

Rencontre professionnelle



# “Je cherche quelqu’un”

## Comment définir un poste ou une mission de diffusion dans le spectacle vivant ?

LE JEUDI 25 AVRIL 2019

AU 188, LILLE

---

Au regard de la problématique de la diffusion en France et à la pénurie de profils de professionnel.le.s de la diffusion, Filage et LAPAS se sont associés pour questionner le **recrutement de ces professionnel.le.s, la définition de ces postes, l’impact de l’organisation de ces missions sur leur pratique. Missions courtes ou accompagnement sur le long terme : contractualisation, modalités et conditions de travail, notion de développement, relations de travail, attentes...**

Cette rencontre professionnelle a été pensée comme un temps d’échanges entre pairs et proposait une table-ronde d’intervenant.e.s, suivie d’échanges et débats entre les personnes présentes.

## Rencontre organisée et modérée par

**Anne Delmotte** : Coordinatrice-administratrice de Filage et administratrice de compagnies depuis 10ans.

**Marion Gauvent** : Co-présidente et coordinatrice de LAPAS, agent pour A propic – creative agency for the performing arts, et chargée de développement indépendante.

**Lou Henry** : membre du collectif Filage, administratrice de production et de diffusion au sein de deux compagnies

Merci à Flora Laborde, membre du collectif Filage, pour la prise de notes.

## Intervenant.e.s

**Stéphanie Bonvarlet**, chargée de diffusion et secrétaire générale avec la cie Tourneboulé depuis 9 ans. Elle a eu plusieurs statuts différents, aujourd'hui elle est en CDI.

**Margot Daudin Clavaud**, chargée de production et de diffusion avec 4 compagnies sur le long terme, sous le régime de l'intermittence.

**Colin Pitrat**, directeur de production / bureau Les indépendances.

**Florence Bourgeon**, chargée de diffusion notamment pour le bureau Les indépendances pour des compagnies de théâtre et cirque

**Caroline Cardoso**, administratrice de production de la cie Un loup pour l'homme

**Christophe Moyer**, metteur en scène et directeur artistique de la cie Sens Ascensionnels depuis 19 ans

Une 20 aine de professionnel·les a participé à cette rencontre.

### Structures organisatrices :

**Filage** : *Coopérative d'accompagnement des actrices et acteurs artistiques et culturelles, Filage est spécialisée dans le spectacle vivant. Elle accompagne les artistes (en compagnie ou non) et les équipes qui travaillent en compagnies et en lieux. Filage intervient sur des questions de structuration, développement, mise en place de projet, d'accompagnement de l'émergence, de gestion administrative, de production, diffusion, médiation, communication, etc. Nous tentons de comprendre, analyser et répondre aux besoins de notre secteur (subventionné ou non) dans un souci permanent d'échange et de partage avec les outils qui sont les nôtres :*

– Conseil, audit, participation à des études, DLA, etc

– Soutien à l'émergence et production de spectacle

– Formation professionnelle pour les métiers administratifs et Formation artistique

– Partage et mutualisation d'espaces, d'outils, de ressources et de compétences au service d'un collectif et des compagnies

*Nous nous appuyons sur un réseau d'individus professionnels du secteur culturel ou de l'Economie Sociale et Solidaire (artistes, administrateur-trices, chargé-es de production, diffusion, formateur-trices, consultant-es, etc) et sur un réseau de structures ou d'organismes complémentaires dont certains sont membres actifs au sein de la coopérative.*

**LAPAS** : *L'association des professionnels de l'administration du spectacle qui rassemble les métiers de chargé de production, de diffusion et administration en compagnies, mais aussi en bureaux de production ou en travaillant de manière indépendante. Face au constat de départ d'un malaise au sein de ces professions, sa volonté est de faire corporation. Son action au niveau national touche tous les champs du spectacle vivant, avec une centaine d'adhérents individuels et trois cents compagnies. Elle se développe dans 3 axes : créer un réseau, permettre une réflexion sur les problématiques du quotidien – via des rencontres et des ateliers de travail –, valoriser et représenter ces métiers au sein des différents syndicats mais aussi en ouvrant un dialogue avec le ministère, les collectivités et les agences. Son objectif est d'être un organe repéré pour intervenir lors de rencontres professionnelles, où souvent seuls les artistes ou les directeurs de lieux sont conviés. L'association fonctionne de manière bénévole, tout adhérent est invité à devenir actif et moteur. Elle est soutenue par la DGCA qui finance la mission de coordination qui permet d'alimenter ce réseau.*

