
Le positionnement économique des lieux associatifs de musiques amplifiées

L'apport de l'économie sociale et solidaire

Mémoire de DESS

Présenté par **Arthur GAUTIER**

Sous la direction de Monsieur Abdel CHERIF
enseignant chercheur en économie de gestion



Remerciements

En premier lieu, je remercie chaleureusement toute l'équipe de la Fédurok pour m'avoir si bien accueilli et donné l'aide la plus précieuse, et particulièrement Philippe Berthelot pour sa confiance et l'intérêt qu'il a porté à cette étude.

Je remercie vivement toutes les personnes que j'ai interviewées pour leur disponibilité et la pertinence de leurs propos. Merci beaucoup à Simon-Codet Boisse, Thierry Ménager, Jakèz l'Haridon, Thierry Bertin, François Delaunay, François Jonquet, Didier Goiffon et François-Xavier Ruan pour leur hospitalité et leur gentillesse.

Je remercie cordialement Abdel Chérif pour son appui et sa disponibilité tout au long de mes travaux. Merci également à l'encadrement du DESS Gestion des Entreprises d'Economie Sociale, à l'ESSCA et à l'UCO.

Enfin, merci infiniment à mes proches pour leur soutien sans faille et leurs encouragements.

Sommaire

<i>Introduction : Quand Karl Polanyi rencontre Jim Morrison</i>	<u>1</u>
1. Partie 1 : La Fédurok et les lieux de musiques amplifiées	<u>5</u>
1.1. Les musiques amplifiées en France : un secteur économique jeune et marqué par les clivages	<u>5</u>
1.1.1. <i>Le clivage des appellations</i>	<u>5</u>
1.1.1.1. Musiques rock	<u>5</u>
1.1.1.2. Musiques jeunes	<u>6</u>
1.1.1.3. Musiques populaires	<u>7</u>
1.1.1.4. Musiques actuelles ou d'aujourd'hui	<u>8</u>
1.1.1.5. Musiques amplifiées	<u>9</u>
1.1.2. <i>Le clivage entre exclusion et reconnaissance</i>	<u>9</u>
1.1.2.1. Les musiques amplifiées exclues de la culture légitime	<u>9</u>
1.1.2.2. Une reconnaissance progressive sous trois formes	<u>10</u>
1.1.3. <i>Le clivage entre amateur et professionnel</i>	<u>13</u>
1.1.3.1. Les pratiques en amateur des musiques amplifiées	<u>13</u>
1.1.3.2. Amateur versus professionnel ?	<u>14</u>
1.1.4. <i>Le clivage entre marché et service public</i>	<u>16</u>
1.1.4.1. Le marché des musiques amplifiées	<u>16</u>
1.1.4.2. L'intervention publique en faveur des musiques amplifiées	<u>19</u>
1.2. La Fédurok : une fédération pionnière pour la structuration du secteur	<u>21</u>
1.2.1. <i>L'historique de la Fédurok</i>	<u>21</u>
1.2.2. <i>Les statuts de l'association</i>	<u>22</u>
1.2.3. <i>Les enjeux et chantiers principaux</i>	<u>23</u>
1.2.4. <i>Les moyens humains et financiers</i>	<u>25</u>
1.2.4.1. Les membres	<u>25</u>
1.2.4.2. Le conseil d'administration et le bureau	<u>26</u>
1.2.4.3. L'équipe permanente	<u>27</u>
1.2.4.4. Eléments d'analyse financière	<u>28</u>
1.3. Les lieux de musiques amplifiées : des structures dynamiques à l'économie fragile et mixte	<u>31</u>
1.3.1. <i>Une typologie des adhérents à la Fédurok</i>	<u>31</u>
1.3.2. <i>Les activités engagées</i>	<u>32</u>
1.3.2.1. L'activité de diffusion au centre	<u>33</u>

