illustration de livres pour enfants). Ceci pose problème tant pour trouver des intermédiaires que pour effectuer des demandes de subsides. Le problème des créneaux spécifiques rejoint celui de la diffusion : que ce soit au niveau de la demande de public, des producteurs ou intermédiaires, tous sont plutôt réticents à acheter ou investir dans ces produits. Pour pallier ces réticences, certains recourent à des réseaux ou à Internet,

Certains rencontrent le problème du manque de demandes (des programmeurs) en Belgique (dû aussi à l'étroitesse du marché), comme l'explique une personne réalisatrice de clips vidéos et qui est obligée de partir à l'étranger pour faire connaître et élargir ses possibilités de travail. Par ailleurs, plusieurs artistes sont obligés d'effectuer des prestations autres que de création, que celles-ci relèvent du champ artistique ou non artistique, comme on l'a vu lors du descriptif d'activités des **créateurs**. Ainsi, des danseurs devront donner des cours de danse pour assurer des rentrées financières.

Un interlocuteur qui fait de la « scénographie mécanique », soit un travail très spécifique, explique que celui-ci est coûteux ; ses constructions étant à chaque fois des prototypes et rencontrant peu de demandes.

Le **secrétariat et la gestion** (que ce soit de contrats ou de projets) ne sont pas non plus des matières maîtrisées pour près d'un quart des **créateurs** interviewés, ou du moins cela a posé problème au début de leur activité artistique. C'est avant tout la gestion qui poserait problème, d'autant plus lorsqu'une seule personne est en charge des différents aspects : que ce soit en termes d'administration, de contrats ou de communication. La difficulté vient en partie du manque de formation des interviewés à ces tâches, ainsi que de la fréquente demande de dossiers de présentation de la part de leurs interlocuteurs. La gestion d'un projet sous-entend la capacité de gérer des devis, des contrats, de démarcher, de négocier les budgets, de faire valoir ses compétences. Outre des compétences et connaissances bien spécifiques, ces tâches nécessitent beaucoup de temps. Certains voudraient pouvoir être soutenus dans ce domaine par une personne qui s'en occupe ou qui les conseille.

Plusieurs interlocuteurs apprennent sur le tas à faire des contrats ou des devis. D'autres réussissent tout de même à déléguer certaines tâches. Par exemple, un interlocuteur (établi en ASBL) délègue certaines tâches de secrétariat à « la Boutique de gestion ». SMartBe en a aidé plus d'un pour les contrats artistiques. D'autres, comme nous l'avons vu, se font aider par le réseau familial, comme cette interlocutrice qui nous dit pouvoir compter sur l'aide de la secrétaire de son mari.

C. Que retenir ?

On l'a vu, les problèmes financiers représentent la plus grosse difficulté du secteur, et ce plus encore pour les **créateurs** que pour les **services**. Les conséquences se ressentent dans plusieurs aspects de la production artistique. Le manque d'argent aurait un impact sur le financement et donc sur la réalisation des projets. Sans soutien financier, il n'est pas possible de réaliser des projets d'envergure. Mais puisque même les programmeurs qui dépendent souvent eux aussi des subsides publics ne peuvent se permettre d'acheter des projets coûteux, le problème se retrouve alors aussi bien en amont (production de projets interdisciplinaires de taille) qu'en aval (l'achat de tels projets).

Le manque d'argent a un impact direct sur l'emploi dans le secteur artistique. Tout d'abord, il ne permet pas de rétribuer de manière correcte de nombreux artistes et intermédiaires, notamment par rapport aux heures prestées. Ensuite, il ne permet pas une stabilité d'emploi, ce qui est vécu comme une richesse par certains (car cela permet la diversité des expériences) et comme un problème pour ceux qui voudraient pouvoir fidéliser et engager à temps plein certains travailleurs. L'impossibilité de constituer des équipes stables peut limiter la qualité du travail fourni, freiner la compétitivité sur le marché international et freiner la proactivité ou la rapidité de réponse par rapport à des appels à projets. Dans certains cas, cette instabilité d'emploi et de rémunération pousse même à la fuite des travailleurs de qualité vers d'autres pays. Les coproductions pourraient limiter les dégâts, en injectant des moyens pour la production et/ou un dynamisme artistique supplémentaire. Cependant, comme nous l'avons vu, il n'est pas évident de trouver des partenaires. De plus, il est question une fois encore de convaincre le premier partenaire pour en trouver un deuxième. Dès lors, nombre d'opérateurs se débrouillent tout seul, ce qui implique qu'ils sont obligés de travailler à plus petite échelle et de favoriser l'autoproduction.

Le manque de financement entraîne en outre un problème de trésorerie, des difficultés de renouvellement du matériel, un manque de liquidités pour financer les frais de déplacement à l'étranger, pour pouvoir payer des services extérieurs ou encore pour concevoir et gérer la promotion de manière professionnelle.

La difficulté d'accéder à des services de promotion professionnelle a des conséquences sur la diffusion. Dans la mesure où il faut de bons dossiers de presse et de bons outils de communication pour être remarqué et pour être acheté dans

un contexte de foisonnement de l'offre de création, qu'il faut un solide carnet d'adresses et un bon réseau de relations, il est difficile dans les conditions décrites d'accéder aux lieux de diffusion. Et comme il faut être diffusé pour être vu, et que pour être vu il faut être diffusé, la route vers l'autonomie des créateurs est longue.

Pour les arts de la scène, trouver des locaux adaptés (c'est-à-dire équipés, insonorisés, assez spacieux, accessibles et pour un budget raisonnable), relève du parcours du combattant.

Chapitre 10

Évaluation des formations

Puisque la Région wallonne a pour compétence les formations et que celles-ci peuvent être considérées comme des services, le présent chapitre vise à mettre en lumière les lacunes qui peuvent exister en termes de formations (emplois au sein des structures de services à la production et emplois artistiques). Nous nous intéressons tant aux formations professionnelles (compétence de la Région wallonne) qu'aux formations artistiques supérieures (compétence de la Communauté française).

A. Quelles sont les carences en matière de formation du personnel ?

TABLEAU 34 – TYPE DE CARENCES ET LEUR IMPORTANCE

Carences	Nombre de services	%* de services	Nombre de créateurs	%** des créateurs	Nombre de services & créateurs	%*** des services & créateurs
Recherche de fonds	23	19,7%	39	15,9%	62	17,1%
Connaissance juridique	18	15,4%	30	12,2%	48	13,3%
Connaissance comptable	15	12,8%	28	11,4%	43	11,9%
Connaissance des institutions	8	6,8%	26	10,6%	34	9,4%
Compétences techniques	25	21,4%	23	9,4%	48	13,3%
Compétences artistiques	8	6,8%	15	6,1%	23	6,4%
Gestion culturelle	4	3,4%	8	3,3%	12	3,3%
Réalisation de projet	5	4,3%	8	3,3%	13	3,6%
Gestion de personnel	7	6,0%	4	1,6%	11	3,0%
Autre	10	8,5%	10	4,1%	20	5,5%
TOTAL	123		191		314	

* Les pourcentages sont réalisés par rapport au nombre de structures de services. Ainsi, 19,7% d'entre elles ont déclaré avoir des carences de formation en termes de recherche de fonds.

** Les pourcentages sont réalisés par rapport au nombre de structures de créateurs. Ainsi, 15,9% d'entre elles ont déclaré avoir des carences de formation en termes de recherche de fonds.

*** Les pourcentages sont réalisés par rapport au nombre de structures de services et de créateurs. Ainsi, 17,1% d'entre elles ont déclaré avoir des carences de formation en termes de recherche de fonds.

Source : Bureau d'étude - SMartBe

Selon les réponses collectées, le personnel présente relativement peu de carences de formation, celles-ci variant entre 3.0% et 17.1% en moyenne.

La difficulté la plus récurrente est celle qui concerne la recherche de fonds (17% en moyenne). L'argent étant en effet le nerf de la guerre, la recherche de celui-ci demande des compétences spécifiques, ne fut-ce que pour identifier et saisir les opportunités et remplir des dossiers. Suivent de près le manque de connaissances juridiques (13.3% en moyenne) et comptables (11.9% en moyenne). Cela montre la difficulté de s'entourer de professionnels spécialisés, ce qui pourrait s'expliquer par le coût parfois élevé des prestations de ces professionnels en regard des moyens dont disposent les structures analysées (comme développé dans le chapitre précédent).

De grandes différences dans la perception des carences de formation du personnel se dessinent autour des compétences techniques et de la connaissance des institutions du secteur (selon qu'il s'agit de structures de **création** ou de **services**). En ce qui concerne la compétence technique, elle est la plus grande carence identifiée par les **services** (21.4% des réponses et seulement 9% pour les **créateurs**). À la lumière des entretiens, il semblerait que si les techniciens sont compétents en matière technique, ils n'ont pas forcément la polyvalence souvent requise par les **services**.

Ensuite, la mauvaise connaissance des différentes institutions du secteur est une carence plus ressentie par les structures de **créateurs** (10.6%) que par les structures de **services** (6.8%). Toutes les autres carences ne dépassent pas la barre des 10%.

B. Comment les carences sont-elles résolues ?

TABLEAU 35 – MODE DE RÉOLUTION DES CARENCES

Mode de résolution	Nombre de services	%* de services	Nombre de créateurs	%** des créateurs	Nombre de services & créateurs	%** des services & créateurs
Apprentissage sur le tas	57	46,30%	109	57,10%	166	52,9%
Formation en interne	11	8,90%	13	6,80%	24	7,6%
Formation externe/stage	20	16,30%	18	9,40%	38	12,1%
Autrement	12	9,80%	10	5,20%	22	7,0%
Je n'y pallie pas	14	11,40%	27	14,10%	41	13,1%
(vide)	9	7,30%	14	7,30%	23	7,3%
TOTAL	123	100,00%	191	100,00%	314	100,0%

* Les pourcentages sont réalisés par rapport au nombre de structures de services. Ainsi, 19,7% d'entre elles ont déclaré avoir des carences de formation en termes de recherche de fonds.

** Même construction des pourcentages que pour les services.

Source : Bureau d'étude - SMartBe

Les carences sont généralement palliées par l'apprentissage sur le tas (en moyenne 46.3% pour les **services** et 57.1% pour les **créateurs**).

Cette façon de fonctionner témoignerait-elle d'un manque de moyens pour former les gens ? Ou d'un manque de formations adaptées disponibles ? Ou simplement d'un manque d'information sur les formations existantes ?

Lorsque nous additionnons les formations internes et externes, elles représentent la solution aux lacunes du personnel pour 25% des **services** et seulement 16% des **créateurs**, ce qui est un investissement pour le moins conséquent. Comme nous allons le voir, les formations proposées en Région wallonne sont plutôt bien considérées par les personnes que nous avons interviewées.

Enfin, certains ne pallient tout simplement pas les carences (13.1% en moyenne générale).

Une analyse plus fine, croisant les données « types de carences » et « modes de résolution » nous indique que la plupart du temps, en ce qui concerne la « recherche de fonds », les structures ne pallient pas du tout ce problème (22.4% des structures en moyenne). Peut-être parce qu'il s'agit d'une compétence qui s'apprend surtout avec l'expérience, mais aussi tout simplement parce qu'il n'existe pas de formations portant sur le thème ni, jusqu'à présent, de banque de données d'informations générales.

Par contre, des formations à destination d'un public cherchant à se former à des matières telles que les droits d'auteur et droits voisins, la comptabilité ou la gestion, existent. Les organisateurs sont des opérateurs de formations traditionnels tels que le réseau Ifapme ou le Forem et la Communauté française ainsi que divers organismes et associations.

Le manque de compétence artistique chez les créateurs, quant à lui, est résolu de manière tout à fait différente des

autres carences, à savoir par la formation interne. Néanmoins, notons que la carence de « compétence artistique » est assez faible, elle ne représente que 15% chez les **créateurs**.

C. Les personnes interviewées ont-elles poursuivi des études supérieures de type artistique ?

Cette question a été posée lors de nos entretiens.

Parmi les personnes interviewées, la moitié d'entre elles (27 structures) ont suivi des études artistiques de type supérieur. Pour les autres, ils sont trois à avoir un diplôme universitaire non artistique, deux à avoir commencé et arrêté des études supérieures artistiques et autant à avoir suivi des études supérieures techniques et des formations courtes liées à leur activité artistique.

Nous avons demandé aux interlocuteurs ce qu'ils pensent du **niveau d'information** en matière de gestion de carrière **des personnes diplômées en études artistiques supérieures**⁶⁵. Seuls sept d'entre eux pensent qu'ils sont suffisamment informés sur les manières de mener à bien leur projet/carrière.

Un photographe français qui a enseigné tant dans son pays natal qu'en Belgique explique que, de manière générale, les cours sont plus abstraits en France qu'en Belgique où la formation est plus axée sur le concret et la réalité de terrain (ex : il y a des cours de comptabilité en Belgique).

Ils sont trois fois plus nombreux, soit 75%, à penser que les études artistiques supérieures ne préparent pas à la gestion de leur carrière. Quelques-uns soulignent qu'ils ont étudié il y a longtemps et pensent qu'actuellement les études sont plus portées sur ce sujet. Certains ajoutent qu'actuellement il existe des cours de droit où l'on parle des droits d'auteur mais que les notions restent fort abstraites, à moins que le professeur ne soit lui-même un professionnel de l'art. En effet, ce serait surtout les discussions avec les enseignants qui préparent à la réalité de terrain. Néanmoins, il semblerait que certains enseignants n'ont jamais quitté l'école et n'ont donc pas l'expérience professionnelle d'une carrière.

Les études artistiques sembleraient donc essentiellement porter sur l'art et non sur le métier. L'un explique : « ces matières sont considérées comme non nobles et donc elles ne sont pas enseignées ». Certains ajoutent que tout ce qui est gestion de la carrière relève essentiellement d'une formation en autodidacte.

D. Existe-t-il une formation spécifique en gestion de projets artistiques ?

En ce qui concerne une formation spécifique sur la gestion de projets artistiques, certains interviewés pensent que de telles formations existent en dehors des cursus artistiques.

Ils sont 19 à penser qu'il faudrait « absolument ce genre de formation ». L'un précise : « ne fût-ce que pour que les jeunes se rendent compte de la difficulté [du métier] et qu'ils se préparent à être free lance ».

Des cours de gestion pour artistes existent en effet (gestion de contrats, gestion de carrière, négociation de prix...). Certains sont très généraux⁶⁶ (pour artistes tous azimuts, ils sont généralement proposés par la Communauté française), d'autres sont liés à des domaines artistiques⁶⁷ bien déterminés et sont plutôt fournis par les associations professionnelles. Celles-ci proposent différents types de stages, de séminaires ou des formations destinées aux artistes.

En ce qui concerne les formations de gestion de secteurs artistiques bien précis (comme par exemple « négociation de contrats »), force est de constater que seuls certains secteurs offrent ces cours, comme la musique ou le théâtre.

De plus, il y a parfois un décalage entre les attentes revendiquées des personnes et les inscriptions réelles aux formations. Ceci pour différentes raisons : la disponibilité des artistes au moment où se déroulent les formations, la différence entre l'intention de suivre de telles formations et le fait de décider de les suivre. Nous savons par nos interlocuteurs qu'en général les formations sont appréciées (voir chapitre suivant), par contre nous ne disposons d'aucune évaluation portant sur la qualité de chacune des formations mentionnées.

⁶⁵ Il y a au moins un secteur - la littérature - où il n'y a pas d'enseignement artistique proprement dit, mais plutôt des ateliers d'écriture

⁶⁶ www.culture.be et <http://www.fcc.cfwb.be/cf/forma/index.html>

⁶⁷ www.maisondelamusique.be , www.theatreetpublics.org/fr/formation_production.php

E. Vu l'importance de la fonction administrative, serait-il souhaitable de créer une formation spécifique ?

L'idée de créer un module de formation spécifique touchant à la partie administrative du travail artistique a soulevé un réel enthousiasme.

Les interlocuteurs montraient un intérêt certain pour ce qui est prise de contact avec la presse, promotion, recherche d'aides financières, conditions de vente, pour élaborer les contrats, déterminer les prix, gérer l'administration courante, la comptabilité, etc. Si des formations brèves portant sur les quatre derniers points existent, les autres devraient par contre être développées.

Le plus grand point de discord porte sur le fait de savoir à qui confier cet enseignement.

Certains pensent que cela devrait être enseigné dans les écoles d'art, d'autres y voient un cursus spécifique (études supérieures), d'autres l'envisagent plutôt comme une formation brève et complémentaire. Un des partisans de la formation brève explique que certaines compagnies de théâtre ne pouvant se permettre d'engager quelqu'un diplômé en communication, il serait préférable d'engager quelqu'un ayant suivi ladite formation, d'autant plus que pour gérer une compagnie « il faut un bon équilibre entre l'artistique et la gestion ». Un autre ajoute à ce propos : « attention : il ne faudrait pas envisager un accès à la profession, ni formater des administrateurs culturels qui n'aient pas la sensibilité artistique ». Au contraire, un interlocuteur préférerait laisser ce type de travail de gestion à des professionnels plutôt que d'organiser « des formations de ce type pour les artistes ».

Il faudrait donc une formation brève pour agents artistiques ou des cursus destinés aux producteurs. Un interlocuteur est néanmoins dubitatif sur l'engouement que provoquerait un tel cursus. Un autre d'ajouter que la meilleure école est l'échange d'informations avec d'autres personnes et la « multiformation », c'est-à-dire se former à une certaine polyvalence.

Un atout des agents artistiques serait d'être affectivement détachés de la création ou du produit. Un autre trouve qu'il faudrait créer une « boutique de gestion » pour artistes dont les **services** (comptabilité, etc.) ne seraient pas chers, voire gratuits⁶⁸.

Ceux qui ne jugent pas utile d'organiser des formations à la gestion ou à l'administration spécifiques au secteur artistique s'expliquent. Soit ils ne voient pas en quoi la gestion serait différente de celle des autres secteurs économiques, soit ils aimeraient pouvoir déléguer ces fonctions à des opérateurs extérieurs. Le problème de gestion est surtout un problème de répartition du temps consacré à l'activité, de manière globale.

Un autre interlocuteur propose une autre solution à la formation en développant plus les services d'information : un guide pratique avec des exemples concrets, sur comment solliciter des subsides, etc. Un autre encore suggère plutôt la création d'un livre généraliste qui relèverait les avantages et les inconvénients de chaque statut (asbl, sprl, etc.). Sur Internet il est possible de trouver beaucoup d'informations, mais toujours de manière fort cloisonnée : les formations de la Communauté française, les annuaires de l'audiovisuel, les bases de données de l'art de la scène... Mais il manque cruellement d'un site qui regrouperait toutes les informations concernant le secteur artistique (les services, tous les types de subsides, les formations et adresses utiles). Celui-ci faciliterait la recherche (et l'obtention d'informations), car les personnes intéressées ne seraient pas obligées de connaître préalablement les sites où ils trouveraient l'information (pour trouver les modalités d'accès d'aides à l'emploi de la Région wallonne, encore faut-il savoir qu'elles existent). Toutes les informations seraient regroupées dans une même base de données ou sur un seul site.

On le voit, le problème de la formation et de l'enseignement est assez clairement posé et ne laisse pas indifférent, mais de nombreux points de vue existent quant à la meilleure façon de le résoudre. Même si l'idée de pourvoir des connaissances spécifiques centrées sur la gestion et l'administration culturelle est relativement partagée, les modalités d'application devraient être soigneusement étudiées pour parvenir à un résultat efficace et surtout utilisé par les professionnels du secteur.

Force est de constater que certaines de ces demandes sont rencontrées. Comme nous l'avons vu, les formations brèves existent, mais des cours plus spécifiques à certains domaines d'activité (graphisme, littérature,...) pourraient être

⁶⁸ La boutique existe (voir le site www.boutiquedegestion.be) mais les prix demandés sont assez élevés.

développés. En ce qui concerne les cursus supérieurs pour agents artistiques et producteurs, l'ULB, l'UCL et l'IAD en proposent depuis peu. On pourrait envisager de développer ces cursus de manière à les utiliser pour la reconversion d'une partie des nombreuses personnes qui, après avoir tenté la carrière d'artiste, choisissent de se réorienter vers des services artistiques.

On l'a vu, des cours plus poussés (et directement utilisables) sur la gestion de carrière sont souhaités dans le cadre de l'enseignement des écoles artistiques supérieures francophones.

Ces formations ou cursus seraient d'autant plus utiles que de manière générale nous avons pu constater lors des questions économiques (chapitres de 4 à 7), qu'une grande partie de nos interlocuteurs faisaient preuve d'une certaine difficulté de compréhension et d'utilisation de quelques concepts économiques de base, tels le chiffre d'affaires ou le bénéfice. Ces notions étant malgré tout particulièrement importantes pour la bonne gestion des activités, il serait intéressant de les intégrer à des cursus de formation, ainsi qu'en les intégrant au contenu des études artistiques supérieures.

Chapitre 11

Les services sont-ils au service du secteur artistique ?

Qu'entend-t-on par services ? Il s'agit de toute activité nécessaire à la production. Ils peuvent être de plusieurs ordres : les services artistiques par exemple, ceux d'un scénographe, d'un photographe ou d'un designer. Des services plus techniques existent aussi, comme ceux d'un ingénieur du son, d'un relecteur (pour la littérature) ou d'un régisseur.

Mais cela va plus loin dans l'accompagnement de la création : des services de comptabilité à la gestion de contrats en passant par des conseils juridiques, voire des prestations informatiques ou de managers.

Dans ce chapitre, nous allons vérifier l'utilisation et l'appréciation des **services** par leurs utilisateurs, structures de **créateurs** et **services** (qui sous-traitent certaines tâches à d'autres structures de service).

Pour ce faire, nous allons tout d'abord vérifier la perception que les structures ont de l'utilité de l'externalisation des services et vérifier ensuite l'hypothèse selon laquelle l'appréciation de l'utilisation de services externes évolue avec le temps. Puis nous verrons si nos interlocuteurs font usage de services externes, comment ils les cherchent et ce qu'ils en pensent. Cela permettra de distinguer, en Région wallonne, les services appréciés ou à perfectionner (selon les dires de nos interlocuteurs) et d'identifier les services recherchés en dehors de la RW.

Nous avons remarqué que dans les réponses récoltées, les interlocuteurs comprenaient parfois l'expression « faire appel à des services extérieurs » de manière plus restrictive que nous, malgré la définition que nous avons donnée dans le questionnaire. Par exemple, utiliser un secrétariat social n'a pas toujours été compris comme étant une forme de prestation de services. Lors des entretiens, nous avons pu corriger ce malentendu et vérifier l'utilisation et l'appréciation de tous les services nécessaires à la production artistique.

A. Les services : frein ou source de développement ?

TABLEAU 36 – EXTERNALISATION DES SERVICES

Faire appel à des services extérieurs est-il ?	Services		Créateurs		TOTAL	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Un frein	7	6,00%	18	7,30%	25	6,9%
Une source de dynamisme	68	58,10%	140	57,10%	208	57,5%
Je n'ai pas d'avis	42	35,90%	87	35,50%	129	35,6%
TOTAL	117	100,00%	245	100,00%	362	100,0%

Source : Bureau d'étude - SMartBe

Services et **créateurs** perçoivent pratiquement de la même manière les services extérieurs. Tous y sont plutôt favorables : 57.5% pensent qu'il s'agit d'une source de dynamisme, mais seulement 6.9% trouvent que ceux-ci les freineraient plutôt. Nombreux sont ceux n'ayant pas spécialement d'avis sur la question : plus d'un tiers (35.6%).

Selon les réponses collectées lors des entretiens (tant auprès des **services** qu'auprès des **créateurs**), les bienfaits principaux de l'externalisation des services peuvent se résumer en trois points : la **qualité du travail**, l'**échange de savoir-faire et de points de vue** et la **libération de temps** qui peut alors être affectée aux activités principales.

Pour la plupart, il s'agit avant tout de faire effectuer des tâches par des personnes spécialisées, pour « mieux encadrer le travail » (un gain d'**efficacité**), ou de déléguer ce que les interlocuteurs ne peuvent assumer seuls (complémentarité des compétences). Cela ressort donc de la « division des tâches » (« chacun son métier ») qui permet parfois, par la même occasion, d'élargir le panel d'activités possibles en croisant les compétences avec d'autres savoir-faire.

En effet, le deuxième grand avantage de cette forme de sous-traitance réside dans **l'échange** ou la collaboration avec d'autres artistes ou **services** ayant des spécialités différentes des personnes interviewées. Ceci est vécu comme une opportunité pour faire avancer et améliorer le travail. Cela « clarifie et fait évoluer les idées » et permet aux artistes d'accéder à des points de vue différents des leurs et les empêche de rester centrés ou renfermés sur eux-mêmes. De plus, le fait de travailler avec d'autres oblige les créateurs à s'adapter pour mieux faire comprendre leur projet au « monde extérieur ». De plus, la collaboration force les artistes à considérer la faisabilité de leur projet, ce qui n'est pas toujours chose aisée. Un interlocuteur ajoute que le secteur créatif est composé en bonne partie de personnes mobiles et travaillant à court terme sur des projets spécifiques ; de ce fait elles sont amenées à collaborer avec différentes personnes qui leur apportent continuellement un regard neuf et de nouvelles expériences.

L'externalisation des services est donc l'occasion pour nos interlocuteurs de rencontrer de nouvelles personnes et d'élargir leur réseau et leur carnet d'adresses.

Ce dispositif permet aussi aux **créateurs** de se débarrasser de tâches qu'ils considèrent comme ennuyeuses (comme les tâches administratives) pour **se concentrer sur le travail artistique** et/ou faire ce qui les intéresse. Cet aspect de l'externalisation des services est vécu comme une réelle source de dynamisme artistique. Certains nuancent ce propos en expliquant soit que le travail administratif fait bel et bien partie de leur travail, soit que l'apport de la sous-traitance dépend évidemment des caractéristiques de chaque projet. De plus, la sous-traitance crée de l'emploi et contribue à développer l'activité culturelle d'une région.

Néanmoins, ils sont plusieurs à souligner le problème du coût de l'externalisation des services. Cette remarque est partagée par ceux qui trouvent que la sous-traitance est **autant un frein qu'une source de dynamisme**. Ce problème est d'autant plus important si l'on considère les difficultés que les professionnels du secteur rencontrent pour « joindre les deux bouts », que ce soit pour le fonctionnement de leurs activités (les structures) et plus encore pour leur propre rémunération (les personnes). En reprenant les difficultés mentionnées par les artistes en matière de diffusion et de communication, on comprend bien cette phrase : « Avec des moyens pour faire une bonne publicité, j'utiliserais plus de services professionnels ».

Les personnes qui pensent que l'externalisation des services représente un **frein** expliquent qu'elles ne font que peu ou pas d'achats de services. L'un explique toute la difficulté, pour quelqu'un qui vient en appoint, « d'entrer dans un monde construit depuis des mois » ou encore (en ce qui concerne la structure), que c'est parfois plus difficile d'externaliser une tâche que de l'effectuer soi-même. Il y a parfois un problème de communication, un manque d'adaptation et d'esprit d'innovation de la part des prestataires de service. L'un ajoute qu'il voudrait par exemple avoir un ingénieur son qui ne travaillerait que pour ses activités, mais il n'en a pas les moyens et donc il utilise toujours celui des organisateurs de spectacles. Un interlocuteur n'utiliserait que des services pourvus par Internet (insertions publicitaires).

D'autres expliquent que le manque de moyens financiers impose de restreindre les équipes pour qu'un projet puisse être viable et donc limite la possibilité de payer des services externes. Un interlocuteur ajoute que la principale limite des services réside dans la perte de contrôle du contenu artistique qui engendrerait des conflits plutôt que des solutions.

L'attrait pour l'externalisation des services a-t-il toujours été le même ?

La plupart des interlocuteurs ont toujours eu la **même appréciation** des services extérieurs. Plusieurs d'entre eux les apprécient tout de même de plus en plus et l'un d'eux ajoute que même s'ils voulaient tout faire eux-mêmes, ils ne le pourraient pas. Un autre explique qu'au départ c'était une nécessité de faire appel à des services externes (ils n'avaient pas toutes les compétences requises en interne) et que, par la suite, ils ont préféré continuer à travailler ainsi en raison de la qualité et de la diversité des individus ou structures utilisées. Un autre, au contraire, aimerait externaliser, mais n'arrive pas toujours à trouver les bonnes personnes. Le problème du coût des services est une fois de plus mis en avant. L'un nuance néanmoins soulignant que si l'appel à des services extérieurs envahit trop la création artistique ou empiète sur la philosophie du groupe, celui-ci n'y fera plus appel.