# INTRODUCTION

Pour cette première rencontre thématique que nous co-organisons, nous souhaitons aborder la **diffusion du spectacle vivant** (secteur subventionné), sujet transversal qui devient de plus en plus **central** pour les compagnies dans un contexte budgétaire, institutionnel et politique contraint, et sujet parfois de **crispation ou frustration** pour les compagnies dans un contexte où le nombre de représentations par spectacle diminue, où les théâtres doivent restreindre leurs programmations face à des restrictions budgétaires, où le nombre de productions accroît car c'est là que les compagnies sont soutenues financièrement.

C'est un sujet respectivement abordé au sein de **LAPAS et Filage**, sous des angles différents compte tenu des orientations de chaque organisation. Pour LAPAS : réseau et réflexion sur nos métiers, à travers des ateliers avec les adhérents pour déconstruire les frustrations et favoriser l'échange entre pairs, mais aussi des rencontres professionnelles plus ouvertes depuis 2018. Pour Filage : accompagnement de compagnies pour réfléchir à leur structuration sur ces questions et formations à la diffusion. Au vu de ces expériences, il nous paraît évident de créer des espaces de discussions communs avec cette rencontre.

Il y a également un réel questionnement - et même une remise en question - de la **perception de ce métier** et de la manière dont nous-mêmes, professionnel.le.s, nous pouvons parfois parler des métiers de la diffusion comme quelque chose d'ingrat, difficile et presque vain.

La thématique de cette rencontre est également une réaction à de nombreux appels de compagnies auxquels on ne sait pas répondre et qui posent toujours la même problématique : « **je cherche quelqu'un** ».

Ce « quelqu'un » est parfois un.e administrateur.rice, un.e chargé.e de production, mais le plus souvent un.e **chargé.e de diffusion**. Ces postes ou recherches restent souvent très longtemps vacants, sans candidat.e.s, y compris pour des grosses compagnies qui ont de quoi financer ces postes. La question n'est donc pas que financière mais **structurelle, de reconnaissance, de valorisation, de positionnement** de ces métiers dans la chaîne de production.

C'est pourquoi, plutôt que de réfléchir sur l'exercice de ce métier de diffusion ou la relation aux programmateur.rices, nous avons pensé essentiel de questionner le **recrutement de ces postes, et donc leur définition : temporalité, relation production-diffusion-développement, positionnement selon le profil ou le poste** (plein temps, temps partiel, mission courte, collaboration longue, intermittent, externalisation).

# THEMATIQUES ABORDEES LORS DE LA RENCONTRE

## Questions posées aux intervenant.es selon leurs profils :

\* Responsable de diffusion :

Quel est l'intitulé de leur poste?

Comment a-t-il été défini ou prédéfini ou de façon commune?

Quel statut (intermittent, indépendant, CDI, CDD)?

Dans quelle temporalité? quelle évolution? quel impact ce contexte a-t-il sur leur manière de travailler?

\* Responsable de production :

Quelle relation avec la personne qui exerce la mission de diffusion ?

Administration/ production / diffusion, quels croisements ?

Comment travaille-t-on ensemble ?

\* Artiste :

Se situe-t-il/elle un peu à tous les endroits?

Différenciation entre la position d'artiste et celle de la diffusion?

Quelle position de l'artiste qui défend son projet ?

## Questions communes :

\* Comment définir un poste/mission de diffusion?

\* Les plus ou les moins selon les solutions imaginées ?

\* Qu'est-ce qui paraît essentiel dans la construction d'une fiche de poste?

\* En quoi consiste cette mission ?

\* Quelles compétences/qualités nécessite-t-elle ?

\* Quelle rémunération (modalités et niveau) ?