1.3.2.2.	L'accompagnement : des réponses à de nouveaux besoins	34
1.3.3.	<i>Une « fragilité durable » des financements et des emplois</i>	35
1.3.3.1.	Ressources et équilibres instables	35
1.3.3.2.	La précarité de l'emploi	38
1.3.4.	<i>Une situation économique ambiguë</i>	40
1.3.4.1.	Une mixité des ressources délicate	40
1.3.4.2.	L'inadaptation des cadres administratifs et juridiques	41
1.3.4.3.	Ni privé, ni public... Vers un monde du milieu ?	42
1.4.	Le contexte du stage	44
1.4.1.	<i>La mission initiale</i>	44
1.4.2.	<i>Des enrichissements complémentaires</i>	45
1.4.3.	<i>Le suivi de la mission</i>	45
2.	<i>Partie 2 : Les liens entre les lieux de musiques amplifiées et l'économie sociale et solidaire</i>	48
2.1.	Un lien avec l'économie sociale par l'association	48
2.1.1.	<i>Le statut associatif des lieux</i>	48
2.1.1.1.	L'association loi 1901 comme statut de référence	48
2.1.1.2.	Le reflet d'un engagement associatif fort...	49
2.1.1.3.	.. ou un choix « par défaut » ?	51
2.1.2.	<i>L'approche par l'économie sociale</i>	52
2.1.2.1.	Héritage multiple et composantes de l'économie sociale	52
2.1.2.2.	Les principes de l'économie sociale	53
2.1.2.3.	Quelle application aux associations de musiques amplifiées ?	54
2.1.2.4.	Les limites de l'approche par l'économie sociale	57
2.2.	Un lien avec l'économie solidaire et le concept d'une économie plurielle	59
2.2.1.	<i>La lecture plurielle de l'économie</i>	59
2.2.1.1.	Economie contemporaine, marché et Etat	59
2.2.1.2.	Trois principes de comportement économique pour décomposer l'économie contemporaine	60
2.2.1.3.	L'économie plurielle des lieux de musiques amplifiées	62
2.2.2.	<i>L'approche par l'économie solidaire</i>	64
2.2.2.1.	Une réactivation de la solidarité	64
2.2.2.2.	Une hybridation des principes et des ressources	65
2.2.2.3.	La double dimension économique et politique	66
2.2.2.4.	Quelles applications aux associations de musiques amplifiées ?	67
2.2.2.5.	Les limites de l'approche par l'économie solidaire	68
2.3.	Le rapprochement des lieux de musiques amplifiées avec le mouvement de l'économie sociale et solidaire	69
2.3.1.	<i>Une quasi-absence de liens avec les instances et les acteurs</i>	69

2.3.1.1.	Les instances du mouvement associatif _____	69
2.3.1.2.	Les instances de l'économie sociale et solidaire _____	70
2.3.1.3.	Les acteurs de l'économie solidaire _____	71
2.3.2.	<i>Contribuer à rapprocher les lieux avec l'économie sociale et solidaire ?</i> ____	72
2.3.2.1.	Quelques pistes à envisager _____	72
2.3.2.2.	Les limites techniques et culturelles à un tel rapprochement _____	73
3.	<i>Partie 3 : La recherche d'un positionnement économique</i> _____	76
3.1.	La méthodologie de l'enquête _____	76
3.1.1.	<i>Hypothèses de travail</i> _____	76
3.1.2.	<i>L'enquête par entretien</i> _____	76
3.1.3.	<i>Typologie, population et échantillon</i> _____	77
3.1.4.	<i>Préparation et conduite des entretiens</i> _____	79
3.1.4.1.	La préparation des entretiens _____	79
3.1.4.2.	La conduite des entretiens _____	80
3.1.5.	<i>Limites et difficultés rencontrées</i> _____	80
3.2.	Les concepts théoriques investis dans l'enquête _____	81
3.2.1.	<i>Utilité sociale</i> _____	81
3.2.1.1.	Composante économique _____	81
3.2.1.2.	Lutte contre l'exclusion et les inégalités, développement humain et durable _____	82
3.2.1.3.	Lien social de proximité et démocratie participative _____	82
3.2.1.4.	Innovation sociale et solidaire _____	82
3.2.1.5.	Utilité sociale interne _____	82
3.2.2.	<i>Réciprocité</i> _____	83
3.2.3.	<i>Non lucrativité</i> _____	83
3.3.	Etude des résultats et analyse _____	85
3.3.1.	<i>Une utilité sociale caractérisée</i> _____	85
3.3.1.1.	La difficile évaluation de l'impact économique et social _____	85
3.3.1.2.	Une dimension sociale indirecte, par « ricochet » _____	86
3.3.1.3.	L'importance de la proximité et du territoire _____	87
3.3.1.4.	Professionnalisation versus projet d'éducation populaire _____	88
3.3.1.5.	La démocratie associative à l'épreuve _____	88
3.3.2.	<i>Un positionnement encore peu clair</i> _____	89
3.3.2.1.	Un autofinancement marchand assumé _____	90
3.3.2.2.	L'équilibre entre fonds publics et fonds privés _____	90
3.3.2.3.	L'entraide réciproque comme nécessité _____	91
3.3.2.4.	Une définition incertaine du caractère non lucratif _____	92
3.3.2.5.	Une troisième voie floue qui reste à définir _____	92

