

Extrait du Irma : Centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles

<http://www.irma.asso.fr>

1996-02-12

# **Actes du deuxième forum de la diffusion**

- CIMT - Ressources -

Date de mise en ligne : lundi 12 février 1996

---

**Irma : Centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles**

---

**Journées interprofessionnelles autour de la diffusion du spectacle vivant en musiques et danses traditionnelles (Paris, 12 et 13 février 1996) organisées par le Centre d'information des musiques traditionnelles (CIMT) en partenariat avec la Fédération des associations de musiques et danses traditionnelles (FAMDT) et la Maison des cultures du monde**

---

## EDITORIAL

Nous savons tous que le spectacle vivant est la clé du maintien des pratiques artistiques professionnelles et qu'il joue un rôle déterminant dans l'évolution des pratiques amateurs. L'aide au spectacle vivant dans le secteur des musiques et des danses traditionnelles repose en partie sur la mise en place de mesures incitatives et d'opérations promotionnelles auprès des programmateurs et des responsables culturels. Les efforts doivent aussi porter sur la structuration du milieu professionnel et permettre, notamment, le renforcement de l'environnement professionnel des artistes et l'apparition d'entreprises de diffusion et de production. Dans le même temps, il apparaît nécessaire de construire de véritables réseaux de lieux de diffusion, à l'échelle des régions, bien sûr, mais aussi au niveau national.

Le caractère éminemment social et convivial des musiques et des danses traditionnelles invite à maintenir et à développer d'autres modes de diffusion et de partage, autour de formes comme le bal, l'animation dans les cafés et les lieux de proximité, le spectacle "à domicile" &hellip; Le secteur associatif qui déploie une activité importante, souvent freinée par un manque de moyens et de reconnaissance, semble bien placé pour apporter ici des solutions novatrices. L'imagination doit aussi investir notre réflexion.

Quelles préconisations devons-nous dégager pour assurer une meilleure diffusion des productions et des propositions artistiques de ce secteur et pour que ces musiques et ces danses s'insèrent efficacement dans la vie culturelle de notre pays ? Tel était l'objet de ce deuxième Forum qui a réuni, pendant deux jours, près de 200 professionnels venus de toute la France.

Jean-François DUTERTRE.

## SOMMAIRE

### [Les aides aux lieux](#)

- ▶ Bilan et perspectives par Gilles CASTAGNAC (Irma)
- ▶ Intervention d'André CAYOT (DMD)
- ▶ L'action de la Sacem par Eric De BONDY (Sacem)

### [Les entrepreneurs](#)

- ▶ Agents et producteurs, quelles perspectives ? par Genevève GIRARD (Azimuth)
- ▶ Des initiatives en région par Jean LÉGER (Cep)
- ▶ Pour un programme d'aides à la création d'entreprises par Robert CARO (CMTRA)
- ▶ Intervention de Françoise GRÜND (Maison des cultures du monde)

### La diffusion de proximité

- ▶ Contes et musiques à domicile, une expérience en banlieue parisienne par Jean-François DUTERTRE (CIMT)
- ▶ Pour un programme de développement de la diffusion de proximité en zones rurales, par Olivier DURIF (CMT Limousin)

### Le rôle de la presse et des médias

- ▶ Le rôle de la presse et des médias, avec Eliane AZOULAY (Télérama), Daniel CAUX (Radio-France), Philippe KRÜMM (Trad' Magazine), Michèle MIRA PONS (Aligre FM) et Véronique MORTAIGNE (Le Monde).

### La diffusion internationale

- ▶ Les programmes d'aides à l'exportation par Bruno BOUTLEUX (Directeur du FCM)

### Les réseaux

- ▶ Le réseau de la CCAS par Christine FERRI (CCAS)
- ▶ Le réseau du Comité international des organisations de festivals folkloriques avec Jean ROCHE (Festival de Gannat)
- ▶ Le réseau du European Forum of Worlwide Music Festivals Christian MOUSSET (Musiques Métisses)
- ▶ La Commission régionale de diffusion Midi-Pyrénées par Luc CHARLES-DOMINIQUE (Conservatoire Occitan)

### Les dispositifs de promotion

- ▶ Vers des dispositifs nationaux de promotion des productions artistiques par Jean BLANCHARD (CMTRA).
- 

## LES AIDES AUX LIEUX

### **Bilan et perspectives par Gilles Castagnac (Directeur de l'Irma)**

Je soulignerai, tout d'abord, qu'il n'existe pas une politique mais un ensemble de politiques très diverses, conçues en fonction du point de vue des différents intervenants et interlocuteurs. Ceux-ci ont tous des lectures très spécifiques du secteur, de ce qu'ils en attendent, comme de l'utilité qu'ils donnent à leurs interventions. Au premier abord, on peut retenir trois intervenants principaux, qui sont d'une part le ministère de la Culture, et, d'autre part, les collectivités territoriales - avec toute la multiplicité qu'elles peuvent représenter - et dans, une moindre mesure, les organismes professionnels. Cette différence d'approche va induire différents types d'interventions ; c'est à dire que

ces différentes lectures peuvent impliquer, pour les uns des approches sociales, pour les autres des approches plus économiques, enfin pour d'autres des approches plus culturelles. C'est en regardant en détail d'où vient la réflexion qu'on arrivera à décrypter comment se construisent les programmes et comment ils peuvent essayer - parce que ce n'est pas toujours évident - d'arriver à s'articuler les uns avec les autres.

Dans une première lecture, on peut faire ressortir plusieurs typologies d'intervention qui vont conduire la réflexion des différents intervenants. La plus connue et la plus ancienne, en terme d'intervention programmatique, mais aussi la plus importante en terme de financement, est constituée par l'aide à l'équipement. L'aide à l'équipement a été conduite, à partir des années 90, par le ministère, pendant plus de quatre années, irriguant ainsi tout le territoire dans un vaste mouvement qui consistait à essayer de stabiliser ou de mettre en place un réseau de diffusion de petites et moyennes salles. Nous rélèverons ensuite, l'aide à la programmation, forme d'intervention qui, théoriquement, se situera plus sur un angle artistique et qui posera question quant à l'adéquation avec la volonté du programmeur. Nous retiendrons aussi le conseil comme une autre typologie d'intervention. On rangera dans cette catégorie, l'action de l'Agence des lieux musicaux et de spectacles, qui a été construite en parallèle avec le programme d'aide à l'équipement. Cette Agence a mis à disposition pendant des années des techniciens pour l'aménagement des lieux afin d'accompagner cette politique d'équipement. Elle a également accompli tout un travail d'accompagnement, qui n'était pas celui prévu au départ, de dialogue entre l'aide obtenue sur le plan national et la volonté des collectivités territoriales. La quatrième forme que je distinguerai parmi ces typologies - forme qui est certainement la plus importante et celle vers laquelle on se tourne aujourd'hui - est celle de l'aide au fonctionnement, pour laquelle le ministère manifeste la conviction qu'il est nécessaire d'intervenir en 96. Il ne faut pas oublier que ces aides s'insèrent dans le dispositif bien plus large de l'aide à la diffusion. Je dois aussi évoquer l'ensemble des aides indirectes, au premier rang desquelles figure un taux de TVA spécifique pour le spectacle vivant. Cette forme d'aide " indirecte " n'est pas sans poser de nombreux problèmes pour des lieux qui n'ont pas toujours accès, au regard des textes, à ces taux privilégiés, en raison de la présence ou non du bar dans la salle.

L'ensemble des porteurs de projet ou des lieux existants se retrouve devant la nécessité de croiser un ensemble de logiques et de devoir construire le développement de leur entreprise ou de leur activité en fonction d'un nombre d'interlocuteurs très diversifiés, avec lesquels il va falloir composer. Nous avons assisté, depuis la fin des années 80, à un effet induit par l'ensemble de ces aides, provoquant une prise de conscience de ses acteurs et qui s'est manifesté par la construction de structures fédératives ou de structures d'organisation. Cet effet s'est traduit par la défense des conditions d'exploitation des lieux musicaux et par l'émergence d'un métier, sous un angle technique qui, juste là, avait été assez peu pris en compte.

En termes d'évolution, il convient de souligner un deuxième point très important qui permet d'expliquer l'évolution de la réflexion autour des lieux. Nous avons constaté un renversement total d'approche au cours de ces vingt dernières années, qui a consisté à expliquer que, pendant longtemps, on avait assuré la prédominance d'une logique d'équipement de type généraliste. Nous étions sur une notion de polyvalence et l'on assistait à l'ouverture, dans l'ensemble des communes, de salles polyvalentes très loin d'être adaptées, mais qui avaient l'avantage de mettre à disposition des espaces répondant à une forme d'"animation socioculturelle " censée répondre aux besoins du monde associatif, dans une logique d'éducation populaire. Cette première tendance s'est complètement renversée à partir de la revendication - apparue dans les années 70 et développée tout au long des années 80 - de lieux musicaux typiques et adaptés tels qu'ils en existaient dans d'autres formes d'expression artistique comme le théâtre ou la musique classique. Ce renversement d'orientation a vu émerger des revendications de la part des professionnels qui se sont cristallisées autour de la création par exemple des " Zéniths " - c'est à dire du passage du hall d'exposition ou du palais omnisports à des lieux spécifiquement dévolus à une exploitation commerciale par des professionnels, pour l'ensemble des musiques populaires. Mais derrière ce phénomène, c'est aussi l'ensemble des petits équipements - dans une palette allant de la salle de 100 places à la salle de 1 200 places - qui milite pour une reconnaissance de leurs besoins spécifiques, avec une revendication emblématique de ces lieux par rapport à une activité déjà présente dans un ensemble régional. A cette revendication s'ajoute, ces derniers temps, une nécessaire reconnaissance des traitements acoustique spécifiques liés à l'amplification. C'est un mode de pensée présent dans l'esprit des personnes qui élaborent les programmes et avec laquelle on doit composer pour défendre son projet.

Si nous balayons maintenant les aides selon les différents intervenants, en commençant par le ministère, nous pouvons dire que la première annonce, en termes d'aides directes dans le domaine des musiques populaires contemporaines, a été - en relation avec l'ouverture en 1989 de la ligne budgétaire portant sur l'aide à l'équipement que j'évoquais tout à l'heure - la mise en place d'une structure d'expertise et de conseil intitulée Agence des lieux musicaux. On retiendra d'ailleurs au passage que, dès l'annonce de ce programme, cette décision avait été accompagnée d'un courrier spécifique de la main du ministre, envoyé à tous les maires des communes de plus de 20 000 habitants. Cette initiative formait l'un des premiers éléments de la volonté affirmée d'un dialogue entre les aides engagées par l'Etat et le relais - ou la composition - nécessaire avec les interventions des différentes collectivités territoriales. On retiendra également que, même si du point de vue de la communication, on a donné à cette époque-là la primauté au rock, il était bien clair dans l'état d'esprit des concepteurs que ce projet concernait l'ensemble de ce que l'on réunit maintenant sous l'emblème " musiques actuelles " : rock, chanson, rap, musiques traditionnelles, jazz, etc.

---

Ainsi, en quatre années, ce sont plusieurs dizaines de millions de francs qui auront été répartis sur plus de 200 salles à travers tout le territoire, et un ensemble de 850 dossiers étudiés par l'Agence. Mais, en même temps, deux autres orientations sont apparues, suite à cette aide à l'équipement. Une première orientation a porté sur un axe plus culturel autour de l'expérience d'un certain nombre de lieux " mythiques " dans le domaine : le Confort Moderne à Poitiers, l'Ubu à Rennes, l'Aéronef à Lille, l'Hôpital Ephémère à Paris. Cette orientation a provoqué une réflexion autour d'un réseau européen, Tanseuropol, qui a débouché sur une étude de construction d'un programme baptisé " Nouveaux lieux culturels, nouvelles aventures culturelles ", annoncé en 89 avec une ligne budgétaire spécifique et qui n'a jamais, à ma connaissance, réellement vu le jour.

Néanmoins, cette réflexion, sur une approche plus culturelle - au sens plus générique du terme - revient à l'ordre du jour dans les réflexions en cours sur la question d'une filiation des Maisons de la Culture vers un ensemble de formes d'expressions artistiques. C'est-à-dire que cette réflexion s'oriente vers l'idée de confier à des lieux de diffusion, ou à des lieux de regroupement de pratiques dans le domaine des musiques actuelles, une mission qui, au-delà de la simple diffusion, irait jusqu'à la construction même d'un secteur, et donc déboucherait sur une responsabilité qui ne se limiterait pas simplement à l'équipement et à la salle, mais inclurait une capacité d'animation globale et de développement culturel par rapport à l'ensemble du secteur. Cette mission pourrait se traduire, notamment, par l'accueil de nouvelles formes d'expression artistiques, jusque là assez peu prises en compte, et qui pourraient trouver ici un premier lieu de reconnaissance.

La deuxième approche - qui a été beaucoup plus importante puisque le programme s'est développé très rapidement - est clairement affichée comme " sociale " et a été annoncée en 1991. Il s'agit du programme " Cafés-Musiques " qui trouve son origine dans la politique de la ville et qui fait, dès l'origine, l'objet d'une procédure interministérielle. Il a été repris, par exemple, dans le discours d'investiture du premier ministre. On a mis en avant le fait qu'il bénéficie des financements du ministère mais également de la Div (Délégation Interministérielle à la Ville) et du Fas (Fonds d'action Sociale). Aujourd'hui, ce sont plus de 70 structures qui ont reçu ce label. Cette labellisation s'est portée sur des lieux dont on reconnaîtra qu'ils restent extrêmement fragiles, y compris en termes de travail artistique - d'autant plus qu'ils souffrent, à mon avis, d'une imprécision entre le champ du secteur de la pratique amateur et le champ professionnel.

Le troisième programme d'intervention, à l'initiative du ministère, a été baptisé plan Fic. Lancé en 94, il affiche une vocation plus artistique qui porte sur 25 lieux programmant aussi bien du rock que de la chanson, du jazz ou de la musique traditionnelle, et qui ont été sélectionnés en fonction de leur importance par rapport aux secteurs dans lesquels ils sont insérés. Ils ont reçu chacun 80 000 F en aide au financement du poste du responsable, et participe par ailleurs à un programme de rencontres que nous avons conduit au sein de l'Irma. On remarquera d'ailleurs au passage que cette procédure, cette méthode de travail, reprend des préconisations qui avaient pu être développées dans un rapport réalisé par l'Agence, préconisations qui insistaient sur les difficultés du financement du poste du responsable, du porteur de projet à l'intérieur de ces lieux.

Aujourd'hui, on se retrouve face à un redéploiement de compétences et à une mise en cohérence de la politique du ministère en direction des lieux puisque la tutelle de l'ensemble des programmes a été confiée à la Direction de la musique et de la danse. Ce redéploiement s'accompagne d'une volonté politique affirmée, puisque, ces dernières semaines, le ministre, à plusieurs occasions, a pu confirmer l'annonce de la création d'une ligne budgétaire de 10 millions de francs, dont 6 millions de francs de mesures nouvelles, pour l'aide au fonctionnement d'une centaine de salles en 96. Il me semble que nous nous trouvons à une période de transition des dispositifs, de cet ensemble de programmes mis en place et dont on peut maintenant faire des évaluations. Ces évaluations sont menées à travers une série de concertations, soit avec des réseaux, soit encore avec des fédérations qui vont, à mon avis, aboutir à une nouvelle politique, plus cohérente et plus globale. Je pense qu'il est intéressant que chacun puisse y participer.

En ce qui concerne les aides professionnelles, je voudrais indiquer dans un premier temps que pour ce qui est des sociétés civiles qui agissent dans le cadre de l'ancien article 38 de la loi de juillet 85, il est bien fait mention, dans cet article, des aides qu'elles doivent apporter à la création et la diffusion de spectacle vivant ainsi qu'à la formation d'artistes. Pour autant, je pense que, depuis assez longtemps, les sociétés civiles, et plus largement les organismes professionnels, ont une perception des lieux et de leur positionnement qui n'est pas toujours très claire. C'est-à-dire que leur intervention est assez rarement directe, et qu'elle sera effectuée du point de vue de l'organisme concerné. Très souvent, dans un premier temps, les organismes professionnels ont considéré qu'il était plus important d'aider les tournées que d'aider les lieux, par faute d'identification précise de ces lieux, et par une volonté de refuser de se retrouver emprisonnés dans une aide au fonctionnement qui suppose une responsabilité de viabilisation d'entreprises extrêmement fragiles, et dont un éventuel retrait pourrait remettre en cause la pérennité.

D'autres phénomènes sont perturbants, par rapport à la capacité des organismes professionnels à intervenir directement sur les lieux : un flou quant à leur perception, mais également un flou sur le positionnement exact entre la manière dont on envisage les choses ici en France. Il y a une dichotomie évidente entre la notion d'employeur et d'employé, qui n'est pas forcément très claire dans l'esprit des porteurs de projets, constitués souvent de militants qui se situent dans une démarche extrêmement proche des artistes. Je prendrai par exemple le FCM qui, il y a deux ans, a mené une réflexion pour savoir s'il convenait d'envisager une aide directe en direction des lieux et qui a préféré, après un temps de consultation de l'ensemble des forces qui le composent, en revenir à la forme traditionnelle de l'aide aux tournées. Pour autant, il existe des exemples d'interventions comme le programme " Jeunes affiches " de la Sacem. Ainsi, les producteurs soutiennent certains lieux parisiens dans une volonté de proposer une aide au show cases. Le Fonds de soutien aux variétés, lui, a mis en place, depuis maintenant un an, un principe de retour de taxe parafiscale maximalisé à 300%, c'est-à-dire que contrairement à un entrepreneur de spectacles habituel qui verse sa parafiscale et dispose d'un droit de tirage de 60% pour pouvoir réinvestir dans de nouvelles productions, la solidarité globale du milieu du spectacle fait qu'un certain nombre de lieux disposent d'un retour trois fois supérieur à ce qu'il verse en parafiscale. A l'heure actuelle, je crois qu'une vingtaine de salles bénéficient de ce dispositif, le ministre ayant indiqué par ailleurs qu'il souhaitait voir ce chiffre doubler au cours de l'année.