## Echanges :

\* Qu'est-ce qui fait collaboration? Pourquoi travailler avec tel.le ou tel.le artiste? Pourquoi travailler avec tel.le ou tel.le chargé.e de diff?

\* Positionnement du/ de la chargé.e de diff vis-à-vis de son poste, de l'artiste, des pros? (CDI, bureau, intermittent, agent/chargé de/...)

\* Exemples négatifs et positifs et analyse de ces échecs/réussites ? si c'était à refaire, qu'est-ce que je ferais pareil ou autrement?

\* Transversalité de la diffusion et de ses missions : secrétariat / relationnel / communication / montage de production. Type de mission et type de profils? Frontière production et diffusion? Notion de développement ?

\* Temporalité de la diffusion (dont l'intitulé n'est pas dans l'annexe 8, donc pas un métier « intermittent » a priori)...

# SYNTHESE DES ECHANGES

---

## CHARGE.E DE DIFFUSION, UN « METIER INGRAT » ?

« On dit du métier de la diffusion qu'il est « ingrat », ce qui signifie qu'il est **stérile, improductif et sans grâce** »... un bien drôle de mot pour ce métier aussi important. (Margot Daudin Calvaud)

Les chargé-es de diffusion mettent, en effet, en place beaucoup de choses pour des résultats qui ne sont pas considérés comme étant à la hauteur des efforts déployés. **Les résultats sont rarement immédiats**. C'est vrai, ce métier n'est pas facile, cela fait partie du jeu.

Mais ce métier peut aussi être vu comme l'endroit de la **relation, de trait d'union, l'endroit de la stratégie, et de l'implication dans la durée**.

Il est essentiel aujourd'hui de **revaloriser et de redéfinir ce métier**. Qui aurait envie de faire un métier stérile, improductif et sans grâce ? Cette revalorisation peut passer par différents endroits de réappropriation.

## COMMENT NOMMER CE METIER ?

« Il faudrait peut-être **inventer un autre titre** que celui de chargé.e de diffusion ou agent.e pour exprimer **cette question du relationnel et du réseau au sens de « créer des contacts** ». » (Colin Pitrat)

“Aujourd’hui mes fonctions sont « chargée de diffusion » et « **secrétaire générale** » cela me permet d’avoir une vision globale de la compagnie. ” (Stéphanie Bonvarlet)

D'autres noms de métier apparaissent pour parler autrement des métiers de la diffusion : **responsable des partenariats, chargé-e de développement**, etc. Ces noms de postes sont plus globalisant, ils induisent une notion de relation, et de projet global.

## “JE CHERCHE QUELQU’UN” ... MAIS QUI EXACTEMENT ?

*“S’il y a juste un besoin de mettre à jour d’un fichier et faire des relances, cela relève du **secrétariat**, il n’y a donc pas besoin d’un.e chargé.e de diffusion.”* (Anne Delmotte)

*“Les chargé.es de diffusion **expérimenté.es** qui connaissent le réseau sont débordé.es, contrairement aux **débutants** qui ont une moindre connaissance de ce dernier et ont besoin de temps. Il faut donc savoir s’ajuster.”* (Caroline Cardoso)

*“Une compagnie émergente peut tomber dans le piège de vouloir tout de suite travailler avec quelqu’un à la diffusion, mais elle a en réalité besoin de frapper directement aux portes des lieux et de se présenter, parce que **personne ne le fera à la place de l’artiste**, même un.e chargé.e de diffusion. (...) Cela demande du travail, d’aller aux premières et présentations de saison et de discuter avec les équipes. Mais l’artiste est le mieux placé pour le faire parce qu’il connaît le mieux son projet.”* (Christophe Moyer)

### ➤ **Se poser les bonnes questions, définir la bonne mission.**

Cherche-t-on vraiment un.e chargé.e de diffusion?

De quelles compétences avons-nous besoin?

Quelle place souhaitons-nous donner à la diffusion dans le projet de la compagnie?

Qu’est-ce que l’artiste peut/doit/veut prendre en charge dans la mission de diffusion ?