3.4. Quelques pistes de réflexion	93
3.4.1. <i>Entreprendre autrement ?</i>	94
3.4.2. <i>L'économie de marché et ses ambiguïtés</i>	95
3.4.2.1. Economie de marché contre secteur à but non lucratif	95
3.4.2.2. Economie de marché contre capitalisme : la maison de Braudel	96
3.4.3. <i>Nouveau statut ou label d'utilité sociale ?</i>	97
3.4.3.1. La création d'un nouveau statut	97
3.4.3.2. Un label d'utilité sociale ?	99
3.5. L'ouverture de la réflexion en France et en Europe	100
3.5.1. <i>Des musiques amplifiées au spectacle vivant</i>	100
3.5.1.1. Le SMA et le partenariat avec la FSJMI	100
3.5.1.2. Vers un secteur indépendant de la musique ?	101
3.5.1.3. L'UFISC et les problématiques des structures non lucratives du spectacle vivant	102
3.5.2. <i>Initiatives sans but lucratif dans les musiques amplifiées en Europe</i>	103
3.5.2.1. Les enjeux d'une réflexion à l'échelle européenne	103
3.5.2.2. Les structures à but non lucratif en Europe : quatre modèles	104
3.5.2.3. Des difficultés rencontrées...	106
3.5.2.4. ... aux rapprochements effectifs	107
Conclusion : Des lieux laboratoires dans une économie plurielle	110
Liste des sigles	113
Bibliographie	115
Annexes	124
Annexe 1 : Statuts de la Fédurok	124
Annexe 2 : Bilan et compte de résultat 2004 de la Fédurok	131
Annexe 3 : Carte de France des lieux Fédurok	133
Annexe 4 : Fiche technique relative à la lucrativité des associations exploitant des lieux de spectacles vivants	134
Annexe 5 : Synthèse des entretiens exploratoires	137
Annexe 6 : Guide d'entretien de l'enquête	144
Annexe 7 : Grille synthétique des entretiens de l'enquête	147

INTRODUCTION : QUAND KARL POLANYI RENCONTRE JIM MORRISON

Etudier l'économie sociale et solidaire dans un cadre universitaire en cinquième année d'une école de gestion représentait un choix doublement motivant. Cela nous semblait une occasion unique de compléter un enseignement pratique centré autour de l'entreprise par une lecture plus théorique et universitaire de l'activité économique. Mais ce choix répondait aussi à une motivation plus personnelle : l'économie sociale et solidaire paraissait « pleine de bon sens » et correspondre à nos convictions. Avec le recul, c'est le regard nouveau sur l'économie et la société qui nous a le plus marqué, et l'application que nous pouvions en faire au fonctionnement des organisations et à leur devenir. L'idée nous est donc venue d'appliquer la « lentille sociale et solidaire » à un secteur qui nous attire particulièrement : celui des activités culturelles.

La recherche d'une structure d'accueil nous a permis de soumettre l'ébauche de notre projet (étudier l'apport de l'économie sociale et solidaire dans une structure culturelle) à plusieurs acteurs. A l'issue de nos recherches, deux pistes se sont révélées très intéressantes : la possibilité de réaliser une étude au sein de l'Université de Québec à Montréal, et rejoindre la Fédurok (Fédération de lieux de musiques amplifiées et actuelles) à Nantes pour un stage de 5 mois. Pour des raisons pratiques et conceptuelles c'est la deuxième solution que nous avons choisie.

Ayant une passion pour les musiques dites « amplifiées » et les artistes du rock et du hip-hop indépendants, la possibilité de travailler dans ce secteur professionnel via un organe fédérateur et structuré comme la Fédurok était attrayante. Dès les premiers contacts avec l'équipe de la fédération, nous avons réalisé que nos approches étaient similaires et qu'une mission intéressante pouvait être élaborée autour de la notion d'économie sociale et solidaire appliquée aux réalités des lieux associatifs de musiques amplifiées.

Depuis quelque années, les musiques « rock », « jeunes », « actuelles » ou « amplifiées » sont devenues un sujet de recherche populaire en sciences humaines. A notre connaissance, peu d'études se sont penchées sur ces musiques d'un point de vue économique, privilégiant davantage la sociologie et l'évolution des politiques culturelles. Nous n'avons pas non plus trouvé de travaux universitaires rapprochant concrètement les musiques amplifiées de l'économie sociale et solidaire. Ce mémoire représente donc un challenge puisqu'il explore un territoire encore peu balisé. Par ailleurs, nous avons réalisé en commençant notre mission à la Fédurok que l'approche retenue coïncidait harmonieusement avec l'actualité du secteur et la question d'un positionnement économique plus clair. La problématique s'est donc construite

rapidement durant le premier mois de stage. La rencontre fictive entre Karl Polanyi¹ et Jim Morrison² allait finalement avoir lieu. Mais qu'allaient-ils bien pouvoir se dire ?