Au-delà des organismes professionnels et pour ce qui est des collectivités territoriales, voici juste quelques indications sur les sensibilités actuelles. Sous l'angle social - et c'est constant partout - je pense qu'on doit une part du succès du programme Cafés-Musiques, notamment en termes de demandes d'implantation, au souci d'intégrer la question des nuisances sonores dans ce qui, globalement, relève de ce qu'on appelait la " musique des jeunes ".

Enfin, pour conclure, j'ai l'impression que nous sommes en face d'une évolution qui doit maintenant prendre en compte l'existence d'une forte mise en réseau, et donc d'une professionnalisation du terrain qui va permettre d'identifier, au travers de phases de concertation déjà entamées mais qui doivent à mon avis se développer de plus en plus, des interlocuteurs syndicaux au niveau de ces petits lieux. Je pense au Synapss, mais également à des interlocuteurs de type fédératif sur des formes esthétiques. Les clubs rock se sont dotés d'une structure de représentation qui s'appelle la Fédurok, les lieux jazz d'une structure de regroupement qui passe énormément par des recherches en termes de programmation commune : le réseau Carmin (Fédération des scènes de jazz). Mais on

peut également citer des réseaux comme Orque Idées, réseau plus générique, sur des formes de type " petits spectacles " sans que ce soit forcément lié à une esthétique particulière. Des structures de groupes d'études comme le Gema (Groupe d'études sur les musiques amplifiées) se proposent aussi de faire des analyses de public, quel que soit le genre des lieux concernés, pour pouvoir amener des éléments de base et produire de l'évaluation pour une demande.

Le point de convergence qu'on retrouve un peu partout est la labellisation - en tout cas la définition de cahier des charges - de missions précises affectées à ces lieux pour pouvoir bénéficier, dans un cadre précis, qui est celui de programmes définis, de systèmes de soutien clairement identifiés, après une nécessaire phase préalable qui est celle de l'évaluation. Au passage, on notera que, sur cet axe là, s'est également constitué, dans le domaine des musiques amplifiées, un comité de définition qui regroupe des représentants du ministère de la Culture, du ministère de l'environnement, du ministère de la jeunesse et des sports, du ministère de la santé, de la Datar, de structures comme le Gema ou l'Irma. Ce comité travaille également sur cette question de labellisation et de définition de cahier des charges, de missions précises et d'enjeu à donner. En sachant que, très vite, on débouche sur l'idée que cette labellisation n'a pas vocation à définir un type de lieu mais un ensemble de sous-groupes, de cahiers des charges adaptables en fonction d'objectifs qui ne sont pas les mêmes pour l'ensemble des lieux. On sait que l'on n'aura pas forcément le même cahier des charges ou les mêmes objectifs en étant en milieu rural ou en centre urbain, ou même en périphérie. Ce travail s'accompagne donc d'une réflexion sur les spécificités des lieux et étudie l'évolution de ce premier maillage.

Je crois que tout cela va très certainement passer par la définition d'un cahier des charges qui va renvoyer à une mission beaucoup plus large dans laquelle nous trouverons de véritables enjeux d'orientation pour les années à venir, dont la simple diffusion, par exemple, ne sera pas forcément la raison d'être. Si l'on prend l'ensemble des " lieux Fic " tels qu'ils existent à l'heure actuelle, on s'aperçoit que, s'ils constituent bien des lieux de diffusion, cette diffusion n'est pas leur unique raison d'être. Toute une série d'activités sont développées à partir de ces lieux et représentent des plates-formes d'animation et d'insertion. Ils ne sont pas vécus comme un aboutissement mais bien comme des équipements contribuant à une construction politique. Au-delà, et pour éclater les questions qui peuvent alimenter un débat, je pense qu'il y a une autre tendance qui commence à percer au sein de ces réflexions, et qui sera assez difficile à intégrer : c'est la remise en cause du lieu fermé en tant que tel, en tant que support de pratiques culturelles. Il s'agit d'une réflexion qui répond à une interpellation déjà présente dans le théâtre où l'on a vu se développer la notion de spectacle de rue, de tout ce qui relève du " Hors les murs ". En termes de mise en place d'équipements, elle nécessite une réflexion sur d'autres formes d'interventions et la remise en cause globale de la notion de spectacle, ainsi que la distinction scène-salle. Cette distinction est extrêmement remise en cause, dans le domaine des musiques actuelles, avec de nouvelles formes d'expression artistique, et induit à mon avis aussi une évolution des formes plus traditionnelles.

Enfin, on constate que, c'est en fonction de l'existence de réseaux de diffusion, de l'existence d'un ensemble de lieux connectant des programmations communes, qu'on a vu apparaître des programmeurs et donc des agents et des entrepreneurs de spectacles spécifiques à ces réseaux, à ces esthétiques. C'est une évidence que la montée en charge de ces lieux, de ces résidences, est une méthode de travail pour voir apparaître, d'un point de vue économique, une forme de reconnaissance accompagnée de l'émergence de professionnels qui vont être à même de pouvoir conduire ce travail d'irrigation, en proposant des catalogues d'artistes, en les accompagnant avec un véritable savoir-faire développé au sein des lieux de diffusion.

---

### **Intervention d'André Cayot (Inspecteur chanson, variétés, jazz à la Direction de la musique et de la danse du ministère de la Culture)**

Je m'occupe plus particulièrement de ce qu'on appelle aujourd'hui les " musiques actuelles ". Il est étrange de constater que, chez nous, les musiques actuelles sont dissociées des musiques traditionnelles. Pourtant, nous faisons partie d'un ensemble de musiques en évolution, et par conséquent, les musiques traditionnelles ou les

musiques du monde, font partie de cet ensemble-là. Pour cette raison, nous souhaitons que ces musiques soient prises en compte dans l'ensemble des lieux de diffusion que forment les petites salles de spectacles dont nous parlons aujourd'hui. Je crois effectivement que, petit à petit, et à force d'avoir mis notre métier sur l'ouvrage, un plan de pérennisation et de soutien à ces lieux est en train de se mettre en place. J'espère qu'il ne subira pas les coupes et les aléas budgétaires qui sont de mise habituellement. Notre objectif, cette année, sera d'identifier une centaine de lieux, labellisés " Cafés-Musiques " ou non, avec lesquels nous allons passer des conventions d'objectifs et des conventions financières. Une des idées-forces étant qu'il est nécessaire de bien identifier une équipe, un responsable de lieu, un projet et des murs. Le projet écrit précisera ce que va faire le lieu, de telle sorte que l'on puisse très rapidement mettre en place une procédure d'évaluation que le plan Fic nous a permis de définir.

Le soutien pérenne à ces lieux nous semble désormais très important. La centaine de lieux que je viens d'évoquer inclue les " Cafés-Musiques " - vous savez, comme l'a dit Gilles Castagnac que, depuis le mois de janvier, la DMD a repris la tutelle de l'ensemble des lieux musicaux, ce qui nous semble être un peu plus cohérent - et nous allons travailler sur ce que j'ai toujours désigné comme le grand ensemble des lieux musicaux. A l'intérieur de cet ensemble, on peut distinguer forcément des sous-ensembles. Par conséquent, nous allons travailler à structurer ce réseau de grand ensemble avec des données communes à l'ensemble des membres de ce réseau, pour identifier ensuite, de façon plus précise des sous-ensembles. Certains se sont déjà largement manifestés. Je pense à la Fédurok, qui est plutôt dans un secteur d'économie mixte privée-publicue sur l'accueil d'artistes en développement, secteur très en prise avec les milieux professionnels du rock et des variétés. D'autres identifications se font au niveau du jazz, par exemple ou parallèlement la Direction de la musique a soutenu depuis deux ou trois ans, dans le cadre d'un plan jazz, cinq ou six lieux fortement marqués et qui forment aussi des lieux d'expérimentation, des laboratoires pour ces musiques. Je pense aux Instants Chavirés à Montreuil, à l'Ajmi à Avignon, au Pannonica à Nantes, au Biplan à Lille&hellip; Ces lieux permettent d'envisager l'émergence d'une sorte de réseau fortement identifié qui peut ensuite rayonner sur le grand ensemble des lieux musicaux.

On sait pertinemment que beaucoup de lieux musicaux ont des difficultés à programmer des musiques un peu moins porteuses. Nous devons donc, parmi les lieux généralistes qui font partie de ce réseau, développer la programmation d'esthétiques différentes, parmi lesquelles figurent les musiques traditionnelles ou les musiques du monde. Dans ce secteur, nous aurons à identifier avec vous les lieux qui diffusent plus particulièrement de la musique traditionnelle. En demandant à Josée Dubreuil et au REXY d'être intégrés dans le plan Fic, nous nous sommes rendu compte qu'il est très difficile de faire passer ce message. A Angers dernièrement, Josée Dubreuil a fait une intervention sur ce qu'étaient les musiques traditionnelles et l'ensemble des autres lieux ont alors découvert, d'une certaine manière, ce réseau, ce monde, qui lui est parfois un peu étranger. A nous de faire en sorte que l'ensemble de ces lieux prenne en compte ces problématiques.

Tout ce que vous évoquez sur la professionnalisation de ce secteur me paraît très important. Ainsi, vous parlez du manque d'agents dans le secteur des musiques traditionnelles, je pense avec vous qu'il y a tout un ensemble de choses qu'il faudra mettre en place pour ce côté professionnel, sans oublier, par ailleurs, de réfléchir aux problématiques des pratiques amateur. La pratique amateur, dans votre domaine, est une dominante assez forte mais on doit conserver à l'esprit que les lieux musicaux sont soumis au respect des lois sociales.

Nous avons désormais, avec cette nouvelle cohérence que le ministre a souhaité, en attribuant à la DMD la tutelle de l'ensemble des lieux musicaux, à labelliser et à définir ce que pourra être un nouveau programme. Les 10 MF évoqués étant évidemment emblématiques, mais correspondant bien à la volonté affichée d'affirmer que nous devons attribuer l'aide au fonctionnement des lieux musicaux en partenariat avec les collectivités locales (commune, département, région) et d'autre part les partenaires professionnels. Parce qu'il est bien évident que les lieux ont besoins d'un soutien fort, comme les théâtres en ont eu besoin à une certaine époque pour créer le réseau des Scènes nationales.

---

### **L'action de la Sacem par Eric De Bondy (Division culturelle de la Sacem)**



Si l'on connaît relativement bien le secteur de la perception des droits d'auteur par la Sacem, on connaît un peu moins bien le système de répartition de ces droits d'auteur et mal l'action culturelle qui est menée par cette société. Je ne vais pas rentrer dans le détail de cette action culturelle, mais je vais essayer de placer le secteur de la diffusion dans l'action culturelle de la Sacem et, plus précisément, la place des musiques traditionnelles dans ce programme. En préambule, nous allons retrouver le même problème de dénomination avec le terme de " musiques traditionnelles " : pour nous, Sacem, à l'inverse de la DMD - d'ailleurs je ne savais pas qu'il y avait cette dichotomie - les musiques traditionnelles font partie des musiques actuelles et incluent les musiques du monde.

Je vais commencer par quelques chiffres. En 1995, 30 millions de francs ont été consacrés à des programmes d'intérêt général en faveur de la musique, tous répertoires confondus, que ce soit les musiques actuelles ou les musiques dites " sérieuses ", musique contemporaine principalement. Les musiques traditionnelles sont bien évidemment des musiques sérieuses, toute précaution rhétorique prise. Ces sommes sont réparties autour de trois axes qui sont dictés par la loi de 85 : 6,2 millions vont à l'aide à la création et la production, 5,4 millions vont à l'aide à la formation d'artistes, 19,7 millions vont à l'aide à la diffusion de spectacle vivant.

Par création et production, on entend majoritairement un soutien à des projets audiovisuels à caractère musical, des partenariats avec le CNC ainsi que des soutiens à des organismes d'information comme le CDMC pour la musique symphonique, et l'Irma et ses différentes branches pour les musiques actuelles. L'aide à la formation d'artistes s'organise autour de deux axes principaux : un soutien à un certain nombre de lieux de formation comme le Studio des Variétés, les Studios Alice Dona, le Cim ou d'autres écoles d'influence jazz, et un soutien à des projets de résidence ou à des projets de première partie qui rentrent aussi dans le domaine de la formation d'artistes.

On va peut-être creuser un peu le domaine du spectacle vivant qui mobilise 19,7 millions : c'est une enveloppe qui est destinée en majorité à des aides à divers festivals et à des lieux de spectacle. Dans le domaine des musiques traditionnelles on a trois festivals importants soutenus en 95, les Musiques Métisses à Angoulême, les Rencontres de Saint-Chartier, et le Festival Interceltique de Lorient, avec pour ces deux dernières manifestations la signature d'une convention biennale l'année dernière entre le festival et le directeur régional de la Sacem concernée. Je ferai une petite parenthèse : sur les 19,7 millions consacrés à la diffusion du spectacle vivant, la moitié est déconcentrée vers nos directions régionales. La structure Sacem se décompose en directions régionales et en délégations régionales (il y en a à peu près 110 couvrant tout le territoire français) qui gèrent les crédits déconcentrés, permettant de signer des conventions. Nous avons signé l'année dernière, avec le festival de Saint Chartier et les Rencontres Interceltiques, des conventions pour 95 et 96. Par ces conventions biennales le directeur régional de la Sacem, plutôt que d'effectuer un saupoudrage de ces aides, choisit d'établir un partenariat durable - puisqu'il s'inscrit sur deux ans - et significatif sur des manifestations qui lui semblent porteuses et visibles. Il ne faut jamais oublier qu'il existe toujours une contrepartie de communication dans les partenariats de la Sacem. Pour l'aide aux festivals, on trouvera soit des manifestations gérées depuis le siège social, soit des conventions signées à partir des directions régionales.

Je distinguerai un deuxième volet d'aides à la diffusion du spectacle vivant : il existe, depuis 88 je crois, une aide aux lieux qui a mobilisé cette année une somme d'environ 9 à 10 millions de francs et qui a concerné au total et depuis le début, à peu près 80 lieux à travers différentes opérations. Nous avons signé des conventions triennales avec des petits lieux et engagés des opérations spécifiques dans le cadre des Semaines de la chanson depuis 93 et une opération appelée " Jeunes Affiches ". Cette opération a été lancée par mon prédécesseur, Philippe Albaret. L'année dernière, l'aide aux petits lieux de spectacles a mobilisé 1 450 000 francs dans le cadre de cette opération " Jeunes Affiches " dont le principe consistait, et consiste toujours, à mettre en réseau 24 petites salles de spectacles réparties sur toute la France, tout secteur et tous répertoires de musiques actuelles confondus. En début d'année, chacune des salles labellisée " Jeunes Affiches " indique à la Sacem le nom d'un artiste en développement et en voie de professionnalisation dont elle souhaiterait favoriser la diffusion. Durant l'année qui suit, à chaque fois qu'une des salles programme l'un des artistes de la liste, elle touche une aide financière, qui était en 1995, de 8 000 francs. Il s'agit ici d'une aide directe aux lieux de diffusion, mais, en fait, d'une forme d'aide indirecte aux artistes puisque la

Sacem n'avait et n'a toujours pas vocation à porter un soutien financier directement à un artiste plus qu'à un autre. En 94, un volet spécial de cette opération a concerné les musiques traditionnelles. Nous avons travaillé avec le CIMT et la FAMDT et une dizaine de centres en régions que Jean-François Dutertre nous avait indiqués. Le nombre total de concerts musiques actuelles, l'année dernière, a atteint les 120 manifestations en incluant notre participation spécifique aux Semaines de la chanson. Pour faire un bilan qualitatif de ce volet spécial musiques traditionnelles, il est intéressant de voir que tous les petits lieux de spectacles - quelle que soit leur spécificité de programmation antérieure - ont été perméables aux artistes des musiques traditionnelles qui ont été proposés.

A la différence de ce qui se passe pour le rock et la chanson, ce ne sont pas les salles qui ont choisi les artistes mais un comité rassemblant la FAMDT et le CIMT. Ce comité a demandé aux Centres de musiques traditionnelles en régions de lui faire remonter un certain nombre de propositions de jeunes artistes, puisque le principe est d'aider de jeunes groupes et non pas des groupes depuis longtemps dans le métier. Un certain nombre de groupes ont été sélectionnés dans chaque région, puis un seul choisi par région. Ce comité a aussi identifié cinq nouvelles salles, proposées à la labellisation " Jeunes affiches ".

En 96, l'opération sera reconduite, la prochaine compilation sortant au mois d'octobre. Nous essaieront d'augmenter le nombre de salles : puisqu'on était à 20 l'année dernière, ce serait bien d'arriver à 25. Si vous êtes responsable d'une salle et que vous souhaitez entrer dans cette opération, la chose la plus urgente à faire est de rentrer en contact avec votre délégation régionale de la Sacem. Vous leur déposez un dossier qu'ils feront remonter jusqu'au siège. L'aide sera, je l'espère, équivalente à celle de cette année, c'est-à-dire 1,2 million à 1,4 million de francs. On laisse un petit peu traîner les choses jusqu'en avril, période à laquelle nous connaissons avec plus de précision le détail de nos recettes. Les ressources de l'action culturelle de la Sacem proviennent non pas d'une retenue sur les perceptions des droits d'auteur mais des perceptions au titre de la copie privée. Or, ces perceptions sont en baisse depuis deux ans en raison de l'affaiblissement des ventes de supports vierges audio et vidéo. Cette année, cette baisse sera à hauteur de 17% pour notre action culturelle directe. L'action culturelle de la Sacem se porte mal, les délégués et les directeurs régionaux communiquent d'ailleurs largement sur ce thème, même si ce n'est pas un thème de communication très porteur. Ceci étant, l'action culturelle reste une des priorités de la Sacem, même avec des moyens en régression. La tendance pour cette période maigre - là je sors du cadre " Jeunes Affiches " - sera de favoriser à la fois les manifestations qui mettent en avant la création et les manifestations qui mettent en scène les jeunes talents dans une optique de professionnalisation. Dans le même temps, la Sacem continue son soutien en faveur des structures d'information comme l'Irma.