### ➤ **Mettre ses attentes au bon endroit, adapter la mission au profil trouvé, ne pas demander l'inatteignable, construire une mission en adéquation avec les attentes / les besoins / les moyens**

Quels moyens avons-nous?

Où en sommes-nous de notre parcours de compagnie?

Qui avons-nous déjà autour de nous ?

Quelles compétences avons-nous déjà au sein de la compagnie (artiste? admin? prod? Com?)

Est-ce le bon moment ?

La mission que nous voulons confier est-elle réaliste et en partie réalisable ?...

**C'est au sein même des compagnies que la revalorisation commence !**

Avant toute chose, l’importance est dans la **rencontre, le feeling, la sensibilité...**

Même si on ne souhaite pas poster une annonce, cela ne veut pas dire ne pas **diffuser l'information**.

# ARTICULATION DE LA DIFFUSION DANS LE PROJET ET LA STRUCTURATION DE LA COMPAGNIE

## ➤ Penser le lien entre production, diffusion et artistique

*“L’idée est que la réflexion sur la diffusion soit présente en amont dans la construction du projet, pas forcément au niveau d’un poste mais par exemple la réflexion sur un **prix de cession** ou le **nombre de personnes au plateau** entre déjà dans une logique de diffusion.”* (Anne Delmotte)

Quelles limites et quels liens entre diffusion/communication - diffusion/production - diffusion/administration ?

Ne faut-il pas parler de la présence de la diffusion dans chacun des métiers ?

Penser la complémentarité des postes.

*“Nous **pensons la diffusion dès la création**, que ce soit pour des **préachats** ou des recherches de coproduction. Pour nous, il ne faut pas tomber dans le travers de contacter les partenaires une fois la création bouclée. La diffusion est pensée généralement à la fin dans le cycle de la production, mais il peut être intéressant d’inverser le moment où se pose cet enjeu.”* (Colin Pitrat)

## ➤ Diverses temporalités du travail de diffusion

Penser la diffusion comme une mission transversale de développement au long terme.

Développer le réseau conjointement.

Penser la diffusion comme une mission non-ponctuelle, ce qui nous permet de travailler sur une stratégie globale.

En cas de diffusion ponctuelle, l'**importance du suivi et de la transmission** ressort fortement.

Penser la diffusion de manière transversale et permanente ne veut pas forcément dire travailler avec une seule et même personne de manière permanente. Envisager un poste de chargé-e de diffusion à **la mission** est possible, mais pas l’unique modèle ni le modèle forcément souhaitable.

*“Nous avons collaboré avec des personnes qui avaient une très bonne compréhension du spectacle et des publics visés (...), mais s’est posée la limite de la continuité de mission, hors Avignon. Maintenant nous essayons de travailler avec une seule chargée de diffusion mais sur des temps forts.”* (Christophe Moyer)

**La diffusion dans une compagnie** n'est pas l'affaire d'une personne qui aurait un réseau, mais **l'histoire d'une compagnie et d'un parcours artistique qui permettent de passer certains caps...**

## QUELLE PLACE POUR LE.LA CHARGÉ.E DE DIFFUSION « ENTRE » LE.LA PROGRAMMATEUR.ICE ET L'ARTISTE ?

“On croûte tous sur le dos des artistes”... 😊

### ➤ Créer des liens entre des enjeux culturels et des projets artistiques

“Nous sommes un peu des **matchmakers**, car il ne faut pas oublier que le spectacle vient aussi servir le projet de lieux et des programmeurs.rices, qui ont une culture et une histoire. Cela ne se force pas. Il faut **trouver l'endroit de contact.**” (Marion Gauvent )

Selon Florence Bourgeon, le ou la chargé.e de diffusion “ne peut pas avoir une relation conflictuelle avec les programmeurs.rices. Ce serait contreproductif. Mais bien sûr il ne peut pas travailler sans les artistes, ce qui est aussi le cas des programmeurs.rices.”