Notre travail au sein de la Fédurok nous a amené à définir la problématique comme ceci :

Quels sont les liens entre l'économie sociale et solidaire et les lieux associatifs de musiques amplifiées, et quel positionnement économique ces lieux occupent-ils dans leur secteur ?

Cette mise en forme de la question spécifique de recherche est donc composée de deux axes de réflexion majeurs. D'une part, il s'agit d'apprécier les liens actuels, qu'ils soient vécus ou voulus, théoriques ou empiriques, entre le mouvement de l'économie sociale et solidaire et les lieux associatifs de musiques amplifiées, membres de la Fédurok. D'autre part, nous souhaitons contribuer à définir le positionnement économique particulier de ces structures, en interrogeant plusieurs notions économiques, dont celle d'utilité sociale. L'économie sociale et solidaire devrait fournir à cet égard des éléments de réflexion précieux.

Notre objectif n'est pas de suggérer une formule de positionnement « prête à l'emploi » pour les lieux, mais davantage de proposer une analyse qualitative de la situation actuelle et de dégager des pistes à explorer. Pour ce faire, nous avons retenu deux hypothèses de travail que nous nous proposons de vérifier par un travail d'enquête :

- Les lieux de la Fédurok présentent, par leurs diverses activités, un caractère avéré d'utilité sociale qui les différencie des autres acteurs du secteur des musiques amplifiées.
- Les lieux de la Fédurok se retrouvent réellement dans une « troisième voie » entre le secteur public et le secteur privé lucratif, positionnement qui est clairement partagé par les équipes des lieux et amené à être soutenu auprès des différents partenaires.

Le questionnement qui guide notre mémoire est donc essentiellement d'ordre économique. Si l'approche sociologique est très intéressante, surtout dans le champ culturel, nous avons décidé de ne pas la développer pour plusieurs raisons. Il s'agit d'abord d'un choix personnel : par manque de connaissances et d'expériences en matière sociologique, nous avons préféré traiter le sujet avec une approche économique et de gestion dont les bases sont acquises depuis le début de nos études. C'est également un choix méthodologique : au regard des

¹ Karl Polanyi (1886-1964) est l'auteur de *La Grande Transformation*, un ouvrage de référence en économie politique qui a depuis contribué à concevoir les notions d'économies plurielle et solidaire. Il reste assez peu connu malgré la perspicacité de son analyse historique de l'économie contemporaine.

² Jim Morrison (1943-1971) est le leader du groupe de rock psychédélique *The Doors*. Il a marqué l'histoire du rock par sa voix ténébreuse, son mysticisme, ses abus et ses frasques en tous genres. Il est mort à 27 ans (comme Jimi Hendrix, Janis Joplin, Brian Jones et Kurt Cobain) d'une crise cardiaque à Paris où il s'était retiré pour se consacrer à la poésie.

interrogations rencontrées sur le terrain du stage, il nous a semblé que le cœur de la problématique que nous souhaitons traiter était de nature économique. Les grands chantiers dans lesquels s'investit actuellement la Fédurok, comme la création d'un syndicat de structures non lucratives de musiques actuelles, font appel à des éléments économiques, politiques et de gestion. Enfin, même si la tentation de vouloir « tout traiter » est forte au départ, la réalisation d'un mémoire de DESS suppose de réduire l'objet de recherche à l'essentiel afin d'en approfondir son traitement. Nous utiliserons donc très partiellement quelques références à la sociologie lorsque le besoin s'en ressentira, sans perdre de vue notre objet de réflexion.

Dans une première partie, nous dresserons de manière synthétique le paysage socio-économique du secteur des musiques amplifiées avant d'y positionner la Fédurok et les lieux qu'elle représente. C'est le positionnement économique de ces lieux associatifs qui est l'objet principal de cette étude. Une fois ce cadre défini, nous replacerons notre mission de stage au cœur de la problématique avant de traiter la suite du sujet.

Nous nous pencherons dans une seconde partie sur les liens qui unissent les lieux associatifs de musiques amplifiées et l'économie sociale et solidaire, d'un point de vue théorique mais aussi pratique. Il s'agira de comparer deux secteurs qui possèdent a priori de nombreux points communs mais restent assez éloignés dans les faits. L'outil de comparaison et d'analyse que représente l'économie sociale et solidaire nous permettra de mieux comprendre la nature économique des activités engagées par les lieux associatifs de musiques amplifiées.