Plus rares sont ceux qui ont affirmé que leur appréciation des services a évolué. Ils expliquent un changement en faveur des services externes. Soit parce qu'ils disposent de plus de moyens pour payer les services, soit parce qu'ils ont davantage de travail. Certains expliquent qu'« au départ on veut souvent tout faire soi-même, mais qu'avec le temps on se rend compte que cela prend beaucoup, voire trop, de temps ». D'autres continuent à se plaindre du coût de telles prestations ou de la nécessité de s'entourer de services extérieurs pour respecter toutes les contraintes légales.

En conclusion, les personnes interviewées sont généralement conscientes (ou le deviennent avec l'expérience) qu'elles ne sont pas en mesure de tout gérer en interne. Recourir à des services externes permet à la plupart d'entre elles de se concentrer sur leurs compétences. Même si cela a évidemment un coût, qui est le principal frein à la mise en œuvre de ce dispositif. Une mutualisation des services (qui rendrait donc les services nécessaires plus accessibles financièrement) pourrait donc être une solution pour contrer ce problème. Nous verrons plus loin dans ce chapitre quels sont les services qui devraient être fournis à moindre coût selon les structures du secteur artistique.

B. Les structures font-elles appel aux services ?

TABLEAU 37 – LES STRUCTURES FONT-ELLES APPEL AUX SERVICES ?

Faites-vous appel à des services extérieurs ?	Services		Créateurs		TOTAL	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
OUI	91	77,80%	175	71,40%	266	73,5%
NON	26	22,20%	70	28,60%	96	26,5%
TOTAL	117	100%	245	100%	362	100,0%

Source : Bureau d'étude - SMartBe

Une grande majorité des structures (73.5%) déclare faire appel à des services extérieurs. Preuve s'il en est que ceux-ci font vraiment partie intégrante du secteur et sont utilisés par ses différents acteurs.

Qu'il s'agisse des **services** ou des **créateurs**, en moyenne, 26.5% des structures se débrouillent sans services extérieurs. Certaines d'entre elles sont peut-être de très petites structures fonctionnant en relative ou totale « autarcie » ? Ou simplement s'agit-il de structures nouvelles qui espèrent pouvoir tout faire elles-mêmes, soit par envie, soit par manque de moyen ou en raison de la caractéristique de leurs productions ?

C. Comment se rencontrent l'offre et la demande de services ?

Nous avons cherché à comprendre comment les structures cherchent les services dont elles ont besoin. Si l'on analyse de plus comment les **services** se font connaître, nous pouvons appréhender comment l'offre et la demande d'informations se rencontrent.

Notons d'emblée que les vecteurs de communication les plus utilisés par les **services** pour faire leur publicité sont aussi les plus utilisés pour trouver les services dont les interlocuteurs ont besoin.

TABLEAU 38 – COMMENT FAITES-VOUS CONNAÎTRE VOS SERVICES AUPRÈS DE VOS USAGERS ?⁶⁹

		1	2	3	4	5	TOTAL	Non utilisé	Non répondu
Bouche-à-oreille/ Contacts personnels	Nombre	11	9	9	22	55	106	1	10
	%	9,4%	7,7%	7,7%	18,8%	47,0%	90,6%	0,90%	8,5%
Mailing list	Nombre	9	2	20	25	16	72	24	21
	%	7,7%	1,7%	17,1%	21,4%	13,7%	61,6%	20,50%	17,9%
Site web	Nombre	13	6	19	11	27	76	19	12
	%	11,1%	5,1%	16,2%	9,4%	23,1%	64,9%	16,20%	10,3%
Annuaire et bases de données spécialisés	Nombre	9	14	21	8	3	55	37	25
	%	7,7%	12,0%	17,9%	6,8%	2,6%	47,0%	31,60%	21,4%
Pages jaunes	Nombre	18	8	10	2	0	38	52	27
	%	15,4%	6,8%	8,5%	1,7%	0,0%	32,4%	44,40%	23,1%

⁶⁹ La valeur 1 signifie « inefficace », 5 « très efficace ».

Affiches/flyers	Nombre	6	8	24	16	12	66	31	20
	%	5,1%	6,8%	20,5%	13,7%	10,3%	56,4%	26,50%	17,1%
Encarts publicitaires dans des magazines	Nombre	11	8	14	12	2	47	45	25
	%	9,4%	6,8%	12,0%	10,3%	1,7%	40,2%	38,50%	21,4%
Messages publicitaires radiophoniques	Nombre	5	10	8	8	2	33	59	25
	%	4,3%	8,5%	6,8%	6,8%	1,7%	28,1%	50,40%	21,4%
Messages publicitaires télévisuels	Nombre	3	3	4	3	1	14	74	29
	%	2,6%	2,6%	3,4%	2,6%	0,9%	12,1%	63,20%	24,8%

Source : Bureau d'étude - SMartBe

Le vecteur de communication le plus utilisé et le plus apprécié est, et de loin, le bouche-à-oreille / contacts personnels, qui figure dans 47% des réponses comme étant « très efficace », et pour 18.8% comme étant efficace. Un seul répondant (0.9%) a déclaré ne pas utiliser le bouche-à-oreille. Quasiment toutes les personnes interviewées (*créateurs* et *services*) mentionnent le **bouche-à-oreille** comme meilleur vecteur de communication. Il s'agit principalement de l'utilisation de son réseau pour toucher les bonnes personnes, faisant confiance à ceux à qui on demande conseil, car ils orientent généralement leurs interlocuteurs vers des gens de qualité. Ce canal d'information « permet de se renseigner sur les gens car les sous-secteurs artistiques sont des petits milieux dans lesquels tout fonctionne par contacts, les gens amenant leurs copains. Les réseaux sont importants ». Par ailleurs, le bouche-à-oreille et le partage des bonnes adresses renforcent les relations avec les personnes auxquelles on demande conseil. Donc, il permet l'élargissement des contacts et renforce le travail « par affinités ». Il participe ainsi à la légitimation par les pairs. Un interlocuteur va jusqu'à dire qu'il utilise exclusivement ce vecteur de communication.

Parmi les vecteurs les plus efficaces, on trouve aussi les sites web (23.1% de « très efficace » et 9.4% d' « efficace ») et les mailings listes (13.7% de « très efficace » et 21.4% d' « efficace »). Les entretiens permettent d'illustrer leur efficacité. Internet permet une recherche thématique (ciblée donc) tout en permettant un accès à beaucoup d'informations et ce très rapidement. Un interlocuteur explique qu'il utilise cet outil quand il cherche un label dans un créneau musical inhabituel pour lui.

Les pages web, les weblogs ou sites du genre *Myspace* ou *Facebook* sont une bonne carte de visite (tant pour les services que pour les créateurs), car ils permettent aux internautes de se faire une idée de la qualité des prestations proposées ainsi que de leurs prix. Plusieurs interlocuteurs expliquent qu'avec l'expérience, ils parviennent à distinguer les services efficaces parmi l'ensemble des sites existants.

De plus, via les adresses mails que l'on peut trouver sur Internet, les personnes qui cherchent des services particuliers peuvent directement expliquer leurs besoins tout en s'attendant à une réponse précise et rapide.

Si les mailings listes sont utilisées via Internet, elles se rapprochent plus de l'utilisation du réseau que de la recherche de nouveaux « clients », misant sur des contacts connus.

On notera également la relative efficacité des affiches/flyers, outils traditionnels et encore assez utilisés, mais avec, visiblement, moins de succès. Les vecteurs de communication les moins efficaces seraient les annuaires de base de données qui se trouvent sur le net (ex. www.comediens.be, www.cinergie.be, ...).

Enfin, et comme on aurait pu le deviner, les publicités radiophoniques, télévisées, et dans les magazines, ne fonctionnent que très peu, moins par manque d'efficacité que parce que beaucoup de *services* ne les utilisent tout simplement pas en raison de leur coût, et du fait que ces vecteurs ciblent un public beaucoup plus large que les personnes concernées par le secteur artistique.

Le bouche-à-oreille et Internet sont donc les principaux vecteurs de communication utilisés par les professionnels du secteur artistique. Ils ont la caractéristique d'être largement partagés : tout un chacun peut trouver un libre accès à Internet⁷⁰ (tant pour l'insertion que pour la recherche d'informations) et tout le monde peut, d'une manière ou d'une autre interpellé les personnes de son entourage. La plus grande discrimination en ce qui concerne le bouche-à-oreille,

⁷⁰ Rappelons que les professionnels du secteur artistique sont statistiquement plus diplômés que les travailleurs des autres secteurs. La question de la fracture numérique se posant dès lors moins pour cette population.

c'est que pour qu'il soit efficace, encore faut-il être inscrit dans « les bons réseaux ». Dans une moindre mesure, ce problème existe aussi en ce qui concerne l'information sur les sites Internet de qualité, pas toujours connus des novices. Pour éviter le plus possible ce biais, ne serait-il pas opportun que les pouvoirs publics développent ou soutiennent des bases de données interdisciplinaires, plus exhaustives que celles qui existent, et qui soient régulièrement mises à jour ? Ceci permettrait en outre de dynamiser les liens entre novices et professionnels, qui font eux aussi partie des relations de **services** et de **créateurs**. Par là même, cette base de données pourrait donner un coup de main au secteur en le rendant plus accessible à tous (et donc égalitaire), le tout pour un coût relativement faible.

De plus, lorsque les autorités pourvoient des services, il est important que l'information passe par les vecteurs de communication les plus utilisés par les structures du secteur, c'est-à-dire les sites spécialisés (malgré les critiques qui leur sont adressées) et les organismes en contact avec les professionnels du secteur, tels que les associations professionnelles.

∇. Les services répondent-ils aux besoins des artistes ?

TABLEAU 39 – SI VOUS FAITES APPEL À DES SERVICES EXTERNES, QUEL(S) TYPE(S) DE SERVICE(S) UTILISEZ-VOUS EN RÉGION WALLONNE ET QUE PENSEZ-VOUS DE LEUR QUALITÉ ?

		Très mauvais	Pas bon	Satisfaisant	Bons	Excellents	TOTAL
Services artistiques	Nombre	3	3	29	56	26	117
	%	2,6%	2,6%	24,8%	47,9%	22,2%	100,0%
Services de gestion (conseils juridiques, fiscalité, comptabilité, secrétariat,...)	Nombre	2	10	22	51	26	111
	%	1,8%	9,0%	19,8%	45,9%	23,4%	100,0%
Technique son/image/régie	Nombre	0	2	23	53	21	99
	%	0,0%	2,0%	23,2%	53,5%	21,2%	100,0%
Formations / cours / stages	Nombre	3	8	29	37	9	86
	%	3,5%	9,3%	33,7%	43,0%	10,5%	100,0%
Réalisation / édition / production	Nombre	1	10	18	40	12	81
	%	1,2%	12,3%	22,2%	49,4%	14,8%	100,0%
Services de location de matériel, de costumes,...	Nombre	1	11	32	23	5	72
	%	1,4%	15,3%	44,4%	31,9%	6,9%	100,0%
Gestion de droits d'auteur & droits voisins	Nombre	7	11	20	18	6	62
	%	11,3%	17,7%	32,3%	29,0%	9,7%	100,0%
Services informatiques	Nombre	2	3	19	18	8	50
	%	4,0%	6,0%	38,0%	36,0%	16,0%	100,0%
Banques de données de prestataires de services, annuaires	Nombre	3	12	15	11	2	43
	%	7,0%	27,9%	34,9%	25,6%	4,7%	100,0%
Services immobiliers (locaux, salles de réunion,...)	Nombre	2	14	18	6	2	42
	%	4,8%	33,3%	42,9%	14,3%	4,8%	100,0%
Recherche de financement/ fundraising	Nombre	11	15	6	2	1	35
	%	31,4%	42,9%	17,1%	5,7%	2,9%	100,0%
Sélection et mise à disposition de personnel	Nombre	1	8	5	8	2	24
	%	4,2%	33,3%	20,8%	33,3%	8,3%	100,0%
Autres	Nombre	3	0	4	3	2	12
	%	25,0%	0,0%	33,3%	25,0%	16,7%	100,0%
TOTAL	Nombre	39	107	240	326	122	834
	%	4,7%	12,8%	28,8%	39,1%	14,6%	100,0%

Source : Bureau d'étude - SMartBe

Ce tableau regroupe la perception qu'ont structures de **services** et **créateurs** de la qualité des services qu'ils utilisent en Région wallonne. Les interviews nous ont permis de mieux comprendre les appréciations de nos interlocuteurs. La question de l'appréciation des services par les secteurs artistiques a deux objectifs : le premier vise à identifier les services appréciés dans la région afin d'assurer leur continuité ; le deuxième objectif vise quant à lui à déceler les services perçus comme étant de moindre qualité, ce qui permettrait d'identifier ce qui devrait être amélioré. Voyons plus en détails quelle est la situation.

D.1. Quels sont les services appréciés en Région wallonne et pourquoi ?

Globalement la situation est plutôt positive. La plupart des services étant considérés comme « bons » par la majorité des répondants. Avec évidemment quelques nuances.

Ainsi, parmi les plus appréciés se trouvent les « services artistiques », les « services de gestion » et la « technique son/image/régie », tous trois étant plus particulièrement utilisés (respectivement 117, 111 et 99 réponses sur 362). Ces trois services sont considérés comme *bons* ou *excellents* par 75% des répondants. Ils sont en outre très utilisés. C'est assurément une solide aide pour le secteur artistique que de pouvoir disposer de tels services efficaces dans sa propre région. Les entretiens nous permettent d'en savoir plus.

Les **services artistiques** sont largement recherchés en RW.

Les **services** recherchent principalement des artistes dont les prestations sont en adéquation avec leur besoins. Il s'agit des apports venant de graphistes, de scénographes, de dessinateurs, écrivains... Ils vont chercher les artistes qu'ils trouvent bons, qui ont « de beaux projets », ou des « chouettes techniques artistiques » et qui sont efficaces. Ils les recherchent parfois aussi pour organiser des stages ou des manifestations culturelles.

Les **créateurs** ont besoin de services artistiques, soit pour augmenter la qualité artistique de leurs produits, soit pour des prestations qu'ils ne sont pas à même de pourvoir eux-mêmes mais dont ils ont besoin pour finaliser leur produit. Les **créateurs** ont tout intérêt à faire appel à d'autres artistes professionnels pour augmenter la qualité de leur activité, ainsi que pour avoir un retour sur leur travail. Soit (et souvent) ils font appel à des personnes qu'ils connaissent (par affinités ou par (re)connaissance de leurs compétences), soit ils font une recherche sur Internet.

Lors des entretiens, ce sont surtout les **créateurs** qui mentionnent la qualité des services **de gestion**. Les associations mentionnées sont SMartBe, Merveille et la Boutique de gestion. Ces services sont appréciés pour leur bon suivi, leur écoute, le fait qu'ils « déchargent » l'artiste des tâches administratives.

Les prestataires de services sont généralement estimés pour leur efficacité et leur rigueur, ou bien, si le service est jugé « un peu brouillon », leur écoute, leur disponibilité et le « côté familial » seront appréciés. En général, les services existent dans la région (de la structure), mais parfois les interlocuteurs vont jusqu'à Bruxelles pour les obtenir.

En matière de gestion, plusieurs **créateurs** mentionnent des services de **comptabilité**. Les qualités attendues de ces services sont essentiellement la compétence et la bonne connaissance du fonctionnement du secteur artistique (ou des sous-secteurs comme le cinéma) ou des asbl en général⁷¹. Les **créateurs** apprécient les comptables accessibles, qui ont aussi une formation de fiscaliste et qui les conseillent juridiquement. Si c'est « un ami » ou « quelqu'un qui amène une ambiance familiale », le créateur peut se passer de prestataire spécialisé. Certains critiquent tout de même la lenteur de leur comptable à répondre à leurs questions. Plusieurs interlocuteurs voudraient avoir accès à un « meilleur mode d'emploi de la comptabilité », car même ceux qui la sous-traitent doivent souvent préparer une partie des tâches pour leur comptable.

Les **services** qui font appel à des ingénieurs ou techniciens **son/image/régie**, recourent soit à ceux qu'ils connaissent (à qui ils font confiance), soit à ceux mis à disposition par les salles qu'ils louent. Il semblerait que si les techniciens sont compétents, ils n'ont pas forcément la polyvalence souvent requise par les services.

Les **créateurs** interviewés qui utilisent ces mêmes services trouvent qu'en général les techniciens sont de bonne qualité. « Le problème des travailleurs compétents, c'est qu'ils sont rarement disponibles ». Ils sont recherchés un peu partout (Région wallonne, Bruxelles et parfois même en Flandre).

⁷¹ Cette préoccupation s'explique par le grand nombre d'asbl dans le secteur artistique (voir chapitre I de la présente étude).

Lors des entretiens, une différence importante se dessine entre les **services** et les **créateurs** en ce qui concerne la **diffusion** et les **formations/cours/stages**. Nous l'avons vu dans le chapitre 9, les interlocuteurs ont souvent tendance à confondre les services de diffusion et de communication, il faut donc entendre ici la diffusion comme un service de diffusion et de communication. Les **services** interviewés qui externalisent la diffusion cherchent des distributeurs de produits (comme les librairies). Ils ne se limitent pas uniquement à la Région wallonne, ils s'étendent à toute la Belgique, mais aussi à l'étranger : la France, la Suisse, l'Allemagne, l'Italie ou même le Canada.

Par contre les **créateurs** interviewés ne parlent guère des services de diffusion de manière positive. Serait-ce parce qu'ils les utilisent moins ? Au vu des problèmes des créateurs (voir chapitre 9) ce serait probablement dû au fait que la plupart des interlocuteurs ne peuvent payer que difficilement les services de communication et ont donc tendance à s'en occuper eux-mêmes. Ou alors serait-ce aussi le manque d'accès aux lieux de diffusion qui pose problème ?

À l'inverse, les **formations/cours/stages** proposés en Région wallonne sont souvent et positivement relevés par les **créateurs**. Les interlocuteurs mentionnent Epsnam⁷² (Namur), des cours en promotion sociale organisés par le FOREM/CEPEGRA, Technofutur ou encore les cours organisés par le Ministère de la Communauté française. Les participants apprécient le contenu de qualité, le contact avec les spécialistes, le fait que certains cours ne requièrent pas trop d'investissement ou débouchent sur des compétences directement applicables (ex. : création de sites web). De plus, le rapport qualité prix est fort apprécié. Deux interlocuteurs de **services** mettent en avant leurs réticences : l'un trouve que le niveau des participants est trop disparate, l'autre que le niveau des professeurs n'est pas assez élevé (il aurait appris davantage des autres étudiants que des professeurs). Un autre déplore le fait que les chèques formation ne soient pas accessibles aux asbl⁷³.

L'un de ces derniers explique avoir apprécié la formation qu'il a suivie à Technocité, mais il se questionne : « Une semaine est-ce assez ? C'est bon pour une mise à niveau mais pour remplacer une formation de haut niveau, je ne suis pas sûr ». L'un des interviewés n'ayant pas suivi de formation ou d'études affirme « ne pas croire aux études artistiques ».

D.2. Quels sont les services qui sont moins appréciés en Région wallonne et pourquoi ?

Certains services existants ne semblent pas être autant plébiscités. Sont ainsi considérés *très mauvais* ou *pas bons* les « services immobiliers » pour 38.1% des répondants (cet aspect sera abordé plus loin), ainsi que la « sélection et mise à disposition du personnel », qui réalise 37.5% d'opinions défavorables. Mais le principal problème réside dans la « recherche de financements », qui réussit la gageure de comptabiliser presque les trois-quarts des répondants qui estiment que ces services ne sont *pas bons* (42.9%) ou *très mauvais* (31.4%). Voyons ceci de plus près, grâce à l'apport des entretiens.

Ce sont particulièrement les **créateurs** qui sont très critiques par rapport aux **annuaires ou bases de données qui répertorient les artistes et services artistiques**. Ces interlocuteurs sont actifs dans les secteurs les plus divers, et mentionnent des bases de données ou des guides qui existent déjà, mais en dénoncent soit le manque de catégories (certains métiers seraient laissés pour compte) soit une mauvaise mise à jour. L'un met l'accent sur l'intérêt d'élaborer des « critères logiques » pour trouver les services les plus appropriés (comme par exemple un lieu pour un spectacle « Hors les murs »). Un autre voudrait une meilleure adéquation entre nomenclature (ou catégorisation) et besoins du secteur au niveau de la recherche de personnel. En outre, ils sont demandeurs d'une seule base de données qui reprendrait le maximum de services existants en Communauté française (pour le moment cela n'existe que pour certains secteurs d'activité ou disciplines).

Un interlocuteur – **service** – pointe du doigt des lacunes au sein des fédérations professionnelles. « Elles sont nombreuses et devraient servir à donner des conseils, à apporter une expertise sur les finances et les problèmes administratifs. Mais trop corporatistes, elles se spécialisent à tel point que pour chaque question il faudrait en référer à une fédération différente ». Cet interlocuteur souhaiterait rendre ce type de structure plus « ouvert », de façon à offrir un plus grand éventail d'informations.

Selon les informations recueillies lors des entretiens, la **recherche de financements** poserait plusieurs problèmes et particulièrement aux **créateurs** interviewés. C'est la confirmation d'un problème déjà mentionné plus en avant dans le

⁷² Enseignement de la Province de Namur

⁷³ Il semble que les personnes morales sans but lucratif ainsi que les personnes morales de droit public soient exclues du dispositif. Plus d'informations sur : <http://www.leforem.be/entreprises/aides/formation/cheque-formation.html>

chapitre concernant les problèmes de « carences de formation du personnel » (chapitre 10) « les problèmes majeurs des structures » (chapitre 9).

Les uns voudraient qu'un service de centralisation des subsides/subventions voie le jour, de même qu'un service d'aide à l'élaboration des dossiers. Pour rappel, nous avons vu que les structures ne pallient pas du tout le problème de la « recherche de fonds », (22.4% des structures en moyenne) principalement parce qu'il n'existe pas de formation.

D'autres interlocuteurs encore dénoncent le temps d'attente (trop long) des réponses aux dossiers envoyés (« parfois plus d'un an, ce qui n'est pas viable comme délai »), et parfois même l'absence de réponse.

Ces interlocuteurs prônent plus de rapidité, d'efficacité, et de manière concrète, un service téléphonique ou informatisé permettant de suivre l'évolution d'un dossier.

En conclusion, le secteur juge la recherche de fonds peu efficace, que ce soit en raison du manque de formation ou en raison du peu d'accompagnement dans les modalités d'attribution des subventions. Les annuaires ou bases de données qui existent seraient trop restreints, pas assez mis à jour et, généralement avec des critères de recherche peu adaptés.

Des informations plus claires sur tout ce qui peut aider les professionnels du secteur artistique sont plébiscitées. Selon le Ministère de la Communauté française⁷⁴, la création d'un guichet unique pour aider les artistes dans les dédales administratifs (accueil, info et conseil) n'a pu être mis en place à cause d'un « désaccord [...] entre Gouvernement fédéral, Communautés et Régions sur la question de savoir si une matière non couverte par la directive Bolkenstein⁷⁵ (en l'occurrence la culture) pourrait toutefois être visée dans le cadre de l'exécution de ladite directive (par le biais d'un objectif de centralisation de l'information) ». Il y a donc eu concertation sur le sujet entre les différentes entités, mais le dispositif n'existe pas encore. Affaire à suivre.

Enfin, un guichet unique qui guiderait les artistes au niveau européen serait également le bienvenu afin d'aider ces derniers à s'y retrouver au niveau des différentes législations sociales, mais aussi des différents subsides et projets européens.

E. Quelle est l'appréciation des infrastructures disponibles en Région wallonne ?

Cette question n'a été posée qu'aux **créateurs**, à cause du parti pris selon lequel ils seraient les principaux utilisateurs de locaux et infrastructures du secteur artistique.

TABLEAU 40 – QUE PENSEZ-VOUS DE L'ÉTAT DES INFRASTRUCTURES EN RÉGION WALLONNE ?

	Inexistants	Vétustes	À rafraîchir	En bon état	Je ne sais pas	Total
Salle de répétition	15	9	9	9	34	76
	19,7%	11,8%	11,8%	11,8%	44,7%	100,0%
Scène	3	3	18	16	18	58
	5,2%	5,2%	31,0%	27,6%	31,0%	100,0%
Studio son/image	8	2	6	18	33	67
	11,9%	3,0%	9,0%	26,9%	49,3%	100,0%
Atelier	17	6	8	3	42	76
	22,4%	7,9%	10,5%	3,9%	55,3%	100,0%
Autre salle spécifique	3	0	2	0	12	17
	17,6%	0,0%	11,8%	0,0%	70,6%	100,0%
Salle de réunion	4	0	2	6	18	30
	13,3%	0,0%	6,7%	20,0%	60,0%	100,0%
TOTAL	50	20	45	52	157	324
	15,4%	6,2%	13,9%	16,0%	48,5%	100,0%

Source : Bureau d'étude - SMartBe

⁷⁴ *L'État d'avancement de la politique culturelle pluriannuelle*, dans « issue des États Généraux de la Culture établi par Madame F. Laanan, Ministre de la Culture et de l'audiovisuel » Mars 2009, p20.

⁷⁵ La « directive Bolkenstein » est une directive européenne sur les services, que l'État Fédéral est en train de transposer pour la Belgique.

Nous avons demandé dans le questionnaire ce que les créateurs – usagers pensaient de l'état des équipements qu'ils utilisent en Région wallonne. Sans pour autant dresser un véritable état des lieux, les réponses récoltées nous informent sur la perception qu'ont les **créateurs** utilisateurs de ces locaux.

On constate directement un manque de salles de répétition et d'ateliers (19.7 et 22.4% d'équipements *inexistants*). En effet, comme nous avons pu le constater lors du point précédent, les services immobiliers sont parmi les moins appréciés par les professionnels du secteur en Région wallonne. Les artistes déçus par le marché immobilier ou par les structures disponibles - avec plus ou moins de fortune - sont principalement actifs dans les arts plastiques et de la scène, et particulièrement dans la musique. Les interlocuteurs formulent plusieurs reproches.

Les musiciens dénoncent le manque de salles et de locaux appropriés pour développer leurs activités. L'un renchérit en disant que « rares sont les salles de bonne taille et équipées comme il se doit, et quand elles existent, elles sont rarement disponibles ! » Un autre dénonce le manque de salles de concerts de taille moyenne. Plusieurs trouvent les salles de répétition très coûteuses. L'un voudrait contourner le problème en réalisant une coproduction avec un Centre culturel, qui, en contrepartie mettrait des locaux à disposition « mais c'est difficile à concrétiser » ; ceux-ci disposant rarement de salles de répétition disponibles pour des créateurs en résidence.

Les Centres culturels sont pointés du doigt par plusieurs musiciens. L'un dénonce le « manque de flexibilité du personnel, qui ne s'adapterait pas aux horaires décalés des artistes ». On peut néanmoins se poser la question de la pertinence de cette remarque vu que les Centres culturels ont eux-mêmes des horaires de programmation « décalés » (soirée, week-end). Ce qui dérange les créateurs dans cette problématique c'est le fait que les Centres culturels ont le « cruel avantage d'être « super équipés » par rapport à de nombreuses salles de répétitions » qui comme nous l'avons vu sont considérées comme étant inappropriées.

Les interlocuteurs actifs dans les arts de la scène dénoncent plutôt le manque de salles adaptées à leurs besoins. Des cirassiens eux se heurtent à une certaine méconnaissance des structures de production et de diffusion pour leur discipline, ce qui induit un manque criant d'espaces adaptés aux spectacles hors les murs.

De manière générale, les infrastructures affectées au secteur artistique ne seraient pas suffisantes, et quand elles existent, elles sont rarement adaptées à la création, particulièrement en ce qui concerne les salles de répétitions pour le secteur des arts de la scène ou les ateliers pour les plasticiens. C'est évidemment fort problématique : que peut donc faire un plasticien sans lieu pour créer et entreposer son matériel ? Il suffirait d'un entrepôt ou d'un garage aménagé, mais cela coûte parfois cher, particulièrement en milieu urbain. Quant aux salles de répétition, le problème est différent : il faut trouver un endroit (assez) insonorisé et de préférence équipé. Ce qui ne court manifestement pas les rues, une certaine débrouillardise doit alors compenser ce manque (on ne compte plus les garages « recyclés » en locaux de répétition...).

Quant aux scènes et aux studios sons/images, ils semblent être globalement en bon état (27.6% et 27.9%), voire « à rafraîchir » dans le cas des scènes (31%). Ce sont à la fois des lieux de diffusion et de production.