---

## LES ENTREPRENEURS

### **Agents et producteurs, quelles perspectives ? par Geneviève Girard (Directrice d'Azimuth)**

Azimuth est une société de production de spectacles et d'organisation de tournées qui consacre son activité à la musique depuis environ 8 ans. Tout en ayant un autre travail, j'ai commencé à faire tourner le groupe Bratsch pendant deux ans. Puis je me suis occupée d'autres groupes comme Monica Passos, Marc Perrone, les Corses de Donninsulana, Claude Barthélémy pour le jazz, donc un catalogue assez éclectique, constitué à partir de rencontres et de coups de cSur, avec des lieux de diffusion qui étaient plutôt les Scènes nationales, les Centres culturels. En 94, Azimuth a repris une société qui s'appelle Programme - société dirigée par Bernard Batzen qui est maintenant mon associé - pour former Azimuth-Programme. Cette nouvelle configuration nous a permis de nous ouvrir à d'autres musiques comme le rock, le rap, et par là même à d'autres lieux, tels les clubs, qu'on n'avait pas beaucoup approchés depuis le début. Le fait de fusionner avec Programme nous a aussi ouvert sur l'étranger et nous a permis de monter des tournées à la fois en France et à l'étranger.

Nous avons maintenant un catalogue très diversifié qui inclue de la musique du monde avec notamment Cesaria Evora, Ali Hassan Kuban (Egypte), Monica Passos (Brésil), Radio Tarifa (Espagne), Sawt el Atlas, qui sont des petits beurs de Blois, une petite incursion dans le jazz avec Claude Barthélémy et Alain Brunet, de la chanson avec Clarikka, Kent, Peter Kröner, les Escrocs, Serge Hureau, du rap et du rock avec Mellowman, Sens Unik, Soon E. MC, les Wampas. Nous développons plusieurs axes différents dans notre activité. Le développement d'artistes représente une de nos activités majeures. Maintenant, nous cherchons à travailler surtout - mais on n'est jamais à l'abri de coups de cSur - avec des artistes qui ont un environnement professionnel solide. Par environnement professionnel, on entend une maison de disques et un éditeur. Ceci parce que depuis quatre-cinq ans, il est devenu très dur de faire tourner les artistes quand ils n'ont pas encore de nom. Il faut que le groupe sache que l'économie du spectacle est une économie difficile. On commence par leur expliquer comment se monte une tournée, combien ça coûte, pour qu'il n'y ait pas d'ambiguïté là-dessus. Ensuite, on s'attache à trouver l'environnement de l'artiste, c'est-à-dire, au niveau technique, tous ceux qui vont les suivre en tournée.

Que ce soit du jazz, de la musique traditionnelle ou de la chanson, tout le monde rencontre les mêmes problèmes. Le premier souci est de montrer les artistes, de les exposer et de faire venir les gens pour qu'ils les voient sur scène. Il y a deux ans, on a monté une opération à l'Européen pour présenter pendant trois ou quatre semaines nos artistes. Nous avons loué ce théâtre pendant un laps de temps assez important, et programmé les artistes au moins une semaine, pour accomplir ce travail en direction des médias et des programmeurs et, dans la mesure du possible au niveau du public. Il y a deux ans, nous avons lancé de cette façon Mano Solo, Clarika, Rachel des Bois et Serge Hureau. Nous nous sommes aperçus qu'avec une semaine sur Paris et tous les réseaux qu'on connaissait, il était possible de déboucher sur des tournées. Cette année, nous refaisons cette opération avec six jeunes disposant chacun d'une semaine à l'Européen, afin de construire une image. Cette expérience leur donne un point de départ et permet au groupe de travailler la scène, les lumières, le son.

L'autre partie de notre activité concerne le développement à l'étranger. Je prendrai pour exemple Cesaria Evora, qui est déjà bien développée en France mais qui à l'étranger est une artiste en développement de carrière. Nous sommes en train d'ouvrir les pays un à un. Déjà en France ce n'est pas très simple, mais à l'étranger, cela demande beaucoup d'investissement. Nous ouvrons les territoires conjointement avec la scène et le disque. Nous avons démarré en Allemagne et en Suisse, et nous allons attaquer les pays scandinaves et le Brésil. Un autre exemple est Kent qui se développe petit à petit depuis 5 ans. Il va sortir cette année un nouvel album et faire une rentrée sur Paris dans un théâtre. Nous allons assurer sa préparation par une résidence dans un théâtre en province, et nous prendrons en première partie Element of crimes, un groupe allemand très connu en Allemagne qui fait là-bas des concerts devant 2 000 personnes. Il fera la première partie de Kent en France et Kent partira en première partie de ce groupe en Allemagne. C'est un moyen de pouvoir ouvrir des territoires alors qu'a priori pour un chanteur comme Kent, on a beaucoup de difficultés à l'envoyer en Allemagne. Nous organisons aussi des tournées de groupes étrangers comme Urban Dance Squad, Radio Tarifa, Sens Unik... Tous les autres artistes que nous avons sont en exclusivité, nous démarrons avec eux et nous essayons de les accompagner le plus longtemps possible.

Parmi les évolutions de notre métier, il m'apparaît évident que l'on ne peut plus travailler de façon isolée. Vous allez peut-être trouver que je parle beaucoup d'économie mais nous sommes obligés de tenir compte de ces questions. Quand on a démarré Bratsch ou Monica Passos, nous les avons développés sur la scène, sans tenir compte du disque. Nous avons besoin de partenaires, que ce soient les labels, les éditeurs, les lieux - je suis de façon très attentive tous ces regroupements de lieux style Fédurok -, parce qu'il est évident qu'on doit proposer à l'artiste une tournée et non pas des dates isolées. Je crois que c'est le moyen d'arriver à convaincre les sociétés civiles d'intervenir, car on ne peut plus monter une tournée avec des jeunes qui démarrent sans bénéficier d'aides. Il faut pouvoir être accompagnés par des subventions pendant un an ou deux. On s'en aperçoit avec l'opération qu'on est en train de faire à l'Européen. L'affichage, c'est bien, mais pour des inconnus ce n'est pas le moyen le plus efficace pour provoquer la venue du public : ce sont les médias qui comptent vraiment et particulièrement la radio qui offre la possibilité au public d'écouter une musique et d'avoir envie de se déplacer.

---

### **Des initiatives en région, à propos de la boîte à spectacles, par Jean Léger (Secrétaire du Collectif d'expression populaire)**

La Boîte à spectacle est une structure récente qui est directement l'émanation d'artistes. L'origine du projet est bien antérieure, dans la mesure où se retrouvaient depuis une vingtaine d'années au sein du CEP (Collectif d'expression populaire), des artistes de pratiques diverses, aussi bien de musique traditionnelle que de chanson française, de chanson pour enfants, ou de conte. Au départ, il y a vingt ans, il s'agissait avant tout d'amateurs. Mais nous sommes allés progressivement vers une professionnalisation des artistes. Un autre aspect intervient ensuite dans la création de la Boîte à spectacles qui est celui de la lutte en Bourgogne de la Comsa (Coordination des intermittents du spectacle) pour le maintien du droit des artistes. Cette lutte a permis de nouvelles rencontres et a constitué un élément moteur pour la défense d'un certain statut et pour resserrer les liens.

La Boîte à spectacle s'est organisée autour de trois axes : répondre aux besoins de gestion des contrats, face à tous les problèmes des artistes que les organisateurs ignorent ; assurer une meilleure diffusion, essentiellement sur une région (la région Bourgogne jusque sur le Lyonnais, les pays de l'Ain, un petit peu le Centre, et la Franche-Comté) ; permettre la création de spectacles. Fin 94, une dizaine d'artistes a fondé la Boîte à spectacles autour de ces trois axes. La première année nous avons travaillé à la gestion des contrats des artistes, en tant que prestataires entre les organisateurs et les artistes, en vendant et en assurant les salaires. C'est un premier niveau destiné à mettre en place le deuxième niveau qui est celui de la diffusion. Cela s'est très vite développé par le bouche à oreille puisqu'il y a aujourd'hui une centaine d'artistes, dans la région, qui passent par nous pour la gestion de leurs contrats. La gestion étant un outil, si nous avons moins d'artistes ce n'est pas vraiment un problème, mais cet outil nous servira par rapport aux autres niveaux en permettant l'embauche d'un salarié à mi-temps, et parfois plus selon les besoins. C'est un poste qui s'autofinance.

Le deuxième niveau est encore plus récent, puisqu'il date de l'automne 95, avec la mise en place de la structure de diffusion proposant un catalogue qui reprend une douzaine d'artistes parmi lesquels les dix fondateurs. Les propositions comprennent le conte, la chanson française, la musique traditionnelle mais aussi les arts de la rue et du cirque. Nous conservons cette diversité d'origine qui nous a permis de trouver des voies originales, sachant que nous ne fonctionnons pas avec des têtes d'affiches et des noms connus ou bientôt connus. Nous avons sorti ce catalogue et commencé à mettre en place cette structure avec un mailing régional établi à partir des lieux où sont passés les artistes depuis vingt ans. Ce fonctionnement permet un croisement des pratiques, une découverte de nouveaux publics et l'organisation de galas de promotion de la Boîte à spectacles pour se faire connaître. A l'heure actuelle, on est en train de mettre en place un poste d'attaché aux relations publiques. Le but est d'arriver à créer une demande, dans la région et au-delà, et d'y répondre. Nous découvrons aussi progressivement les sources de financement, que ce soient le FCM ou d'autres, puisque les coûts de fonctionnement des tournées reviennent très cher. Voilà pour ce deuxième niveau constitué de douze artistes ou groupes, sachant que demain il pourra y en avoir cinq de moins ou dix de plus.

Ce qui nous intéresse aussi est de voir évoluer les gens : on se connaît, on se fréquente, on essaie d'avoir un tissu de relations intéressantes et de proposer à certains d'entre eux de figurer sur le prochain catalogue afin de l'élargir. En perspective - parce qu'on ne l'a pas entamé encore véritablement - nous avons le projet de faire que ce mélange des genres, des styles débouche sur des créations originales et des nouveaux spectacles mêlant, comme cela nous est arrivé sur une opération, de la musique traditionnelle avec des jongleurs. C'est aussi notre souci d'artistes d'ouvrir des portes.

Maintenant, je trouve que l'essentiel de ce qu'on peut entendre sur les salles de spectacles, quand on va au premier forum des Cafés-Musiques par exemple, ne concerne que le rock. Les Cafés-Musiques qui prennent des groupes de musique traditionnelle se comptent sur les doigts de la main d'un menuisier. Il est vrai que si l'on oublie cette sorte d'interférence avec d'autres lieux où jouent d'autres artistes, lieux desquels on peut se recommander, on ne peut pas créer de dynamisme.

Le troisième volet de notre activité, qui va se mettre doucement en place, concerne la création de spectacles et la proposition de festivals " clés en main ". En dehors du catalogue, le premier niveau, celui de gestion des contrats, nous permet d'avoir en réserve un vivier d'artistes dans lequel on peut puiser pour répondre à des demandes que notre catalogue ne peut satisfaire. Nous voulons arriver à faire que les organisateurs puissent nous contacter en disant " nous voulons telle chose " et que nous puissions répondre à leur demande, en ayant suffisamment d'artistes référencés pour pouvoir aussi " déraiper " sur les styles.

---

### **Pour un programme d'aide à la création d'entreprises par Robert Caro (Administrateur du Centre des musiques traditionnelles Rhône-Alpes)**

J'ai un parcours un peu atypique puisque ça fait cinq ans que je suis administrateur du CMTRA, et que, parallèlement, je continue un travail de producteur dans le domaine du théâtre. Quand j'ai pris l'administration du Centre, je ne connaissais pas le secteur des musiques traditionnelles. J'ai jeté un regard un petit peu neuf et j'ai fait le constat que je vais vous livrer. C'est très singulier, très personnel et de nature à débattre. J'ai également quelques propositions qui peuvent s'inscrire dans le cadre du Plan de développement des musiques traditionnelles élaboré par la FAMDT.

Force est de constater qu'il y a une présence minorée des productions du secteur des musiques traditionnelles dans les structures de diffusion institutionnelle, qui provoque une marginalisation du secteur et une faible diffusion des Suvres produites. En conséquence, ces productions sont renvoyées aux réseaux de petites salles, souvent tenus à bout de bras par un secteur associatif éclaté et disposant de peu de moyens pour aider la création. Quant à la diffusion - lorsqu'elle se fait -, elle se fait souvent de manière empirique. Les programmeurs des lieux de diffusion institutionnelle, dans leur grande majorité, méconnaissent la production artistique du secteur, parce qu'écartée ou inconnue des grands circuits d'information et ne bénéficiant pas d'un réseau de promotion et de communication assez important. Les lieux de diffusion institutionnels  $\frac{3}{4}$  je les connais bien puisque je travaille avec eux - ce sont les Scènes nationales, les Théâtres municipaux, les Centres culturels qui connaissent également des difficultés d'ordre budgétaire. Ils sont les victimes des compressions de budget des collectivités territoriales, connaissent également des problèmes de fidélisation des publics, et enfin des problèmes liés à leur propre identité. Tous ces problèmes ont pour conséquence une certaine frilosité pour aborder des nouvelles pratiques musicales. On suit le goût du public, que l'on sait attiré par des formes musicales plutôt exotiques, on accorde une importance accrue au seul critère du nombre de spectateurs accueillis, révélé comme un seuil critique  $\frac{3}{4}$  en tout cas de rentabilisation de ces équipements  $\frac{3}{4}$  et qui constitue souvent un facteur d'évaluation par les décideurs politiques et une forme de légitimation des choix des programmeurs. Enfin, on constate une nette évolution de la spécialisation des salles dans une discipline artistique précise.

Or, à ma connaissance, cette spécialisation ne se fait pas toujours dans notre secteur d'activités. Elle se cristallise autour des notions de " musiques du monde " ou de world music, avec parfois un élargissement à la world française. On assiste à ce type de spécialisation surtout dans les grands centres à forte densité urbaine. Autre élément de ce constat, la production artistique professionnelle de notre secteur d'activité reste trop confidentielle, faute d'une structuration professionnelle permettant une meilleure circulation des Suvres. Le manque de moyens, un secteur largement dominé par les pratiques amateur, la forme esthétique de ces productions  $\frac{3}{4}$  peut-être parfois trop centrées sur elle-même, et ayant en elle une charge patrimoniale et idéologique trop forte  $\frac{3}{4}$  font qu'elles ne trouvent pas encore leur place dans le marché actuel. Elles sont souvent reléguées dans une pratique socioculturelle trouvant plus naturellement sa place dans les petites salles, les MJC, les maisons de quartier, les foyers ruraux. On constate néanmoins aujourd'hui, la volonté des artistes de se former et de se tourner vers une plus grande professionnalisation, ainsi qu'une évolution certaine vers des formes plus élaborées de productions artistiques intégrant une mise en scène, une création lumière, des techniques de scène susceptibles de correspondre à une certaine forme esthétique admise dans les circuits des diffuseurs institutionnels.

Le réseau actuel des musiques traditionnelles est constitué d'un maillage reposant essentiellement sur les

associations et les Centres de musiques traditionnelles en région. Ce type de réseau n'est pas à l'heure actuelle en mesure de répondre aux aspirations, sans doute légitimes, des artistes, dont les besoins - d'après l'ensemble des discussions que j'ai eues avec eux - sont avant tout de trouver les moyens de création et de production, que ce soit dans le domaine du spectacle vivant ou de la production phonographique. Ils demandent aussi un soutien logistique et administratif, une gestion de carrière sur le long terme et des moyens de fonctionnement économique sans lesquels la création ne peut s'effectuer. Ils demandent également de rentabiliser leurs Suvres, notamment sur un réseau national en tournée, de tourner à l'étranger, d'accéder au circuit d'information grand public, de trouver le chemin de la reconnaissance.

Le réseau actuel peut constituer, à terme, un formidable outil d'information vers le grand public ainsi qu'une source documentaire patrimoniale. Je crois qu'il s'agit aujourd'hui d'accompagner ce mouvement de professionnalisation des artistes du secteur et d'essayer de répondre à leurs attentes en apportant des réponses appropriées, tout en étant conscient que celles-ci peuvent s'inscrire dans une approche globale d'une politique volontariste visant à valoriser l'image de la place des musiques traditionnelles à travers l'ensemble de ses moyens d'expression.

Pour ma part, je crois qu'il y a une première tentative de réponse qui pourrait être apportée par l'émergence d'un secteur professionnel d'entreprises privées - agences artistiques ou entrepreneurs de spectacles - dans le domaine exclusif de notre secteur d'activités des musiques et des danses traditionnelles, ou des musiques des régions de France, avec également une ouverture sur les pratiques des artistes issus des populations émigrées. Ces entreprises, s'articulant sur une double problématique consistant, à la fois, à rompre les difficultés que rencontrent les artistes du secteur, et à porter à la connaissance du réseau de diffusion institutionnel la diversité des productions artistiques de ce secteur, s'inscriraient dans une position médiane, au sens de médiateur, entre, d'une part la création artistique, c'est-à-dire la production des oeuvres, et d'autre part le réseau de diffusion (Scènes nationales, Centres culturels, théâtres municipaux&hellip;). L'émergence de ces entreprises privées, centrées sur le secteur devrait agir sur les modes de production, c'est-à-dire élaborer en fonction des productions des types de partenariats ou de coproduction, et agir aussi sur la forme esthétique de ces créations pour qu'elles puissent aborder le marché dans les meilleures conditions. Elles devront trouver l'adéquation entre l'état du marché et la production artistique, effectuer un suivi des artistes sur le long terme - non pas les accompagner sur un coup mais pendant un certain nombre d'années -, et apporter un soutien logistique, administratif, de communication et de promotion ; bref, constituer un cadre suffisamment cohérent et un outil efficace au service des artistes professionnels. Elles ne devront pas oublier d'agir pour permettre l'émergence de nouveaux talents et une nouvelle approche de la scène.