“Je suis administratrice de production, je vois mon métier comme un **garde-fou** : je préviens des conséquences et des risques de tel ou tel choix artistique en terme de diffusion d'un projet, après l'artiste fait ses choix, en conscience.” (Anne Delmotte)

### ➤ Quels réseaux pour quels projets : complémentarité, concurrence, défrichage?

“Nous avons une connaissance du réseau mais pas sa possession.” (Florence Bourgeon)

Si le.la chargé.e de diffusion travaille avec plusieurs projets/spectacles/compagnies, il y a nécessité de trouver **l'équilibre**, mais il n'y a pas une seule réponse.

Si les projets sur lesquels on travaille sont très différents et s'inscrivent dans des réseaux multiples, cela peut être intéressant, riche et stimulant professionnellement.

Mais investir un nouveau réseau demande du temps : « C'est déjà **difficile de bien connaître un réseau**. Car cela demande de ne pas juste rester derrière son écran mais d'aller de voir des spectacles et de s'investir pour aller à des rencontres, connaître l'évolution des compagnies. C'est impossible de rattraper tout son retard quand on découvre un réseau, il faut donc aussi savoir identifier les bons endroits ou les bonnes personnes. » (Florence Bourgeon)

« Il y a un équilibre à trouver pour créer la **complémentarité entre les projets** sur lesquels travaille une même structure de diffusion, parce que s'ils sont trop différents, cela multiplie les réseaux et donc la charge de travail, mais s'ils sont trop proches, cela les dessert. » (Christophe Moyer)



## JE CHERCHE QUI POUR FAIRE QUOI ? ECRIRE LA FICHE DE POSTE

« En soi, il n'y a pas de « **profil parfait** » pour ce genre de poste, tout est une question d'envie, du désir et du relationnel que peut établir cette personne. »

### ➤ Définir précisément la mission... et ajuster !

Le mot « diffusion » recouvre des réalités différentes. Il est important de bien définir ce que l'on attend de la personne recrutée pour définir le bon profil.

“Une mission de diffusion c'est **accompagner et conseiller** les artistes.” “Travailler en parallèle sur l'**image** d'une compagnie est important pour la diffusion.” (Margot Daudin-Clavaud)

“Mes missions se sont resserrées sur la diffusion, la **prospection et la stratégie**. Je m'occupe des **rendez-vous**, je me rends aux festivals dans laquelle la compagnie joue ou non. Le métier en lui-même a aussi beaucoup changé en 8 ans. Le **lien avec les professionnels** est devenu central, ce qui oblige de sortir de la relation par téléphone ou mail, mais à aller directement à la rencontre. Cela prend du temps de développer cela, mais permet d'accélérer le lien aux professionnels.” (Stéphanie Bonvarlet)

« Quand on travaille directement avec un artiste, les besoins varient souvent en fonction de ce dernier, alors que les choses sont peut-être plus encadrées dans un bureau de diffusion. De plus, dans ce cas de figure, le chargé.e de diffusion prend souvent la place laissée vide entre le binôme directeur.rice – administrateur.rice, s'il y en a un (c'est comme cela qu'il peut se retrouver à prendre en charge les **dossiers de production**). » (Florence Bourgeon)

« La **fiche de poste doit être sur mesure pour** la compagnie, il faut la construire ensemble mais aussi la faire évoluer dans le temps, par exemple tous les 6 mois. »

### ➤ Quelles qualités recherchées ?

**Ecoute** (« savoir écouter les artistes »)

**Organisation** : « Savoir s'organiser et se rendre efficace, construire sa propre méthodologie de travail »

Se projeter à long terme dans une stratégie, « se challenger pour ne pas s'ennuyer sur le long terme »

**Aisance relationnelle** : le lien avec les professionnel.les est central (« travailler sur sa légitimité et bien choisir les projets pour pouvoir les défendre au mieux »)

**Disponibilité et mobilité** ? « Il est aussi important que - en termes de temps - la personne puisse aller le soir au théâtre et se déplacer en tournée pour apprendre à connaître les artistes et les programmeur.rices et se construire un réseau. », « Ce mode de collaboration induit une grande souplesse de l'agenda de travail. Il faut accepter de travailler parfois les soirs et les weekends. »

**Ténacité** (« savoir négocier et convaincre sans entêtement est primordial »)

« Le **fantasme du.de la chargé.e de diffusion avec déjà son réseau est à déconstruire**. Ce profil est déjà très rare et ce n'est pas là que tout va se jouer, la connaissance du secteur et la capacité à se rendre visible sont très importants. **Il faut plus se focaliser sur l'efficacité de la personne que son supposé réseau.** » (Colin Pitrat)

## MODALITES D'EMPLOI

### ➤ Bureau, intermittence, régime G... diverses réalités possibles

Il est important de se poser la question de l'impact du statut (intermittence ou régime général, au sein d'un bureau...) sur la manière de travailler.