Comment expliquer la différence de disponibilité et de qualité entre les différents types d'infrastructures ? Cela peut probablement s'expliquer par la possibilité (ou l'impossibilité) de couvrir les coûts des lieux. En effet, les studios d'enregistrement louent leurs salles (et services) et donc les lieux peuvent être « rentabilisés » par les prestations. Ensuite, les scènes sont pour la plupart (mais pas uniquement) pourvues par les Centres culturels (qui ont aussi des missions de production). Ce type de structure peut compter sur deux types de rentrées pour payer les coûts liés aux scènes : les subsides (principalement) et les recettes.

Par contre, il manque, en Région wallonne de salles dévolues à la création pure et parfois à la production, ou adaptées à celles-ci, c'est-à-dire de salles de création/répétition arts de la scène et ateliers pour arts plastiques. Ce sont dès lors les créateurs qui doivent en assurer directement les coûts. Mais, ceux-ci (voir chapitre 9), avouent éprouver des difficultés financières et donc pouvoir difficilement payer la location de tels lieux. Dès lors, on comprend mieux que des propriétaires n'aient pas forcément envie d'investir dans des lieux adaptés à ces activités, qui trouveraient difficilement preneurs par la suite.

On remarque que la diffusion est manifestement plus aidée que la création. On peut se demander si cette dernière mérite d'être plus soutenue qu'elle ne l'est actuellement.

Néanmoins, le fait que peu de personnes aient répondu à cette question indique que les résultats doivent être pris avec prudence. La question devrait être approfondie pour voir si le problème des infrastructures touche uniquement les régions plus éloignées des pôles artistiques ou si même les pôles majeurs tels Liège et Bruxelles présentent un

manque d'infrastructures de création et de production appropriées, et en particulier pour les arts de la scène et les arts plastiques. En effet, il n'est pas envisageable ni forcément souhaitable de pourvoir toutes les communes de toutes les infrastructures nécessaires à la création. Par contre, il est impératif pour le développement du secteur artistique, que les villes qui concentrent une certaine proportion d'artistes intègrent dans leur plan d'aménagement du territoire des lieux affectés à la création et à la production artistique (ateliers et salles de répétitions), et cela de façon permanente. En effet, à l'heure actuelle la majorité des lieux affectés à la création artistique seraient inappropriés car il s'agit souvent de mises à disposition de locaux en attente de réaffectation, et il n'existe guère de politique publique visant à développer des espaces potentiels pour artistes.

En bref, beaucoup reste à faire du côté des infrastructures de création et de production artistique.

F. La proximité des services

F.1. La proximité des services est-elle importante ?

Pour aborder cette question nous avons d'abord demandé à nos interlocuteurs quels services étaient recherchés en dehors de leur province et ensuite où ils allaient les chercher et pourquoi. Ceci nous permet d'avoir une idée de la mobilité des personnes du secteur.

TABLEAU 41 – QUELS SONT LES SERVICES CHERCHÉS EN DEHORS DE VOTRE PROVINCE ?

Types de services	Services		Créateurs		TOTAL	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Services artistiques	27	27,30%	47	21,20%	74	23,1%
Réalisation/édition/production	6	6,10%	37	16,70%	43	13,4%
Technique son/image/régie	16	16,20%	31	14,00%	47	14,6%
Services de location de matériel, de costumes,...	12	12,10%	22	9,90%	34	10,6%
Formations/cours/stages	14	14,10%	17	7,70%	31	9,7%
Services de gestion (conseils juridiques, fiscalité, comptabilité, secrétariat,...)	6	6,10%	19	8,60%	25	7,8%
Gestion de droits d'auteur & voisins	4	4,00%	17	7,70%	21	6,5%
Recherche de financement (fundraising)	4	4,00%	12	5,40%	16	5,0%
Autres	2	2,00%	11	5,00%	13	4,0%
Services informatiques	5	5,10%	2	0,90%	7	2,2%
Banques de données de prestataires de services, annuaires	1	1,00%	3	1,40%	4	1,2%
Sélection et mise à disposition de personnel	1	1,00%	3	1,40%	4	1,2%
Services immobiliers (salles de travail, de réunion,...)	1	1,00%	1	0,50%	2	0,6%
Total	99	100%	222	100,00%	321	100,0%

Source : Bureau d'étude - SMartBe

Notons tout d'abord qu'en chiffres absolus, nombreuses sont les structures qui vont chercher des services en dehors de leur province. Il s'agit principalement des services suivants : formations, services artistiques, technique son/image/régie et réalisation /édition/production. Ce sont d'ailleurs les services les plus demandés (voire les plus appréciés), et parmi les plus utilisés également en Wallonie.

Les types de services les plus recherchés en dehors de la Région wallonne (et ce, tant par les *créateurs* que par les *services*) sont les **services artistiques**. Les raisons sont multiples : soit parce qu'ils ne trouvent pas de services spécifiques chez eux,

soit parce qu'ils ont des activités au niveau international et que cela permet de « décrocher des subsides ou d'avoir tel acteur, tel monteur, ... ». En ce qui concerne les services de **réalisation/édition/production**, les **services** qui externalisent ceux-ci, en dehors de la Région wallonne, vont les chercher partout : tant à Bruxelles, qu'en Flandre, ou dans d'autres pays (France, Allemagne et Japon). Ils recherchent des sociétés qui s'occupent de pressage de Cds, de mastering, de graphisme, d'édition et distribution, et des agences de booking. Un responsable de l'une d'entre elles précise que quand il exporte des groupes, il contacte en général directement les salles sans passer par des intermédiaires, ceci conférant un gain d'efficacité et une substantielle économie.

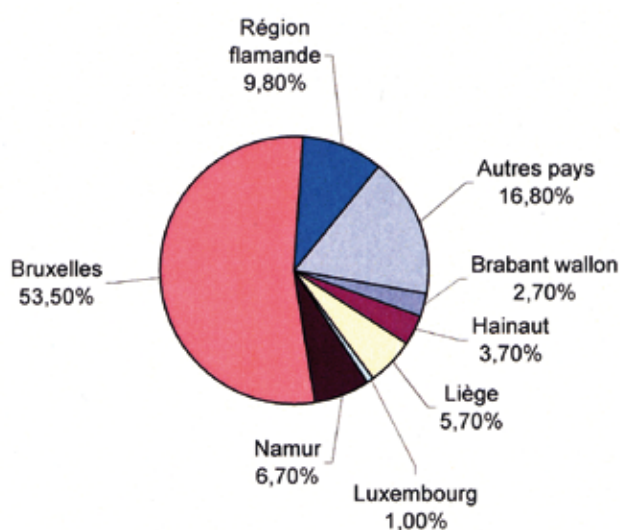
Certains **services de technique son/image/régie** sont directement pourvus par les lieux de diffusion utilisés et c'est pour cela qu'ils se trouvent aussi dans la catégorie des services utilisés en dehors de la province des interlocuteurs. En ce qui concerne les **formations**, il est surtout question d'aller chercher celles qui sont nécessaires, peu importe où elles se trouvent. D'autant plus que les formations plus spécifiques ne sont pas disponibles partout.

TABLEAU 42 – LORSQUE LES SERVICES NE SONT PAS UTILISÉS DANS LA PROVINCE DE RÉSIDENCE DES STRUCTURES DEMANDEUSES, OÙ SONT-ILS TROUVÉS ?

Où	Services		Créateurs		TOTAL	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Région Wallonne	28	29,8%	31	15,2%	59	19,8%
Brabant wallon	4	4,3%	4	2,0%	8	2,7%
Hainaut	3	3,2%	8	3,9%	11	3,7%
Liège	7	7,4%	10	4,9%	17	5,7%
Luxembourg	3	3,2%	0	0,0%	3	1,0%
Namur	11	11,7%	9	4,4%	20	6,7%
Bruxelles	48	51,1%	111	54,7%	159	53,5%
Région flamande	9	9,6%	20	9,9%	29	9,8%
Autres pays	9	9,6%	41	20,2%	50	16,8%
TOTAL	94	100,0%	203	100,0%	297	100,0%

Source : Bureau d'étude - SMartBe

GRAPHIQUE 13 : LOCALISATION DES SERVICES RECHERCHÉS EN DEHORS DE LA PROVINCE DE L'UTILISATEUR



Source : Bureau d'étude - SMartBe

Plus de la moitié des services qui ne sont pas utilisés ou qui n'existent pas en Région wallonne sont trouvés dans la Région de Bruxelles-Capitale (53.5% en moyenne). Ce centre d'attractivité dépend de plusieurs facteurs. La Région de Bruxelles-Capitale est un centre culturel important : plus grande ville du pays, capitale recevant des investissements culturels des deux Communautés ainsi que du fédéral, lieu d'implantation de nombreux services, organismes et institutions du champs culturel et lieu de résidence de nombre d'artistes. Il est donc logique que cette ville-région centralise un nombre important de services. De plus, les liens entre Bruxelles et la Région wallonne sont extrêmement forts, que ce soit économiquement ou linguistiquement.

Les personnes ayant répondu n'ont qu'une tendance limitée à aller chercher un service dans une province wallonne autre que la leur (19.8%) mais ils cherchent, généralement du moins, les services en francophonie (Belgique francophone et France). Quant aux services pourvus en Flandre, ils sont utilisés à moins de 10%, soit moins que l'ensemble des services recherchés dans d'autres pays (16.8%). En général quand un interlocuteur mentionne « autre(s) pays » il en énumère plusieurs, ce qui implique que les structures qui sont mobiles le sont beaucoup plus que celles qui ne sortent pas de leur région. Certains trouvent tout dans leur province, d'autres n'ont pas répondu à la question. À noter aussi qu'Internet est considéré comme une entité géographique par certains (trois interlocuteurs).

F.2. Pourquoi les structures sous-traitent-elles des services en dehors de la Région wallonne ?

La première raison qui pousse les structures interrogées à chercher des services en dehors de la Région wallonne tient au fait que les services dont elles ont besoin **n'existent pas en Wallonie** ou qu'elles n'en connaissent pas. Ceci est particulièrement vrai pour la recherche de produits fort spécifiques, qui ne sont pourvus que par une poignée de structures et qui ne sont donc pas forcément localisés en Wallonie.

La deuxième raison qui pousse les interlocuteurs à chercher des services en dehors de la Région wallonne est la poursuite de l'objectif de **qualité**. Certains cherchent des services là où ils trouvent la meilleure qualité (le haut de gamme), d'autres « fuient » la mauvaise qualité de certains services qu'ils trouvent dans leur province. Certains nuancent tout de même ce propos en laissant entendre qu'ils n'ont pas vraiment cherché des solutions en Région wallonne. Ils ne sont que deux à mettre en avant un prix plus intéressant en dehors de la Wallonie.

D'autres mettent en avant la difficulté de circonscrire la recherche de services à la Région wallonne alors que la Belgique est déjà un petit territoire. D'ailleurs, pour trouver des concerts à l'étranger, il est plus efficace de travailler directement avec les structures et services pourvus sur place (par exemple des techniciens). Un interlocuteur ajoute qu'il lui semble que la Région est faiblement pourvue en services.

Entre les lignes, nous pouvons discerner un autre critère de sélection des services : les **réseaux**. Le fait de connaître quelqu'un qui pourvoit un service recherché est un autre incitant pour sortir de sa région et est lié à la confiance que l'on peut avoir dans la personne et donc dans le travail qu'il/elle fournit. De plus, la relation préexistante va permettre à la structure de formuler des demandes spécifiques avec une plus grande chance de concrétisation. Un autre met en avant l'importance des réseaux professionnels et des dynamiques des lieux de concentration des services artistiques, expliquant qu'il se déplace là où se trouvent les services dont il a besoin. En général, ceux-ci sont concentrés dans un lieu ou une ville, ce qui favorise les rencontres et permet de faire avancer les activités.

Une personne travaillant dans le secteur de la bande dessinée explique qu'auparavant elle pouvait trouver en Belgique des structures qui avaient la même ligne éditoriale que la sienne, mais qu'à présent celles-ci ont été rachetées, ce qui implique qu'il faille aller à présent à l'étranger. Un interlocuteur explique littéralement qu'il aurait ses « entrées dans les pouvoirs locaux ailleurs » et que c'est pour cela qu'il préfère se déplacer.

En conclusion, ce qui prime dans la recherche de services n'est pas, d'abord, la proximité (même si ce facteur est apprécié), mais bien la quête de la meilleure qualité possible. La réputation joue aussi, mais dans ce cas il ne s'agit pas, à proprement parler, de « recherche » mais plutôt de choix basés sur le renom.

On pourrait s'étonner que les services qui se trouvaient parmi les plus appréciés en Région wallonne soient aussi ceux recherchés en dehors de la Wallonie, mais ce n'est pas antinomique. En effet, comme il s'agit de services forts utilisés, ils peuvent être recherchés tant en Région wallonne qu'à Bruxelles ou ailleurs.

Notons d'ailleurs que la Belgique est un petit pays et la province une entité extrêmement confinée dans l'espace. De plus, en ce qui concerne la localisation des services, la frontière entre Région wallonne et Bruxelles est un découpage

administratif qui n'est même pas envisagé par un certain nombre de structures interrogées. Ceci est d'autant plus vrai que le secteur artistique fonctionne principalement avec des pôles artistiques (c'est-à-dire les grands centres urbains qui présentent une concentration importante de **créateurs** et **services** artistiques)⁷⁶. Si Liège est un pôle culturel important en Région wallonne, Bruxelles reste le plus important en Belgique francophone. Le développement artistique de la Wallonie ne peut donc se faire de manière raisonnée sans prendre Bruxelles en considération.

G. Que retenir ?

En conclusion, les structures interviewées sont généralement conscientes (ou le deviennent avec l'expérience) qu'elles ne sont pas en mesure de gérer l'entièreté de leurs activités en interne et que, pour la plupart d'entre elles, elles doivent donc recourir à des services externes. Cela leur permet de se concentrer sur leurs activités principales, même si cela a évidemment un coût, principal frein à la mise en œuvre de ce dispositif.

Quels sont les services qu'utilisent ou que voudraient pouvoir utiliser les structures du secteur artistique ? En règle générale on peut noter deux catégories de services : ceux qui touchent à la création/production *stricto sensu* et ceux qui servent au fonctionnement des structures même. Certains services peuvent, selon le cas, être tantôt utiles pour la création/production tantôt pour le fonctionnement des structures. Tous sont essentiels au développement du secteur.

En ce qui concerne les services liés à la création/production présents en Région wallonne, les services artistiques d'une part et techniques de son/image d'autre part, sont globalement appréciés. Lorsque ces services sont recherchés ailleurs, c'est généralement suite à la recherche de compétences et savoir-faire spécifiques (particulièrement vrai en ce qui concerne les services artistiques), ou en raison de la mise à disposition de personnel par les lieux de diffusion en ce qui concerne les techniciens son/image. Pour ce qui est des services de diffusion et de communication, ils ne sont pas appréciés de la même manière selon que les interlocuteurs sont des **créateurs** ou des **services**. Ces derniers les apprécient tandis que les premiers ont des difficultés à payer des services de communication et ont peu accès aux lieux de diffusion. Ils apprécieraient d'autant plus d'audace en terme de programmation chez les diffuseurs. L'audace signifie pour eux plus d'ouverture à la programmation (et à la capacité financière) des spectacles multi- et plurisectoriels et une plus grande place accordée aux jeunes créateurs.

Pour ce qui est des services nécessaires au fonctionnement des structures, les services de gestion (de personnel ou de comptabilité) se trouvent aisément en Région wallonne et sont particulièrement appréciés. Ils restent néanmoins chers selon les interviewés.

Enfin, les services qui peuvent concerner tantôt la création/production, tantôt le fonctionnement des structures sont différemment évalués. Les formations sont plutôt appréciées des **créateurs** mais beaucoup moins des **services**. Tout dépendrait en fait du contenu des cours et de la qualité et des capacités des enseignants. En ce qui concerne les services de sélection et de mise à disposition du personnel, il s'agirait avant tout de bases de données accessibles sur Internet. Elles sont assez critiquées car elles seraient trop cloisonnées par discipline artistique, tous les métiers n'y figureraient pas, ne seraient pas assez régulièrement mis à jour, et enfin les critères de recherche et les nomenclatures ne seraient pas en adéquation avec le mode de recherche des professionnels du secteur. Pour résoudre la situation, plusieurs interlocuteurs sont en demande d'une base de données unique qui regrouperait tous les services existant en Communauté française. Il serait opportun de régler ces problèmes au plus vite afin de créer cet outil utile pour le bon développement du secteur artistique.

Un autre service que les personnes interrogées voudraient voir se développer est un portail d'information et d'aide à la recherche de fonds. Ils voudraient que toutes les aides et subsides existants (aides au projet, à l'emploi, ...) soient centralisés dans une base de données. Ils apprécieraient encore davantage un guichet d'info avec service d'aide à l'élaboration des demandes de subsides. Le privé pourrait prendre en charge l'aide à l'élaboration de demande de subsides, mais la centralisation des informations des services existants doit être du moins financée par le service public.

D'autres services utiles aussi bien à la création/production qu'au fonctionnement des structures sont les infrastructures. De manière générale, celles dévolues au secteur artistique ne seraient pas suffisantes, et quand elles existent, elles seraient

⁷⁶ Voir chapitre 2.

rarement adaptées à la création, particulièrement en ce qui concerne les salles de répétition pour le secteur des arts de la scène ou les ateliers pour les plasticiens. C'est évidemment fort problématique car ces lieux sont cruciaux pour le fondement du secteur artistique : la création. Les infrastructures existantes seraient, en règle générale, trop chères (particulièrement en milieu urbain). Si l'on considère les problèmes financiers des structures, on peut difficilement faire abstraction de l'importance du problème du coût de la création en tant que tel et encore moins de sa logistique. Le développement d'infrastructures serait particulièrement adapté et devrait voir le jour en milieu urbain pour qu'elles puissent aussi favoriser la rencontre de professionnels, et ainsi l'effervescence créative et, par la même, le développement du secteur artistique. Le développement des infrastructures urbaines devrait donc s'inscrire de manière durable dans les plans de développement urbain.

Ce qu'il faut garder à l'esprit lors du développement de services pour le secteur artistique, c'est que la proximité géographique des services, bien qu'appréciée, n'est pas le critère le plus important. La quête de la meilleure qualité possible prime bien souvent. La réputation joue un grand rôle et remplace parfois la recherche active de nouveaux services. En effet, le bouche-à-oreille et Internet sont les principaux vecteurs de communication utilisés par les professionnels du secteur. Lorsque les autorités pourvoient des services pour le secteur artistique, il est important de miser sur une bonne communication en passant par les vecteurs de communication tels que les associations professionnelles et les sites utilisés par les professionnels. D'ailleurs, la mise en place d'une base de données unique qui regrouperait tous les services existants et utiles au secteur artistique (voir plus haut) serait fort appréciée par le secteur.

PARTIE III : LES RECOMMANDATIONS

Les chapitres suivants permettent d'étayer deux types de recommandations.

Premièrement, nous avancerons les revendications du terrain en mettant en avant les propositions évoquées par les structures lors du questionnaire et des entretiens (chapitre 12). Ces recommandations n'ont pas ou peu été remises en perspective et reflètent les demandes brutes des professionnels du secteur artistique ayant répondu au questionnaire. Ensuite, nous mettrons en exergue les recommandations qui nous semblent essentielles compte tenu des données récoltées lors de cette étude ainsi que de l'expérience de SMartBE (chapitre 13).

Chapitre 12

Les recommandations des acteurs de terrain

L'occasion était donnée lors du questionnaire – et des entretiens – de disposer d'une carte blanche afin que les structures puissent formuler leurs recommandations. Nul besoin de dire que cette question a été bien exploitée par nos interlocuteurs.

Les suggestions des **services** comme des créateurs peuvent se grouper autour de quelques grands points : les subsides, des aides à la recherche de financement, l'emploi, les adaptations institutionnelles, les aides à la diffusion, les recommandations en termes de formation et de services de gestion, les pistes pour les locaux.

Dans ce chapitre, nous avons tenté de rassembler les propositions récurrentes ou les plus intéressantes. Notons que les suggestions présentées sont celles qui ont été mises en avant par les personnes ayant répondu au questionnaire et aux entretiens. Nous ne nous sommes pas efforcés ici de vérifier ce qui est avancé par nos interlocuteurs, ni de les recadrer. Notons encore que certaines revendications démontrent une certaine méconnaissance des services existants.

Souvent les commentaires des créateurs montrent les limites, voire les impasses des systèmes d'aide à la création tels qu'ils existent actuellement. L'intérêt de leurs propositions réside dans le fait qu'elles esquissent des pistes souvent inexploitées actuellement.

Notons encore que nos interlocuteurs s'attachent à mettre en avant des dispositifs qui élargissent les modalités actuelles de financement de la culture.

Échappant à une logique de dépendance à l'égard des pouvoirs publics, ils insistent sur leurs propres responsabilités. Dans le même esprit, ils soulignent la nécessité d'envisager des dispositifs plus interactifs qu'actuellement.

Il est intéressant de souligner que nombre de propositions portent sur la mise en place de services quasi inexistantes ou sur l'adaptation de services existants.

Enfin, les créateurs insistent sur les décloisonnements à opérer : entre disciplines artistiques, entre artistes émergents et artistes confirmés, entre niveaux de pouvoir, entre territoires, entre marché intérieur et marché extérieur, etc.

A. Quelles recommandations en matière de subsides?

Sans surprise, ils sont plusieurs à demander **plus de moyens** mis à disposition de la culture. Un interlocuteur pense qu'en développant des incitants au mécénat il est possible de « gonfler l'enveloppe générale des subsides ».

De manière générale, ils sont plusieurs à relever leur impression de « copinage » au sein du Ministère de la Communauté française, qui, associée à une appréciation assez sévère de « manque de professionnalisme » dans le traitement des dossiers, fait que pour certains, la Communauté française « manque d'envergure et d'équité dans l'attribution de subsides ». L'un voudrait que la Communauté française « sorte du circuit établi et de celui des relations personnelles au niveau des arts plastiques et particulièrement de l'art contemporain ».

Plusieurs interlocuteurs proposent de **nouveaux types d'aide**. L'un propose l'organisation d'un système d'avance sur recettes, qui donne des facilités bancaires ou des garanties pour le financement de la production artistique. Un autre voudrait que soit organisé un système de financement pour aider « les tout petits projets qui ne se vendent pas cher et qui peuvent être livrés directement au consommateur ». Un autre propose un système de prêt d'équipements de qualité à mettre à disposition des professionnels du secteur.

Étant donné que notre échantillon présente un très grand nombre de novices, il n'est pas étonnant qu'ils soient très nombreux à vouloir plus **d'aides pour ceux qui débutent**.

Plusieurs formules sont mises en avant. Tout d'abord la création d'un service pour « les jeunes qui veulent se lancer comme indépendants dans le secteur artistique » ou qui veulent simplement « lancer leur activité ». Un interlocuteur explique comment il perçoit l'aide aux jeunes artistes : « des aides à la création pour artistes émergents (louer et déplacer le matériel) devraient être développées sans concours ou prise en considération de la qualité et sans spéculation sur les probabilités de diffusion », sans exigences « de garanties économiques ».

Un autre trouve que les aides à la création de sites Internet par la Région wallonne sont à revoir. « Le prix total qu'il faut dépenser pour y avoir droit est trop élevé par rapport aux besoins du plus grand nombre. Pour recevoir 2.500 €, il faut en dépenser 5.000 € au minimum ».

Un autre interlocuteur qui travaille dans les arts plastiques explique qu'il voudrait voir se développer au niveau de la Région wallonne un : « Service d'Aide aux jeunes créateurs (comme celui de la *Galerie Jeunes Créateurs* à Bruxelles, subventionné par la Communauté française) pour les aider à développer des possibilités d'exposer. C'est permettre aux jeunes de montrer ce qu'ils font et ce de manière correcte. Pour l'instant, il n'existe que des initiatives très locales, avec des critères très spécifiques (avoir entre 25 et 30 ans, né dans une province bien précise, etc.) ». Un autre plasticien propose plutôt de prendre exemple sur les Fonds Régionaux d'Art Contemporain (France). « Ce système met à disposition des infrastructures administratives dans chaque région, avec des curateurs qui étudient les dossiers et valident les aides à la création. Cela permet l'accès à des réseaux professionnels et donc à plus de visibilité ». Un autre interlocuteur prend un pays voisin en exemple : « En France, il y a plus de petites galeries privées qu'ici, cela permet de développer des pièces uniques mais à un prix abordable ». La vente des œuvres d'artistes débutants semble en préoccuper plus d'un.

Plusieurs interlocuteurs sont demandeurs **d'aides à la création**. L'un s'explique : « le problème majeur c'est que la plupart des spectacles achetés sont finis, il n'y a pas assez de financement pour la création de spectacles ». Les propositions de financement de la création sont les suivantes : « des bourses de pré-activité » et/ou « des financements récurrents pour amoindrir les frais de production, comme ce qui se fait en France ». L'un propose de financer ces « fonds de création » en prélevant une partie des bénéfices auprès des distributeurs artistiques. Certains réclament des aides pour la réalisation de démos (arts numériques et musique). Un autre aimerait que plus de résidences d'artistes voient le jour.

Plusieurs interlocuteurs proposent des **changements dans la logique de subsidiation par les pouvoirs publics**. Plusieurs suggestions sont **d'ordre économique**. L'un propose de s'inspirer des microcrédits : « donner des subsides, mais en exigeant un minimum de retour [financier]. Demander un retour force les gens à une autre logique de fonctionnement. Si on est trop libre, on ne sait plus par où commencer. Un recadrage permet à l'artiste de remettre ses idées en ordre ». Un autre propose : « qu'un pour cent des bénéfices des entreprises soit prélevé et alloué à la culture ». Un interlocuteur propose une démarche intéressante : « des aides à la coproduction pour le montage financier : avec fonds de garantie, mécanisme de financement en Belgique ». Un autre suggère : « Un service qui pré-financerait l'achat de matériel à taux léger » ou « des services [de prêts] bancaires adaptés aux revenus aléatoires des artistes ».

Du point de vue de la fiscalité, certains interlocuteurs demandent « une réduction de la taxation dans le domaine culturel, et selon les spécificités. Ainsi l'un voudrait « une TVA de 6% sur les décors de théâtre ». D'autres voudraient voir « baisser les cotisations sociales », « et pourquoi pas en fonction du statut d'artiste ».

Un interlocuteur propose que l'importance financière des aides octroyées par la Communauté française soit dégressive, c'est-à-dire que sur trois projets par exemple, le montant du premier subside soit supérieur au deuxième et au troisième. D'autres demandent « une reconnaissance à long terme plutôt qu'annuelle » ou encore « une aide financière destinée au fonctionnement général d'une activité plutôt qu'une aide différente pour la diffusion, la création, la production... ».

Certains accusent les cloisonnements ou conditions trop strictes qui mèneraient à des aberrations. Par exemple, un interlocuteur qui organise un spectacle de musique ancienne se voit obligé (pour être subsidié) d'engager des artistes de la Communauté française, et donc, pour garder la qualité des artistes, il a dû élargir son concept premier à d'autres instruments. Ceci est d'autant plus nécessaire que « le calcul du montant reçu comme subside se fait, entre autres paramètres, en fonction du nombre de cachets des artistes de la Communauté française. Quant aux Tournées Art et Vie, comme ces artistes sont rarement de la Communauté française alors je n'en profite pas ». D'autres critiquent le découpage territorial associé à une pratique artistique.

D'autres encore proposent plutôt de changer les types de subventions existant. L'un trouve qu'en l'état actuel des choses « elles sont orientées vers l'activité des opérateurs, ce qui implique que tout l'argent va au personnel, et que donc les possibilités de mise en place d'activités nouvelles sont réduites ». Ils sont plusieurs à demander que les autorités politiques (quelles qu'elles soient) « aident les programmeurs à prendre plus de risques (programmer des spectacles totaux ou hybrides et de nouveaux groupes) ce qui aurait un effet d'entraînement sur les tourneurs, la presse écrite, la

radio, ... jusqu'aux distributeurs (ce qui engendrerait aussi moins de formatage) ». Ils demandent de « favoriser les projets ambitieux, ceux qui rompent avec l'habituel » au lieu de financer « uniquement ce qui marche ».

Un service **d'aides à la recherche de « moyens financiers » pour les projets artistiques** avec « une personne ressource pour orienter la recherche » sont réclamés par plusieurs interlocuteurs. Ce service pourrait centraliser toutes les sources de financement et appels à projets artistiques existants. En quelque sorte, il permettrait de « faire une promotion/information des subsides ». Car peut-être « y a-t-il des services, mais ils devraient se faire connaître ». Quelqu'un précise : « Que la RW mette clairement en avant les services pourvus ». Certains parlent d'un simple site web, d'autres d'un service (indépendant du politique) qui pourrait en outre « aider les petites boîtes à monter des dossiers pour obtenir des subsides ».