Il me semble que ces entreprises privées doivent constituer un catalogue d'artistes et de productions et le proposer aux programmeurs, leur permettant de s'informer de la vitalité de ce secteur d'activité et de singulariser leur programmation, leur permettant également l'élargissement des publics, la valorisation des patrimoines musicaux et la découverte des nouvelles pratiques. Et enfin, ces structures doivent réfléchir à l'élaboration d'une politique promotionnelle, en lien avec les maisons de disques, pour, par exemple, coupler une tournée et une parution de disque. Elles doivent aussi envisager une politique partenariale avec des entreprises similaires à l'étranger.

Il est évident aujourd'hui que, vu l'état du marché, ces entreprises ne sont pas viables et ne peuvent viser une rentabilité à court terme. Même Azimuth qui dispose d'une " locomotive " en la personne de Cesaria Evora, connaît des difficultés pour vivre. Que faut-il faire ? C'est pour cela - qu'en parallèle avec les mesures nouvelles qui pourraient être prises pour ce secteur par l'Etat, à l'instar de ce qui se fait aujourd'hui en matière de chanson française -, une aide de l'Etat, à partir d'un contrat d'objectifs pourrait être attribué à ces entreprises portant au moins sur une période pérenne, c'est-à-dire au moins sur 3 ans. Jusqu'à présent, l'ensemble des aides est plutôt centré sur des artistes ou sur les lieux, il s'agit d'élargir un petit peu plus, et d'affirmer qu'il existe un secteur privé qu'il faut aider, et qu'on va l'aider suffisamment longtemps, en tant que structure, à partir d'un catalogue et d'un contrat d'objectifs clair et précis, pour qu'il soit à terme rentable. Il s'agirait de dire : " Vous êtes conventionnés par l'Etat, vous avez un certain nombre d'aides qui vont vous permettre de vous développer, et en tout cas d'accompagner des artistes sur une longue période ".

Il s'agit donc bien d'accompagner, de partager le risque d'un producteur privé et de faire la liaison avec une politique dans ce domaine. Je pense que l'échéance de trois ans et la forme privée de ces entreprises sont de nature à faire évoluer le marché et à lui donner une certaine crédibilité qui est absolument nécessaire, parce que tout le monde sait aujourd'hui que cette crédibilité fait défaut. La forme privée permet aussi d'ouvrir le capital à divers partenaires, et à ce moment-là, on peut rêver que ces partenaires privés soient issus du milieu professionnel. On peut imaginer l'intervention de maisons de disques, d'artistes professionnels, de radios, qui peuvent participer à ce capital d'entreprise, l'objectif étant, à terme, d'inscrire et de repérer dans le marché actuel de la diffusion artistique la réalité de ce secteur et de le doter d'un environnement professionnel fort et distinct, de donner, en tout cas, la preuve qu'il existe. L'aide qui pourrait être apportée à la création de ces entreprises ne saurait se substituer à d'autres formes d'aides qui pourraient être attribuées soit aux artistes eux-mêmes, soit aux festivals déjà existant ou encore aux réseaux. Elle peut être complémentaire d'une série de mesures visant à une meilleure structuration de ce secteur et à une simultanéité des actions, d'une possible aide de l'Etat en la matière. Je militerais plutôt là-dessus, c'est peut-être un peu nouveau comme discours mais après tout, pourquoi pas ? Il existe aujourd'hui des agents plus ou moins spécialisés dans le domaine de la world music : je crois qu'il faudrait aussi pouvoir les aider, si telle est leur volonté d'élargir leur catalogue aux productions du secteur.

---

### **Intervention de Françoise Gründ (directrice artistique de la Maison des cultures du monde)**

Il me semble que l'on fait une confusion, depuis le début, entre musiques traditionnelles et world music, ce qui n'est pas du tout la même chose à mon avis. Nous avons, à la Maison des cultures du monde, la spécialité de la recherche et de la diffusion des musiques traditionnelles dans le monde. Je crois que la musique traditionnelle a toujours eu un ancrage dans la fonctionnalité, et si aujourd'hui on constate sur le territoire européen, en général, une piètre efficacité de certaines musiques traditionnelles, c'est parce qu'elles ont perdu leur ancrage sociologique et anthropologique. Il y a peut-être une recherche à faire dans cette direction. Je ne pense pas qu'il faille avoir pour objectif d'atteindre le " grand public " pour la diffusion et la connaissance des musiques traditionnelles. Avant de parler de diffusion, il faut parler de connaissance et, dans ce cas, pourquoi chaque entrepreneur de spectacles ne se livrerait-il pas à une recherche sur le territoire de l'hexagone, comme nous le faisons dans le monde entier ? Ce serait peut-être intéressant. Il est bien évident qu'on ne peut pas présenter quelqu'un de très pur comme Jean-François Quemener en Bretagne, dans une salle qui contiendrait 2 000 personnes entourées d'un système d'amplification exagéré. Il y a des formules à trouver, du point de vue de la recherche et de la diffusion. Il m'apparaît que la formule du concert pour les musiques traditionnelles n'est peut-être pas la bonne. Il y a d'autres espaces à trouver, d'autres modèles de présentation, peut-être sous forme de confrontation, de reconstitutions de grandes rencontres, comme ça se faisait au Moyen Age, avec une formule différente.

Quand on parle de musiques traditionnelles, on ne peut pas non plus les aborder sous l'angle du progrès : qu'est-ce qui progresse dans la tradition ? Elles ne sont pas figées, elles sont vivantes : donc c'est l'élément vivant qu'il faut garder et soigneusement examiner pour savoir ce qu'il a de particulier. Ce que je proposerais, afin d'essayer de valoriser les musiques traditionnelles, ce serait de multiplier les rencontres informelles, dans une sorte de désordre organique. Et, pour cela, il faudrait de grands lieux structurés qui n'auraient pas une fonction précise. Je sais que je suis dans l'utopie mais nous sommes à peu près tous des organisateurs de spectacles, et notre métier, c'est de vendre du rêve, de vendre du vent, et nous devons inventer, nous devons exercer notre imaginaire à ce niveau là.

---

## **LA DIFFUSION DE PROXIMITÉ**

**Contes et musiques à domicile, une expérience en banlieue parisienne par Jean-François Dutertre  
(Responsable du CIMT)**

Nous avons beaucoup parlé de salles, de Scènes nationales, de festivals, d'entrepreneurs de spectacles&hellip; Nous avons donc surtout évoqué le réseau normal de diffusion : réseaux professionnels et habituels de diffusion du spectacle vivant, tels qu'ils fonctionnent pour la chanson, la variété ou le rock. Mais il existe d'autres formes de diffusion qui peuvent être des formes de diffusion que, peut-être nous connaissons déjà mais que l'on exploite pas assez, ou des formes de diffusion qui sont à inventer et que nous avons rassemblées sous ce titre générique de " diffusion de proximité ". Nous pensons que les musiques et les danses traditionnelles sont des musiques de pratiques collectives, et je veux vous inviter à réfléchir autour de deux expériences dont l'une est urbaine et l'autre rurale.

Je vais vous parler de ma ville. J'habite à Arcueil, en banlieue sud de la région parisienne,. C'est une petite ville de 20 000 habitants, petite ville où se mêlent zones pavillonnaires et cités. Il ne s'agit pas de grandes cités mais de petites dans lesquelles il n'y a pas encore de problèmes vraiment graves, en tout cas sans commune mesure avec ce qu'on peut voir dans une ville proche comme Bagneux. L'un des problèmes rencontrés par cette ville est l'absence d'équipement culturel. Il n'y a quasiment rien : pas de théâtre, pas de salle des fêtes, juste un cinéma dans lequel les festivals du département, comme Sons d'hiver, connaissent le taux de remplissage le plus faible du Val de Marne. Dans le cadre d'une association paramunicipale, nous nous sommes dits qu'il fallait tenter quelque chose d'autre et nous nous sommes lancés pendant quatre ans dans une expérience de diffusion à domicile.

Puisqu'il n'y a pas d'équipements, nous avons décidé que le spectacle irait chez les gens, en attendant que la mairie se décide à construire un jour des équipements culturels dignes de ce nom. Nous avons choisi le conte et, en particulier, le conte musical, une forme artistique simple et souple, apte à ce type de diffusion. Nous avons souhaité que ces interventions se fassent dans des habitats diversifiés : aussi bien dans un appartement de HLM, dans un atelier d'artiste ou dans une salle de cité. Il s'agit d'établir une programmation tout au long de l'année, sur un rythme régulier et un jour précis de la semaine, en l'occurrence le mardi soir. Cette programmation vient chez les gens, c'est-à-dire que l'on recherche des hôtes qui soient disponibles pour accueillir un spectacle. On demande à ces hôtes de s'occuper d'inviter les gens qui vivent autour d'eux, qui habitent dans leur immeuble, dans leur rue et de les recevoir lors d'une soirée pour leur faire partager le plaisir d'écouter un conteur et de la musique. Il n'y a pas de recettes mais chaque invité doit contribuer au buffet collectif, car il n'y a pas de restauration prévue par l'hôte, mais un grand buffet où chacun amène sa quote-part. C'est autour de ce buffet que les gens vont se rencontrer et lier connaissance avec le conteur. Quand le conteur juge le moment opportun, le spectacle commence. Cette programmation a débouché sur un " Festival à domicile " qui a touché plus de 2 000 personnes sur la ville. C'est-à-dire qu'en additionnant tous les petits lieux de diffusion, en jumelant avec de la programmation habituelle et en conjuguant une programmation dans le cinéma municipal, une programmation dans la bibliothèque municipale, une programmation dans les écoles et dans tous les lieux disponibles, nous sommes parvenus à toucher un large public.

Le but était évidemment de créer un public, de l'habituer à une certaine forme de musique, de l'habituer à écouter quelque chose de nouveau, et d'en faire petit à petit un public qui sera réceptif à des formes de musiques pour lesquelles il ne se serait jamais déplacé. Car il est évident que c'est un public qui ne viendra jamais voir du conte - c'est une idée qui lui paraît, de prime abord, totalement saugrenue - ni écouter de la musique traditionnelle. Nous avons aussi souhaité que la programmation soit en relation avec les communautés qui vivent sur la ville, donc nous avons programmé, entre autres, des contes africains, des contes maghrébins, des contes vietnamiens. Evidemment, ce type d'opération n'est possible qu'avec une aide financière de la ville, via l'association " Arcueil animation ", qui a accepté de mettre de l'argent dans six ou sept spectacles qui vont rassembler à chaque fois quarante ou cinquante personnes. Il s'agit donc d'une forme de diffusion qui n'est possible qu'avec un subventionnement. Elle peut exister en milieu urbain, elle peut exister en milieu rural. Elle vise à créer de nouveaux appétits, de nouveaux goûts, pour des formes artistiques méconnues.

---

**Programme de développement de la diffusion de proximité en zones rurales, par Olivier Durif (Directeur du Centre des musiques traditionnelles en Limousin)**



Le Centre des musiques traditionnelles en Limousin existe depuis un an, et il est chargé de mettre en place un réseau de diffusion des musiques traditionnelles sur le terrain. La phase de préfiguration du Centre m'a permis d'observer un certain nombre de phénomènes et de repérer des manques. Il faut comprendre que le Limousin est un pays de très faible population. La plupart des 400 communes de la Corrèze rassemblent en moyenne de 200 à 300 habitants. Dans ce cadre, lorsqu'on est confronté à un problème d'organisation de spectacle, on s'aperçoit que le public essaie de se rassembler autour de structures plus anciennes, du style foyer rural, amicale laïque, école etc.

Il faut que vous vous représentiez le cadre dans lequel ces activités se passent. Imaginez le foyer rural, modèle 1936, rectifié après la Libération, auquel on a adjoint un bar en bois, et une petite scène, recomposée dans les années 60 pour être plus moderne, c'est-à-dire qu'on l'a rabaissée de 50 centimètres en hauteur, elle n'est donc plus qu'à deux mètres du sol ! Cette salle est aussi large que longue. C'est dans ce cadre-là qu'il va falloir Suvrer quand on veut organiser un concert dans une petite commune. Il faut se rappeler la composition d'une fête locale, avec les hommes au fond accoudés au bar, tous les enfants devant et les vieux au milieu. On s'imagine bien dans quelles conditions va se dérouler le spectacle. Je caricature à peine. Malgré tout, la plupart des groupes de musique traditionnelle qui se sont intéressés à ce mode de diffusion peuvent convenir qu'il y a tout le monde le jour où l'on fait la fête. C'est-à-dire qu'on va obtenir 200 à 300 personnes dans un village 200 habitants - ce qui pose quand même quelques problèmes quant à ce que l'on définit comme " le public ".

Petit à petit, confronté à de tels problèmes, dans une salle telle que je viens de la décrire, on est vite amené à penser qu'il faut sans doute prendre une sono, des éclairages, et que probablement, tout ira mieux, en se donnant des moyens beaucoup plus " professionnels ". Or, bien entendu, dans un lieu pareil, toute installation électrique supplémentaire ne fait qu'ajouter à la confusion sonore et ne résout absolument pas le problème de la qualité acoustique et artistique qu'on pourrait attendre d'une telle proximité avec ce public.

Donc, depuis une dizaine d'années, dans le Limousin, un certain nombre de gens organisent, qui des bals folks, qui des concerts avec des groupes plus ou moins connus, parfois très connus, puisqu'on est capable de faire venir 300 à 400 personnes, pour un concert, dans un tout petit village. De prime abord, on peut penser qu'il n'y aura pas de problèmes, pourtant à la sortie, on s'aperçoit que l'on aboutit à une sorte de bouillie culturelle, parce qu'en fait les gens sont venus pour une qualité de proximité et d'ambiance, et que la musique, d'une certaine manière, a été laissée pour compte.

Je ne veux pas pousser outre mesure la caricature mais, dans un pays comme le Limousin, il y a très peu de salles adaptées. A part deux Scènes nationales, à Aubusson et à Tulle, quelques Centres culturels sur Limoges, Brive, Ussel et Guéret, il est très difficile dans le contexte que je viens de décrire et indépendamment des problèmes de rentabilité, d'organiser une manifestation artistique dans de bonnes conditions. J'entends par là, dans des conditions où cette musique peut parler pleinement au public présent, parce que cette audience entretient des liens particuliers avec elle, comme les utopistes du mouvement que nous avons contribué à créer en d'autres temps ont tendance à le penser. C'est un peu une catastrophe artistique à laquelle j'ai pu assister dans la dizaine d'années qui vient de s'écouler et qui m'a amené à réfléchir à d'autres modes de diffusion, à une autre façon d'organiser les choses, et ceci pour deux raisons.

D'abord parce qu'on perçoit bien les limites d'un foyer rural et la pauvreté d'un équipement qui ne correspond à aucune norme de spectacle, mais qui, par contre, lie le public au rituel immuable que je viens d'évoquer et ceci quel que soit le spectacle. Par contre, à l'occasion des Rencontres de violon que nous organisons à Saint-Salvador et où nous déplaçons des stagiaires du stage de violon dans des hameaux, pour des veillées, sans aucune publicité, nous avons l'habitude de nous retrouver, la plupart du temps, complètement débordés, avec plus de 300 personnes lors de la veillée. Nous pouvions constater que la meilleure façon d'annoncer un spectacle, c'est de n'en pas parler, et que du coup, tout le monde vient parce que justement on n'en parle pas. Il faut se servir de ce mode d'exploitation. D'autre part, lors d'autres expériences menées avec André Ricros dans le parc des Volcans, comprenant des journées entières, le matin avec les enfants des écoles, l'après-midi avec leurs grand-parents qui savaient des

chansons, et le soir avec leurs parents et leurs grands-parents, nous constatons que le village entier était capable de débouler le soir et de rentrer dans une forme de proximité avec une musique, non pas parce qu'il s'agissait de musique d'Auvergne et qu'on était en Auvergne, mais parce qu'on avait créé un lien particulier, un lien fort, avec le public.

Nous avons commencé à réfléchir à un autre mode de diffusion et à nous diriger vers des lieux privés, parce qu'en allant dans une maison ou dans une ferme, on va chez quelqu'un, on n'est pas dans un lieu anonyme, et les musiques traditionnelles parlent à cette intimité-là. C'est-à-dire que, gratuitement ou en payant, on peut quand même mobiliser des gens sur le fait d'aller écouter de la musique chez quelqu'un, et pas simplement dans un lieu anonyme comme un foyer rural, par exemple.

D'autre part, nous avons commencé à repérer des lieux qui fonctionnent acoustiquement, c'est-à-dire qui mettent en valeur la qualité acoustique des musiques traditionnelles - qualité qu'elles ont de remplir certains lieux, différemment, en fonction des ambiances, mais toujours avec une précision remarquable, et pour le public et pour le musicien. Or, de ces lieux, le Limousin en est pourvu à satiété. Des lieux particuliers de cet ordre, totalement disparus de zones plus urbaines, on les trouve à profusion : des granges fantastiques, des moulins désaffectés - mais pas tout à fait, qui marchent encore - des arrière-salles de cafés où l'on danse toujours, des lieux plus agricoles, où l'on peut jouer de la musique dans un contexte où se conserve la permanence de l'activité agricole.