*« Le positionnement varie si on travaille directement avec un artiste ou via un **bureau**. Le premier cas constitue presque un mariage, c'est à la fois un choix et un coup de cœur, alors que le second crée un filtre qui nous protège. En effet cela rend le travail **moins solitaire** et plus confortable, surtout si le spectacle ne marche pas ou au regard des aspects ingrats de ce métier. Mais sa conséquence est une **relation moins forte avec les artistes**. (...) Le travail au sein d'un bureau permet **plus d'efficacité** et de complémentarités d'informations sur les programmations. Par exemple, l'information qu'un programmateur a bientôt fini de boucler sa programmation peut tourner. »* (Florence Bourgeon)

*“J'ai connu beaucoup de statuts, en commençant en **CAE à temps partiel** et en m'occupant de « tout » (diffusion, logistique, action artistique, communication, relation presse, aspect contractuel...) puis j'ai été **intermittente** et enfin en **CDI** depuis 3 ans. “* (Stéphanie Bonvarlet)

A noter : au même titre que l'administration générale d'une structure, la diffusion ne fait pas partie des métiers couverts par l'intermittence du spectacle (annexe 8). On parle d'administration de tournée, de chargé.e de production... C'est sans doute lié au fait que la diffusion est une mission de long terme.

### ➤ Rémunération

Comment faire quand il n'y a pas beaucoup d'argent dans une compagnie, pas de subventions de fonctionnement et peu de dates ?

Trouver des **degrés d'intervention** en fonction des moyens et des besoins de la compagnie : par exemple un artiste peut se faire accompagner par un.e chargé.e de diffusion, mais que cette personne ne prenne pas en charge l'entièreté du travail dans un premier temps (**définition stratégique, relecture d'outils, définition des cibles, etc.**)

Différentes modalités de rémunérations :

*“Le financement se fait sur la **vente de spectacles** qui permet de **dégager une marge** pour financer l'administration et la diffusion dès que possible, ce qui rend donc ce poste trop contingent.”* (Christophe Moyer)

*« Avec un metteur en scène, j'ai travaillé pendant deux ans, en ayant une **base fixe**, sans être au pourcentage. »* (Florence Bourgeon)

*« Il y a plein de choses à inventer, comme imaginer un **regroupement de compagnies** pour embaucher une personne et concevoir le pas à pas d'un chargé de diffusion conseillé par un senior. » « Il est possible de concevoir un accompagnement au long court par des **tuteurs**. Le principe de solidarité interprofessionnelle existe et demande à être développé. »*

# QUELLES PISTES POUR UNE SUITE A CETTE RENCONTRE?

- Poursuivre un travail de revalorisation du métier de chargé.e de diffusion (au sein même des compagnies ce métier est parfois dévalorisé...), à l'image de cette rencontre qui ouvre des possibles par ces interventions assez positives.
- Penser des interventions au sein des formations initiales pour changer l'image du.de la chargé.e de diffusion dès la base.
- Travail autour d'une éthique de la diffusion (à l'attention des compagnies et des lieux) : bannir le mot « ingrat » du vocabulaire pour parler de la diffusion, arrêter de limiter ce métier à de la mise à jour de fichier, de l'envoi de mails et de la relance téléphonique qui n'aboutit pas ou peu...
- Poursuivre le travail sur “qui cherche-t-on” et “qui trouve-t-on” (à inventer en fonction du parcours des compagnies et de ses besoins), à travers des idées de tutorats, de mentorats, de m.parrainage ou de journées d'ateliers en petit groupes sur ces questions.
- Au sein de Filage, réflexion en cours sur l'accompagnement des jeunes professionnel·les