D'autres préféreraient simplement un service de présélection des dossiers de demande de subsides, qui permettrait une réponse plus rapide aux dossiers envoyés aux pouvoirs publics. Ceci permettrait tout au moins aux porteurs de projets irrecevables ou « hors sujet » d'être prévenus rapidement, tandis que les autres devraient prendre leur mal en patience.

Les **bases de données et annuaires** regroupant les professionnels du secteur et des informations pratiques « telles les aides existantes » sont fort demandés, souvent sous forme de site Internet. Quelqu'un propose « un site de troc de compétences » ou même « une plate-forme d'échange de savoirs et d'expériences ».

B. Quelles propositions pour l'emploi dans le secteur artistique ?

Plusieurs interlocuteurs voudraient que « de nouveaux *emplois jeunes*, *APE*, ou autres pour le secteur culturel voient le jour ». Il s'agirait donc **d'aides à l'emploi pour artistes**, qui prennent en compte le paiement au cachet et non des emplois fixes. Ce soutien serait particulièrement apprécié des petites structures.

Nombreux sont les répondants qui demandent une clarification de leur statut par l'ONEm, et même vis-à-vis des intervenants de cet organisme. « Les menaces des facilitateurs sont encore beaucoup trop fréquentes ». L'un précise même « Il faudrait expliquer la situation des artistes à certains travailleurs de l'ONE met que l'on arrête de nous poursuivre comme des fraudeurs ». En effet, quelqu'un explique que « malgré le fait que je travaille souvent, que je ne demande pas d'argent du chômage, mon statut est demandeur d'emploi ».

Un autre demande plus de « souplesse au niveau de la loi » et de son application, ce qui permettrait de favoriser la formation. Par exemple, « il est quasi impossible d'avoir l'accord des directeurs de l'ONEm pour suivre un stage à titre bénévole ».

Certains demandent un « bureau pour l'emploi » qui centraliserait l'offre et la demande des emplois artistiques.

C. Quelles recommandations d'ordre institutionnel ?

Au niveau **institutionnel**, il existe un « problème de découpage géographique pour les subventions », « le cloisonnement au niveau territorial est parfois un frein ». Il faudrait donc « plus de liens entre la Communauté française et la Région wallonne », mais aussi vis-à-vis de Bruxelles. Quelqu'un propose d'ailleurs « une formation sur la connaissance des institutions » afin de mieux comprendre cette réalité.

Il faudrait aussi peut-être « un guichet unique entre la Région et la Communauté pour éviter le morcellement des compétences ».

L'identité « belge » devrait selon certains avis être également améliorée, car « les artistes participent à l'image d'un pays sur la scène internationale », et cela « éviterait la fuite des cerveaux ». Au niveau européen, on propose aussi des « échanges entre des réseaux européens », pourquoi pas coordonnés par « une AWEX de la culture ».

L'idée de mettre la **culture en débat** est assez présente, à travers « des forums de rencontres », « des débats artistiques », qui permettraient d'« entendre ce que la Région wallonne attend du secteur, et aux acteurs du milieu d'exprimer leurs desiderata ».

Ceci est assez lié à une demande de **contacts politiques** plus aisés, à travers « un service qui permettrait de rencontrer les cabinets ministériels ». Cela amènerait les milieux politique et artistique à se rencontrer. D'aucuns demandent la mise en place « d'un véritable ministère de la culture, proche des créateurs » et « jouant sur la proximité ».

Une meilleure **reconnaissance du travail** fourni figure également en bonne place parmi les recommandations. Les personnes interrogées souhaitent « être mieux comprises » et qu'elles-mêmes en tant que travailleurs du secteur ainsi que la culture en général bénéficient de plus de considération. L'un estime que « favoriser l'emploi dans l'artistique, c'est favoriser de nouvelles façons de voir le monde auprès de la nouvelle génération », ou que « la culture est un élément capital d'une société en bonne santé ». C'est en lien avec leur revendication de contrer « l'image du secteur culturel comme appartenant au non-marchand subventionné qui ne rapporte rien ».

Ils ont parfois peur de « la culture vitrine », où les stars sont mises en avant, alors que « la plupart des productions reposent sur des travailleurs acceptant d'être sous-payés ou de développer des activités bénévolement ». Il s'agirait alors « d'encourager les petits projets plutôt que les grands événements ».

Certains secteurs, comme les arts du cirque, demandent aussi plus de reconnaissance (et de moyens) pour « un secteur qui touche énormément de gens ».

V. Les demandes d'aide à la diffusion

En matière de recommandations liées à la diffusion, plusieurs pistes sont mises en avant par nos interlocuteurs. La première concerne les **aides à l'exportation** des œuvres. Comme nous l'avons vu lors des entretiens, cette demande est une réponse à la taille (trop restreinte) du marché artistique belge. Un interlocuteur mentionne la mise en place d'une « structure qui assure la diffusion en France avec une commission la plus basse possible (maximum 10%) ». Un musicien voit plutôt cette aide mise en place à partir « d'une plate-forme d'exportation d'œuvres ». Il précise que Wallonie Bruxelles Musiques fait déjà ce travail, « mais de manière plus développée pour Bruxelles que pour la Région Wallonne ». Certains voudraient voir se développer les moyens d'actions de l'AWEX ou du CGRI, notamment via la mise en réseau avec l'étranger (d'abord les régions limitrophes). Certains déplorent dans certains secteurs le manque de stands wallons lors des congrès internationaux à l'étranger.

Toujours en ce qui concerne les débouchés, l'accès aux médias est revendiqué. Certains demandent, comme cela existe déjà, davantage d'imposition de quotas de transmission de musique sur les ondes de radio ou de diffusion de films dans les salles de cinémas, en ce qui concerne le domaine de l'audiovisuel. L'un spécifie que cela existe en Flandre (pour la musique flamande) mais estime que ce n'est plus d'actualité en Belgique francophone. Ceci devrait permettre, selon nos interlocuteurs, l'accès d'un plus grand nombre de groupes belges à l'antenne.

Un cinéaste s'en prend à la « standardisation du format des documentaires, rendue (en pratique) obligatoire par les diffuseurs (tv et salles cinématographiques).»

D'autres prônent plus d'aides à la diffusion pour les « plus petites structures » ou tout simplement plus de « moyens dans la production et la diffusion ». Ou encore, « une aide à la diffusion en Belgique avec un fonctionnement proche du WBI mais qui fasse tourner les artistes dans le pays. Cela permettrait de faire connaître les artistes du terroir hors des productions commerciales formatées pour les gros médias ».

Les **créateurs** sont demandeurs d'agents artistiques qui aident à la diffusion des œuvres en aidant à la réalisation de books artistiques, à la prospection, à la diffusion, et à l'élaboration de contrats. Jusqu'à présent les interlocuteurs n'ont pu faire appel à ces services en raison du prix prohibitif des agents et managers et de la difficulté de trouver des professionnels en ce domaine. Un interlocuteur aimerait qu'un bureau tel qu'existant en Flandre puisse voir le jour en Belgique francophone, car ce « bureau fait de la diffusion au niveau mondial ».

Plusieurs recommandations sont émises en ce qui concerne les structures de **diffusion**. Certains voudraient que les pouvoirs publics « incitent les Centres culturels à programmer des spectacles de qualité plutôt que de se focaliser sur ce qui rapporte de l'argent ». Un autre propose de soutenir de tels lieux en octroyant des « soutiens publicitaires » pour encourager les lieux à programmer des artistes qui ne sont pas connus. Il existe aussi le souhait que « les subsides Arts et Vie soient octroyés à l'organisateur (au lieu d'être donnés aux artistes), à charge pour celui-ci de payer à l'artiste la totalité de la prestation ». Dans le même ordre d'idées, un autre interlocuteur explique qu'une « aide logistique aux organisateurs d'événements serait bienvenue car sinon le risque est grand de voir disparaître les petites organisations, ce qui impliquerait que seules les grosses boîtes subsisteraient et donc le prix des concerts augmenterait, ce qui limiterait encore l'accès à la culture ».

Dans le secteur des arts plastiques, les interviewés sont demandeurs de « contrats programme avec les artistes qui

travaillent la photo et/ou la vidéo, un subventionnement proche de ce qui se fait avec les théâtres ». Un autre propose une aide pour « le transport d'œuvres d'art, car louer un camion coûte cher (œuvres parfois grandes) ».

Un interlocuteur plaide pour des « aides pour le regroupement de projets culturels dans de mêmes lieux et avec un même secrétariat ».

E. Les demandes liées à la formation

Comme nous l'avons vu précédemment, des formations à la gestion de projets et de manager sont largement demandées par les interlocuteurs. En plus de cela, certains voudraient voir apparaître des formations de gestion d'ASBL ou d'entreprise culturelle. Un interlocuteur souhaiterait qu'une école de gestion spécifique pour le secteur du cinéma voie le jour. Un autre propose la création d'une école de programmeur de jeux vidéos (ceci existe en Grande-Bretagne). Il explique que la Belgique dispose d'un grand potentiel car « c'est un pays où les cultures [d'autres pays] sont absorbées et mélangées, donc c'est un terrain propice à la nouveauté ».

D'autres interlocuteurs formulent des idées pour l'enseignement artistique. Ils pensent que les formations artistiques devraient être revues et améliorées, en ciblant d'avantage les cours vers la préparation de la « vie d'artiste ». Un autre voudrait voir « améliorer les « passerelles » entre les écoles et le monde professionnel ».

D'autres s'en prennent à l'enseignement général. Un interlocuteur propose « d'intégrer des artistes dans les écoles primaires et secondaires afin de développer le potentiel créatif de chaque enfant ». Un autre renchérit : « Plus d'art, plus de musique dans les écoles afin de développer l'esprit critique ». Pour un autre il faut renforcer l'éducation, « car les gens ne sont plus curieux à l'heure actuelle (culture TFI) et pour remédier à cela, il n'y a que l'éducation. » La curiosité pousserait les gens à chercher des divertissements culturels (théâtre, musique de chambre,...) plutôt que de se laisser aller à la facilité des divertissements proposés par les médias de masse. À ce propos, un interlocuteur suggère même d'organiser « des subventions pour des comédiens qui font le travail d'animation, qui préparent des écoliers avant la vision d'un spectacle. Ceci permettrait tant une stabilité de travail que l'éveil de l'esprit critique des jeunes et l'attrait pour le culturel ».

F. Les demandes en matière de gestion de projet

Ce sont principalement (mais pas uniquement) les créateurs qui ont besoin d'aide à la gestion. Comme ils l'ont déjà expliqué auparavant, leurs demandes tiennent surtout à la mise en place d'un **bureau de conseil** qui renseigne sur **comment mener à bien un projet** tant d'un point de vue légal, que financier (où trouver les subsides, les sponsors), que de production (ce qui est possible et économiquement viable dans le projet artistique, où trouver le matériel et le personnel nécessaires). Les aides devraient aussi porter sur le matériel de communication : services professionnels pour la mise en page et l'impression du matériel des affiches et dépliants, carnets d'adresses appropriés et mis à disposition. Un interlocuteur explique que le système mis en place par Wallimage pourrait être étendu aux autres secteurs culturels et que « [ce bureau] pourrait aussi être mis en place dans les écoles d'art... ». Un autre ajoute qu'il faudrait une « mutualisation des ressources pour tout ce qui est administratif, outils, ateliers,... »

Un interlocuteur voudrait qu'on prenne exemple sur la France : « les petites structures reçoivent très vite une aide financière pour le travail administratif, libérant ainsi les artistes de ces tâches. Ce qui permet de développer une activité autonome et rentable ».

Mais le service le plus attendu est celui de la **comptabilité** : les interlocuteurs voudraient que des comptables qui connaissent les spécificités du secteur artistique (voire des différentes disciplines) soient à disposition pour un prix modique, voire gratuitement. Certains vont plus loin en clamant la « mise en place d'un plan comptable spécifique au secteur avec la commission des normes comptables ainsi que la création d'un logiciel comptable adapté ». Un autre voudrait voir la « Création d'un programme informatique (ERP) de gestion d'agenda d'artiste et de comptabilité. Quelque chose de taillé sur mesure pour les artistes ».

G. Quelles aides juridiques seraient les bienvenues?

Certains désirent une « aide juridique performante », ou « des conseils gratuits ». Notamment dans la compréhension des droits d'auteur, car « les réponses obtenues par les sociétés de gestion sont parfois contradictoires ». Ces dernières

ne sont pas toujours appréciées : elles « freinent la politique de diffusion » et « devraient s'adapter au marché ». Enfin, un autre axe de recommandation est la simplification des règles juridiques, « spécialement pour les cas particuliers » (!) et « les toutes petites entreprises de une ou deux personnes maximum ». Actuellement, quelques-uns se demandent si cela sert de leur demander de répondre à des normes qui ne les concernent pas? « C'est une perte de temps et d'énergie pour tout le monde! »

H. Quelles demandes en matière de locaux?

Les **locaux** sont également à améliorer. Les demandes concernent aussi bien: « des lieux d'expositions alternatifs », « des studios insonorisés » ou « de post-production ». Souvent, le coût de ceux-ci fait qu'ils restent « difficiles d'accès ». Des locaux moins coûteux permettraient « une meilleure accessibilité à tous ». Quelqu'un a une proposition pour améliorer la situation : il s'agit simplement de « rénover des bâtiments vides ».

Trouver des locaux ne suffit pas toujours : il faut également disposer d'un équipement spécifique, « idéalement gratuit ». Mais, selon quelques personnes, « le matériel en prêt existant est de qualité lamentable et vétuste » selon quelques personnes.

Quelqu'un propose un « réseau de locaux » qui permettrait d'en trouver facilement, que ce soit « salle de répétition ou atelier ».

I. D'autres propositions

Des **demandes plus particulières** apparaissent. Les opinions sur les subsides destinés à la littérature divergent. Un interlocuteur trouve que la Promotion des Lettres (Communauté française) « ne s'intéresse qu'aux auteurs publiés en France et qu'elle n'aide en aucune façon les éditeurs littéraires indépendants », malgré les aides qu'elle accorde. Par contre, un autre pense que « le meilleur subside qu'il connaisse dans son domaine [littérature] est celui pourvu par l'académie : l'aide à l'édition que reçoivent les auteurs pour faciliter l'édition de leur livre, une fois approuvé par des spécialistes (400 à 1400 €) ».

Enfin, on assiste aussi à un certain **repli protectionniste**. Quelqu'un demandant de « remettre en vigueur l'accès à la profession de photographe », « plus de maisons d'édition belges et uniquement belges », ou même « de faire primer les wallons en Région wallonne!... », tout en précisant « n'avoir personnellement absolument rien contre qui que ce soit ! »

Chapitre 13

Les recommandations de SMartBe⁷⁷

Avant de passer en revue les axes d'actions proposés par SMartBe, il n'est pas inutile de rappeler les besoins en terme de services et les difficultés majeures rencontrées, tels que mentionnés par les structures de l'échantillon.

Celles-ci sont généralement conscientes (ou le deviennent avec l'expérience) qu'elles ne sont pas en mesure de gérer l'entièreté de leurs activités en interne et qu'elles doivent donc recourir à des services externes. Cela leur permet de se concentrer sur leurs activités principales, même si cela a évidemment un coût, principal frein à l'externalisation. Même si, en moyenne les structures de notre échantillon génèrent plus de 60% de leurs revenus, pour la plupart d'entre elles, les problèmes financiers représentent la plus grosse difficulté. C'est plus le cas encore pour les créateurs que pour les services. Les conséquences s'en ressentent dans plusieurs aspects de la production.

Tout d'abord, le manque d'argent aurait un impact sur le financement et donc sur la réalisation et l'envergure des projets. Non seulement, il est difficile de réaliser des projets audacieux avec peu de moyens financiers mais, c'est d'autant plus problématique qu'un autre blocage se trouve en aval : les programmeurs, qui dépendent souvent bien plus des subsides publics, ne peuvent se permettre d'acheter des projets coûteux. Les créateurs attendent plus d'ouverture à la programmation (et à son coût) des spectacles multi- et pluri-sectoriels et qu'une plus grande place soit accordée aux jeunes créateurs.

Ensuite, le manque d'argent a un impact direct sur l'emploi, car il ne permet pas de rétribuer de manière correcte de nombreux artistes et intermédiaires, notamment en ce qui concerne les heures prestées. En outre, cela empêche la stabilité d'emploi et par conséquent, la constitution d'équipes durables. Cela peut limiter la qualité du travail fourni, freiner la compétitivité sur le marché international ainsi que la proactivité ou la rapidité de réponse par rapport à des appels à projets. Dans certains cas, cette instabilité d'emploi et de rémunération pousse même à la fuite des travailleurs de qualité vers d'autres pays.

Les coproductions pourraient limiter les dégâts en injectant des moyens pour la production et/ou un dynamisme artistique supplémentaire. Cependant, comme nous l'avons vu, il n'est pas évident de trouver et de fidéliser des partenaires. Dès lors, nombre d'opérateurs se débrouillent tout seuls, ce qui implique qu'ils sont obligés de travailler à plus petite échelle, souvent dans le cadre de l'autoproduction.

Le problème de trésorerie entraîne quant à lui des difficultés de renouvellement du matériel, un manque de liquidités pour financer toutes sortes de frais dont ceux dévolus à l'utilisation de services extérieurs. Nous avons classé les services utilisés par les structures de notre échantillon selon trois catégories : ceux liés à la création/production, ceux liés au fonctionnement des structures, ceux qui concernent tantôt la création/production, tantôt le fonctionnement.

En ce qui concerne les premiers, les services liés à la création/production, plusieurs structures de l'échantillon voudraient pouvoir accéder à des services de promotion professionnels, car ceux-ci ont des conséquences sur la visibilité des services et des créations, donc sur la diffusion.

Les créateurs actifs dans les arts de la scène et les arts plastiques mentionnent un manque de locaux de répétition et d'ateliers. Ces infrastructures seraient insuffisantes, et quand elles existent, elles seraient rarement adaptées à la création (c'est-à-dire et selon les disciplines : équipées, insonorisées, assez spacieuses et accessibles) et trop chères. C'est évidemment fort problématique car ces lieux sont essentiels pour la création. Le problème est crucial en milieu urbain. D'autant que ce type d'espace favorise la rencontre de professionnels et, par conséquent, l'effervescence créative. Le développement des infrastructures devrait donc s'inscrire de manière durable dans les plans de développement urbain.

Quant aux services nécessaires au fonctionnement des structures, si les services de gestion (de personnel, d'administration ou de comptabilité) se trouvent aisément en Région wallonne et sont particulièrement appréciés, ils restent néanmoins chers selon les interviewés. De plus, le mode de travail au projet, prédominant dans le secteur, suppose différents modes de structuration selon les activités et le flux de travail qui peuvent évoluer le long de la carrière. Il serait dès lors fort

⁷⁷ Les quatre axes des recommandations qui figurent dans cette conclusion expriment l'articulation entre la recherche commanditée par la Région wallonne et l'expérience de SMartBe. Il s'agit, dans ce cas, de propositions stratégiques qui viennent en complément et en appui d'une recherche menée de façon « scientifique ».

utile pour les professionnels du secteur (et surtout pour ceux qui veulent se lancer dans le secteur) d'avoir accès à des informations neutres et vulgarisées (c'est-à-dire claires et utilisables pour un non initié) aux matières juridiques, sur les tenants et aboutissants des différents statuts à adopter pour mener à bien leur activité.

Enfin, les services qui peuvent concerner tantôt la création/production, tantôt le fonctionnement des structures sont différemment évalués. Les services d'information sur les professionnels se résument généralement à des bases de données accessibles sur Internet. Elles sont assez critiquées car elles seraient trop cloisonnées par discipline artistique, tous les métiers n'y figureraient pas, elles ne seraient pas assez régulièrement mises à jour et les critères de recherche et les nomenclatures ne seraient pas en adéquation avec le mode de recherche des professionnels du secteur. Nous recommandons donc la création d'une base de données unique qui regrouperait tous les services existant en Belgique francophone ⁷⁸.

Un autre service qui pourrait être développé est un portail d'information et d'aide à la recherche de fonds. Les structures voudraient que toutes les aides et subsides existants (aides au projet, à l'emploi,...) soient centralisés dans une base de données. Ils apprécieraient encore davantage un guichet d'information avec service d'aide à l'élaboration des demandes de subsides. Le privé pourrait prendre en charge ces derniers, mais la centralisation des informations devrait être financée par le service public ⁷⁹.

Tous ces services sont essentiels au développement du secteur. Notons que si les autorités décident de les mettre en place, il est important de faire passer l'information par les associations professionnelles et les sites utilisés par les professionnels du secteur artistique, car comme nous l'avons vu, le bouche à oreille et Internet sont les principaux vecteurs de communication utilisés par les structures.

Pour assurer une action politique cohérente prenant en compte la complexité du terrain, la mise en place des propositions susmentionnées nécessite une approche globale que nous avons basée sur quatre grands principes : dépasser l'antagonisme économie et culture, soutenir la singularité par la mutualisation, s'engager dans la défense du travail au projet, diversifier le soutien à la création par la dynamique que suscite le développement de services.

A. Dépasser l'antagonisme économie et culture

En matière de culture, on ne peut, comme on l'a trop longtemps fait dans la Communauté française, opposer acteurs économiques d'une part et acteurs culturels de l'autre. En effet, les chaînes sectorielles impliquent un éventail de fonctions (former, créer, produire, promouvoir, distribuer, diffuser, gérer les carrières, accompagner les publics, défendre les auteurs et les œuvres, sauvegarder ces dernières) assumées par un panel d'acteurs aux statuts les plus divers (pouvoirs publics, individus ayant ou non le statut d'indépendant, entreprises privées marchandes, initiatives d'économie sociale, associations, etc.) engagés dans des pratiques relevant d'objectifs articulant création et économie, comme l'a montré cette étude, et passant le plus souvent de l'un à l'autre.

Le développement de la culture sur un territoire donné passe donc par une politique globale qui prend en compte tous les acteurs d'une chaîne, intervient pour que les fonctions insuffisamment remplies ou délaissées par certains soient assumées dans chaque type de discipline, la structuration des chaînes sectorielles n'étant pas identique d'un secteur à l'autre. Cette politique intervient de façon concomitante avec des outils qui ont fait leur preuve dans le champ économique (la panoplie de dispositifs d'aides aux petites et très petites entreprises) aussi bien que dans le champ culturel (la octroi de subsides par convention, contrat-programme ou aide au projet).

Actuellement, l'obstacle majeur est la distinction de niveaux de pouvoir entre culture, une compétence communautaire et économie, une compétence régionale. Tant que des dispositifs ne sont pas mis en œuvre articulant les modes d'intervention de l'un et de l'autre niveaux de pouvoir, les chaînes sectorielles continueront à éprouver de grandes difficultés de développement. Des prémices existent dans le domaine de l'audiovisuel, du design et de la mode et dans des initiatives à l'articulation de la culture et de l'économie (projet Start par exemple). Elles devraient voir le jour aussi bien à Bruxelles qu'en Wallonie. Elles devraient être élargies, systématisées et coordonnées.

Un des obstacles majeurs que rencontrent les acteurs dans le champ des chaînes sectorielles est donc institutionnel. Dans ses revendications aux partis politiques, à l'occasion des élections régionales et européennes, SMartBe appelait à

⁷⁸ L'étude ayant généré les éléments de base de cette banque de données, SMartBe a amorcé la mise à jour de celle-ci.

⁷⁹ Compte tenu de la demande constatée par SMartBe dans ses relations avec les artistes, le Bureau d'étude a réalisé une première phase d'un tel répertoire.

la mise en œuvre de « *contrats de plan qui identifient les priorités entre Communauté française d'une part et Régions wallonne et bruxelloise de l'autre, prévoient les articulations entre les différents axes des politiques publiques respectives (culture et développement par exemple) et permettent de cumuler les moyens consentis.* ⁸⁰ »

B. Soutenir la singularité par la mutualisation

La banque de données réalisée à l'occasion de cette recherche et la recherche elle-même ont montré une deuxième situation : la multiplicité des initiatives. Cela révèle deux choses : un fort potentiel de créativité (de structures, de projets, de secteurs d'intervention et de dispositifs mis en œuvre), mais aussi une grande faiblesse liée à la très petite taille des structures rendant difficiles, voire impossibles, la représentativité et la défense sectorielle, l'accumulation d'un fonds de roulement pourtant indispensable, une diffusion conséquente et une gestion à la hauteur des projets mis en œuvre, etc.

La question qui se pose dès lors est d'imaginer des dispositifs qui permettraient à la fois de garantir la singularité des projets (condition indispensable dans le champ de la création) et de favoriser des formes et modalités de regroupement et de mutualisation (des risques et des bénéfices) qui épargneraient aux porteurs de projet un certain nombre de charges administratives, voire logistiques et techniques, leur permettant de consacrer tous leurs efforts aux objectifs qu'ils se sont assignés.

À travers son dispositif « Activités » - anciennement « Projets » - permettant à un porteur de projet d'ouvrir un compte spécifique sans devoir créer et gérer une structure, SMartBe Productions Associées, initiative d'économie sociale, a montré que l'inventivité, la spécificité et l'autonomie des projets peuvent aller de pair avec la mutualisation et l'intégration dans un ensemble plus grand. Ce système est à même d'offrir les garanties de bonne fin, de maintenir hors de l'eau des projets, fussent-ils marginaux, de générer des ressources qui sont réinvesties dans le champ de la création et des services indispensables.

Des dispositifs tels que ceux créés par SMartBe (Activités) ⁸¹ ou par la Région wallonne (Groupements d'employeurs) offrent des perspectives qui dépassent l'atomisation et la concurrence, lesquelles affectent le secteur des services nécessaires à la création. Ces dispositifs viennent en contrepoids aux politiques culturelles de la Communauté qui n'aborde, le plus souvent, ces liens avec les différents acteurs culturels qu'au cas par cas, structure par structure.

La mise en œuvre d'une telle logique requiert de la part des pouvoirs publics de modifier les modalités de liens établis avec le secteur artistique, elle requiert également de la part des intéressés, de s'engager plus qu'actuellement, dans une coopération plus étroite avec leurs pairs.

C. S'engager dans la défense du travail au projet artistique

L'étude a montré l'importance et la spécificité du travail au projet dans le champ artistique. Ce n'est pas sans conséquence sur le mode d'organisation et de fonctionnement des structures qui relèvent de ce secteur :

- Interventions dans un éventail de disciplines artistiques au départ d'une ou plusieurs disciplines principales (en opposition au traitement sectoriel dominant pratiqué par le Ministère de la Communauté française),
- Constitution d'équipes à taille et à géométrie variables selon l'ampleur, la spécificité, la durée, le développement, voire la localisation de chaque projet,
- Interventions des personnes dans un éventail de rôles différents selon les projets, mettant en œuvre des métiers et des savoir-faire distincts et complémentaires,
- Alternance de métiers qui relèvent tantôt des pratiques artistiques, tantôt des pratiques non artistiques,
- Résistance de nombreux porteurs de projets, voire intervenants à s'engager dans des emplois à durée indéterminée, préférant le dynamisme et la liberté que leur confère la succession de contrats ponctuels, etc.

Or, les statuts qui prévalent actuellement dans le travail (emploi temps plein ou part time, en contrat CDI ou CDD, indépendant) sont peu compatibles avec le travail au projet et avec ses différentes caractéristiques telles que celles évoquées ci-dessus.

⁸⁰ Élections régionales et communautaires. Élections européennes 2009. Revendications de SMartBe association professionnelle d'artistes, Bruxelles, SMartBe, 2009.

⁸¹ Il ne s'agit pas ici de promouvoir l'organisme à qui la recherche a été confiée, mais bien de rappeler que sa réussite tient justement à sa capacité d'avoir envisagé son action autour de ces deux pôles que sont « singularité des projets artistiques » et mutualisation des tâches administratives communes à chacun de ceux-ci.

En 2002 le législateur, sous la pression des artistes et de leurs représentants, a ouvert de nouvelles perspectives avec ce qu'on appelle le « statut d'artiste ». Reste qu'actuellement, ce statut n'est pas ouvert aux différents métiers qui tournent autour de la création et se pratiquent dans des conditions tout à fait analogues quant aux caractéristiques du travail au projet. Reste que le législateur est muet sur les structures d'accompagnement administratif indispensables à l'organisation du travail au projet.