Il y a là tout un travail à faire, et pas uniquement par rapport à ces lieux ruraux, mais d'une manière générale par rapport à des lieux alternatifs, et ce travail doit être fait avec les artistes eux-mêmes. Lorsque vous vous retrouvez avec une proposition artistique, où le groupe arrive avec quatre musiciens, sa sono, ses éclairages et son spectacle, cette espèce de boîte de conserve qu'il a bien préparée, bien comme il faut pour un lieu médium, qui existe partout et nulle part en France - puisqu'il ne correspond à aucun lieu particulier - vous ne pouvez que constater une perte de sens pour les musiques traditionnelles, et cette perte de sens est préjudiciable au développement même de ces musiques. Il faut donc à mon avis créer des lieux avec une qualité acoustique différente, des lieux chargés culturellement de façon différente. Une cuisine, c'est quand même un peu petit peu plus fort, culturellement, qu'une salle des fêtes 1936, avec son mobilier parascolaire et ses rideaux désuets. Il me semble qu'il y a une charge beaucoup plus importante pour les artistes, et qui peut être une vraie chance pour nous.

J'ai l'ambition de créer une quinzaine de lieux, à peu près, sur toute la région. Je les ai déjà quasiment tous trouvés, en tout cas dans ma tête, ils existent, je les ai déjà repérés. Je pense qu'ils peuvent tous fonctionner, je ne me pose même pas la question du public parce qu'à la salle des fêtes, désormais, les concerts de musique traditionnelle - qui sont spécifiés comme tels, en été - font 15 personnes, alors que des occasions comme celles-là, font 150, voire 200 personnes lorsqu'on trouve un lieu suffisamment grand pour les imaginer. Je voudrais aussi que l'on puisse, au-delà de cette évocation, réfléchir à une chose plus large, qui serait de se demander si les musiques traditionnelles n'ont pas à retrouver des publics, car les gens auxquels on s'adresse, lors de ces manifestations, ne vont jamais au spectacle. Il me semble que dans la discussion que nous avons eue précédemment, on ne réfléchit jamais au fait que l'essentiel du public ne va pas au spectacle. Je ne me pose pas cette question en termes de gisement de public. Parce que la question n'est pas de cet ordre-là. Il y a de moins en moins de public partout.

En revanche, en recréant des lieux alternatifs avec d'autres enjeux, des lieux chargés, dans lesquels on a fait confiance à quelqu'un capable de mobiliser du monde sur son nom et dans son territoire, je suis sûr que nous pourrions amener un large public, et un public nouveau, à s'intéresser aux musiques traditionnelles. Il me semble qu'il y a là un enjeu pour ces musiques car elles se prêtent tout particulièrement à ces formes de diffusion. Ce sont des musiques qui ont la capacité de nourrir des espaces et des rencontres, et à l'autre bout de la chaîne, qui permettent à des artistes d'avoir un propos un petit peu différent. Je n'ai pas envie de voir le groupe de musique traditionnelle qui tourne dans toute la France, et qui fait le même spectacle sur ses trente ou cinquante dates. J'ai envie qu'il fasse autant la musique du lieu que sa musique à lui. Et je crois que les musiques traditionnelles ont cette capacité et cette dimension à retrouver. Souvenons-nous, quand même, qu'il y a vingt ans, au moment du

démarrage de ce mouvement, un groupe faisait 300 à 500 personnes dans n'importe quelle salle, dans n'importe quel village et devant une audience " tous publics ". Où est-il ce public ? Où est-il passé ? Il n'a pas disparu comme par enchantement. Il s'est restreint petit à petit, on l'a vu se racornir comme une peau de chagrin, pour ne plus exister. Pour autant, il peut potentiellement exister. Ce ne sont pas des musiques repoussoir de public. Il faut donc s'attacher à retrouver cette qualité de lieu et cette qualité de proposition artistique.

---

# LE RÔLE DE LA PRESSE ET DES MÉDIAS

## Intervention de Philippe Krümm (Rédacteur en chef de Trad' magazine)

Lorsque j'entends parler uniquement de spectacle vivant, je suis toujours un peu gêné : le disque joue aussi un rôle important et contribue au développement du spectacle vivant. Donc les médias qui ne parlent que du spectacle vivant ou que du disque accusent certainement un manque. Le problème de la presse repose toujours sur des questions de place et d'argent. Trad' Magazine consacre une grande partie de ses colonnes aux musiques pratiquées en France et nombre de ses journalistes sont bénévoles. A part, de temps en temps, solliciter quelques amis sur des sujets un peu différents, on ne peut pas vraiment payer les articles. La cause réside dans le manque de recettes publicitaires offertes par le milieu des musiques traditionnelles. Car, si le nerf de la guerre d'une revue ce sont les abonnements et la vente au numéro, c'est aussi la publicité. Dans notre secteur, nous ne trouvons, en France, que peu d'annonceurs généreux et riches. Dans le rock et dans le jazz, il s'avère qu'il existe des " majors " réellement présentes qui peuvent prendre des espaces importants ; ce n'est pas encore le cas chez nous.

Nous recevons des centaines de disques par mois alors que nous disposons d'une place limitée. Personnellement je reçois entre 300 et 400 disques de musiques du monde par mois. Or, nous en chroniquons entre 60 et 70 tous les deux mois dans Trad' Magazine. Donc, il y a une réelle difficulté à couvrir l'étendue de la production. Il en est de même pour le spectacle vivant : nous recevons des kilos d'information qu'on répercute à la fin, un peu froidement, en les mettant bout à bout. Mais nous nous heurtons à un problème : l'information qu'on nous adresse est souvent déplorable. C'est un recto verso imprimé, sans précisions sur le spectacle, auquel parfois il manque l'heure ou la date. Quand il s'agit de grandes stars, nous n'avons pas besoin de développement, mais quand nous avons affaire à des musiciens régionaux, nous ne sommes pas censés savoir exactement quel est leur nouveau spectacle.

Je crois que de plus en plus - et dans les Centres en région, on l'a compris - les documentations commencent à être beaucoup plus élaborées, beaucoup plus intéressantes. Il est nécessaire d'arriver à accrocher le journaliste, pour qu'il ait envie de s'intéresser à quelque chose qu'il ne connaît pas. Sinon il empilera des feuilles et oubliera de les regarder. Là aussi, les attachés de presse ont un rôle important à jouer.

---

## Intervention de Véronique Mortaigne (le Monde)

Je crois qu'il est important d'arriver à cibler les informations. Je reçois effectivement une quantité phénoménale de disque, des informations toute la journée et en plus, dans la grande presse, nous ne traitons pas que des musiques traditionnelle. C'est une accumulation d'informations dans laquelle il est très difficile, pour nous, de se repérer. Cela dit, je travaille pour Le Monde qui est un quotidien national, et là aussi, nous constatons que quelques erreurs sont commises. Ce n'est pas une presse spécialisée, c'est une presse qui s'adresse à la France entière, donc il faut traiter des sujets plus largement que ce que peut faire Trad' Magazine.

Je regrette personnellement qu'il n'y ait pas une presse musicale intermédiaire plus active. Heureusement il y a Trad Magazine, mais nous manquons de médias qui puissent remplir le rôle de découvreurs et alimenter une chronique quasiment quotidienne de ce qui peut se passer en France. Ce n'est pas notre rôle. Que nous soyons découvreurs, c'est une chose, mais on ne peut découvrir qu'à un certain stade. Nous n'avons pas le temps d'aller dans une petite salle pour écouter un musicien qui débute. Nous sommes pourtant très attentifs : nous savons qu'il y a des artistes qui commencent à tourner de manière très efficace en France. L'information nous parvient, mais ce n'est pas à ce stade-là qu'un quotidien national peut avoir vraiment une action positive.

La critique est extrêmement mal admise en France : la musique traditionnelle n'est pas la plus mal lotie. La chanson, n'en parlons pas. J'ai encore entendu hier Florent Pagny dire que, finalement, il n'avait rien contre les journalistes, mais qu'il n'avait pas besoin de la presse écrite mais plutôt de passer à la radio et d'apparaître à la télévision. C'est son opinion, je la respecte, malheureusement, elle est un peu partagée et dans tous les milieux.

La radio joue un rôle indéniable puisqu'elle fait écouter la musique. Son rôle demeure essentiel si l'on veut que les gens achètent des disques et découvrent des choses qu'ils ne connaissent pas. Mais, la presse écrite, de son côté, construit l'image des artistes, et cela me paraît fondamental. Je prendrais l'exemple de Cesaria Evora. Je l'ai vue pour la première fois au Festival Musiques métisses d'Angoulême. J'en avais déjà entendu parler, j'avais écouté des disques mais je ne l'avais jamais vue sur scène. Je dois avouer que ce n'était pas entièrement convaincant mais elle avait un charisme extraordinaire. Nous avons accompagné sa carrière jusqu'à maintenant, alors qu'elle va peut-être gagner des Grammys aux Etats-Unis, en catégorie World Music. C'est donc un travail de fond et de longue haleine.

En ce qui concerne les musiques traditionnelles, nous connaissons actuellement un problème au Monde, puisque nous avons fait l'an dernier, avec la nouvelle formule, le choix d'une pagination réduite, contrairement à Libération. Dans tous les secteurs du journal on a beaucoup moins de place. Le secteur international du journal s'en plaint énormément, ils n'ont plus la place de parler décemment des coups d'Etat en Afrique alors que, de notre côté, nous sommes obligés de faire l'institutionnel, les grosses machines que tout le monde fait ; et, après, on voit ce qui reste. Il devient de plus en plus difficile de dire qu'on va faire un article sur la cornemuse ou sur un chanteur ouzbek : il faut convaincre, il faut être très militant, à l'heure actuelle.

Je pense qu'il faut que le secteur des musiques traditionnelles communique énormément et fasse du lobbying, pas seulement par rapport au spécialiste qui traite de la rubrique et connaît le développement de ces secteurs-là, mais plus généralement en organisant un effet d'affichage qui montre qu'il y a du public, que le secteur est extrêmement vivant, qu'il y a des concerts et qu'ils sont en général plutôt pleins. Malheureusement, les rédacteurs en chef ne le savent pas du tout et ont l'impression que c'est un " public croupion ". Alors, je sors des chiffres, car il faut être capable de fournir des données fiables et des données marchandes. Parce qu'en dehors de la qualité, on peut aussi essayer de convaincre, même pour le disque, que les musiques du monde - où sont logées les musiques traditionnelles quelles qu'elles soient - sont autant vendeuses que le jazz, par exemple.

Pour terminer je pense qu'il faut accepter le rôle de la critique, avec ses méchancetés, ses refus et sa subjectivité. Je suis allée, l'an passé, au Masa, le marché des arts africains à Abidjan, où énormément d'artistes africains se plaignaient de l'absence de critiques. Quand on fait une critique, on ne cherche pas à ce que tout le monde soit d'accord avec son opinion, parce que même si l'opinion est développée et étayée, on la signe : c'est ça l'exercice critique. Il existe un rapport affectif du lecteur avec la critique qu'il faut absolument accepter, réhabiliter et respecter d'une certaine manière.

---

### **Intervention d'Eliane Azoulay (Télérama)**

Télérama compte environ 600 000 lecteurs, c'est donc un public assez divers. Nous devons, à la fois, nous adresser à des gens qui sont des aficionados des musiques traditionnelles, donc qui les connaissent bien et qui sont en plus

spécialisés secteur par secteur, tout en initiant les uns et les autres à d'autres secteurs. Il faut aussi s'adresser aux lecteurs qui viennent du rock et qui commencent à prendre goût à ces musiques-là. Nous devons arriver à obtenir une certaine cohérence pour que, justement, il y ait ce rapport affectif qui s'établit entre le lecteur et le journaliste. En fait, j'essaie de penser beaucoup au lecteur, et je crois que le contact passe assez bien, j'ai d'assez bons retours, et finalement c'est là-dessus que je me fonde.

Cela dit, le problème du lobbying est important, car nos rédacteurs en chef sont assaillis par des services de communication dans tous les domaines, et finalement assez peu en faveur des musiques du monde - donc effectivement nous sommes toujours considérés comme des marginaux. C'est vrai que cela passe par un certain militantisme, à la fois de notre part et de la part des amateurs de musique. Ce militantisme doit avant tout provenir de l'extérieur car, en ce qui nous concerne, on peut nous suspecter d'être partisan.

A une certaine époque, j'ai axé mes articles sur la découverte d'artistes qui émergeaient et que personne ne connaissait, et je me suis rendu compte que souvent ces articles tombaient à plat. Il faut une certaine préparation. Il ne faut pas parler trop tôt des artistes, au contraire, il faut choisir le bon moment sinon notre intervention peut desservir le développement de la carrière des artistes.

Il est vrai qu'il serait bien que les dossiers de presse soient plus complets. Comme je reçois énormément de choses, je ne garde vraiment que les albums qui sont agréables à écouter d'un bout à l'autre. Il ne suffit pas qu'un titre ou deux soit réussi. Il faut bien des critères de sélection, et donc, en pensant aux divers publics auxquels on s'adresse, j'essaie, à la fois de sélectionner des productions assez pointues et d'autres qui servent à initier le lecteur.

---

### **Intervention de Daniel Caux (Radio France)**

Il est évident qu'il doit exister une synergie entre Télérama, qui a des relations très étroites avec la radio, et la radio même. Mon expérience avec la radio, quant aux musiques traditionnelles, remonte à 1975, au moment de ce qu'on a appelé " la révolution Louis Dandrel ". Louis Dandrel qui écrivait au Monde, est arrivé et a essayé d'élargir l'audience. Il a doublé, voire triplé l'auditoire. Mais le problème, c'est que la base des auditeurs de France Musique est constituée d'amateurs de musique classique : parmi eux, des amateurs éclairés, sensibles à d'autres formes de musique, mais aussi d'autres qui attendent une sorte de Fip de qualité. Alors, c'est un drame lorsque l'on propose à ces derniers des musiques traditionnelles. Jamais, de mémoire d'homme de radio je n'ai ressenti une telle violence. C'était des lettres, des coups de téléphone terribles. Ainsi, par exemple, si vous passiez Ali El Barkan, vous receviez un coup de téléphone à l'antenne, du genre : " C'est bientôt terminé cette musique de bougnoule ? ". En discutant avec cet auditeur, on aurait pu penser avoir affaire à un mauvais coucheur, vulgaire, alors qu'en fait il pouvait s'agir d'un chirurgien attendant son Schubert ou son Bach. Louis Dandrel m'avait octroyé le dimanche un magazine quotidien. Il avait aussi imposé des grandes diffusions de concerts. On a souvent évoqué ce fameux concert où Louis Dandrel avait interdit qu'on passe les informations afin que le raga se termine.

Il est vrai qu'aujourd'hui, c'est absolument impensable qu'il n'y ait rien de fait pour les musiques traditionnelles sur une chaîne de service public comme France Musique (nous pensons également au programme musical de France Culture). Vous vous doutez bien qu'à chaque fois je pense que ce n'est pas assez. En observant le climat actuel et la façon dont la musique traditionnelle s'articule sur France Musique et France Culture, on pourrait dire qu'elle participe de la trame. J'entends par là que, lorsqu'il y a, par exemple, des Euphonia sur un sujet donné, on peut trouver des séquences dans laquelle la musique traditionnelle trouve naturellement sa place. Il y a aussi des concerts le dimanche soir où l'on diffuse de la musique traditionnelle. C'est différent avec France Musiques, car encore une fois se pose la question de savoir qui écoute France Musique, quel est ce public ? Quand on suit l'histoire de la musique traditionnelle sur France Musique, on s'aperçoit que c'est vraiment une aventure. Un magazine de musique traditionnelle a pu ainsi disparaître pendant deux ans. Je pense qu'il s'agissait de prendre en compte les réactions du public de France Musique. Sur France Culture, qui comme son nom l'indique n'est pas entièrement dévouée à la

musique, il est possible de passer des extraits de musique. Quand je parle d'Euphonia, il peut s'agir d'une musique qu'on écoute pendant deux ou trois minutes, puis que l'on shunte. Alors que France Musique, de son côté, se doit tout de même de faire entendre, ou de larges extraits, ou des concerts en entier. A l'heure actuelle, de minuit à une heure du matin, dans La Rose des Vents, il y a des diffusions de concerts avec très peu de paroles, en général une petite interview de l'artiste pendant une ou deux minutes.

De mon côté, alors que j'avais été un petit peu écarté pendant une dizaine d'années des musiques traditionnelles sur les ondes, je ne sais pas trop pour quelle raison, lorsqu'on m'a demandé de faire le magazine, Les Magiciens de la Terre, je me suis questionné, en me disant : " Comment se fait-il qu'il y a toujours ce problème avec les magazines de musiques traditionnelles qui durent un, deux ou trois ans avant d'être relégués soit très tard le soir, soit annulés ? ". Et je me suis rendu compte que, autant les critiques sont passionnantes à lire dans les journaux, autant des producteurs, aussi cultivés soient-ils, ne sont peut-être pas intéressants à écouter. Finalement, il n'est pas très recevable de dire : " Voyons maintenant quel disque est sorti, tiens, il y a un disque des Lapons, et puis un disque des Bretons ". Je pense qu'il y a eu un mauvais angle d'attaque : il fallait essayer les plâtres, dans les années 80 et au début des années 90, quand on a eu l'idée de vouloir séduire le public par un télescopage de cultures. J'ai pensé qu'il fallait avoir la même attention pour les cultures du monde que celle que l'on pouvait avoir pour Mozart, Schubert ou Schoenberg. Cela veut dire que, même le générique que j'ai choisi - cette guimbarde avec des sons extrêmement particuliers - indique, plutôt qu'un télescopage de cultures, une attention particulière portée à une culture donnée.