C'est aussi la logique du travail au projet qui freine l'accès à certains programmes de résorption du chômage dans le champ artistique, ainsi l'octroi d'emplois dans le cadre des APE en Wallonie, des ACS à Bruxelles n'étant pas accordé pour des prestations occasionnelles ou temporaires. Mais là encore, on pourrait imaginer que des groupements d'employeurs disposeraient d'un pool de personnes qu'ils mettraient à disposition, de façon temporaire, des porteurs de projets artistiques qui en auraient besoin. Ceci permettrait notamment l'obtention d'emplois subventionnés pour des contrats fixes (qui ne correspondraient sinon pas à la réalité du secteur) et ce particulièrement pour les créateurs.

D. Diversifier le soutien à la création par la dynamique que suscite le développement de services

Les politiques publiques dans le champ de la création se sont principalement construites autour d'aides sélectives et qualitatives (ce qui nécessite la mise en place d'instances d'avis et des débats inévitables que suscitent leurs critères et leurs propositions).

Il existe une autre conception des politiques publiques, trop peu pratiquée, celle du développement de services de base indispensables à la création.

Là aussi l'expérience de SMartBe est révélatrice de la dynamique que ce type de structure peut engendrer. En créant ses services « Contrats » et « Activités », SMartBe a permis d'intégrer dans le système de sécurité sociale, nombre d'artistes et de porteurs de projets qui n'y avaient pas ou plus droit. Cela leur a souvent permis de diversifier leurs commanditaires et d'augmenter ainsi le nombre de leurs prestations.

L'étude a montré la nécessité de services communs en matière de recherche de financements, de promotion, de communication vers les médias et d'agents chargés de trouver et de négocier des contrats pour les structures artistiques. D'autres structures, dont certaines non évoquées dans l'étude proprement dite, méritent également d'être mises en place : sociétés immobilières d'économie sociale appelées à gérer locaux, salles de répétitions et résidences d'artistes, centrales d'achat permettant de sérieuses économies dans l'achat d'équipements et de matériel nécessaires à la création et renforçant du coup une forme de consommation, services de transport de personnes, de matériel et d'œuvres soit des services communs à presque toutes les disciplines artistiques mais aussi services de communication et de promotion spécialisée, etc.

Le lancement de tels projets nécessite, au départ, des capitaux publics mais ces projets devraient progressivement, comme l'a montré SMartBe, devenir autonomes, voire bénéficiaires. Ainsi, ils permettraient, à leur tour, de réinjecter des moyens dans l'amélioration et la diversification des services rendus à la création. On casserait alors la logique de dépendance récurrente qui, trop souvent, caractérise le rapport entre organismes culturels et pouvoirs publics, en sachant que cette logique n'est applicable que dans un certain nombre de services et, qu'à de rares exceptions près, elle ne concerne pas la création elle-même.

BIBLIOGRAPHIE

- BENHAMOU Françoise, *L'économie de la Culture*, La Découverte, Paris, 1996.
- CHANTEPIR Philippe et LE DIBERDER Alain, *Révolution numérique et industries culturelles*, La Découverte, Paris, 2005.
- Construction du portrait socio-économique des institutions conventionnées en arts plastiques*, Observatoire des politiques culturelles & Comase, Bruxelles, 2008.
- Contribution économique du secteur culturel aux économies provinciales du Canada*, Programme de la statistique culturelle, Statistique Canada, Ottawa, 2007.
- DEFOURNY Jacques, *Le rôle de la culture et de l'économie sociale dans l'économie belge*, PowerPoint présenté à Liège le 5 mai 2009.
- de WASSEIGE Alain, *Refonder les politiques culturelles*, Sans titre – 100 Titres, Bruxelles, 2006.
- DURKHEIM Emile, *De la division du travail social*, PUF, Économie sociale, laboratoire d'innovations, Paris, 1998.
- Exploitation et développement du potentiel d'emploi du secteur culturel à l'ère de la numérisation*, Commission européenne culture, 2008. http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc922_fr.htm
- FRADCOURT Ariane, *Bilan 2008, Aides et subventions en Arts plastiques*, Ministère de la Communauté française de Belgique, Bruxelles, 2008.
- GADREY Jean, *Socioéconomie des services*, La Découverte, Paris, 2003.
- HANSMANN Henry, *The role of the non-profit enterprise*, The Yale Law Journal 89:5, p. 835-901.
- HEINICH Nathalie *L'élite artiste, excellence et singularité en régime démocratique*, Gallimard, Paris, 2005.
- HUYBRECHT André, *Le non-marchand : un enjeu pour l'avenir*, dans *Reflets et Perspectives*, vol. 6, Recherche et diffusion économique, Bruxelles, 1991.
- INGBERG Henry, *Discours de clôture sur les industries culturelles*, dans *Actes du colloque sur « Les industries culturelles » à Mons le 14/12/2006*, CRISP, ?
- LAMBOTTE Françoise, *Normes relatives aux immeubles abandonnés*, Association de la Ville et des Communes de la Région de Bruxelles-Capitale, 2005.
- L'artiste au travail, État des lieux et perspectives*, Bruylant et SMartBe, Bruxelles, 2008.
- L'avenir du non-marchand, services publics et associations face au marché global*, EVO, Bruxelles, 1996.
- L'État d'avancement de la politique culturelle pluriannuelle*, Cabinet du Ministre de la Culture et de l'Audiovisuel, 2009.
- Le bilan de la culture en Communauté française 1995-2003. Partie I*. Ministère de la Communauté française de Belgique, Bruxelles, 2005.
- Le bilan de la culture en communauté française. Partie II*. Ministère de la Communauté française de Belgique, Bruxelles, 2007.
- Le secteur non marchand en Belgique, synthèse des travaux de recherche réalisés dans le cadre du projet interuniversitaire sur le secteur non marchand en Belgique*, Fondation Roi Baudouin, Bruxelles, 2001.
- Les associations en Belgique, une analyse quantitative et qualitative du secteur*, Fondation Roi Baudouin, Bruxelles, 2008.
- Les artistes au sein de la population active*, Planification et recherche, Conseil des Arts du Canada, 1999.
- Les établissements du patrimoine : tableaux de données 2006*, Programme de la statistique culturelle, Statistique Canada, Ottawa, 2006.

- MENGER Pierre-Michel, *Le travail au projet. Réflexions sur le secteur artistique et sur la nécessité de financer de façon spécifique la sécurité sociale*, dans *L'artiste au travail*, Bruylant et SMartBe, Bruxelles, 2008.
- MENGER Pierre-Michel, *Les intermittents du spectacle : sociologie d'une exception*, EHESS, Paris, 2005.
- MENGER Pierre-Michel, *Profession artiste, extension du domaine de la création*, Textuel, Paris, 2005.
- MORMONT Marinette et MASSART Baudouin, *Rapport sur le vécu socio-économique des artistes et des producteurs*, Alter&I et SMartBe, Bruxelles, 2007.
- Questionnaire visant à la récolte de données, Plate-forme nationale des Artistes, Bruxelles, 1999 (?).
- Regards sur les dépenses culturelles en Belgique et en Communauté française*, dans *Faits & Gestes*, n° 13, Ministère de la Communauté française de Belgique, Bruxelles, 2004.
- ROUET François (s. dir.), *Les tarifs de la culture*, La documentation française, Paris, 2002.
- The economy of culture in Europe*, European Commission, Bruxelles, 2006.
- Un Bilan de la culture en Communauté française*, dans *Faits & Gestes*, n° 24, Ministère de la Communauté française de Belgique, Bruxelles, 2004.
- VINCENT Anne et WUNDERLE Marcus, *Les acteurs économiques de la culture, Dossier du CRISP 57*, CRISP, Bruxelles, 2002.
- WIESAND Andreas et SÖNDERMANN Michael, *The creative sector, an engine for diversity, growth and jobs in Europe*, European Cultural Foundation, 2005.

Annexe 1

Base de données

Nous allons détailler les données recueillies dans la base de données et dresser un premier panorama des structures existantes.

A. DONNÉES MULTISECTORIELLES

	Brabant Wallon	Hainaut	Liège	Luxembourg	Namur	Bruxelles Divers	Total
Agences de diffusion	2	4			3	9	18
Gestions de droit d'auteurs et droits voisins						8	8
Agences de casting	3	7	5		2		17
Locations de salles/résidences	4	4	5			23	36
Centres culturels	10	34	20	15	18		97
Scénographes/décorateurs et location de décors	6	9	5		1	22	43
Matériel et services pour spectacles	11	2	5		3		21
Location/vente de matériel audiovisuel et multimédia	22	14	16	2	7		61
Locations d'éclairage	9	6	10	2	3		30
Locations de costumes	3	18	13	2	4		40
Théâtre (équipement)	1	2	1				4
Location de sono	25	56	51	15	31		178
Grossistes vidéo/photo/son	6	4	5		1	1	17
Associations et institutions	1	3	5	1	6	11	27
Aides financières et accompagnement	2	11	2	2	2	2	21
Agences de graphisme	3	4	3		1		11
Festivals	5	30	11	4	15	4	87

B. CIRQUE ET ARTS DE LA RUE

	Brabant Wallon	Hainaut	Liège	Luxembourg	Namur	Bruxelles Divers	Total
Troupes de cirques/arts de la rue	5	7	11	4	7	16	50
Associations		2	2	2	4	13	23

C. DANSE

	BRABANT WALLON	HAINAUT	LIÈGE	LUXEMBOURG	NAMUR	BRUXELLES DIVERS	TOTAL
Associations						3	3
Compagnies de danse		5	3	2	1	18	29
Matériel de danse	4	6	2		3		15

D. THÉÂTRE

	Brabant Wallon	Hainaut	Liège	Luxembourg	Namur	Bruxelles Divers	Total
Éditeur de théâtre	1	5	2		1	2	11
Associations et institutions	1	3	4		1	8	17
Compagnies/théâtre	18	23	33	8	11	5	98
Théâtre de marionnettes	2	5	7		3		17
Improvisation		2				6	8

E. LITTÉRATURE

	Brabant Wallon	Hainaut	Liège	Luxembourg	Namur	Bruxelles Divers	Total
Associations et institutions		2			2	8	12
Éditeurs	9	16	16	1	8	36	86
Distribution et diffusion	28	27	34	5	15		109
Revue littéraire	2	7	8	3	2	20	42
Traduction		1					1
Bande dessinée	2	10	4		1	20	37

F. AUDIOVISUEL

	Brabant Wallon	Hainaut	Liège	Luxembourg	Namur	Bruxelles Divers	Total
Maquilleurs Costumes Décors Effets	22	16	23	3	6	1	70
Techniciens images	63	47	68	11	38	1	227
Techniciens son	20	25	35	2	16		98
Compositeurs de musiques de films	7	6	15	2	6		36
Scénaristes et réalisateurs	21	15	24	3	12		75
Post production	7	9	13	1	8		38
Producteurs et maisons de production	31	33	38	1	18		121
Techniciens/régie	11	15	7	1	2		36
Institutions et associations	2	1	6		2	21	32
Agents internationaux		1					1
Télévisions	1	4	2	1	4	8	20
Matériel vidéo pro	5	2	6				13
DVD et vidéo duplication	2	9	2	1	1		15
Sous-titrage	1	1					2

G. ARTS PLASTIQUES

	Brabant Wallon	Hainaut	Liège	Luxembourg	Namur	Bruxelles Divers	Total
Galeries d'arts/espaces d'exposition	10	43	73	11	23	1	161
Associations institutions		3	1		2	1	6
Service photo	3	3	3		2		11
Artisanat d'art	3	5	9		1		18
Fourniture dessin/peinture	7	14	11	5	6		43

H. DESIGN ET MODE

	Brabant Wallon	Hainaut	Liège	Luxembourg	Namur	Bruxelles Divers	Total
Mode et design		11	7	1	1	11	31
Industries graphiques	4	8	8	1	1		22

I. MUSIQUE

	Brabant Wallon	Hainaut	Liège	Luxembourg	Namur	Bruxelles Divers	Total
Studios et matériel	22	28	50	5	15		121
Labels/ maisons de disque	7	20	25	2	6		63
Agences Booking Management	4	9	9		6	3	121
Pressage Cd et vinyls	1	2	1				4
Associations Institutions	4	9	11		4	12	40
Organismes de production (classique)	31	23	40	8	12		114
Productions de clips	1	4	2		1		8
Artisans luthiers accordeurs	9	19	24	3	2		27
Agences artistiques	3	7	12	3	2		27
Chorales	5	3	9	1	5		23
Éditeurs	3	5	7	3	2		20
Organismes de productions (non classique)	38	41	83	14	38		214

J. ARTS NUMÉRIQUES

	Brabant Wallon	Hainaut	Liège	Luxembourg	Namur	Bruxelles Divers	Total
Arts numériques					1	8	9

K. PROJETS SMART : 1119

TOTAL : 3102 (SANS PROJETS SMART)

4223 (AVEC PROJETS SMART)

Annexe 2

Questionnaire

Le questionnaire (voir document PDF joint à l'étude) est celui qui a été envoyé par mail aux personnes reprises dans notre base de données.

C'est un questionnaire en ligne à arborescence, raison pour laquelle les questions semblent répétées.

Les deux premières pages sont une fiche d'identification du répondant et de sa structure (« COMMUN » dans le schéma qui suit).

Le deuxième type d'embranchement dépend des réponses des interlocuteurs. Par exemple, à la page 4 (pour les créateurs) et 6 (pour les services), la dernière question « Mettez-vous à disposition de tiers vos locaux ? » est une question « tri » : une réponse positive mène la personne qui répond à compléter une feuille sur le « type de locaux » pourvu, une réponse négative donne accès directement à la série de questions sur l'« emploi ».

Le schéma ci-dessous permet une vision complète de l'ordre logique des pages du questionnaire.

Bienvenue

Quelques conseils avant de commencer :

- Une astérisque(*) devant la question signifie que celle-ci est obligatoire.
- Vous pouvez interrompre le questionnaire à tout moment en cliquant sur "interrompre" en haut à droite de chaque page. Pour reprendre le questionnaire là où vous l'avez quitté, cliquez à nouveau sur le lien de l'e-mail.
- Nous vous conseillons de bien lire toutes les consignes pour éviter toute incompréhension.
- Pour passer d'une question à l'autre, vous pouvez taper sur la touche "Tab" de votre clavier.

Vous visionnerez environ une dizaine d'écrans.

Veillez noter que ce questionnaire a été rédigé pour un large public représentant différentes disciplines et types d'activité en relation avec le secteur culturel. C'est pourquoi certaines questions pourraient vous sembler peu appropriées à vos activités. Merci de votre compréhension.

Nous vous garantissons la confidentialité des données.

Identification

Nous allons débiter par quelques questions d'identification.

Tout au long du questionnaire, nous utilisons le mot "Structure" comme terme générique pour désigner l'ensemble de vos activités, que vous soyez indépendant, projet SMart, société,...

Cette étude s'intéresse uniquement à vos activités liées au secteur culturel & artistique, et non à vos autres activités.

* 1. Nom de la structure

Indiquez donc ici le nom de votre projet (ou votre nom si vous n'avez pas une structure bien définie).

2. Site web

* 3. Téléphone

4. Fax

* 5. Adresse postale (lieu d'activité)

Si vous n'avez pas d'adresse d'activité fixe (vous vous déplacez en permanence), vous pouvez indiquer votre siège social

Rue

Numéro

Code Postal

Ville

* 6. Province

- Brabant wallon
- Province de Liège
- Province du Luxembourg
- Province de Namur
- Hainaut
- Bruxelles
- Autre

* 7. Personne répondant au questionnaire

Nom

Fonction

Adresse

e-mail

* 8. Forme juridique de votre structure

- ASBL
- SPRL / SPRLU
- Société Coopérative
- Indépendant
- Service public
- Projet SMart
- Autre (à préciser)

9. Dans les organes de gestion de votre structure (le Conseil d'Administration,...), y a-t-il des représentants des secteurs suivants ? (Plusieurs réponses possibles)

Si cette question ne vous concerne pas (par exemple vous êtes indépendant), veuillez passer à la question suivante.

a. Secteur public

- Représentant(s) de la Communauté française
- Représentant(s) de la Région wallonne
- Représentant(s) de la Province
- Représentant(s) de la Commune
- Autre (à préciser)

b. Secteur économique et financier

- Représentant(s) du domaine bancaire
- Représentant(s) d'entreprise
- Autre (à préciser)

c. Secteur culturel artistique

- A titre individuel
- En tant que structure

*** 10. Dans le cadre de vos activités artistiques & culturelles, vous fournissez, entre autres :**

- Des services¹ (y compris les infrastructures) à la production artistique & culturelle (la diffusion n'est pas abordée dans ce questionnaire)
- Une création² artistique et culturelle
- Aucun des deux.

¹ Services = des activités et/ou des locaux qui sont utilisés par des artistes dans le cadre du processus de création artistique et/ou culturel

² Création = concerne les personnes ou entités qui créent une oeuvre artistique et suivent tout le processus de production

NB : Si vous hésitez entre plusieurs options, cocher celle qui est la plus importante parmi vos activités, le critère choisi étant l'investissement en temps

Description des activités

Par les questions suivantes, nous voudrions cerner dans quel(s) secteur(s) artistique(s) et culturel(s) s'inscrivent vos activités

*** 1. Dans quel(s) secteur(s) travaillez-vous ? (Plusieurs réponses possibles)**

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Musique/chanson | <input type="checkbox"/> Design/mode/décoration |
| <input type="checkbox"/> Audiovisuel | <input type="checkbox"/> Arts numériques |
| <input type="checkbox"/> Théâtre | <input type="checkbox"/> Graphisme |
| <input type="checkbox"/> Danse | <input type="checkbox"/> Artisanat d'art |
| <input type="checkbox"/> Arts du cirque et de la rue | <input type="checkbox"/> Interdisciplinaire |
| <input type="checkbox"/> Arts plastiques | <input type="checkbox"/> Non artistique |
| <input type="checkbox"/> Littérature | |
| <input type="checkbox"/> Autre activité artistique (à préciser) | |

*** 2. Veuillez indiquer dans la grille le type de services que vous proposez.**

Vous pouvez cliquer sur le menu déroulant pour voir les différentes options proposées

	Services	La raison ¹ principale pour laquelle vous avez décidé de créer ce service
Service 1	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Service 2	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Service 3	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Service 4	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Commentaires ou explications par rapport à cette question :

¹ Raison = nous cherchons à comprendre si le service a été créé par désir personnel ("volonté propre "), ou plutôt pour des raisons économiques ("Réponse à la demande des utilisateurs" ou "Pour la rentabilité de l'activité")

3. Depuis sa création, quels ont été les problèmes majeurs que votre structure a rencontrés ? (Plusieurs réponses possibles)

Rappelons que nous utilisons le mot "Structure" comme terme générique pour désigner l'ensemble de vos activités, que vous soyez indépendant, projet SMart, société,...

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Questions financières (capital de départ, trésorerie, financement,...) | <input type="checkbox"/> Recherche de coproductions & partenariats |
| <input type="checkbox"/> Comptabilité | <input type="checkbox"/> Diffusion |
| <input type="checkbox"/> Créneau artistique trop spécifique | <input type="checkbox"/> Gestion des contrats |
| <input type="checkbox"/> Produit trop coûteux par rapport au marché | <input type="checkbox"/> Gestion des projets |
| <input type="checkbox"/> Recrutement & personnel qualifié | <input type="checkbox"/> Communication |
| <input type="checkbox"/> Locaux & infrastructures | <input type="checkbox"/> Droits d'auteur & droits voisins |
| <input type="checkbox"/> Secrétariat | |
| <input type="checkbox"/> Autres (à préciser) : | |

* 4. Mettez-vous vos locaux¹ à disposition de tiers ?

- Oui
- Non
- Je n'ai pas de locaux

¹ Mise à disposition de locaux = le fait d'avoir des locaux, équipés ou non, au sein de votre infrastructure qui sont utilisés de manière régulière par d'autres structures

Description des activités

Par les questions suivantes, nous voudrions cerner dans quel(s) secteur(s) artistique(s) et culturel(s) s'inscrivent vos activités

* 1. Dans quel(s) secteur(s) travaillez-vous ? (Plusieurs réponses possibles)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Musique/chanson | <input type="checkbox"/> Design/mode/décoration |
| <input type="checkbox"/> Audiovisuel | <input type="checkbox"/> Arts numériques |
| <input type="checkbox"/> Théâtre | <input type="checkbox"/> Graphisme |
| <input type="checkbox"/> Danse | <input type="checkbox"/> Artisanat d'art |
| <input type="checkbox"/> Arts du cirque et de la rue | <input type="checkbox"/> Interdisciplinaire |
| <input type="checkbox"/> Arts plastiques | <input type="checkbox"/> Non artistique |
| <input type="checkbox"/> Littérature | |
| <input type="checkbox"/> Autre activité artistique (à préciser) | |

*** 2. Veuillez indiquer dans la grille le type d'activités que vous proposez.**

Nous ne nous attachons qu'aux activités potentiellement rémunératrices.

Vous pouvez cliquer sur le menu déroulant pour voir les différentes options proposées.

	Activités	La raison ¹ principale pour laquelle vous avez décidé de mettre en place cette activité
Activité 1	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Activité 2	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Activité 3	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Activité 4	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Commentaires ou explications par rapport à cette question :

¹ Raison : nous cherchons à comprendre si l'activité a été créée par désir personnel (= "volonté propre"), ou plutôt pour des raisons économiques (= "Réponse à la demande des utilisateurs" ou "Pour la rentabilité de l'activité")

3. Depuis sa création, quels ont été les problèmes majeurs que votre structure a rencontrés ? (Plusieurs réponses possibles)

Rappelons que nous utilisons le mot "Structure" comme terme générique pour désigner l'ensemble de vos activités, que vous soyez indépendant, projet SMart, société,...

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Questions financières (capital de départ, trésorerie, financement,...) | <input type="checkbox"/> Recherche de coproductions & partenariats |
| <input type="checkbox"/> Comptabilité | <input type="checkbox"/> Diffusion |
| <input type="checkbox"/> Créneau artistique trop spécifique | <input type="checkbox"/> Gestion des contrats |
| <input type="checkbox"/> Produit trop coûteux par rapport au marché | <input type="checkbox"/> Gestion des projets |
| <input type="checkbox"/> Recrutement & personnel qualifié | <input type="checkbox"/> Communication |
| <input type="checkbox"/> Locaux & infrastructures | <input type="checkbox"/> Droits d'auteur & droits voisins |
| <input type="checkbox"/> Secrétariat | |
| <input type="checkbox"/> Autres (à préciser) | |

*** 4. Disposez-vous de vos propres locaux¹ pour la création de vos oeuvres ?**

Oui

Non

¹ Locaux pour la création = lieux où créer/produire votre oeuvre. Par exemple : un atelier pour les plasticiens, une salle insonorisée pour les musiciens, une salle de répétition appropriée pour les danseurs,...

*** 5. Mettez-vous vos locaux¹ à disposition de tiers ?**

Oui

Non

Je n'ai pas de locaux

¹ Mise à disposition de locaux = le fait d'avoir des locaux, équipés ou non, au sein de votre infrastructure qui sont utilisés de manière régulière par d'autres structures

Types de locaux

Les questions suivantes nous permettent de situer vos activités dans un panel d'infrastructures existantes. Nous cherchons à identifier à quel(s) type(s) d'usage sont exploitées les infrastructures liées à la production artistique et culturelle

1. L'adresse principale de vos locaux est-elle bien la même que celle de vos activités principales ?

Oui

Non, veuillez corriger :

2. Quel(s) type(s) de locaux mettez-vous à disposition ? (Plusieurs réponses possibles)

Salle de répétition

	Superficie en m ²	Taux d'occupation en %	Etat
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Scène

	Superficie en m ²	Taux d'occupation en %	Etat
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Studio son/image

	Superficie en m ²	Taux d'occupation en %	Etat
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Atelier

	Superficie en m ²	Taux d'occupation en %	Etat
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Salle d'exposition

	Superficie en m ²	Taux d'occupation en %	Etat
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Salle de réunion

	Superficie en m ²	Taux d'occupation en %	Etat
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Bureaux

	Superficie en m ²	Taux d'occupation en %	Etat
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Autre

	Superficie en m ²	Taux d'occupation en %	Etat
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Veillez spécifier le type de salle :

Avez-vous d'autres locaux non inclus dans la liste ci-dessus ou des commentaires supplémentaires ?

Types de locaux

Les questions suivantes nous permettent de situer vos activités dans un panel d'infrastructures existantes. Nous cherchons à identifier à quel(s) type(s) d'usage sont exploitées les infrastructures liées à la production artistique et culturelle

1. L'adresse principale de vos locaux est-elle bien la même que celle de vos activités principales ?

Oui

Non, veuillez corriger :

2. Quel(s) type(s) de locaux mettez-vous à disposition ? (Plusieurs réponses possibles)

Salle de répétition

	Superficie en m ²	Taux d'occupation en %	Etat
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Scène

	Superficie en m ²	Taux d'occupation en %	Etat
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Studio son/image

	Superficie en m ²	Taux d'occupation en %	Etat
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Atelier

	Superficie en m ²	Taux d'occupation en %	Etat
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Salle d'exposition

	Superficie en m ²	Taux d'occupation en %	Etat
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Salle de réunion

	Superficie en m ²	Taux d'occupation en %	Etat
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Bureaux

	Superficie en m ²	Taux d'occupation en %	Etat
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Autre

	Superficie en m ²	Taux d'occupation en %	Etat
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Veuillez spécifier le type de salle :

Avez-vous d'autres locaux non inclus dans la liste ci-dessus ou des commentaires supplémentaires ?

Emploi

Ce groupe de questions est destiné à esquisser un profil socio-économique de l'emploi du secteur artistico-culturel. Rappelons que nous considérons ici la structure comme terme générique pour désigner l'ensemble de vos activités, que vous soyez indépendant, projet SMart, société,...

Les questions se réfèrent à l'année 2007

1. En 2007, combien de personnes étaient engagées/employées par votre structure (n'inclus pas les personnes payées à la prestation) ?

Nombre de
travailleurs total?

En Equivalents
Temps Plein (ETP),
(si possible) ?

Nombre de
travailleurs à durée
indéterminée ?

Nombre de
travailleurs à durée
déterminée ?

Parmi eux, combien
via des emplois
subventionnés
(APE/Fonds
Maribel,...) ?

NB 1 : Si vous travaillez seul, vous pouvez répondre à ces questions en considérant que votre structure ne compte qu'un seul membre du personnel, vous.

2. En 2007, combien de personnes étaient engagées :

A la prestation ou au
cachet¹ ?

¹C'est un contrat à durée déterminée nettement défini (dans le temps ou la tâche)

3. En 2007, combien de stagiaires et de bénévoles votre structure a-t-elle accueillis :

Stagiaires ?

Bénévoles ?

* 4. Sur l'entièreté de vos emplois (hors travail au cachet/prestation), pourriez-vous estimer la part représentée par les tâches : (en %, le total devant être égal à 100)

Par la question suivante nous voudrions savoir ce que représentent les tâches reprises ci-dessous par rapport au volume de travail. Nous parlons ici de TACHES et non d'emplois, une même personne pouvant remplir plusieurs tâches, par exemple administrative et artistique.

Administrative & de direction

Prospection/vente

Technique

Artistique

Autre

5. Existe-t-il des carences en terme de formation des personnes qui travaillent pour votre structure ?

S'il n'existe pas de carences vous pouvez passer directement à la question suivante

	Quelles sont les carences ?	Quelles fonctions sont concernées ?	Comment y palliez-vous ?
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Si vous avez choisi "Autre", veuillez spécifier :

6. A votre avis, y a-t-il des cursus/formations à développer ?

Non

Oui, lesquels :

7. Avez-vous quelque chose à ajouter par rapport aux questions précédentes ?

Emploi

Ce groupe de questions est destiné à esquisser un profil socio-économique de l'emploi dans le secteur artistico-culturel. Rappelons que nous considérons ici la structure comme terme générique pour désigner l'ensemble de vos activités, que vous soyez indépendant, projet SMart, société,...

Les questions se réfèrent à l'année 2007

1. En 2007, combien de personnes étaient engagées/employées par votre structure (n'inclus pas les personnes payées à la prestation) ?

Nombre de travailleurs total?

Nombre de travailleurs à durée indéterminée ?

Nombre de travailleurs à durée déterminée ?

Parmi eux, combien via des emplois subventionnés (APE/Fonds Maribel,...) ?

NB 1 :Si vous travaillez seul, vous pouvez répondre à ces questions en considérant que votre structure ne compte qu'un seul membre du personnel, vous.

2. En 2007, combien de personnes étaient engagées :

A la prestation ou au cachet?

¹C'est un contrat à durée déterminée nettement défini (dans le temps ou dans la tâche).

3. En 2007, combien de stagiaires et de bénévoles votre structure a-t-elle accueillis :

Stagiaires ?

Bénévoles ?