A partir de ce moment-là, cela suppose une certaine forme d'articulation. Ce n'est pas sûr, qu'à la radio, ce soit intéressant d'entendre quelqu'un disserter ou donner un cours magistral. J'étais professeur à Paris VIII, enseignant la musique traditionnelle et l'improvisation, pendant une vingtaine d'années et je n'avais pas envie de faire un cours à la radio. En revanche, l'attention portée, même si c'est très peu, et même si c'est difficile à traduire, à ce que l'artiste s'exprime, peut permettre d'accrocher l'auditeur. Car il y a ce qu'il veut dire, et tant mieux si ce qu'il a à dire est important, mais il y a aussi la voix de l'artiste, qui est porteuse d'une personnalité. On entend quelqu'un rapidement, on perçoit une sensibilité. Assez souvent, malgré tout, il dit quelque chose d'essentiel. Et après, presque en fraude, on peut très bien glisser deux ou trois détails d'articulation formelle. Voilà l'angle d'attaque que j'ai choisi. Pour les disques, c'est vrai qu'on en reçoit beaucoup trop, c'est un problème.

Avant, on avait déjà beaucoup de mal à écouter tous les disques que l'on recevait, mais maintenant, c'est devenu un problème effrayant. J'essaie de déjouer aussi un autre problème : lorsque l'on fait une émission à Radio France, qui est un service public, il ne faut pas imaginer que l'on a des sommes colossales. En fait, nous sommes obligés de jongler avec les budgets. Je déplore le fait qu'assez souvent, évidemment, il soit beaucoup plus facile de prendre un artiste qui va au Théâtre de la Ville, ou au Centre Mandapa, parce qu'il est là et que les attachés de presse vont se démener pour qu'il passe à France Musique, plutôt que de se déplacer en région pour une captation. De temps en temps, j'arrive à faire des duplex. Très souvent, les attachés de presse omettent de préciser que cet artiste qui passe à Paris, se déplace dans le cadre d'une tournée à travers le pays. Je plaide évidemment pour une synergie entre tous les médias défendant les musiques traditionnelles.

---

### **Intervention de Michèle Mira Pons (Aligre FM)**

La radio où je travaille est un petit peu différente. Elle ne diffuse que sur Paris et la région parisienne dans un périmètre de 60 km. Elle n'est pas subventionnée. On n'a pas tout à fait les mêmes problèmes que les autres médias, ainsi nous avons du mal à recevoir des disques. Tant mieux, car cela nous amène à fonctionner sur nos coups de coeur. Je souhaite surtout faire passer à la radio, l'émotion que j'ai ressentie, soit en assistant à un concert, soit en écoutant un disque. Je pense que le public pour ces musiques existe. On s'en rend compte quand on fait un jeu, lorsqu'on fait gagner des places ou des disques : le public est vraiment là, et les gens vont vraiment au concert. Nous essayons de dynamiser l'émission en travaillant en partenariat avec les salles et les labels. Nous essayons aussi de rendre cette musique la plus vivante possible en recevant les artistes, en faisant des mini-concerts sur le plateau, avec moins d'instruments bien évidemment que sur scène. Mais nous ne recevons pas que les artistes :

nous ouvrons notre antenne aux petits labels qui ont besoin d'un coup de pouce, aux organisateurs, aux musicologues, aux directeurs de salles. Nous n'avons pas envie de faire de cours, d'ailleurs on en serait fort incapable. Je suis journaliste dans les musiques traditionnelles, j'ai des champs de connaissance, mais je ne peux pas tout connaître. Notre désir est surtout de faire parler les personnes qui viennent dans nos émissions.

## DÉBAT

**Patrick Lavaud, Directeur des Nuits Atypiques de Langon :**

Je voudrais savoir comment se fait la relation entre le journaliste et le service de Télérama qui parraine des manifestations ?

**Eliane Azoulay ;**

En principe il n'y a aucun rapport. Souvent on me demande de faire l'intermédiaire, donc j'indique quelle est la personne qui s'en occupe. On essaye de faire les choses séparément. Parfois, nous sommes sollicités pour répondre à une certaine politique menée par le service qui s'occupe du partenariat, des subventions ou des aides, mais on essaye de maintenir la distance, parce que ce n'est pas la même problématique.

**Patrick Lavaud :**

Vous parliez de lobbying, c'est l'une des façons, que l'on a les uns et les autres, organisateurs et journalistes, d'agir dans le même sens sans doute, et peut-être qu'il peut y avoir un rapprochement ?

**Eliane Azoulay :**

En fait il vaudrait mieux que cela passe par la rédaction plutôt que par les services commerciaux. On commence, pour les musiques du monde, à avoir affaire à des majors companies qui ont l'habitude du lobbying commercial, par le biais d'une publicité agressive, qui n'est pas très agréable d'ailleurs. Il y a des pressions économiques auxquelles nous essayons de résister et qu'il faut différencier du lobbying d'information auprès du circuit rédactionnel que nous évoquions avec Véronique.

**Véronique Mortaigne :**

Nous sommes, par exemple, en train d'organiser un déjeuner au Monde avec nos chefs de services culturels, la rédaction en chef, et un certain nombre d'acteurs des musiques du monde sur Paris, notamment la Cité de la Musique et le Théâtre de la Ville, pour leur montrer que ce secteur existe et fonctionne. Nous en avons assez de dire à un chef de service qui ne comprend rien et n'écoute jamais de musique traditionnelle, que c'est quand même bien d'en écouter de temps en temps, même de la musique indienne dont Le Monde était spécialiste. Il y a une façon de faire passer la musique traditionnelle en ce moment, qui me paraît assez pernicieuse, en tout cas pour nous, qui consiste à faire comme on dit au ministère, du sociétal. Les quartiers en déroute et qui font leur musique traditionnelle avec les beurs et les gitans, ça marche, comme de couvrir un festival de folklore parce qu'il est organisé dans une mairie tenue par le Front National&hellip;

**Eliane Azoulay :**

Nous avons encore plus de mal à faire passer des papiers sur les musiques régionales que sur les autres musiques du monde. J'ai eu le plus grand mal à faire passer un papier sur les musiques bretonnes. Ce qui je crois a desservi ces musiques, c'est que, pendant longtemps, elles ont été dans une sorte de ghetto, elles ont fonctionné par slogans, dans une certaine opposition au centralisme parisien. Je me rends compte que, dans ce secteur, les choses sont en train d'évoluer, qu'elles ne relèvent plus uniquement de la récupération d'une mémoire, mais qu'elles existent en tant que telle. Mais j'ai encore plus de mal à le faire comprendre à mes directions. On nous demande de faire du vivant. Pour eux c'est du poussiéreux. Ils n'ont pas compris que les choses ont changé. La prochaine étape maintenant, c'est de leur faire comprendre.

### **Bertrand Delaporte, directeur du Festival d'Été de Nantes :**

J'arrive sur ce secteur depuis deux ans. Autant c'est affolant, pour vous journalistes, de traiter l'information que vous traitez, autant c'est affolant, pour un organisateur, directeur de festival, d'essayer d'avoir les journalistes qui comptent sur leur propre manifestation - et qui comptent, non seulement au vu de son propre ego, parce que l'on aime bien avoir un article dans Télérama, ou dans Le Monde, mais qui comptent aussi au niveau de nos principaux financiers. Aujourd'hui il est évident que lorsque vous organisez un festival, vous êtes aussi jugé au poids de votre dossier de presse. Au bout du compte, ce n'est pas qui vous avez invité, mais ce que l'on en a dit, et le poids de qui le dit, que l'on retiendra. Par moments, cet état de fait nous rend un peu agressif, parce que l'on se dit : " Mais alors pourquoi ne vient-il pas voir mon festival à moi, qui est le plus beau, et pourquoi ils n'en parlent pas ? ". Je suis tout à fait partant pour un lobbying, d'autant plus que le fond de la question, et Véronique Mortaigne l'a dit très justement, c'est un problème d'espace. J'ai un exemple sous la main qui est Ouest France à Nantes. Nous avons assisté à un double mouvement depuis 89 : d'abord la volonté des politiques d'investir largement dans la culture, d'aider des équipes, soit de création, soit de programmation, et, dans le même temps, la volonté d'une presse locale très importante, de donner beaucoup d'espace au traitement de l'information culturelle. Ce qui fait qu'aujourd'hui, vous avez tous les jours dans Ouest France entre une et trois pages consacrées à la culture. Au moment du Festival d'été, nous avons des articles qui précèdent et accompagnent le festival.

### **Mina Rad (le Monde de la Musique) :**

Aujourd'hui, il est acquis, au Monde de la musique, que parler de la musique de l'Inde ou du Pakistan, fait partie des articles du journal, alors qu'il y a cinq ans c'était encore très difficile. Par contre, il n'est pas évident d'écrire, par exemple, sur le violon d'Auvergne ou sur les musiques traditionnelles françaises, parce que ce sont essentiellement les lecteurs de la musique classique qui sont intéressés par la musique traditionnelle aujourd'hui. Il faut donc faire un travail énorme pour dire que la musique traditionnelle française a changé afin de la mettre sur le même pied que la musique indienne aujourd'hui.

---

## LA DIFFUSION INTERNATIONALE

### **Les programmes d'aides à l'exportation par Bruno Boutleux (Directeur du FCM)**

Curieusement, alors que de nombreux labels de musique traditionnelle affichent parfois des chiffres d'affaires à l'export assez importants - ce qui est surprenant, et en tout cas largement supérieur au score d'autres musiques -, seul un petit nombre de ces labels sollicitent des aides à l'export auprès du FCM. La part du budget de notre " commission export ", par exemple, consacrée aux musiques traditionnelles - sachant qu'on parlera plus de musiques du monde que de musiques traditionnelles dans ces chiffres - représente 15 % des tournées ou des festivals sur



lesquels nous intervenons. Il est vrai que la connexion disque-scène n'est peut-être pas aussi forte et aussi nécessaire dans ce secteur que dans la variété. Pourtant, le soutien à l'export est, malgré tout, celui sur lequel le FCM est le plus volontariste et celui sur lequel on reste le plus souple au niveau de nos critères. Nous savons que la musique française en général, ou la musique produite en France, est difficile à exporter, et que nous avons à lutter contre les puissances de l'impérialisme culturel américain. Cette lutte n'est pas toujours évidente mais il existe, heureusement, un certain nombre d'organismes susceptibles d'intervenir dans ce secteur.

Je distinguerai d'abord trois ministères : le ministère de la Culture, bien évidemment, à travers son Département des affaires internationales, le ministère de la Coopération, pour certains territoires uniquement, enfin le ministère des Affaires Etrangères, notamment, à travers l'AFAA (l'Association française d'action artistique). Ensuite, nous trouvons tous les organismes professionnels et sociétés civiles agissant dans le cadre de l'article L 321-9 du Code de la propriété intellectuelle. Selon une estimation, tous programmes confondus, du magazine. Cet article du Code permet à un certain nombre d'organismes d'intervenir dans le domaine de l'aide à l'exportation.

La SPPF, par exemple, qui regroupe un grand nombre de producteurs phonographiques et quelques producteurs audiovisuels indépendants français, a une logique de participation aux frais de déplacement de ses membres notamment, et des producteurs en général, sur les foires, les salons et les rencontres professionnelles qui peuvent avoir lieu à travers le monde. Ils ont peu de budget à consacrer à ces actions et préfèrent le concentrer sur des déplacements ou des représentations collectives. Les stands collectifs sont des opérations très en vogue auprès des organismes professionnels qui permettent à des professionnels d'avoir une base de travail sur des festivals importants et des salons internationaux. Ces opérations concernent essentiellement le Midem-Asie, le Midem à Cannes mais également le Mip Asie, le Mip TV et le Pop Kömm en Allemagne.

La SPCP, l'autre société civile de producteurs, intervient sur le même type d'opérations : au Midem, au Millia - qui est le marché international du livre interactif, c'est-à-dire le marché du multimédia -, pour accueillir les producteurs et les aider à participer à ce genre de salons. Je sais que la SPCP soutient aussi les déplacements de ses membres sur les marchés internationaux comme le Midem Asie également, qui semble aujourd'hui mobiliser énormément les professionnels. Les sociétés d'artistes ont elles des politiques un petit peu différentes.

La Spedidam consacre, chaque année, 1 million de francs pour des soutiens à des opérations d'export, notamment à travers un système de bourses aux voyages pour les musiciens. Lorsque des musiciens sont appelés à jouer à l'étranger, ils peuvent bénéficier d'une bourse établie en fonction du déplacement et du nombre de musiciens, de l'ensemble ou du groupe concerné. Ces bourses varient entre 10 et 20 000 francs par voyage. Ce sont des interventions modestes, mais qui malgré tout peuvent être intéressantes. Je ne vais pas m'appesantir sur les critères précis de chacun de ces organismes, je vous invite à reprendre contact avec eux et à consulter les documentations qu'ils ne manqueront pas de vous envoyer là-dessus. L'autre usage de ce million de francs concerne le soutien à des tournées et des festivals francophiles ou francophones à travers le monde. Ils interviennent au Japon, sur le festival Halou par exemple, et sur un certain nombre d'autres festivals à l'étranger dont l'essentiel voire la totalité de la programmation est francophone.

La Sacem, quant à elle, intervient également, grosso modo, à la hauteur d'un million de francs, sur des actions à l'export. La Sacem comme les autres organismes, se mobilise beaucoup sur le soutien aux festivals comme le Halou, le Festival Francophone de Louisiane, le Masa, L Air du Temps à Boston, les Francofolies de Buenos-Aires également, et quelques autres encore. Ils interviennent auprès des structures de conseil également.

Enfin le FCM consacre, dans le domaine de l'exportation, un peu plus de deux millions de francs par an alloués, pour l'essentiel, à du soutien à des tournées. C'est dans ce cadre-là, que je vous annonçais le chiffre de 15 % consacré aux musiques du monde, essentiellement pour des tournées, avec une moyenne d'intervention qui se situe autour de 40 à 50 000 francs par tournée. Nous demandons systématiquement qu'un phonogramme soit commercialisé - pas

forcément dans les pays visés, puisque l'objectif d'une tournée est de trouver des débouchés - et que soient respectés les droits des artistes. Ces derniers doivent être employés par une structure (société ou association) de droit français, et rémunérés en France selon la législation en vigueur. Il est nécessaire enfin que les artistes soient français ou francophones. Nous entendons par pays francophones, tous les pays qui ont, comme le dit la législation, le français en partage. La tournée doit comporter quatre ou cinq dates pour que cela devienne une véritable tournée, mais je ne donne ce chiffre qu'à titre indicatif, car c'est la commission qui juge de la pertinence de la tournée relativement au nombre de dates prévues.

Donc, nous intervenons essentiellement sur les tournées et les festivals. Nous cherchons à identifier un certain nombre de festivals, qui sont soit des initiatives françaises ou soit des initiatives étrangères, qui sont francophiles ou entièrement dédiées à la musique francophone, et relativement éclectiques. Pour certains festivals, nous apportons notre soutien à une structure française qui représente le festival en France, ou alors, nous aidons directement les artistes ou le tourneur qui va emmener des artistes dans ces festivals.

En dehors de ce soutien à des tournées ou des festivals, le FCM, comme d'autres organismes, essaie de contribuer à la structuration d'un certain nombre de dispositifs d'exportation. Nous considérons qu'il est tout aussi important de financer les tournées et l'exportation directe, c'est-à-dire d'apporter une aide directe aux artistes pour les emmener à l'étranger, que de financer tout ce qui pourrait intervenir en termes de conseil, de soutien, de suivi permanent sur ces questions d'export. Le FCM notamment, et encore une fois un certain nombre d'autres organismes, soutiennent des structures permanentes comme les bureaux de soutien à l'exportation des musiques françaises qu'on retrouve dans certains pays. Il y en a un à New York, qui s'appelle le French Music Office (FMO). Ainsi, nous avons travaillé avec Philippe Krümm, du temps où il était encore chez Silex, sur la présence d'un certain nombre d'artistes des musiques traditionnelles dans des salons professionnels. Il y a d'autres bureaux : un en configuration à Buenos-Aires qui va travailler sur l'Amérique du Sud, un autre en Hollande et un dernier en Allemagne, tous fédérés par le Bureau export de la musique française. Cet organisme, basé à Paris, fait un gros travail d'information, de constitution de base de données avec l'Irma, de conseil et de suivi d'un certain nombre de projets d'exportation d'artistes. Je sais qu'il y a également un projet en Europe du Sud, pour créer un bureau soit en Italie, soit en Espagne. Ces bureaux ont une tendance naturelle à travailler sur des musiques très commerciales, sur la variété, car c'est aussi une part importante de la création musicale. Cette tendance naturelle à aller vers ce qui est le plus important a pour effet de laisser sur le bord de la route des musiques qui sont peut-être moins marchandes, mais qui ont des potentialités à l'export parfois tout à fait intéressantes. Zone Franche fait également un travail important en termes d'information sur les musiques francophones.

Je continuerai l'inventaire en évoquant le Fonds de soutien aux variétés qui, au sein de sa commission n 2 propose des aides en direction d'opérations de promotion à l'étranger (festivals, programmation groupée à l'occasion d'une manifestation professionnelle), et dans le cadre de la commission n 3 (réservée aux entrepreneurs de spectacles adhérents du Fonds depuis au moins un an), des aides aux tournées à l'étranger pour lesquelles l'aide de l'éditeur et/ou de la maison de disques est déterminante. Le Bureau export a une activité d'information et de soutien, mais également de financement puisque le Snep (Syndicat national de l'édition phonographique) consacre environ 1 million de francs chaque année à des opérations export, parmi lesquelles on va retrouver la même chose : festivals, déplacements sur les salons, tournées. Aucun genre musical n'est exclu. C'est le Bureau export qui gère cette commission export du Snep et qui est chargé d'instruire les dossiers. Il organise régulièrement des réunions de la commission pour attribuer ces financements. On y retrouve les représentants des multinationales, un certain nombre de labels indépendants, dont quelques représentants des labels de musique traditionnelle.