*** 4. Sur l'entièreté de vos emplois (hors travail au cachet/prestation), pourriez-vous estimer la part représentée par les tâches : (en %, le total devant être égal à 100)**

Par la question suivante nous voudrions savoir ce que représentent les tâches reprises ci-dessous par rapport au volume de travail. Nous parlons ici de TACHES et non d'emplois, une même personne pouvant remplir plusieurs tâches, par exemple administrative et artistique.

Administrative & de direction	<input type="text"/>
Prospection/vente	<input type="text"/>
Technique	<input type="text"/>
Artistique	<input type="text"/>
Autre	<input type="text"/>

5. Existe-t-il des carences en terme de formation des personnes qui travaillent pour votre structure ?

S'il n'existe pas de carences vous pouvez passer directement à la question suivante

	Quelles sont les carences ?	Quelles fonctions sont concernées ?	Comment y palliez-vous ?
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Si vous avez choisi "Autre", veuillez spécifier :

6. A votre avis, y a-t-il des cursus/formations à développer ?

Non

Oui, lesquels :

7. Avez-vous quelque chose à ajouter par rapport aux questions précédentes ?

Aspects économiques

Les questions suivantes nous aideront à compléter les données existantes sur le fonctionnement économique des services à la production artistique.

1. Pourriez-vous nous indiquer quel était votre chiffre d'affaires¹ en 2007 (de manière approximative si besoin est) ?

¹ Chiffre d'affaires = l'ensemble des ventes et des subsides durant une année. Celui-ci est calculé hors taxes.

* 2. Quelles étaient vos sources de financement en 2007 ? (en %, le total devant être égal à 100)

Par cette question nous souhaitons avoir une estimation de la ventilation de vos sources de financement.

Revenus propres (ventes)	<input type="text"/>
Cotisations	<input type="text"/>
Subsides/subventions ponctuels	<input type="text"/>
Subsides/subventions récurrents	<input type="text"/>
(Co)production	<input type="text"/>
Sponsoring/mécénat (privé)	<input type="text"/>
Dons/legs	<input type="text"/>
Emprunts	<input type="text"/>
Autres	<input type="text"/>

*** 3. De manière approximative, quels sont les postes de dépenses principaux ? (en %, le total devant être égal à 100)**

Salaires	<input type="text"/>
Bâtiments	<input type="text"/>
Matériel & équipement	<input type="text"/>
Achat de services ¹	<input type="text"/>
(Co)production	<input type="text"/>
Autres ²	<input type="text"/>

¹Achats de services = le fait de recourir à d'autres structures pour remplir certaines tâches qui doivent être accomplies dans le cadre de vos activités. Nous ne tenons donc pas compte des tâches telles que le nettoyage ou l'achat de matériel de bureau, mais bien des services tels l'utilisation de main d'oeuvre d'appoint, d'un comptable,...

²Autres = toutes dépenses non mentionnées plus haut, y compris la distribution/diffusion

NB1 : Quelqu'un payé au cachet sera indiqué dans la catégorie "Achat de service" et non dans "Salaires"

NB2 : Les impôts et taxes ne doivent pas être pris en compte dans ce tableau

4. Si vous avez reçu des subsides et/ou des subventions en 2007, de quelles institutions provenaient-ils, et à quels postes ont-ils été affectés ?

Si vous n'avez pas reçu de subsides/subventions, vous pouvez passer à la question 5.

Parmi les subsides et subventions que vous avez perçus en 2007, veuillez indiquer de quelles institutions ils proviennent et à quelles activités ils sont destinés. Par exemple si vous avez reçu un subside de la Communauté européenne, vous choisirez dans le menu déroulant l'activité à laquelle il est destiné.

	Affectation
Communauté européenne	<input type="text"/>
Fédéral	<input type="text"/>
Communauté française	<input type="text"/>
Région wallonne	<input type="text"/>
Région de Bruxelles-Capitale	<input type="text"/>
COCOF	<input type="text"/>
Province	<input type="text"/>
Commune	<input type="text"/>
Fondation	<input type="text"/>
Autre	<input type="text"/>

Si vous avez choisi "Autre", veuillez préciser :

* 5. Au fil des 5 dernières années, diriez-vous plutôt que le nombre d'utilisateurs/membres

- A eu tendance à augmenter
- A eu tendance à diminuer
- Est resté constant
- Je ne suis pas concerné par cette question

Si vous voulez ajouter un commentaire sur cette question :

*** 6. Au fil des 5 dernières années, diriez-vous plutôt que le chiffre d'affaires**

- A eu tendance à augmenter
- A eu tendance à diminuer
- Est resté constant
- Je ne suis pas concerné par cette question

Si vous voulez ajouter un commentaire sur cette question :

*** 7. Dans le cadre de vos activités en 2007, avez-vous :**

- Été (co)producteur¹ d'oeuvres de tiers ?
- Été (co)produit² par un tiers ?
- Aucun des deux ?

¹ (Co)producteur = tiers qui investit des ressources dans la création de l'oeuvre, qui accompagne celle-ci et qui en retire des bénéfices.

² Etre produit = votre projet/création a reçu une contribution/ressource/accompagnement de tiers

Aspects économiques

Les questions suivantes nous aideront à compléter les données existantes sur le fonctionnement économique des services à la production artistique

1. Pourriez-vous nous indiquer quel était votre chiffre d'affaires¹ en 2007 (de manière approximative si besoin est) ?

¹ Chiffre d'affaires = l'ensemble des ventes et des subsides durant une année. Celui-ci est calculé hors taxes.

*** 2. Quelles étaient vos sources de financement en 2007 ? (en %, le total devant être égal à 100)**

Par cette question nous souhaitons avoir une estimation de la ventilation de vos sources de financement.

Revenus propres (ventes)	<input type="text"/>
Cotisations	<input type="text"/>
Subsides/subventions ponctuels	<input type="text"/>
Subsides/subventions récurrents	<input type="text"/>
Coproduction	<input type="text"/>
Sponsoring/mécénat (privé)	<input type="text"/>
Dons/legs	<input type="text"/>
Emprunts	<input type="text"/>
Autres	<input type="text"/>

*** 3. Quels sont les postes de dépenses principaux ? (en %, le total devant être égal à 100)**

Salaires	<input type="text"/>
Bâtiments	<input type="text"/>
Matériel & équipement	<input type="text"/>
Achat de services ¹	<input type="text"/>
(Co)Production	<input type="text"/>
Autres ²	<input type="text"/>

¹Achats de services = le fait de recourir à d'autres structures pour remplir certaines tâches qui doivent être accomplies dans le cadre de vos activités. Nous ne tenons donc pas compte des tâches telles que le nettoyage ou l'achat de matériel de bureau, mais bien des services tels l'utilisation de main d'oeuvre d'appoint, d'un comptable,...

²Autres = toutes dépenses non mentionnées plus haut, y compris la distribution/diffusion

NB1 : Quelqu'un payé au cachet sera indiqué dans la catégorie "Achat de service" et non dans "Salaires"

NB2 : Les impôts et taxes ne doivent pas être pris en compte dans ce tableau

4. Si vous avez reçu des subsides et/ou des subventions en 2007, de quelles institutions provenaient-ils, et à quels postes ont-ils été affectés ?
Si vous n'avez pas reçu de subsides/subventions, vous pouvez passer à la question 5.

Parmi les subsides et subventions que vous avez perçus en 2007, veuillez indiquer de quelles institutions ils proviennent et à quelles activités ils sont destinés. Par exemple si vous avez reçu un subside de la Communauté européenne, vous choisirez dans le menu déroulant l'activité à laquelle il est destiné.

	Affectation
Communauté européenne	<input type="text"/>
Fédéral	<input type="text"/>
Communauté française	<input type="text"/>
Région wallonne	<input type="text"/>
Région de Bruxelles-Capitale	<input type="text"/>
COCOF	<input type="text"/>
Province	<input type="text"/>
Commune	<input type="text"/>
Fondation	<input type="text"/>
Autre	<input type="text"/>

Si vous avez choisi "Autre", veuillez préciser :

*** 5. Au fil des 5 dernières années, diriez-vous plutôt que le nombre d'utilisateurs/membres**

- A eu tendance à augmenter
- A eu tendance à diminuer
- Est resté constant
- Je ne suis pas concerné par cette question

Si vous voulez ajouter un commentaire sur cette question :

*** 6. Au fil des 5 dernières années, diriez-vous plutôt que le chiffre d'affaires**

- A eu tendance à augmenter
- A eu tendance à diminuer
- Est resté constant
- Je ne suis pas concerné par cette question

Si vous voulez ajouter un commentaire sur cette question :

*** 7. Dans le cadre de vos activités en 2007, avez-vous :**

- Été (co)producteur¹ d'oeuvre de tiers ?
- Été (co)produit² par un tiers ?
- Aucun des deux ?

¹ (Co)producteur = tiers qui investit des ressources dans la création de l'oeuvre, qui accompagne celle-ci et qui en retire des bénéfices.

² Etre produit = votre projet/création a reçu une contribution/ressource/accompagnement de tiers

Coproduction

1. Si vous êtes (co)producteur d'oeuvres de tiers, quel a été votre apport ? (Plusieurs réponses possibles)

- Apport financier
- Apport matériel & infrastructure
- Distribution/diffusion
- Ressources humaines
- Publicité
- Autre (à préciser) :

2. Si vous avez été (co)produit par un tiers, quel a été l'apport de votre/vos (co)producteur(s) ? (Plusieurs réponses possibles)

- Apport financier
- Apport matériel & infrastructure
- Distribution/diffusion
- Ressources humaines
- Publicité
- Autre (à préciser) :

3. Si vous avez été (co)produit par un tiers, où étai(en)t basé(s) votre (vos) (co)producteur(s) ? (Plusieurs réponses possibles)

- Région wallonne
- Bruxelles
- Flandre
- Autre (à préciser) :

Coproduction

1. Si vous êtes (co)producteur d'oeuvres de tiers, quel a été votre apport ? (Plusieurs réponses possibles)

- Apport financier
- Apport matériel & infrastructure
- Distribution/diffusion
- Ressources humaines
- Publicité
- Autre (à préciser) :

2. Si vous avez été (co)produit par un tiers, quel a été l'apport de votre/vos (co)producteur(s) ? (Plusieurs réponses possibles)

- Apport financier
- Apport matériel & infrastructure
- Distribution/diffusion
- Ressources humaines
- Publicité
- Autre (à préciser) :

3. Si vous avez été (co)produit par un tiers, où étai(en)t basé(s) votre (vos) (co)producteur(s) ? (Plusieurs réponses possibles)

- Région wallonne
- Bruxelles
- Flandre
- Autre (à préciser) :

Localisation

Les questions suivantes nous permettent de déterminer l'aire de rayonnement de vos activités. Celle-ci se traduit par les lieux où vous prestez vos services et/ou par la provenance de vos usagers

1. Quelle est l'importance de vos activités sur les territoires suivants (2007) ? (Plusieurs réponses possibles)

Nous cherchons à savoir sur quel(s) territoire(s) votre structure est implantée.

	Forte	Moyenne	Limitée	Aucune
Brabant wallon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hainaut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Province de Liège	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Province du Luxembourg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Province de Namur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bruxelles	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Région flamande	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Autres pays	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Veuillez préciser quels sont les autres pays le cas échéant

2. Quelle est la provenance de vos usagers/publics ? (en %)

Cette question s'adresse à vous si vos usagers viennent à vous (physiquement ou par le net) pour avoir accès à vos services. Nous nous référons donc à la provenance géographique de vos usagers

Brabant wallon	<input type="text"/>
Hainaut	<input type="text"/>
Province de Liège	<input type="text"/>
Province du Luxembourg	<input type="text"/>
Province de Namur	<input type="text"/>
Bruxelles	<input type="text"/>
Région flamande	<input type="text"/>
Autres pays	<input type="text"/>

Si vous avez des usagers d'autres pays, quels sont ces derniers ?

3. Comment faites-vous connaître vos services auprès des usagers ?

Veillez noter dans la grille l'efficacité des vecteurs de communication utilisés : 1 = inefficace --> 5 = très efficace

	1	2	3	4	5	Non utilisé
Encarts publicitaires dans des magazines	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Messages publicitaires télévisuels	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Messages publicitaires radiophoniques	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Affiches/flyers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Site web	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mailing list	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Annuaire et bases de données spécialisés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pages jaunes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bouche-à-oreille/Contacts personnels	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Autre vecteur de communication :

Les services à la production artistique et culturelle

Par les questions suivantes nous voudrions savoir quels services vous nécessitez dans le cadre de vos activités, ainsi que votre appréciation de ceux que vous utilisez

1. De quels types de locaux¹ particuliers avez-vous besoin² pour vos créations et/ou productions ?

	Superficie en m ²	La salle doit-elle être munie d'un équipement spécifique ?	Que pensez-vous de l'état de ces locaux en Région wallonne ?
Salle de répétition	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Scène	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Studio son/image	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Atelier	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Autre salle spécifique	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Salle de réunion	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Si vous avez besoin d'équipement(s), veuillez préciser de quel type

¹ Types de locaux = Salles de répétition, salles équipées,... Des bureaux ne sont pas pris en considération.

² Besoin = Ce qui est nécessaire pour pouvoir effectuer votre création de manière convenable.

* 2. Estimez-vous que faire appel à des services extérieurs¹ est :

- Un frein pour votre structure
- Une source de dynamisme pour votre structure
- Je n'ai pas d'avis

Vous pouvez exprimer votre opinion à ce sujet :

¹ Faire appel à des services extérieurs : le fait de recourir à d'autres structures/personnes pour remplir certaines tâches qui doivent être accomplies dans le cadre de vos activités.

Nous ne tenons donc pas compte des tâches telles que le nettoyage ou l'achat de matériel de bureau, mais bien des services tels l'utilisation de main d'œuvre d'appoint, d'un comptable,...

* 3. Votre structure fait-elle parfois appel à des services extérieurs ?

- Oui
- Non

Les services à la production artistique et culturelle

Par les questions suivantes nous voudrions savoir quels services vous nécessitez dans le cadre de vos activités, ainsi que votre appréciation de ceux que vous utilisez

*** 1. Estimez-vous que faire appel à des services extérieurs¹ est :**

- Un frein pour votre structure
- Une source de dynamisme pour votre structure
- Je n'ai pas d'avis

Vous pouvez exprimer votre opinion à ce sujet :

¹ Faire appel à des services extérieurs : le fait de recourir à d'autres structures/personnes pour remplir certaines tâches qui doivent être accomplies dans le cadre de vos activités.

Nous ne tenons donc pas compte des tâches telles que le nettoyage ou l'achat de matériel de bureau, mais bien des services tels l'utilisation de main d'oeuvre d'appoint, d'un comptable,...

*** 2. Votre structure fait-elle parfois appel à des services extérieurs ?**

- Oui
- Non

Les services à la production (2)

4. Si vous faites appel à des services externes, quel(s) type(s) de service(s) utilisez-vous en Région wallonne et que pensez-vous de leur qualité ?

Veillez répondre uniquement pour les services que vous utilisez

	Appréciation des services
Services artistiques	<input type="text"/>
Formations/cours/stages	<input type="text"/>
Réalisation/édition/production	<input type="text"/>
Technique son/image/régie	<input type="text"/>
Services immobiliers (locaux, salles de réunion,...)	<input type="text"/>
Services de location de matériel, de costumes,...	<input type="text"/>
Services de gestion (conseils juridiques, fiscalité, comptabilité, secrétariat,...)	<input type="text"/>
Gestion de droits d'auteur & voisins	<input type="text"/>
Recherche de financement (fundraising)	<input type="text"/>
Banques de données de prestataires de services, annuaires	<input type="text"/>
Sélection et mise à disposition de personnel	<input type="text"/>
Services informatiques	<input type="text"/>
Autres	<input type="text"/>

Si vous avez coché "Autres", veuillez spécifier :

5. Dans le cadre de vos activités, quels sont les services liés à la production que vous allez chercher en dehors de votre province ?

	Type de services	Où allez-vous les chercher ?	Pourquoi ?
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
5	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Si vous avez d'autres raisons pour chercher un service en dehors de votre province, veuillez spécifier :

6. Avec quel(s) vecteur(s) de communication cherchez-vous les services dont vous avez besoin dans le cadre de vos créations ?

Veuillez noter dans la grille l'efficacité des vecteurs de communication utilisés : 1 = inefficace --> 5 = très efficace

	1	2	3	4	5	Non utilisé
Encarts publicitaires dans des magazines	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Messages publicitaires télévisuels	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Messages publicitaires radiophoniques	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Affiches/flyers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Site web	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mailing list	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Annuaire et bases de données spécialisés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pages jaunes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bouche-à-oreille/contacts personnels	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Autre vecteur de communication :

7. Avez-vous des commentaires concernant les questions précédentes ?

Si vous avez des interrogations ou des réflexions concernant l'externalisation des services n'hésitez pas à nous en faire part

Les services à la production (2)

3. Si vous faites appel à des services externes, quel(s) type(s) de service (s) utilisez-vous en Région wallonne et que pensez-vous de leur qualité ?

Veillez répondre uniquement pour les services que vous utilisez

	Appréciation des services
Services artistiques	<input type="text"/>
Formations/cours/stages	<input type="text"/>
Réalisation/édition/production	<input type="text"/>
Technique son/image/régie	<input type="text"/>
Services immobiliers (locaux, salles de réunion,...)	<input type="text"/>
Services de location de matériel, de costumes,...	<input type="text"/>
Services de gestion (conseils juridiques, fiscalité, comptabilité, secrétariat,...)	<input type="text"/>
Gestion de droits d'auteur & voisins	<input type="text"/>
Recherche de financement (fundraising)	<input type="text"/>
Banques de données de prestataires de services, annuaires	<input type="text"/>
Sélection et mise à disposition de personnel	<input type="text"/>
Services informatiques	<input type="text"/>
Autres	<input type="text"/>

Si vous avez coché "Autres", veuillez spécifier :

4. Dans le cadre de vos activités, quels sont les services liés à la production que vous allez chercher en dehors de votre province ?

	Type de services	Où allez-vous les chercher ?	Pourquoi ?
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
5	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Si vous avez d'autres raisons pour chercher un service en dehors de votre province, veuillez spécifier :

5. Avec quel(s) vecteur(s) de communication cherchez-vous les services dont vous avez besoin dans le cadre de vos activités ?

Veuillez noter dans la grille l'efficacité des vecteurs de communication utilisés : 1 = inefficace --> 5 = très efficace

	1	2	3	4	5	Non utilisé
Encarts publicitaires dans des magazines	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Messages publicitaires télévisuels	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Messages publicitaires radiophoniques	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Affiches/flyers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Site web	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mailing list	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Annuaire et bases de données spécialisés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pages jaunes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bouche-à-oreille/contacts personnels	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Autre vecteur de communication :

6. Avez-vous des commentaires concernant les questions précédentes ?

Si vous avez des interrogations ou des réflexions concernant l'externalisation des services n'hésitez pas à nous en faire part

Services communs

Par ces questions nous nous intéressons aux "services communs", qui ne sont pas ceux que vous "vendez", mais plutôt des lieux et/ou du matériel qui sont partagés avec d'autres structures.

* 1. Partagez-vous l'accueil/secrétariat avec d'autres structures ?

Non

Oui, avec quelle(s) structure(s) :

* 2. Partagez-vous une salle de réunion avec d'autres structures ?

Non

Oui, avec quelle(s) structure(s) :

* 3. Partagez-vous des locaux de répétition/ateliers avec d'autres structures ?

Non

Oui, avec quelle(s) structure(s) :

* 4. Partagez-vous du matériel (photocopieuses, imprimantes, logiciel,...) avec d'autres structures ?

Non

Oui, avec quelle(s) structure(s) :

*** 5. Partagez-vous l'entretien des bâtiments (nettoyage, réparations,...) avec d'autres structures ?**

Non

Oui, avec quelle(s) structure(s) :

*** 6. Partagez-vous d'autres services avec d'autres structures ?**

Non

Oui, le(s)quel(s)s et avec quelle(s) structure(s) :

7. Avez-vous des commentaires sur ce groupe de questions ?

Services communs

Par ces questions nous nous intéressons aux "services communs", qui ne sont pas ceux que vous "vendez", mais plutôt des lieux et/ou du matériel qui sont partagés avec d'autres structures.

*** 1. Partagez-vous l'accueil/secrétariat avec d'autres structures ?**

Non

Oui, avec quelle(s) structure(s) :

*** 2. Partagez-vous une salle de réunion avec d'autres structures ?**

Non

Oui, avec quelle(s) structure(s) :

* **3. Partagez-vous des locaux de répétition/ateliers avec d'autres structures ?**

Non

Oui, avec quelle(s) structure(s) :

* **4. Partagez-vous du matériel (photocopieuses, imprimantes, logiciel,...) avec d'autres structures ?**

Non

Oui, avec quelle(s) structure(s) :

* **5. Partagez-vous l'entretien des bâtiments (nettoyage, réparations,...) avec d'autres structures ?**

Non

Oui, avec quelle(s) structure(s) :

* **6. Partagez-vous d'autres services avec d'autres structures ?**

Non

Oui, le(s)quel(s)s et avec quelle(s) structure(s) :

7. Avez-vous des commentaires sur ce groupe de questions ?

Activités à développer

Par les questions suivantes nous cherchons à déterminer les carences éventuelles de votre secteur, que ce soit des services à développer, à créer ou de simples recommandations pour la Région wallonne.

C'est l'occasion d'établir la liste de vos vœux les plus forts pour améliorer votre secteur d'activités, allez-y gaiement !

1. Y a-t-il un/des service(s) existant(s) à améliorer ?

Non

Oui, le(s)quel(s) ?

2. Y a-t-il un/des service(s) manquant(s) dans votre secteur dont vous voudriez voir le jour ?

Non

Oui, le(s)quel(s) ?

3. Si vous pouviez faire des recommandations à la RW pour votre secteur, quelles actions concrètes demanderiez-vous ?

NB : Pour rappel les compétences de la Région wallonne sont : l'infrastructure, politique économique, emploi, pouvoirs locaux (infrastructures), travaux publics, transports régionaux (bus-trams), environnement, et dans une certaine mesure la fiscalité.

Activités à développer

Par les questions suivantes nous cherchons à déterminer les carences éventuelles de votre secteur, que ce soit des services à développer, à créer ou de simples recommandations pour la Région wallonne.

C'est l'occasion d'établir la liste de vos vœux les plus forts pour améliorer votre secteur d'activités, allez-y gaiement !

1. Y a-t-il un/des service(s) existant(s) à améliorer ?

Non

Oui, le(s)quel(s) ?

2. Y a-t-il un/des service(s) manquant(s) dans votre secteur dont vous voudriez voir le jour ?

Non

Oui, le(s)quel(s) ?

3. Si vous pouviez faire des recommandations à la RW pour votre secteur, quelles actions concrètes demanderiez-vous ?

NB : Pour rappel les compétences de la Région wallonne sont : l'infrastructure, politique économique, emploi, pouvoirs locaux (infrastructures), travaux publics, transports régionaux (bus-trams), environnement, et dans une certaine mesure la fiscalité.

Merci !

Merci de votre participation. Le reste des questions ne vous est pas adressé, le questionnaire s'achève ici pour vous.

Nous vous remercions pour votre disponibilité

Merci !

Etude sur les services artistiques et culturels

Le questionnaire est maintenant terminé. Nous vous remercions pour le temps accordé. N'oubliez pas de cliquer sur "soumettre" pour clôturer le questionnaire.

Un rapport de recherche sera disponible à partir du mois de mai sur le site de SMart, www.smartasbl.be

Cette étude étant commanditée par la Région wallonne, elle comprendra des recommandations à destination de celle-ci, faites d'actions concrètes qui s'intégreront dans un plan d'investissement économique.

L'équipe de recherche

Vous pouvez nous indiquer ici tout élément que vous souhaiteriez nous communiquer concernant ce questionnaire

Annexe 3

Entretiens

Les entretiens ont été effectués auprès d'un échantillon de personnes ayant répondu au questionnaire en ligne. Le document « entretiens » qui suit correspond à la grille de questions standardisée pour les entretiens.

Avant chaque entretien, les espaces vides de la grille de questions ont été complétés en fonction des réponses fournies par l'interviewé lors du questionnaire en ligne.

Pour plus de détails voir le chapitre méthodologie

ENTRETIENS

A. Structure

Vos secteurs d'activité sont bien....

Pouvez-vous préciser la nature de vos activités ?

A.1 Vous êtes constitué en ... Avez-vous fait partie de la structure ou du projet depuis le début ?

Oui

Non, connaissez-vous l'historique de la structure ?

Si oui, continuer

Si non, aller directement à la question A4

A.2 Pourquoi avoir choisi de vous établir en ... plutôt qu'un autre statut ?

Il existe plusieurs formes juridiques pour mener une activité, ici nous voulons savoir pourquoi le choix est porté sur telle forme plutôt qu'une autre.

Est-ce que le fait de vous établir en structure a facilité la gestion de vos activités ?

oui : comment ? Qu'est-ce qui a changé par rapport à avant la structure ?

non : pourquoi continuer sous cette forme de structure ?

A.3 Depuis quand et comment votre structure a-t-elle été mise sur pied (± historique/évolution) ?

a. Pouvez-vous brièvement m'expliquer votre parcours

b. Date de création/début d'activité :

c. Origine et somme du fonds de départ :

d. Stratégie de développement et/ou de fonctionnement (comment la « boîte tourne » ; par subsides, ventes, formations, autres..) :

Comment avez-vous fait pour lancer votre carrière ?

e. À partir de quelle étape votre structure a-t-elle atteint un certain équilibre financier ?
activité(s) :

Ou : cette activité vous permet-elle d'en vivre ? Sinon, comment faites-vous ?

f. (S'ils font de la production élargie) : à quelle étape de votre histoire êtes-vous passé de l'autoproduction à la production élargie (= le fait de produire ce que d'autres ont créé) ?

- Année :

Quelle activité a permis de financer la production élargie ?

Quels ont été les gains de votre première production ?

g. Dans le questionnaire vous avez mentionné les plus grandes difficultés que votre structure a rencontrées en terme de développement, je voudrais savoir comment vous les avez surmontées :

Difficultés	précisions	Comment les problèmes ont-ils été surmontés ?

h. Y a-t-il d'autres difficultés que vous avez rencontrées par rapport à votre structure et à sa mise en place ?

- difficulté :

- mode de résolution :

B. Parcours de création

B.1 Puisque la RW veut dynamiser le secteur artistique et culturel via les services, j'aimerais avoir une vue plus précise des différentes étapes nécessaires à la production artistique dans les différents secteurs.

Pouvez-vous m'expliquer le cheminement de l'idée à la réalisation et diffusion de vos œuvres ?

Pour chaque étape expliquez de quel intermédiaire vous avez besoin.

Si l'interlocuteur dit que les différentes étapes varient en fonction du spectacle, on demandera celles qu'il/elle utilise à chaque création (systématiquement).

On peut demander quels sont les services particuliers qui ont été utilisés lors de la dernière création.

Étape	Service nécessaire (ou intermédiaire)	Ressource propre	Ressource extérieure

C. Qualité des services et intermédiaires

Types de services :

C.1 Lors du questionnaire, vous avez affirmé que l'achat de services est :

une source de dynamisme pour votre structure

un frein pour votre structure

Pouvez-vous nous expliquer pourquoi ?

C.2 Votre utilisation et votre attrait des services extérieurs ont-ils toujours été les mêmes ? Relance : Votre utilisation d'autres services a-t-elle évolué parallèlement à l'évolution de vos moyens et de votre structure ?

oui

non : en fonction de quoi votre utilisation et/ou attrait pour les services extérieurs a-t-elle changé ?

C.3 En ce qui concerne les services que vous trouvez « excellents » ou « bons », pouvez-vous expliquer en quoi consistent leurs atouts ?

Ici nous voulons comprendre ce qui fait un service de qualité pour l'interlocuteur. 2-3 qualificatifs suffisent

Type de services	Où ?	Pourquoi le trouvez-vous bon?

Avez-vous autre chose à ajouter ?

C.4 Lors du questionnaire vous avez dit que les services suivants existants en RW étaient « pas bons » : pourriez-vous expliquer pourquoi? Et comment pensez-vous que le service pourrait être amélioré ?

Attention : services à la création

Type de services	Où ?	Pourquoi n'est-il pas bon?	Comment améliorer ?

Avez-vous autre chose à ajouter ?

C.5 Y a-t-il d'autres services auxquels vous aimeriez faire appel :

Non

Oui : lesquels ?

-

-

- Pourquoi alors ne pas le faire actuellement ?

D. Déplacement - distance

D.1 Dans le questionnaire vous avez affirmé chercher les services suivants ailleurs

Services	où	Pourquoi ?