La Coface participe aux frais de déplacement des professionnels sur les foires et salons, quels qu'ils soient, à partir du moment où ils ont lieu à l'étranger. Il n'y a pas de limite non plus aux activités, la musique est donc la bienvenue, que ce soit le disque ou le spectacle vivant. Je crois qu'il faut que l'événement soit identifié et agréé par la Coface. A partir de ce moment-là, on peut bénéficier de la prise en charge des frais de déplacement.

Enfin, il existe également un ensemble de dispositifs communautaires, au niveau européen, qui commencent à s'ouvrir à la musique, même si, à côté de l'audiovisuel, la musique ne pèse pas encore très lourd dans le cSur des eurocrates. Mais les choses sont en train de changer, notamment parce qu'ils se sont aperçus que de vrais réseaux existent en Europe pour la promotion des musiques européennes. On commence à voir apparaître à la DG X - qui est en quelque sorte le " ministère de la Culture " de l'Union européenne -, notamment dans le cadre du programme Kaleidoscope, une première prise en compte du secteur. Un Bureau européen de la musique s'est installé à Bruxelles. Ce bureau a fait dans un premier temps un travail de lobbying pour faire reconnaître toute la structuration du secteur et le faire bien identifier par la DG X.

Enfin, je n'oublierai pas Francophonie Diffusion. Il s'agit là du volet diffusion radiophonique de la musique. Marie-Christine Bloch, qui dirige Francophonie Diffusion fait un énorme travail de collecte de disques. Elle a repéré un certain nombre de radios francophones ou francophiles à travers le monde, qui sont abonnées au service de Francophonie Diffusion. Cet organisme se charge de collecter des disques auprès des labels et des maisons de disques, puis de faire des envois ciblés, en fonction de la couleur des programmations. Cette action permet d'identifier rapidement dans le monde entier des radios plutôt sensibles aux musiques françaises. Ils font un gros travail de promotion et de suivi, un travail de fourmi, qui ne se voit pas beaucoup mais qui donne des résultats.

---

## LES RÉSEAUX

### **Le réseau de la CCAS pa Christine Ferri (responsable spectacle vivant-musique à la CCAS)**

La Caisse centrale des activités sociales des industries électriques et gazières, assimilées au comité d'entreprise EDF-GDF (CCAS), est un organisme qui opère au plan national et qui a la vocation de travailler sur les activités sociales et culturelles des industries. Les agents EDF et leurs familles représentent plus de 700 000 personnes. En ce qui concerne le siège, nous travaillons sur toutes les activités vacances touchant les agents. La gestion des CCAS est assurée par les représentants du personnel. C'est une représentation syndicale : les industries n'ont pas leur mot à dire en termes de gestion de cet organisme. Les missions qui sont assignées à cet organisme sont de plusieurs ordres. Je vous ai parlé des vacances parce que c'est le domaine où je peux vous parler de mon travail. Il y a aussi la santé, la restauration d'entreprise et la formation des personnels. Dès la nationalisation d'EDF, et c'est dans les statuts mêmes de la CCAS, la culture a été instaurée comme une des missions officiellement reconnues.

En termes de budget, c'est énorme, puisque cela correspond à 1 % des bénéfices des industries EDF-GDF, à la différence des comités d'entreprises qui gèrent le même pourcentage sur la masse salariale. Le public est constitué des personnels en vacances qui viennent dans les centres et ne choisissent pas au départ de voir les spectacles qu'on leur propose. C'est un réseau qui est hors du circuit commercial et relève de l'économie sociale.

Depuis une vingtaine d'années, nous avons une politique très importante sur le plan du spectacle vivant et qui a provoqué une fidélisation des publics. Il est difficile de parler d'un seul public. Nous avons des publics assez exigeants, et qui ont toute la disponibilité des gens en vacances, différente de celle des spectateurs qui choisissent d'aller voir un spectacle. Le milieu social est assez complexe car on touche toutes les catégories socioprofessionnelles à l'intérieur d'industries qui sont des industries de pointe. On peut, par un réseau de vacances, avoir affaire à des agents d'exécution qui n'ont pas du tout l'habitude d'aller au spectacle ou très peu, et par ailleurs avoir aussi des cadres supérieurs qui prennent des vacances dans ce contexte et qui ont une autre culture du spectacle.

Le réseau en lui-même est un réseau de 300 lieux sur la France entière. Chaque centre a ses spécificités et des conditions d'accueil inégales, certains lieux étant dotés d'équipement de salles de spectacle, d'autres non. Sur ce réseau, durant l'été, nous faisons tourner en moyenne 1 000 représentations, toutes disciplines confondues. On recense ainsi 80 compagnies sur la route entre juin et septembre. L'été, pour ce qui est de la musique, j'élabore la programmation de ces lieux au niveau national. Il est important, pour nous, d'explicitier un certain nombre de propositions artistiques en direction de notre communication interne. Il est vrai que les genres sont parfois difficiles à cloisonner, mais cela permet de faire reconnaître des styles qui n'étaient pas forcément développés dans nos tournées, sachant que nous nous étions surtout consacrés à la variété et à la chanson.

Le catalogue précis des musiques traditionnelles représente relativement peu de choses par rapport à notre budget de diffusion du spectacle vivant, mais il existe. Une reconnaissance est en train de s'instaurer. Curieusement, alors que l'on pourrait penser, qu'étant donné que nous touchons des publics qui devraient être proches des cultures dites populaires, nous aurions plus de facilité à faire reconnaître certaines choses, nous avons constaté une attitude de retrait par rapport aux musiques dites traditionnelles. Nos interlocuteurs dans les régions sont parfois un peu loin des traditions artistiques locales, ceci pour des raisons complexes que je n'évoquerai pas forcément ici. Notre fonction, au niveau national, consiste à établir un échange, un dialogue et une réflexion commune, pour permettre des relais, donner une impulsion et créer une dynamique.

Je souligne toujours que nous travaillons avec le milieu professionnel, en affirmant que le spectacle vivant existe par un milieu professionnel. Les pratiques amateurs et les pratiques liées aux cultures régionales sont évidemment, de notre côté, relativement difficiles à cerner. C'est d'ailleurs une question que j'aimerais évoquer avec les régions. Cette difficulté tient aussi au fait que les personnels dans les régions disposent de moins de spécialisation culturelle que ceux du siège. On constate que la réflexion, à ce niveau-là est liée à la connaissance du monde artistique.

Les tournées constituent l'essentiel de notre action culturelle dans le domaine du spectacle vivant. Nous avons d'autres actions que nous comptons développer : par exemple, des relations avec le CMTRA, avec lequel nous avons commencé un travail sur une institution de vacances située à Val d'Isère. Nous avons la volonté de participer à un travail de collectage sur le monde sonore local, en le relayant dans un lieu de vacances, avec des publics qui sont des vacanciers, donc des personnes par essence étrangères à la culture locale qu'ils vont découvrir à ce moment-là.

Nous avons évalué le budget de l'action culturelle à environ 2% du budget culturel général de la CCAS. Sur le plan de notre secteur " action culturelle nationale ", c'est-à-dire le secteur où l'on prend en compte le spectacle vivant, nous engageons à l'heure actuelle 15 millions de Francs, dont un tiers pour la musique.

---

### **Le réseau du comité international des organisations de festivals folkloriques par Jean Roche (Président du Cioff)**

Gannat est en une petite ville d'Auvergne de 5 000 habitants. Je ne vais pas vous parler de notre festival, mais plutôt d'un de nos réseaux. Je préciserai toutefois que nous avons derrière nous 30 ans de vie associative et 23 ans d'édition du Festival qui dure chaque année dix jours. Je vais donc évoquer le Comité international des organisations de festivals folkloriques (Cioff). Le Cioff est un réseau qui a été créé, il y a 25 ans, par le président du Festival de Confolens, Henri Coursaget, essentiellement pour faire progresser son festival et trouver des troupes, puisque nous travaillons essentiellement dans le milieu amateur.

Jusqu'à ces dernières années, nous gérons des anonymes. Cette association a grandi, elle est devenue une ONG ayant statut de consultant auprès de l'Unesco, et nous sommes présents dans 75 pays à travers le monde, groupés en 7 secteurs. Dans chaque pays, il existe une section nationale qui s'est améliorée à la suite des réflexions que nous avons menées depuis 25 ans. Nous avons peiné, d'ailleurs, pour changer ce terme de " folklore " : l'Unesco a trouvé

" culture traditionnelle et populaire ".

Dans chaque pays, ce Comité national regroupe les instances s'intéressant à la culture traditionnelle, les festivals évidemment, mais aussi les fédérations, les associations, ainsi que des chercheurs, des membres des académies des Sciences etc. Nous représentons environ 350 festivals à travers le monde, des festivals qui dure environ 1 semaine chacun. Comment se passent les échanges au sein de ce réseau ? Très souvent, les festivals composent leur plateau, et s'adressent à leurs correspondants - que ce soit au Chili, au Pérou, ou en Afrique etc. -, en les informant qu'ils sont à la recherche d'un groupe pour un répertoire donné.

A partir de là, nous organisons des tournées pour ces ensembles qui viennent souvent d'assez loin. Il peut s'agir de tournées se limitant à la France ou s'étendant sur l'Europe. Chaque festival gère son propre festival et sa tournée. Par exemple, le Festival de Gannat n'aura pas la programmation du Festival de Confolens. C'est un choix. Peu se prétendent aujourd'hui " le Festival de folklore international de&hellip; ", au contraire, maintenant chacun souhaite affirmer sa propre identité. Ce réseau est très important et beaucoup d'orchestres amateurs, désireux de se produire, souhaitent s'y intégrer. Depuis quelques années, certains festivals prennent des professionnels, et je pense que c'est une évolution intéressante. Nous avons aussi d'autres réseaux : nous sommes en contact, par exemple, avec l'Interceltique de Lorient au sein du réseau France Festival.

Il nous apparaît très important d'aller à la découverte des ethnies et des cultures. C'est une recherche permanente pour rencontrer, découvrir des cultures, et toutes les fois que c'est possible, les inviter dans nos festivals. Je vais voir les groupes et cela me semble très important : il faut découvrir ces peuples. Il y a des peuples que nous n'avons pas invités, notamment en Amazonie, car nous avons jugé que le public aurait pu les considérer comme des bêtes curieuses. Un organisateur de festival doit éduquer le public mais il doit d'abord s'éduquer lui-même. Par exemple, je n'invite pratiquement jamais des ballets nationaux, donc des ensembles professionnels, alors que les instances sont prêtes à payer pour qu'on les fasse venir.

Au sein de nos festivals, nous distinguons ceux que nous appelons les festivals " de caractère authentique ou ethnique ", les festivals de " caractère élaboré " et ceux de " caractère stylisé ". L'important, c'est de bien expliquer au public la nature de ce que l'on présente et surtout de ne pas faire croire que ce sont des porteurs de tradition depuis des générations. La plupart de nos festivals, notamment en France, n'ont pas de véritable reconnaissance officielle et nous ne sommes pas subventionnés par le ministère de la Culture. Nous fonctionnons avec environ 85 % d'autofinancement sur des budgets importants. Notre festival coûte environ 4 millions de francs. Il me semble que cette ouverture avec les réseaux est très importante, et je crois qu'il faut cesser les clivages qui retardent beaucoup la diffusion des musiques et des danses traditionnelles.

---

### **Le reseau du European Forum Worlwide Music Festival Par Christian Mousset (Directeur du Festival Musiques métisses)**

Nous sommes à peu près 35 festivals à constituer le réseau du European Forum of Worldwide Music Festivals (EFWMF). Il s'agit d'une association qui n'a que cinq ans d'âge. Nous étions partis, à l'époque, du constat que nous étions nombreux en Europe à travailler plutôt sur les musiques urbaines du monde - ce que l'on a appelé la world music -, encore que certains de nos festivals se consacrent en partie à la musique strictement traditionnelle, voire pour certains totalement. Il y a 4 ou 5 de nos festivals qui sont aussi dans le réseau dont a parlé Jean Roche. Ainsi, je prendrai pour exemple le Festival de Kaustinen qui est un énorme festival en Finlande, dans lequel on ne trouve que quatre ou cinq groupes vraiment professionnels, tout le reste, étant constitué de musiciens amateurs.

Notre réseau couvre maintenant presque toute l'Europe. Les festivals français faisant partie du réseau sont Africolor, le Festival d'été de Nantes, Les Nuits atypiques de Langon et Musiques Métisses. Ce sont des festivals très différents. Ainsi, on peut trouver, à la fois, Musiques Métisses qui demeure encore assez jazz mais avec des

ouvertures sur les musiques d'Afrique et de la diaspora africaine (Caraïbes, Océan indien) les festivals Womad et des festivals très " world " où il n'y a quasiment pas de musiques traditionnelles. Ce réseau fonctionne plutôt bien. Nous nous réunissons environ trois fois par an, et depuis maintenant trois ans, nous organisons nous-mêmes, une sorte de Midem des musiques du monde qui s'appelle le Womex. Chaque Womex est organisé par un des festivals du réseau. Il s'agit d'un véritable marché, s'adressant avant tout à des professionnels puisque nous travaillons essentiellement avec des artistes professionnels. Ce réseau permet à des artistes de toutes origines d'avoir des points de chute plus nombreux.

Chaque festival propose à ses collègues des groupes auquel il croit et qu'il a envie de défendre. Je pense que, grâce à cette action, un réseau vraiment structuré s'installe petit à petit en Europe. Nous avons chacun des affinités particulières avec certains continents et certaines musiques, qui bénéficient à tout le monde. Ces affinités nous permettent de savoir à qui s'adresser dans chaque pays pour avoir des artistes professionnels, obtenir des portes d'entrée et ensuite d'organiser une tournée à travers le réseau. Nous éditons tous les ans une compilation, sous forme d'un CD, qui représente le catalogue des artistes que nous souhaitons défendre et soutenir. Nous pouvons ainsi aider des musiciens qui, soit sont en début de carrière, soit sont sur le point de sortir un nouvel album. Au début, il s'agissait d'un petit club, mais nous l'avons ouvert - malgré quelques réticences anglo-saxonnes - à toute l'Europe. Nous votons tous les deux ans les changements de bureau et nous avons institué une tournante pour les différents postes de ce bureau.

Nous menons aussi ensemble certaines luttes. Notamment, vous savez qu'il est très difficile pour des artistes des pays du sud d'obtenir des visas et des permis de travail. Cela devient de plus en plus effrayant : l'Europe se referme. Nous formons donc aussi un groupe de pression, nous essayons de nous battre ensemble pour essayer de trouver des formules susceptibles de modifier cette situation. Nous avons tous un peu la même éthique, nous nous battons contre les mêmes choses : la xénophobie, le racisme, etc. Nous avons donc une charte informelle qui fait que nous sommes représentatifs d'un mouvement de résistance qui se structure peu à peu.

---

### **La commission régionale de diffusion de la région Midi-Pyrénées par Luc Charles-Dominique (Conservatoire occitan)**

Tout d'abord, il convient de resituer la création et le fonctionnement de la commission dans un contexte plus général qui est celui des Centres de musiques traditionnelles en région, et donc du cadre plus vaste de la politique ministérielle qui consiste à dynamiser et à structurer le mouvement des musiques traditionnelles depuis un peu plus de treize ans. Nous retiendrons quelques dates marquantes pour nous : en 1985 la création de la FAMDT et en 1989 l'organisation ici-même des Deuxièmes Assises des musiques traditionnelles au cours desquelles vont naître les prémices des futures commissions de la FAMDT. Au terme de ces Assises, la nécessité impérieuse de créer des réseaux et de les faire fonctionner, s'est clairement manifestée. Je crois que ces Assises sont à l'origine de la notion de " mise en réseau " qui est complètement constitutive de la notion même de centre que la Direction de la musique et de la danse, depuis 1990, essaie d'impulser.

En Midi-Pyrénées, c'est une association qui aujourd'hui fête ses vingt-cinq ans d'existence, le Conservatoire occitan, qui est pressenti pour être le Centre de musiques traditionnelles. Ces Centres, avec assez peu de moyens, doivent répondre à un cahier des charges extrêmement lourd qui consiste à mettre en réseau les acteurs et les actions des musiques et danses traditionnelles d'une région administrative dans trois grands domaines que sont la recherche-documentation, la formation et la diffusion. Plus particulièrement, dans le domaine de la diffusion, on nous demande d'assurer une mise en réseau à travers la promotion du spectacle vivant en " organisant nous-mêmes une programmation où en nous associant à des initiatives régionales de programmation ou de création musicale ou chorégraphique ". Il est bien spécifié que ces programmations intégreront l'éventail le plus large possible des musiques traditionnelles de France et du monde. Voilà donc ce qui figure au préambule de la " Convention d'objectif " que les Centres signent avec la Direction de la musique et de la danse.

Dès la création du Centre des musiques traditionnelles en Midi-Pyrénées, des rencontres régionales ont lieu en Aveyron, à Sauveterre-du-Rouergue, au cours desquelles des groupes de travail informels vont se constituer. Ces groupes de travail seront les embryons des futures commissions régionales du Centre. Dans le domaine de la diffusion, nous faisons, à cette époque-là, trois grands constats. Le premier, c'est celui d'une absence totale d'informations. Alors que le revival en Midi-Pyrénées a déjà près de vingt ans, le secteur des musiques et danses traditionnelles, non seulement demeure inorganisé, mais, en plus, n'a jamais fait l'objet d'un recensement quelconque. Le deuxième constat, c'est l'absence totale de tout réseau de diffusion, et donc de toute possibilité de promotion pour les groupes, non pas uniquement professionnels - car, dans notre région, nous n'avons vraiment qu'un ou deux -, mais de tous les groupes semi-professionnels qui ont envie de tourner. Le troisième constat est celui de l'absence totale de toute coordination des programmations.