D.2 De manière plus générale, quelles sont les raisons majeures qui vous font parcourir des kms pour aller chercher des services spécifiques ?

Est-ce que cela vous dérange de vous déplacer pour cela ?

Oui

non

- Serait-ce une vraie plus-value de les développer en RW ?

E. Communication

E.1 Vous avez déclaré consulter principalement les moyens de communication suivants pour chercher les services dont vous avez besoin.

En quoi ceux-ci sont plus efficaces que les autres ? Comment cela pourrait-il être amélioré ?

Note : Vecteur de communication = moyen utilisé pour faire se rencontrer l'offre et la demande de services

Meilleurs vecteurs de communication	D'où vient leur efficacité ?	Comment pourraient-ils être améliorés ?

E.2 Plus spécifiquement, comment avez-vous trouvé les artistes et techniciens qui travaillent avec vous?

Comment l'interlocuteur cherche ses artistes et techniciens ; a-t-il déjà une équipe régulière, bouche-à-oreille, compagnons d'école, à partir d'autres spectacles...

F. Échange de services

Puisque tout ne se monnaie pas dans le secteur artistique, je voudrais à présent vous poser des questions sur l'échange de services dans le milieu artistique et culturel.

Un échange de service est un service rendu qui n'est pas monnayé. Il n'y a pas d'obligation de réciprocité immédiate.

F.1 À propos de l'échange de services, est-il pratiqué au sein de votre structure :

- avec vos usagers
- au sein de votre équipe
- avec d'autres structures
- dans votre secteur

F.2 Pouvez-vous m'expliquer :

- quels sont les services échangés ?
- qui échange les services ?
- est-ce du donnant-donnant ou est-ce un échange plus diffus ?
- veuillez donner un exemple illustratif (qui échange quoi et comment)

F.3 Quels sont les avantages pour vous d'utiliser ce type d'échange plutôt que l'échange monétaire ?

Relance : Qu'est-ce que cela vous apporte-t-il dans la production ? Pourquoi utiliser l'échange de service plutôt que de payer ou faire payer le service ?

F.4 Dans quelle proportion utilisez-vous l'échange de services ?

Relance : Est-ce négligeable/ utile/ indispensable afin d'avoir assez de ressources dans votre processus de création ?

F.5 Voyez-vous des retombées à long terme ?

(Relance : renforcement de liens avec d'autres structures, baisse des coûts de production ?)

F.6 Notamment en matière de réseaux ? Les échanges de services renforcent-ils les liens avec les personnes/structures avec lesquelles vous les faites ? Comment ?

F.7 dit souvent que dans le monde artistico-culturel on travaille par réseau. Comment identifieriez-vous le(s) votre(s) ?

Un réseau c'est un ensemble plus ou moins structuré d'acteurs libres entretenant entre eux une communication et une possibilité de mobilisation fortes.

Chacun a plusieurs réseaux (la famille, les amis, ainsi que des liens plus professionnels). En ce qui concerne votre réseau professionnel, comment l'identifiez-vous (local, international, secteur artistique,...)

- réseaux de production-réalisation ?
- réseaux de diffusion ?
- réseaux de public ?
- autres :

G. Emploi – formation

G.1 Avant tout, avez-vous un diplôme en études artistiques supérieures ?

- oui, lesquelles ?
- non, côtoyez-vous des personnes ayant un diplôme artistique supérieur ?
 - oui
 - non

G.2 En général, estimez-vous que les personnes diplômées en études artistiques supérieures soient suffisamment informées sur les manières de mener à bien leur projet/carrière :

- oui
- non

G.3 (Si l'interviewé a fait des études supérieures) Sur les matières suivantes, estimez-vous que les personnes diplômées en études artistiques supérieures soient suffisamment informées:

Domaine	Pas du tout	Un peu	suffisamment	bien	Très bien
gestion des contrats					
gestion des projets					
administration courante					
Gestion financière & comptable					
Direction artistique					
Assistance technique					
infrastructures					
droits d'auteurs & droits voisins					
Subsides & subventions					
Production					
Diffusion					
statut social					
Autres					

Commentaires :

G.4 Existe-t-il (devrait-il exister) une formation spécifique à la gestion de projets au niveau des études artistiques ?

G.5 Vu l'importance de la fonction administrative, pensez-vous qu'il serait souhaitable de créer une formation spécifique ?

Nous parlons ici d'une formation pratique, et non d'un cursus universitaire ou autre. Ex. : « formation en gestion d'ASBL »

H. Activités à développer

H.1 Quels sont les services d'aide à la création en Région wallonne qui sont reconnus ou qui peuvent être considérés comme une marque de qualité?

Nous considérons ici les services et non les entités ou les secteurs.

H.2 En ce qui concerne les services manquants ou à développer dans votre secteur, lors du questionnaire, vous avez expliqué que vous aimeriez que se développe le service. Pouvez-vous expliquer ?

Pourquoi ce service en particulier?

Comment pourrait-il être mis en place?

H.3 Avez-vous des questions ou des remarques concernant notre entretien ou le questionnaire que vous avez rempli au préalable ?

Annexe 4

Dans quels secteurs sont actives les structures auprès desquelles ont été réalisés les entretiens ?

S'il n'est pas possible de dresser un portrait exact des activités des personnes ayant répondu au questionnaire (services et créateurs confondus), il est plus simple de le faire pour les personnes qui ont accepté de participer à un entretien semi-directif.

Ainsi, 54 interviews ont été retenues pour illustrer et approfondir les données collectées auprès des **créateurs**. Elles sont représentatives de la base de données initiale du point de vue géographique.. Elles couvrent les secteurs d'activité suivants :

- musique/chanson (13)
- arts plastiques (6)
- audiovisuel (6)
- théâtre (6)
- arts du cirque et de la rue (5)
- graphisme (4)
- artisanat d'art (3)
- photographie (3)
- arts numériques (2)
- design, mode, décoration (2)
- infographie (2)
- danse (1)
- littérature et bande dessinée (1)

En ce qui concerne les services interviewés, les profils se présentent de la manière suivante :

- musique (5) dont 3 labels, 1 manager et 1 organisateur de concerts classiques
- représentants d'institutions socioculturelles (4)
- arts plastiques (centre de promotion) (1)
- littérature (éditeur) (1)
- audiovisuel (producteur cinématographique) (1)

Annexe 5

Intervention du professeur Jacques Defourny, Liège, caserne Fonck, le 5 mai 2009, lors de la présentation de l'étude « Les services artistiques en Région wallonne »

Le secteur culturel, acteur majeur d'une économie plurielle

Jacques Defourny, Centre d'Économie Sociale, HEC-Université de Liège

Au Centre d'Économie Sociale, nous sommes de plus en plus convaincus que la culture est un champ d'avenir pour nos économies (qui doivent se restructurer, se refaçonner), au côté des activités liées à l'environnement ainsi que des services aux personnes (qui représentent aussi des gisements considérables). La culture pour nous est de plus en plus un facteur significatif de redéploiement. Je voudrais tenter de le montrer en plaçant le secteur de la culture sous plusieurs éclairages complémentaires.

L'emploi salarié dans le secteur culturel et son évolution

Je vais d'abord présenter les données les plus précises qu'on ait pu trouver sur l'économie de la culture, en distinguant ce qui ressort de l'associatif, ce qui ressort du secteur public, et puis ce qui ressort du secteur privé à but lucratif – dans la catégorie « autres ». (voir la présentation Powerpoint¹). Ces données portent pour l'essentiel sur l'emploi salarié.

Dans le secteur de l'édition, ainsi que pour les activités cinématographiques et vidéo, presque toutes les structures de production sont des sociétés à but lucratif, en tout cas si on considère l'emploi salarié (ça ne veut pas dire qu'il n'y ait pas d'activité à base essentiellement bénévole ou sans emploi salarié). En 2005, on comptabilise 9000 emplois pour l'édition et 2500 en activités cinématographiques et vidéo en Belgique. Dans les activités de radio et de télévision, on voit émerger, en termes de chiffres globaux (et sans surprise) le pôle public. Les radios privées occupent aussi une place importante, ainsi que le secteur associatif qui comptabilise 500 emplois.

En ce qui concerne les activités de spectacle (notamment avec tous les artistes indépendants, les productions de spectacles, les exploitations de salles de théâtres, etc...), l'associatif émerge de manière distincte avec 6000 emplois salariés – le principal employeur –, alors que le secteur public en compte 2700 et le secteur privé à but lucratif 1700. Si on passe maintenant à une catégorie résiduelle, mais qui ne l'est pas en chiffres, « Autres activités culturelles, bibliothèques, musées, jardins botaniques, ... », on voit que le secteur public est important avec 4800 emplois salariés contre 2800 pour l'associatif, et très peu pour le secteur privé à but lucratif (400).

Nous comptons donc à peu près 40.000 emplois totaux en nombre de travailleurs dans ces différents champs de la culture, parmi ceux-ci : 16.000-17.000 dans le secteur privé à but lucratif, 13.000 dans le secteur public et 10.000 dans le champ associatif.

Les créations d'emploi ont été substantielles entre 1998 et 2005. Je me focalise maintenant sur des champs où nos chiffres concernent l'associatif et le secteur public. On voit que dans les activités de spectacle, entre 1998 et 2005, il y a environ 4000 créations d'emplois au total, dont 2700 dans les associations.

Dans les autres activités culturelles, une création très considérable aussi : 4000 au total, dont 1600 du côté associatif, et plus de 2000 du côté du secteur public.

Les « activités de spectacle » et les « autres activités culturelles : musées, bibliothèques, ... » se distinguent donc clairement comme de grands champs de création d'emplois et des domaines de croissance.

Dans les asbl, on trouve une domination encore plus forte des « activités de spectacle », mais les « autres activités culturelles » sont importantes aussi. Dans le secteur public, ce sont les « autres activités culturelles » qui émergent. C'est logique puisqu'on y trouve les musées et les bibliothèques. Les « autres activités culturelles » dominent en termes de création d'emploi, mais les activités de spectacle ne sont pas négligeables.

¹ Le Powerpoint se trouve en annexe 5 bis, à la suite du présent texte

Essayons de mettre cela en perspective. Il me semble possible de souligner les apports du secteur culturel en replaçant celui-ci, ou certaines composantes de celui-ci, dans une triple perspective : celle du secteur associatif – on l'a déjà vue d'une certaine manière-, celle de l'économie sociale, et celle de la culture comme champ d'articulation du marchand et du non-marchand.

La culture et le développement du secteur associatif

Le secteur associatif en Belgique, c'est 18.500 ASBL employeurs, mais c'est aussi 60.000 ASBL actives avec du seul bénévolat, puis des dizaines de milliers d'associations de fait.

Interrogeons-nous sur les sources de financement du secteur associatif. Vous voyez que dans le champ de la santé, le financement public est évidemment le plus important. Dans l'éducation – mais ici hors enseignement libre, sinon on a 98% de financement public-, on a un financement mixte. L'action sociale aussi, curieusement, va chercher beaucoup de ressources privées, par des dons ou du mécénat. Et puis vous voyez arriver, dans une mixité encore plus forte la culture, le sport, les loisirs (sans pouvoir isoler ces trois grands champs agrégés dans les statistiques officielles) qui tous, je pense, correspondent à une mixité très forte de financement privé et public, que l'étude sur les services à la production artistique a d'ailleurs très bien mise en évidence.

Autre chose intéressante : est-on mal payé dans l'associatif ? Eh bien, il faut tordre le cou à certains préjugés. Certes, le coût salarial est de 25 € pour l'ensemble de l'associatif, alors que dans les administrations publiques il s'élève à 28-29 €, et à 29 € dans l'ensemble de l'économie. C'est vrai que ce n'est pas dans l'associatif qu'on gagne le mieux sa vie, mais dans l'éducation, dans la santé et dans la défense des droits, intérêts et convictions, tout ce qui est associations professionnelles, etc., on est très proches des salaires moyens dans le reste de l'économie. Là où le bât blesse le plus, c'est vrai, c'est dans l'action sociale et dans la culture/sport/loisirs, où le coût salarial est en-dessous de la moyenne du champ associatif (ndlr : 21.8€). Mais ça ne vaut pas dans tous les sous-secteurs.

Ce qui est intéressant aussi et très typique du champ associatif, c'est qu'il est pratiquement le seul acteur socio-économique (en dehors de la famille) à être capable de mobiliser du travail bénévole. Je dis souvent en raccourci « l'associatif est sinon le seul, un des très rares champs où l'activité, pour beaucoup de travailleur, a tellement de sens, engendre tellement d'épanouissement et souvent contribue à donner du sens à sa vie, que bien des travailleurs acceptent de prêter des heures de travail sans être rémunérés ». Dans bien des cas, et dans le champ culturel en particulier, ils aimeraient souvent y gagner leur vie, mais ce n'est pas parce qu'ils ne parviennent pas à en vivre qu'ils arrêtent. Il n'y a pas beaucoup d'autres secteurs, dans les champs purement marchands, où on pourrait avoir cette réalité. D'ailleurs, quand on regarde le bénévolat tel qu'il est mobilisé dans le champ associatif, c'est dans **culture/sport/loisirs** qu'on a la majorité du travail bénévole, avec des équivalents temps plein (si on met bout à bout toutes les prestations bénévoles) qui atteignent des dizaines de milliers d'emplois. L'action sociale en mobilise aussi, mais elle crée encore bien plus de travail salarié.

Ce qui est important à relever, c'est que le champ associatif a été et reste une source de création d'emplois tout à fait majeure. Une part de l'avenir de l'emploi va se jouer dans le secteur associatif.

Plus précisément, avec 78.000 créations d'emplois sur la période 1998-2005, la croissance de l'emploi a été grande dans le champ associatif. On a une augmentation sur cette période de l'ordre de 22% pour l'ensemble du pays, et qui équivaut à quasiment 3% d'accroissement d'emploi en moyenne annuelle. C'est extraordinaire par rapport au reste de l'économie, qui croissait à un rythme de 1,5% en moyenne entre 1998 et 2002. Et la croissance différenciée est encore plus marquée pour la période 2002-2005, avec quasiment 3 fois plus de croissance de l'emploi dans l'associatif que dans le reste de l'économie. Au total, alors que la moyenne d'accroissement de l'emploi pour l'ensemble de l'économie est de 1,2% en moyenne annuelle pour ces 8 ans, elle est de 2,9% pour les associations. Ça veut dire que la croissance de l'emploi dans le champ associatif a été deux fois et demie plus importante que dans le reste de l'économie. Tout cela, sans compter les effets de la crise, puisque toutes ces statistiques avaient été calculées à l'automne dernier.

Où la croissance de l'emploi a-t-elle été la plus forte par rapport à ce qui existait en 1998, comme point de départ ? En premier lieu, je ne parle pas de croissance absolue, mais relative. Eh bien, c'est dans la **culture/sports/loisirs** - et je n'ai pas pu désagréger. La croissance est très forte dans tous les autres champs, mais c'est dans **culture/sports/loisirs** qu'on a la croissance la plus rapide ; presque un doublement de l'emploi salarié. C'est dire que potentiellement, c'est bien là un réservoir d'emplois considérable où l'on peut mobiliser pas mal de ressources à la fois marchandes et non-marchandes,

vous l'avez vu : ce ne sont pas des emplois reposant uniquement sur des subventions. Il s'agit plutôt de combiner des ressources marchandes et non-marchandes pour faire émerger, pour cristalliser ce potentiel qui ne demande qu'à être exploité.

Le secteur culturel dans une perspective d'économie sociale

Le Parlement wallon vient de voter une définition de l'économie sociale qui confirme pour l'essentiel celle proposée dès 1990 par le Conseil Wallon de l'Économie Sociale : « Par Économie sociale, on entend les activités économiques productrices de biens ou de services, exercées par des sociétés, principalement coopératives et/ou à finalité sociale, des associations, des mutuelles ou des fondations, dont l'éthique se traduit par l'ensemble des principes suivants :

1° finalité de service à la collectivité ou aux membres, plutôt que finalité de profit ;

2° autonomie de gestion ;

3° processus de décision démocratique ;

4° primauté des personnes et du travail sur le capital dans la répartition des revenus.

Je suis sûr que bien des acteurs dans le champ culturel se retrouveraient dans cette finalité de service aux membres (ou à la collectivité), notamment dans les services à la production artistique ; de même dans l'autonomie de gestion, une gestion participative et une volonté de ne pas faire primer le travail et des personnes sur la rentabilité du capital.

Cette économie sociale représente un véritable troisième secteur. J'invite une grande partie des acteurs de la culture à se reconnaître dans ce troisième secteur et à enfourcher ce cheval de bataille : l'économie sociale est cette troisième partie de l'économie qui n'est pas le secteur privé traditionnel avec pour but principal la recherche de profit –ce qui est respectable et un moteur majeur ! -, qui n'est non plus dans la plupart des cas du secteur public. C'est le troisième secteur, où vous avez des logiques pour l'essentiel privées, mais où la finalité est la création d'activités, la rémunération de personnes, et non la rentabilité d'un capital. Dans ce secteur, l'autonomie des acteurs prime sur un pouvoir qui appartiendrait exclusivement au capital. Cette économie sociale, ce troisième secteur, n'est pas du tout isolée des autres acteurs. Elle est souvent en partenariat avec le secteur public central ou régional. Pensez à tous les partenariats autour d'événements culturels. L'économie sociale est aussi parfois en partenariat avec des fondations d'entreprises, avec le secteur privé à but lucratif par du mécénat, du sponsoring et sous d'autres formes.

Dans l'économie sociale, on peut traiter à part, parce que ce sont des secteurs très spécifiques, les établissements scolaires en asbl (l'enseignement libre) et les grosses structures hospitalières en asbl (qui ne sont pas nécessairement très différentes des hôpitaux publics). Quand on retire ces deux grands sous-secteurs, il reste 236.000 emplois en équivalent temps plein dans l'ensemble de l'économie sociale. Ce chiffre correspond à 8% de l'emploi salarié total dans le pays, chiffre qui double si l'on prend l'ensemble des asbl dans la santé et enseignement.

Ces traits spécifiques et ces chiffres montrent qu'on a bien là un vrai troisième secteur. Et l'enjeu, ce n'est pas d'agglomérer tout et n'importe quoi, c'est de souligner qu'il y a une troisième manière de faire de l'économie, qui a des finalités qui ne sont pas d'abord lucratives – rentabilité du capital- et qui n'est pas à dominante publique –même s'il y a des partenariats avec les pouvoirs publics. C'est aussi une autre manière d'entreprendre, où il y a énormément de potentiel de création d'emploi, et beaucoup de jeunes intéressés à s'investir, où l'activité a un sens tout particulier en mêlant de la créativité, du dynamisme et de la rigueur et où on ose prendre des risques.

Mais encore faut-il que ce troisième secteur soit reconnu en tant que tel ! Et il ne faut pas que les ONG d'un côté, la culture, les services aux personnes, etc... se pensent isolés les uns des autres. Il importe que ces champs se pensent comme un troisième secteur dans une économie plurielle. Imaginez un peu que le Fonds Monétaire International, que la Banque Mondiale, que la Commission Européenne reconnaissent vraiment que l'avenir de nos économies c'est d'être dans un pluralisme de formes d'activités économiques. Et pas selon une seule règle : celle du marché. Et pas avec une seule forme d'entreprise : celle qui recherche la rentabilité du capital. Depuis la seconde guerre mondiale, on a bien un binôme secteur privé/État avec le premier qui est vu comme créant la richesse et le second qui assure une redistribution de cette richesse. Aujourd'hui, cette schématisation n'a plus guère de sens car la richesse est créée par des producteurs de tous types et on est donc dans une économie plurielle. Mais les forces d'inertie étant grandes et l'aveuglement devant les forces du marché étant tel (un peu moins depuis la crise heureusement !), il reste encore du chemin à parcourir pour dépasser les vieux schémas réducteurs et faire reconnaître vraiment le pluralisme économique (dont les vertus

apparaissent d'autant plus à la lumière de la crise financière et boursière car l'économie sociale et le secteur public n'ont pas joué dans ces pratiques honteuses).

L'interdépendance du marchand et du non-marchand

La culture est en partie non-marchande comme l'étude sur les services à la production artistique en Région wallonne l'a bien montré. Et ici, je voudrais tordre le cou à une perception habituelle qui consiste à dire « *Dès qu'on a des subsides, dès qu'on est un peu dans le secteur non-marchand, on n'est plus dans la vraie économie. On devient dépendant de la vraie économie qui, elle, génère de la vraie richesse, vous savez, celle qu'on calcule en taux de croissance, qui est cotée à la bourse, celle qui apparemment est le seul vrai moteur de nos économies et par laquelle on peut tout relancer.* »

En réalité, il y a une interdépendance et non pas une dépendance univoque entre le non-marchand et le marchand. Voici d'abord quelques preuves qu'il est facile de comprendre. En premier lieu, le non-marchand est un client très important des entreprises marchandes : dans l'audiovisuel, dans la musique, etc., il y a des achats, des investissements divers, qui s'adressent aux entreprises marchandes. En second lieu, les salaires payés dans le secteur non-marchand se transforment pour l'essentiel en dépenses de consommation, d'investissement, ou en épargne dans le secteur marchand (supermarchés, entreprises du bâtiment, banques, etc.). Et puis, en troisième lieu, le non-marchand enlève tellement de coûts au secteur marchand ! S'il n'y avait pas d'écoles, d'hôpitaux, de centres de loisirs, ... on serait dans une économie comme du temps où l'Union Minière exploitait le Katanga. Les gens n'étaient pas soignés, ne savaient pas lire et écrire, donc il fallait que la multinationale belge crée son école, son hôpital, etc. Le non-marchand, en réalité, offre aux entreprises des travailleurs formés, en bonne santé, qui peuvent se détendre, y compris par des loisirs culturels. Donc il y a interdépendance.

On peut voir encore plus clairement celle-ci par le graphique qui représente l'ensemble du circuit de l'activité économique. (voir le powerpoint).

Le circuit économique, c'est comme un fleuve (plus ou moins ouvert ou fermé selon l'importance des importations et exportations) dont le niveau d'eau, le débit, représente la conjoncture économique. Et ce débit peut augmenter par la création de services et de biens non-marchands, aussi bien que par le développement d'activités totalement marchandes, tout simplement parce que toutes à leur manière vont en réalité alimenter le circuit tel que représenté.

Autrement dit, la relance de l'économie ne va pas passer exclusivement par la relance du secteur marchand, mais aussi par l'accroissement d'activités semi-marchandes et non-marchandes. Elle va passer par des investissements dans les secteurs verts, dans les secteurs des services aux personnes, dans les secteurs de la culture, des loisirs, etc. parce que c'est là que se niche toute une série d'emplois, qui en réalité, pour émerger, demandent la bonne combinaison entre ce que les utilisateurs sont prêts à payer (et qui n'atteint pas nécessairement un prix de marché qui couvrirait l'ensemble du coût de production) et un investissement public, une subsidiation publique, qui permet de compenser ce que les utilisateurs ne sont pas capables de payer pour consommer de tels services. De tels montages peuvent s'avérer efficaces pour le pouvoir public et la société, parce que s'il y a activité accrue, ça relance les revenus du travail, ça relance la consommation, ça relance par là aussi les recettes de l'impôt et toutes les recettes indirectes de l'État.

Donc, outre les mesures de relance par le secteur marchand (car il y a évidemment aussi des gisements d'emplois dans le secteur marchand) et bien sûr certains gisements d'emploi dans les services totalement non-marchands (qui pèsent plus lourdement sur les finances publiques), tout l'art dans les années à venir sera de susciter le développement des services semi-marchands (où ont une grande place la culture, les loisirs, les services aux personnes, les énergies renouvelables et tout ce qui tourne autour de l'environnement). L'exemple des titres-services, avec ses atouts et ses limites, suggère en tous cas à quel point les gisements d'emplois peuvent même dépasser les attentes les plus optimistes. Ceci va réellement demander une nouvelle ingénierie aux décideurs publics mais aussi de nouveaux types d'entrepreneurs, car on aura de plus en plus besoin d'entrepreneurs d'un troisième type comme l'indique l'engouement actuel pour ce que l'on nomme le « social entrepreneurship » et que promeuvent de plus en plus de fondations à travers le monde.

Annexe 5 - bis

Intervention du professeur Jacques Defourny, Liège, caserne Fonck, le 5 mai 2009, lors de la présentation de l'étude « Les services artistiques en Région wallonne » - les Powerpoints

Les services à la production artistique en Région wallonne
Liège, 5 mai 2009

Le rôle de la culture et de l'économie sociale dans l'économie belge

Jacques Defourny
Centre d'Economie Sociale, HEC-ULg
EMES European Research Network

Plan

- L'emploi salarié dans le secteur de la culture
- La culture au sein du secteur associatif
- La culture dans une perspective d'économie sociale
- La culture comme champ (en partie) non-marchand

2

Principales sources utilisées

- **Exploitation des données du compte satellite des ISBL**
(Institut des Comptes Nationaux)
- **Exploitation des données « emplois » de l'ONSS**

3

L'emploi salarié dans le secteur de la culture en Belgique (2005)

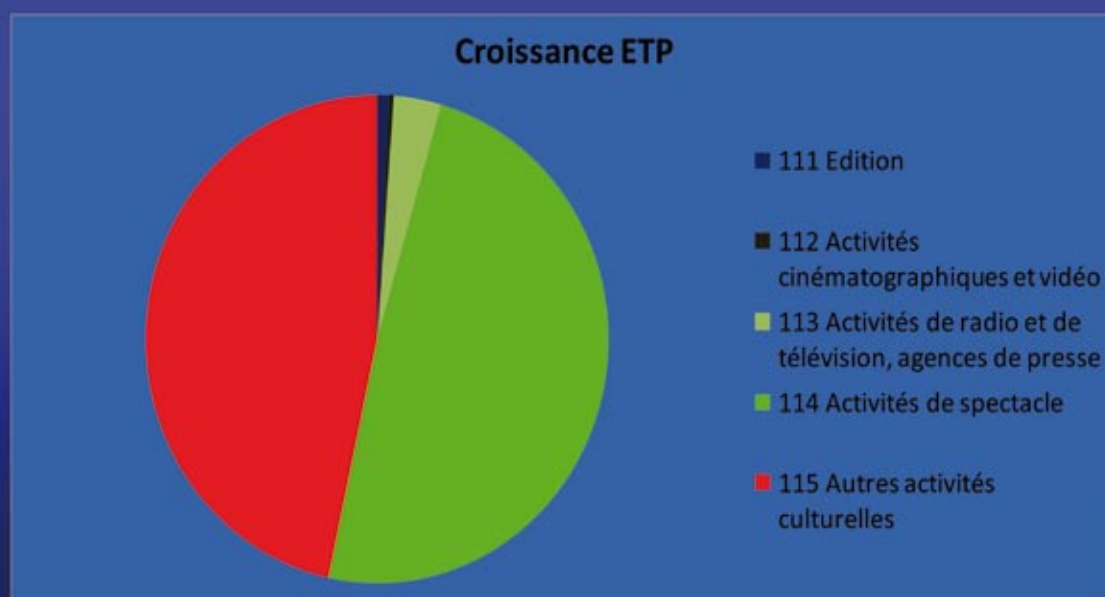
	Secteur associatif	Secteur public	Autres	Total
111 Edition				
22110 Edition de livres	20,4	0,0	1.929,5	1.949,9
22120 Edition de journaux	29,4	0,0	3.576,0	3.605,4
22130 Edition de revues et périodiques	66,9	0,0	2.569,6	2.636,5
22140 Edition d'enregistrements sonores	1,9	0,0	145,7	147,6
22150 Autres activités d'édition	50,8	0,0	942,0	992,8
Total 111 Edition	169,5	0,0	9.162,8	9.332,3
	1,8%	0,0%	98,2%	100,0%
112 Activités cinématographiques et vidéo				
92111 Production de films cinématographiques	5,1	0,0	108,0	113,2
92112 Production de films pour la télévision	9,6	0,0	139,4	149,0
92113 Production d'autres films	32,0	0,0	443,7	475,8
92114 Services annexes à la production de films	14,0	0,0	690,7	704,7
92120 Distribution de films	12,2	0,0	206,0	218,2
92130 Projection de film	35,3	0,0	865,4	900,7
Total 112 Activités cinématographiques et vidéo	108,3	0,0	2.453,2	2.561,5
	4,2%	0,0%	95,8%	100,0%

	Secteur associatif	Secteur public	Autres	Total
113 Activités de radio et de télévision, agences de presse				
92201 Production et diffusion de programmes de radio	77,9	68,9	251,6	398,4
92202 Production de programme de télévision	1,2	0,0	918,7	920,0
92203 Emission de programmes de télévision	470,2	5.400,4	1.456,3	7.326,9
92400 Agences de presse	8,7	0,0	422,2	430,9
Total 113 Activités de radio et de télévision, agences de presse	558,0	5469,3	3048,9	9076,1
	6,1%	60,3%	33,6%	100,0%
114 Activités de spectacle				
92311 Artistes indépendants	9,2	0,0	68,3	77,4
92312 Production de spectacles par des ensembles artistiques	1.685,7	923,3	108,6	2.717,7
92313 Services annexes à l'art dramatique et à la musique	1.516,9	407,8	1.054,3	2.979,0
92321 Exploitations de salles de théâtre, de concert et similaires	961,0	397,1	200,5	1.558,6
92322 Gestion et exploitation de centres culturels	1.653,1	985,6	136,1	2.774,8
92340 Autres activités de spectacle et d'amusement	149,4	0,0	112,2	261,6
Total 114 Activités de spectacle	5.875,3	2.713,9	1.679,9	10.369,1
	57,6%	26,2%	16,2%	100,0%
115 Autres activités culturelles (bibliothèques, musées, jardins botaniques,...)				
92510 Gestion des bibliothèques et archives publiques	654,6	3.211,1	39,6	3.905,2
92520 Gestion des musées et du patrimoine culturel	1.288,0	1.543,8	118,7	2.950,4
92530 Jardins botaniques, zoologiques et réserves naturelles	878,6	115,9	270,1	1.264,6
Total 115 Autres activités culturelles (bibliothèques, musées, jardins botaniques,...)	2.821,1	4.870,8	428,3	8.120,3
	34,7%	60,0%	5,3%	100,0%
Total	9.632,2	13.053,9	16.773,1	39.459,2
	24,4%	33,1%	42,5%	100,0%

Création d'emplois salariés (ETP) entre 1998 et 2005 dans les associations et le secteur public de la culture

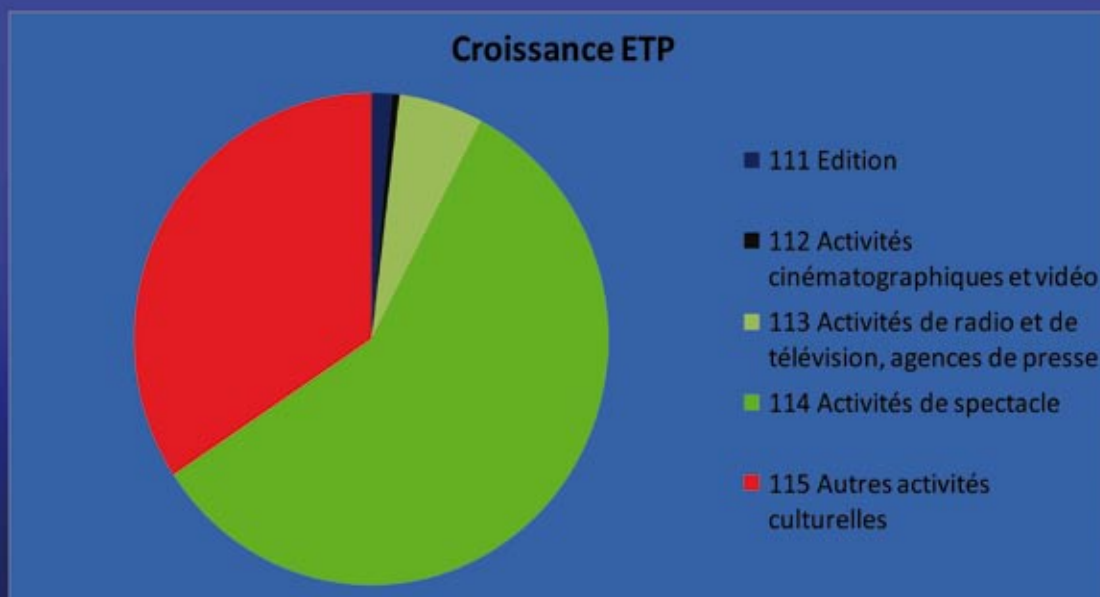
	Total	Associations	Secteur Public
111 Edition			
Total 111 Edition	69,1	66,4	0,0
112 Activités cinématographiques et vidéo			
Total 112 Activités cinématographiques et vidéo	24,5	23,8	0,0
113 Activités de radio et de télévision, agences de			
Total 113 Activités de radio et de télévision, agences de presse	273,3	273,6	-0,3
114 Activités de spectacle			
92311 Artistes indépendants	-68,8	-68,8	0,0
92312 Production de spectacles par des ensembles artistiques	819,6	707,0	30,3
92313 Services annexes à l'art dramatique et à la musique	1.490,2	1.133,5	349,3
92321 Exploitations de salles de théâtre, de concert et similaires	659,6	373,8	27,4
92322 Gestion et exploitation de centres culturels	1.014,1	519,7	493,0
92340 Autres activités de spectacle et d'amusement	95,4	94,8	0,0
Total 114 Activités de spectacle	4.010,1	2.760,1	900,0
115 Autres activités culturelles (bibliothèques, musées, jardins botaniques,...)			
92510 Gestion des bibliothèques et archives publiques	1.462,4	408,6	1.053,8
92520 Gestion des musées et du patrimoine culturel	1.806,3	746,3	1.030,4
92530 Jardins botaniques, zoologiques et réserves	551,1	474,4	74,2
Total 115 Autres activités culturelles (bibliothèques, musées, jardins botaniques,...)	3.819,8	1.629,3	2.158,6

Répartition par branches d'activités des créations d'emplois total entre 1998 et 2005 (ETP)

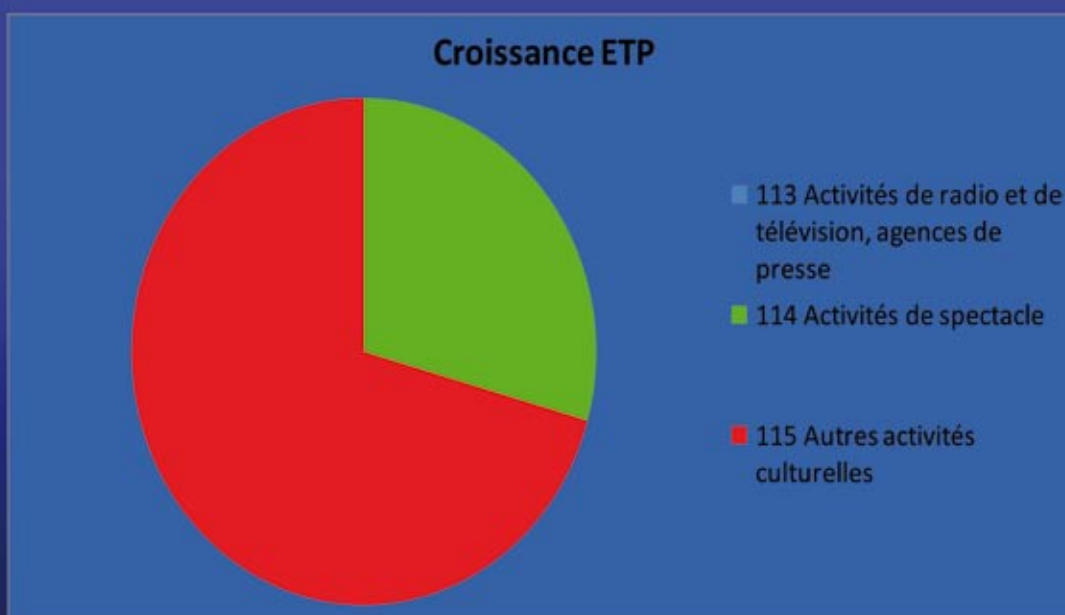


7

Répartition par branches d'activités des créations d'emplois dans les ASBL entre 1998 et 2005 (ETP)



Répartition par branches d'activités des créations d'emplois dans le Secteur Public entre 1998 et 2005 (ETP)

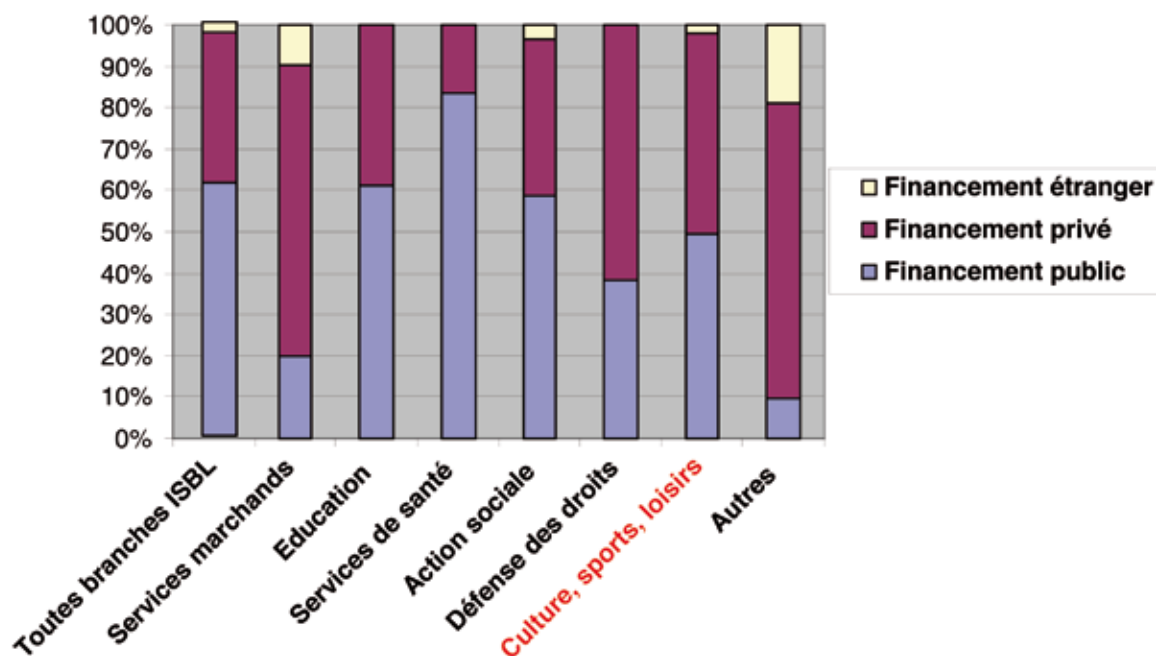


2. La culture au sein du secteur associatif

Le secteur associatif en Belgique

Environ 18 500 ISBL avec travail salarié: <ul style="list-style-type: none">• ASBL• AISBL• Associations de fait• Fondations (d'utilité publique)	Environ 60 000 ASBL actives avec du bénévolat seulement	Très nombreuses associations de fait actives avec du bénévolat seulement
Dont environ 1600 établissements scolaires du réseau libre (ASBL)		

Provenance des ressources monétaires des ISBL (ISBL avec emplois rémunérés, hors enseignement libre – 2004)



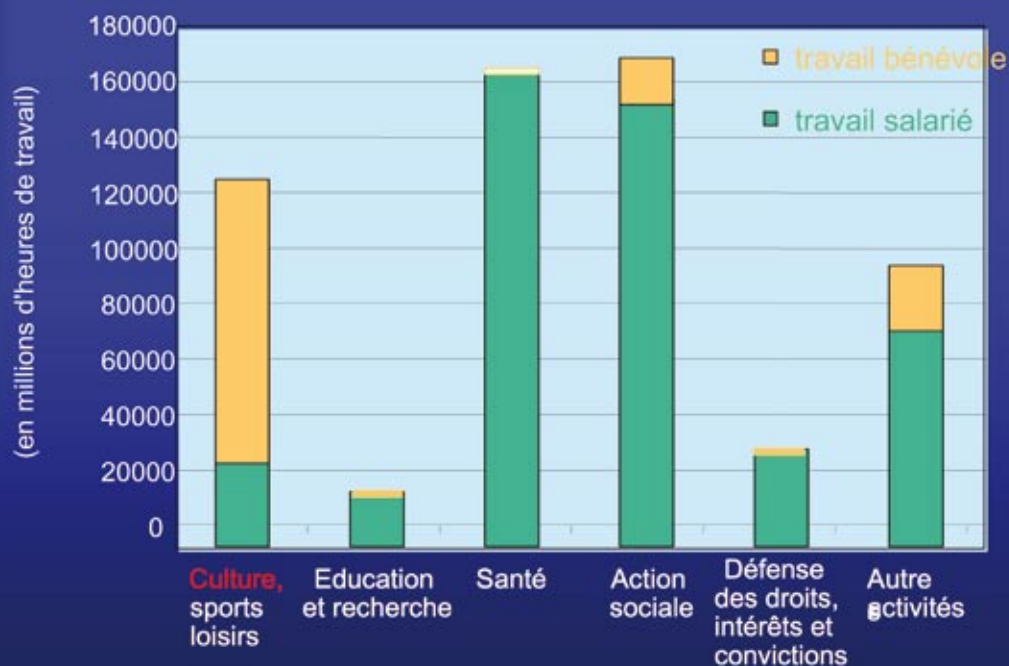
Le coût salarial horaire dans les ISBL

(ISBL avec emplois rémunérés, hors enseignement libre – 2004)

Branches	Coût salarial (euros)
Toutes branches ISBL	25,4
- Services marchands	25,1
- Education	28,0
- Services de santé	29,5
- Action sociale	21,8
- Défense des droits, intérêts et convictions	28,8
- Culture, sports, loisirs	21,8
Administrations publiques	28,9
Ensemble de l'économie	29,5

13

Emploi salarié et bénévolat



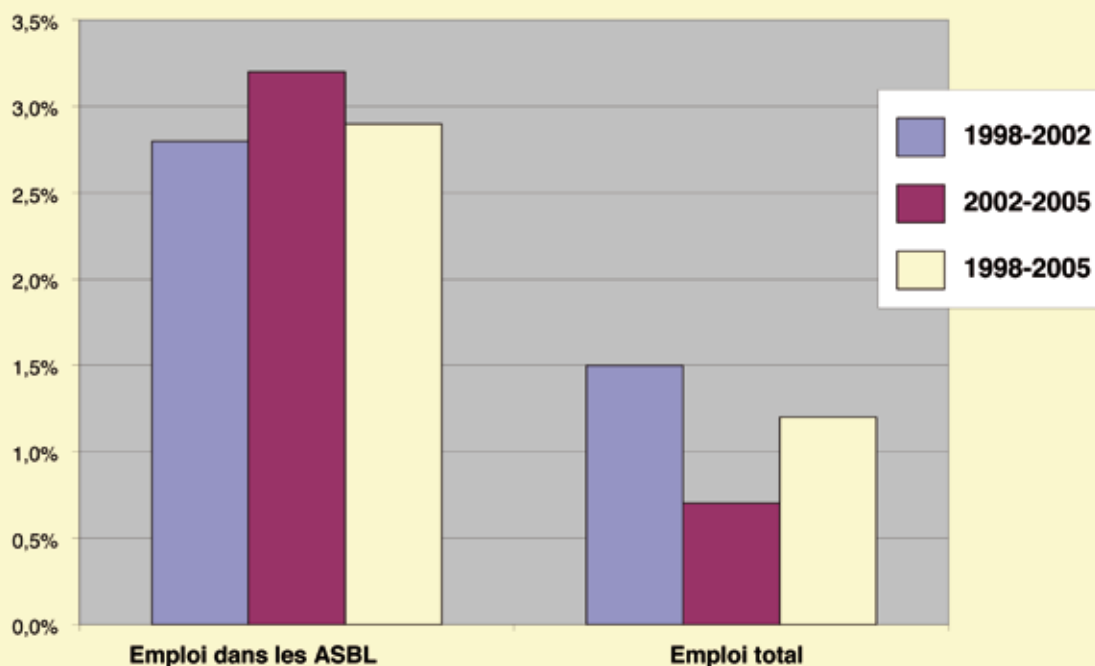
14

Créations d'emplois dans les ASBL entre 1998 et 2005 (en ETP)

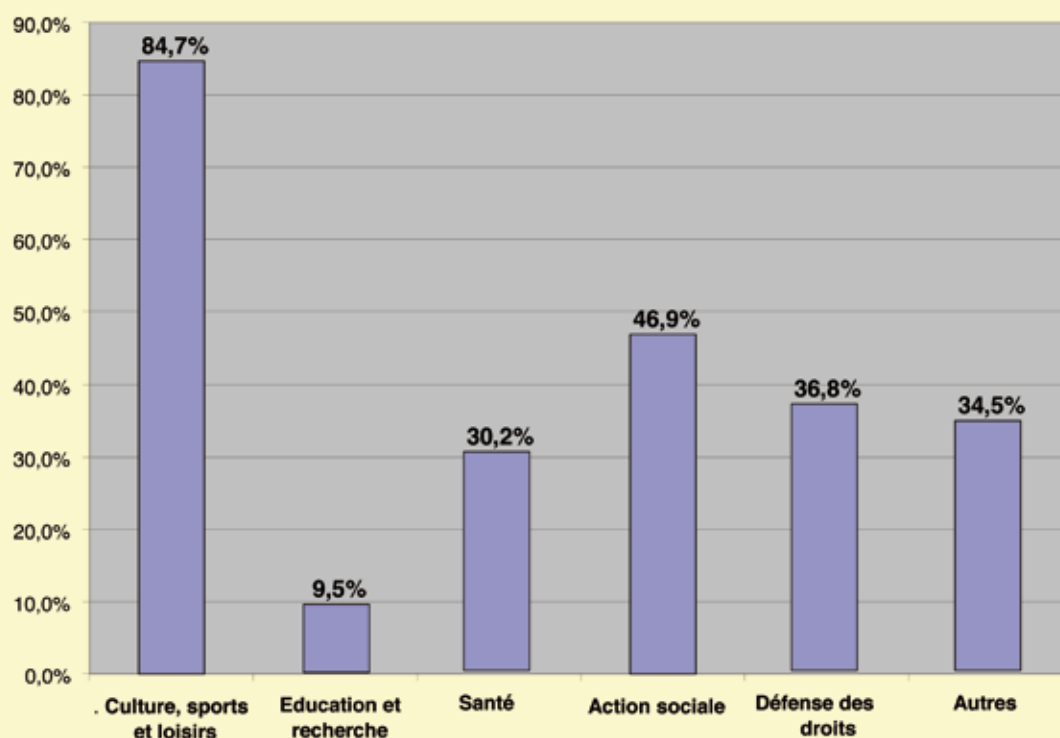
	Bruxelles	Flandre	Wallonie	Pays
Croissance en ETP	+11 214,6	+48 877,4	+18 472,7	+78 564,7
Croissance en %	+22,9%	+24,0%	+19,1%	+22,5%
Taux de croissance annuelle	+3,0%	+3,1%	+2,5%	+2,9%

15

Croissance annuelle de l'emploi salarié dans les ASBL et de l'emploi salarié total (ETP)



Taux de croissance de l'emploi salarié dans les ASBL de 1998 à 2005, par branches (en ETP)



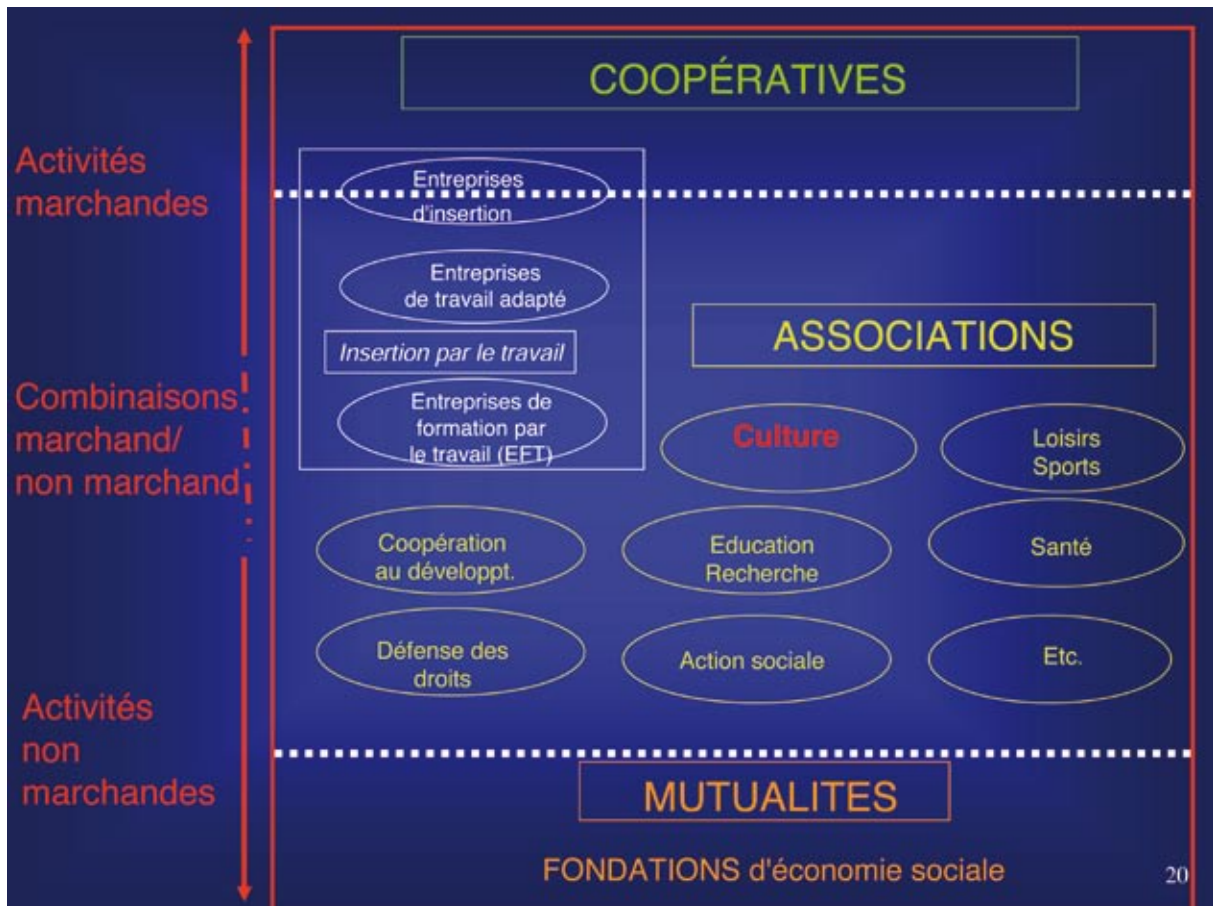
3. La culture dans une perspective d'économie sociale

18

« Par économie sociale, on entend les activités économiques productrices de biens ou de services, exercées par des sociétés, principalement **coopératives** et/ou à finalité sociale, des **associations**, des **mutuelles** ou des **fondations** dont l'éthique se traduit par l'ensemble des principes suivants:

- ✓ **Finalité de service** à la collectivité ou aux membres, plutôt que finalité de profit,
- ✓ **Autonomie de gestion**,
- ✓ **Processus de décision démocratique**,
- ✓ **Primauté des personnes et du travail** sur le capital dans la répartition des revenus."

19



L'emploi salarié dans l'économie sociale (2005-2006)

	Nombre d'entités	Nombre d'employeurs	Nombre de salariés	Nombre d'ETP
Associations	-	17 006	564 497	443 025,3
Mutuelles (unions nationales)	5	5	12 864	11 230,0
Coopératives agréées CNC	551	165	6 750	5 662,3
Sociétés à finalité sociale	457	297	5 406	4 265,0
Total Economie sociale	-	17 473	589 517	464 182,6
<i>En % de l'emploi du pays</i>			16,7%	15,7%
Moins écoles et hôpitaux en ASBL			-277 810	- 227 889,7
= Total ES hors écoles et hôpitaux			311 707	236 292,9
<i>En % de l'emploi du pays</i>			8,8%	8,0%

22

4. La culture comme champ (en partie) non marchand

Tableau 1
Définition théorique du secteur non marchand

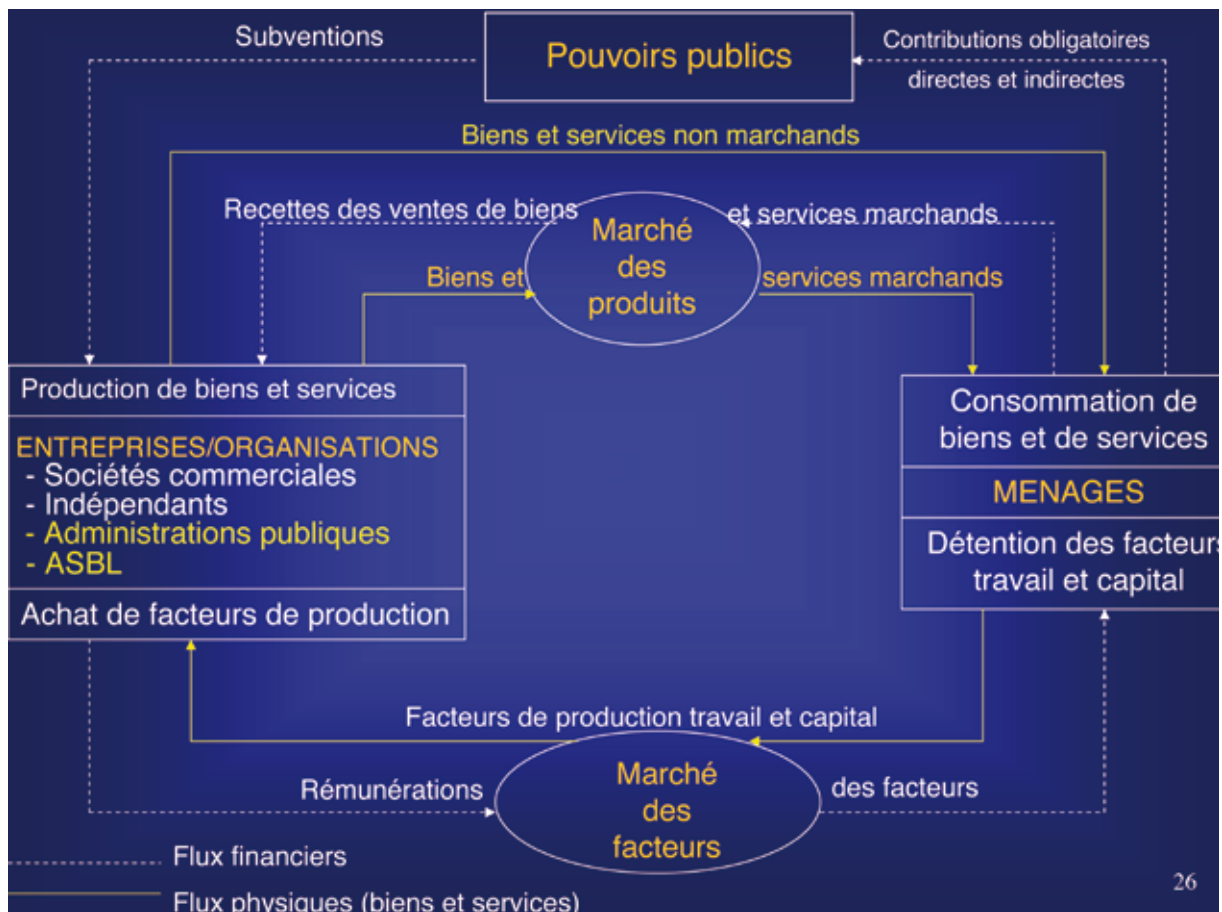
	Secteur privé		Secteur public	
Critère "finalité" / Critère "ressources"	A but lucratif	A but non lucratif	A but non lucratif	A but lucratif
Ressources marchandes (ventes)	(1)	(4)	(7)	(10)
Ressources mixtes	(2)	(5)	(8)	(11)
Ressources non marchandes	(3)	(6)	(9)	(12)

24

Les relations entre le secteur marchand et le secteur non marchand

- Perception habituelle
 - le NM n'est pas vraiment productif
 - le NM dépend de la "vraie" économie marchande
- Pourtant, interdépendance et non dépendance univoque
 - le NM est un client important des entreprises marchandes (investissements, achats divers, ...)
 - les salaires du NM soutiennent la demande au secteur marchand
 - le NM décharge le secteur marchand de coûts importants (ex: formation et santé des travailleurs)

25



Conclusions

- **Le secteur associatif, l'économie sociale et le non-marchand sont des acteurs économiques majeurs:**
- **La croissance de l'emploi associatif est 2,5 fois plus forte** que dans le reste de l'économie: plus de 100 000 emplois (78 000 ETP) créés entre 1998 et 2005
 - l'avenir de l'emploi pour les trois régions va se jouer dans le champ des services:
 - **Services marchands (entreprises commerciales classiques)**
 - **Services essentiellement non marchands à financement public dominant (ex: santé) ou à financement partagé (ex: action sociale)**
 - **Services semi-marchands (ex: culture, loisirs)**