Ce groupe informel se constitue en 1992 en " Commission régionale " et, depuis, cette commission s'est élargie puisqu'elle rassemble vingt-cinq membres comprenant un représentant de la Drac, un représentant de la région, les huit délégués départementaux à la musique de Midi-Pyrénées et un certain nombre de personnes qui représentent soit des structures culturelles, soit des associations de musiques traditionnelles qui font une programmation régulière ou occasionnelle. Depuis quatre ans, cette commission s'est réunie dix-huit fois, ce qui fait un peu plus d'une fois par trimestre et montre qu'elle a une vie assez lourde. Il est donc nécessaire de motiver les membres de la commission. Nous parvenons toutefois à rassembler six ou sept personnes par réunion, ce qui n'est déjà pas mal. Quels sont les objectifs de cette commission ? Dès la première réunion, nous avons fixé plusieurs objectifs : créer les véritables outils de l'information et de la promotion, permettre à des groupes extérieurs à Midi-Pyrénées de venir tourner dans notre région, assurer la promotion des groupes de Midi-Pyrénées dans la région et à l'extérieur, essayer de travailler à une formation technique des groupes - et donc tendre à leur professionnalisation - et enfin, parvenir à intéresser les grandes structures culturelles à la programmation de spectacles de musiques traditionnelles. Ce dernier objectif manifestait notre volonté de décroiser les réseaux de diffusion.

Pour ce qui est des outils d'information, nous avons réalisé Plural, un guide publié en 1992, en coproduction avec la Maison des racines du monde, organisme de Toulouse qui a traité tout l'aspect des musiques communautaires pratiquées en Midi-Pyrénées. D'autre part, la revue Pastel, qui jusqu'ici était un bulletin de liaison interne à l'association, est devenue, depuis 1992, un média régional, trimestriel, avec une rubrique spéciale et régulière consacrée aux informations sur la diffusion (groupes en tournée, nouveaux groupes, etc.). Nous faisons ainsi la promotion des groupes, non seulement de Midi-Pyrénées, mais de tous ceux qui nous écrivent.

Dans le souci de coordonner les actions de diffusion à l'échelon régional et dans l'impossibilité financière et matérielle de créer un service minitel, nous éditons un bulletin bimestriel, interne à Midi-Pyrénées, et destiné aux organisateurs de spectacles. Nous leur demandons de nous faire parvenir à l'avance leur programmation afin d'éviter les " carambolages ". Pour ce qui est de la promotion des groupes extérieurs à notre région, depuis 1992, nous avons organisé plusieurs tournées. De 1992 à 1994, nous n'organisons qu'une tournée par an mais, depuis 1995, nous sommes passées au rythme de deux tournées. Ces tournées se déroulent en général, sur une semaine, avec un nombre de dates compris entre quatre et huit. Ces tournées bénéficient d'aides de la Drac au titre des missionnements musicaux et elles permettent de faire jouer des groupes dans des zones défavorisées et lointaines, pas seulement dans les zones urbaines mais, évidemment, dans toutes les zones rurales de Midi-Pyrénées. Pour ce faire, ces tournées s'appuient sur des relais locaux d'associations de musiques traditionnelles, associations qui sont membres de la commission et qui prennent en charge l'organisation sur place des spectacles.

Quels sont les critères de sélection des groupes ? La Drac nous en impose deux : le professionnalisme des musiciens ou un équivalent en qualité musicale professionnelle et la dimension créatrice et innovante de leurs prestations. A ces deux critères, nous en avons rajouté deux autres : l'existence d'une corrélation entre les traditions musicales et vocales présentées dans ces concerts et celles qui sont attestées en Midi-Pyrénées et puis, si possible, la réciprocité des programmations.

La promotion des groupes de Midi-Pyrénées se fait à plusieurs niveaux. Nous participons à des événements promotionnels, soient régionaux comme " La Journée particulière " organisée par la Fédération départementale des MJC, ou nationaux et internationaux comme le Mercat en Catalogne qui est un marché des musiques actuelles, dont les musiques traditionnelles, et pour laquelle la commission, cette année, a fait une proposition. Nous essayons aussi de viser à la professionnalisation des groupes de notre région par une formation technique et juridique à tous les problèmes liés au statut des musiciens. Evidemment, dans ce cadre-là, notre collaboration avec l'Irma est tout-à-fait déterminante. Nous essayons aussi de les former à des techniques de scène (sonorisation, éclairage, etc.), à tout ce qui va leur permettre de travailler leurs concerts, puisque c'est une pratique qui, pour la plupart d'entre eux, est un peu inédite. La commission étudie même la possibilité de mettre en place une formation artistique personnalisée pour certains groupes de Midi-Pyrénées qu'elle aura sélectionnés et qui en auront fait la demande.

Le décloisonnement des réseaux de diffusion demeure le point le plus délicat. En ce qui concerne les réseaux de musiques traditionnelles, cela fonctionne assez bien. Depuis la création en Languedoc-Roussillon, d'un Centre des musiques traditionnelles, on constate une véritable volonté de constituer un " réseau sud " de diffusion des musiques traditionnelles qui comprendrait les quatre Centres de musiques traditionnelles dans le sud de la France : Aquitaine, Midi-Pyrénées, Languedoc-Roussillon et Provence-Alpes-Côte d'azur. Ce réseau va se concrétiser dès cette année par la présence des quatre centres sur un stand commun au Mercat et, probablement, l'an prochain, par l'organisation d'une tournée commune. Nous avons aussi la volonté de créer un réseau transfrontalier de diffusion, notamment avec les régions nord de la péninsule ibérique - régions avec lesquelles nous travaillons depuis longtemps - qui sont la Catalogne, l'Aragon, la Castille et le Pays basque. Ce réseau est en train de se constituer et d'ailleurs nous sommes invités prochainement à Barcelone pour la création d'un réseau d'organisateur de festivals de musiques traditionnelles. Avec les structures culturelles, c'est beaucoup plus délicat d'arriver à établir des ponts et de décloisonner les réseaux de diffusion. Pour l'instant, la collaboration ne s'est vraiment faite qu'avec le réseau Avant-Mardi. J'ai participé récemment à un Grac dans lequel j'ai présenté les travaux de la commission régionale : cela n'a pas intéressé grand monde ; Je n'ai reçu vraiment qu'une seule proposition d'un diffuseur.

Quels sont les perspectives et les problèmes soulevés par le travail de cette commission ? Je dirai, globalement, le manque général de moyens financiers. Hormis les crédits alloués par la Drac pour l'organisation des missions ponctuelles, nous n'avons pas de crédits spécifiques pour la diffusion. Nous sommes donc amenés à puiser dans les crédits de fonctionnement généraux que nous attribue le ministère de la Culture. Depuis quatre ans, le développement de cette commission génère des projets qui nécessiteraient des aides spécifiques et ponctuelles que nous avons beaucoup de mal à obtenir. Je pense en particulier, pour les groupes de notre région, à l'édition de maquettes sonores, de plaquettes de présentation et, peut-être, à l'image de ce que fait la FAMDT, d'un catalogue des autoproductions en musiques traditionnelles qui servirait, bien entendu, les groupes qui réalisent et qui diffusent un certain nombre de productions sonores assez mal distribuées par le marché commercial. D'autre part, nous ressentons le besoin de la création d'un poste en Midi-Pyrénées sur le secteur de la diffusion, étant donné l'extension des projets et des actions.

Pour terminer, je dirai que ce qui nous fait le plus défaut, c'est le manque de réseaux associatifs français de diffusion des musiques traditionnelles. Ce modèle de commission régionale de diffusion n'est pas forcément exportable mais nous constatons que, s'il existe, sans doute, des réseaux de diffusion dans d'autres régions, notamment celles qui sont dotées de Centres en région, ils manquent de lisibilité et nous avons du mal à les appréhender. Il serait donc souhaitable que les régions dotées de Centres envisagent de faire fonctionner de véritables réseaux qui agiraient en complémentarité avec le nôtre, et qui se regrouperaient au sein d'une commission nationale sous l'égide de la FAMDT.

---



# LES DISPOSITIFS DE PROMOTION

## Vers des dispositifs de promotion des productions de musiques traditionnelles par Jean Blanchard (Directeur artistique du CMTRA)

Je dirais trois mots pour débiter, en complément de l'intervention de Luc Charles-Dominique, sur les stratégies de développement du secteur de la diffusion dans le réseau des Centres de musiques traditionnelles en région. Nous avons exactement les mêmes contraintes et les mêmes missions dans tous les Centres mais, évidemment, une grande liberté d'action à l'intérieur de ces contraintes. Je rappelle que ces contraintes sont de favoriser la diffusion sans budget&hellip; Il faut donc que chacun remplisse, sans moyens, une lourde tâche. Nous avons, dans notre jeune structure qui compte seulement cinq ans d'âge, adopté la stratégie que nous pourrions appeler soit du " coucou ", soit du " pied dans la porte ". Nous avons constaté rapidement que la région dans laquelle nous sommes, la région Rhône-Alpes, est très fortement irriguée en diffuseurs institutionnels et subventionnés : 130 équipements dans une région de huit départements. Nous avons bien vu que ce sont eux qui disposent des budgets, et non pas nous&hellip;

Donc, il nous est venu à l'idée d'aller leur conseiller d'en attribuer tout ou partie à notre secteur. Au bout de cinq ans, nous avons déjà quelques satisfactions. Je vous ferai grâce de la liste des concerts pour lesquels nous sommes intervenus en tant que " prescripteurs " mais la réalisation dont nous sommes les plus fiers, puisque c'est la dernière, c'est l'ouverture de la salle la plus prestigieuse de la région, l'Auditorium de Lyon, aux musiques du monde avec - et c'est exceptionnel - une soirée consacrée aux musiques des régions de France. Pourquoi dis-je que c'est exceptionnel ? Dans cette démarche volontariste de pression sur les décideurs et programmeurs, nous avons constaté que leur propre décision va, en général, au secteur " musiques du monde " et non pas à celui des musiques régionales, ni même au secteur des artistes régionaux de musiques du monde. Nous en avons analysé la raison et conclu que le prescripteur principal, pour ces programmeurs, ce sont les pages culturelles des quotidiens nationaux dont vous avez entendu les représentants au cours de ce Forum. Ces mêmes représentants font une large place aux programmations d'équipements parisiens, parmi lesquels celui qui nous accueille aujourd'hui, faisant figure de modèles à leurs propres yeux. Nous nous battons contre cette situation. Les succès que nous obtenons relèvent, non seulement de la prescription amicale, mais aussi de la délégation de conseil artistique. A ce titre, nous collaborons avec les agences et les producteurs spécialisés.

Le marché des musiques du monde en import est maintenant un genre programmatique acquis. Par contre, le front sur lequel nous nous battons, demeure celui de la promotion des musiques traditionnelles des régions de France ou des interprètes des musiques du monde en région. Nous avons donc abouti à la conclusion qu'il est aujourd'hui nécessaire de monter des opérations - toujours sans budget - qui leur donnent accès à des scènes régionales, dans l'espoir que cela se concrétise en achats. C'est très difficile, mais nous avons connu quelques réussites, malheureusement très anecdotiques.

Je conclurai ce passage sur le Centre de musiques traditionnelles Rhône-Alpes, en expliquant le choix que nous avons fait concernant la question récurrente des médias. Après avoir entretenu des rapports fréquents avec la presse régionale et beaucoup plus difficiles avec la presse nationale, nous avons compris que ces supports n'ouvriraient jamais d'espaces larges au secteur, pour les raisons que vous avez comprises en les écoutant. Donc, nous avons décidé de nous doter de notre propre support. Nous publions une lettre trimestrielle, Musiques traditionnelles Rhône-Alpes, entièrement fabriquée par nos soins, entièrement gratuite, et tirée à 10 000 exemplaires. Cette lettre, sous une forme inspirée de la presse - mais ce n'est pas un journal, c'est un " faux journal " - donne les informations du secteur au niveau régional. Nous l'avons adressée à tous les programmeurs de la région. Nous en avons piégé quelques uns qui se sont exprimé dans nos colonnes, provoquant chez leurs collègues, une légitime envie d'y paraître aussi&hellip; Le programmeur-type est tout à fait heureux d'expliquer pourquoi il programme ; ce qu'il n'a pas l'occasion de faire souvent, sauf dans les célèbres " ouvertures de saison ", une seule fois par an. Nous leur offrons la deuxième.

Je vais maintenant vous donner mon sentiment personnel sur ce deuxième Forum de la diffusion. Pour user d'une métaphore musicale, j'ai eu le sentiment d'assister à un concert de discours polyphoniques sur un objet qui n'est jamais présenté ou défini comme tel. Chacun projette dans les différents secteurs, professionnel, amateur, institutionnel ou autres, ses intérêts divers, sociologique, culturel, ses opinions intimes ou les opinions de sa hiérarchie... La conclusion que j'en tire, c'est que cet objet que tout le monde voit avec des yeux différents, est un objet mythique et invisible. C'est parce qu'il est invisible qu'on ne le voit pas dans les médias, entre autres. Et s'il demeure invisible, c'est parce qu'il n'est pas défini... Peut-être que le réseau des Centres de musiques traditionnelles serait le lieu pour faire un travail de définition plus claire.

Pourquoi est-il invisible ? Parce qu'il n'existe pas en tant que tel, il n'est pas montrable, il n'a pas une mythologie forte comme la fameuse " chanson française ", avec ses grands ancêtres et sa hiérarchie des héritages, ou le rock avec une mythologie qui a fait l'objet de publications nombreuses. Ces deux courants d'ailleurs, nourrissant leur propre discours mythologique pour mieux faire leur travail de lobbying. Je m'arrêterai sur la question de " visibilité ". Quel est l'endroit où l'objet, quelle que soit sa définition, est le plus visible ? La seule visibilité qui compte, c'est la télévision. Si vous n'êtes pas à la télévision, vous n'existez pas. Donc, 1 mn 30 à FR 3-Rhône-Alpes vaut mieux qu'une demi-page dans un grand quotidien culturel national. Nous avons eu, de ce côté-là, quelques petits résultats.

Grâce à la masse impressionnante d'informations que nous avons reçues pendant ces deux jours, il serait possible de développer le secteur, s'il existait un métier de type " ingénieur culturel " capable de les rentabiliser. J'ai l'impression que c'est le secteur déjà professionnalisé qui va aller à la pêche aux aides évoquées, alors que le secteur que nous avons à charge de développer, celui des artistes en région, aura beaucoup de mal pour profiter de ces filières. Il existe un écart culturel entre les porteurs de projets musicaux du secteur des musiques traditionnelles et les possibilités de financement de ces mêmes projets. Notre mission de Centres en région consiste, bien sûr, à jouer les intermédiaires entre ces points opposés, mais c'est extrêmement difficile car il ne suffit pas d'avoir l'information, il faut aussi disposer de la culture pour l'exploiter.

Toutes ces réflexions, et les réflexions d'autres responsables au sein de la FAMDT, ont nourri le " Plan de développement " élaboré par cette fédération. Parmi toutes les propositions, il en est trois qui me semblent parfaitement réalisables dans le contexte actuel pour des raisons, soit de faible coût, soit de possibilités stratégiques d'implantation. Il s'agit, premièrement, de l'opération de communication nationale autour des festivals, baptisée " La Route des musiques traditionnelles " qui peut parfaitement être concrétisée à coût moyen. Par un système de mutualisation des différents festivals, on pourrait financer un support promotionnel donnant la chance au public national mais aussi au public international, dans le cadre du tourisme culturel, de suivre un parcours du territoire national de début juin à fin août, à travers la série de festivals figurant sur ce support. Ce projet s'appuie sur la constatation que le public le fait déjà, il est donc fondé sur une observation réaliste. On peut amplifier la fréquentation des festivals, et notamment la fréquentation des publics internationaux en montant une communication globale appropriée. La deuxième proposition, tout à fait réalisable, concerne les moyens modernes de communication. Il ne coûte pratiquement rien actuellement de mettre en place au niveau national un site Internet qui ouvre le public - évidemment international pour le moment - aux informations structurelles et événementielles du secteur. Et d'ailleurs nous le faisons, puisque le CMTRA ouvre dès mars 96 un site Internet dévolu aux informations du secteur des musiques traditionnelles en région Rhône-Alpes. L'idée serait évidemment d'élargir ce site régional au niveau national. Enfin, une troisième proposition, toujours dans la préoccupation de combler la carence en " visibilité ", part du constat qu'il n'existe pas de " salon national " présentant les créations dans le domaine du spectacle vivant pour le secteur des musiques traditionnelles. Cela existe dans d'autres secteurs du spectacle vivant, cela n'existe pas chez nous. Evidemment, ce type de projet coûte un petit peu plus cher que les deux actions précédentes, mais il me semble que l'enjeu vaut la peine que l'on s'y attelle. Il nécessitera, à la fois, la collaboration avec un site reconnu, des aides multiples et la participation logistique et financière des collectivités dans la mise en valeur des productions de leur département ou de leur région.

---

# LES ORGANISATEURS

## **Centre d'information des musiques traditionnelles (CIMT)**

21 bis, rue de Paradis 75010 PARIS - Tél. : 01 44 83 10 30 - Fax : 01 44 83 10 40 Responsable : Jean-François Dutertre - Le CIMT est un département de l'Irma.

## **Fédération des associations de musiques et danses traditionnelles (FAMDT)**

La Falourdière, 79380 SAINT-JOUIN-DE-MILLY - Tél. : 05 49 80 82 52 - Fax. : 05 49 80 89 14 Président : Olivier Durif. Directeur : Jany Rouger.

## **Maison des cultures du monde**

101, boulevard Raspail 75006 PARIS - Tél. : 01 45 44 72 30 / 01 45 44 41 42 - Fax. : 01 45 44 76 60 Directeur : Chérif Khaznadar. Directrice artistique : Françoise Gründ. Chargé de programmation : Pierre Bois.