C'est dans une troisième et dernière partie que nous nous interrogerons véritablement sur le positionnement économique des lieux de musiques amplifiées. Pour ce faire, les concepts d'utilité sociale, de réciprocité et de non lucrativité nous serviront d'outils de réflexion. Nous verrons, par une enquête de terrain, si les lieux vérifient les deux hypothèses énoncées précédemment. Nous proposerons alors une contribution à la définition du positionnement recherché, en croisant les résultats de l'enquête avec des éléments théoriques. La réflexion sera étendue à l'ensemble des secteurs de la musique et du spectacle vivant, ainsi qu'à l'échelle européenne.

Partie 1

La Fédurok et les lieux de musiques amplifiées

1. PARTIE 1 : LA FEDUROK ET LES LIEUX DE MUSIQUES AMPLIFIEES

Dans cette première partie, nous souhaitons présenter avec fidélité le cadre général de notre réflexion, en tenant compte de son histoire, ses particularités et ses ambiguïtés. Nous essayerons, dans la mesure du possible, de décrire les tendances de fond et de dégager des premiers éléments d'analyse concernant le positionnement économique des lieux de musiques amplifiées. Un premier chapitre sera consacré au secteur national des musiques amplifiées, que nous aborderons par ses clivages multiples. Nous tâcherons ensuite d'insérer la Fédurok à sa juste place dans le paysage national ainsi dépeint, avant de nous intéresser particulièrement aux lieux qu'elle fédère et à leur fonctionnement économique. Enfin, le contexte du stage conclura cette première partie, en rappelant la mission effectuée et sa mise en relation avec la problématique.

1.1. Les musiques amplifiées en France : un secteur économique jeune et marqué par les clivages

1.1.1. Le clivage des appellations

1.1.1.1. Musiques rock

La catégorie musicale « rock » a connu une grande mutation depuis l'apparition des premières guitares électriques dans les années 1930 et son succès populaire aux Etats-Unis une vingtaine d'années après. Représentant l'autonomie de la jeunesse et la sortie de l'élitisme musical³, la musique rock est devenue un phénomène culturel et social mondial, auquel la France n'a pas fait exception.

Elle ne désigne plus un genre musical exclusif et s'est progressivement utilisée pour « signifier l'ensemble des pratiques hors institutions ; pour dire qu'il ne s'agit pas de musiques traditionnelles, de musiques classiques »⁴. Dès lors s'installe une confusion quant à la pertinence de ce terme, qui symboliserait historiquement le mouvement contestataire musical dans son ensemble. Comme le souligne Marc Touché, sociologue au centre d'ethnologie française et au Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS), « en devant un parapluie [...] cette catégorie musicale qui avait eu elle-même quelques difficultés

³ MIGNON, Patrick. Evolution de la prise en compte des musiques amplifiées par les politiques publiques. In GEMA (Groupe d'étude sur les musiques amplifiées). *Politiques publiques et musiques amplifiées : les actes des premières rencontres nationales des 18, 19 et 20 octobre 1995 à Agen*. Toulouse : Géma, 1997. p. 23.

⁴ TOUCHE, Marc. Musique, vous avez dit musiqueS ? In : CHROMA. *Les Rencontres du Grand Zebrook 1998*. Paris : Chroma, 1998, p. 13-15.

à être reconnue se transforme par divers biais en un outil intellectuel contribuant à opacifier et à brouiller un paysage très diversifié, en le simplifiant singulièrement »⁵.

Intégrée dès les années 1970 aux structures publiques ou issues de l'éducation populaire dans les collectivités locales, la musique rock fait l'objet d'une reconnaissance et d'une médiatisation sans précédent à l'arrivée de Jack Lang au Ministère de la Culture en 1981⁶. Bénéficiant de programmes ministériels et d'un début de structuration illustré par le Centre d'Information du Rock (CIR), la musique rock s'institutionnalise et fait bientôt l'unanimité chez les élus comme un aspect important des politiques de la ville et de la jeunesse⁷. Intellectualisée et politisée, cette appellation semble aussi limitée du point de vue artistique car elle n'est plus du tout en phase avec l'évolution des styles et des courants musicaux récents. Les fusions de genres et l'émergence des musiques électroniques et hip-hop dans les années 1990 en France ont rendu cette simplification obsolète, particulièrement dans le cadre des politiques culturelles locales. Celles-ci nécessitent, selon Patrick Mignon, « la prise en compte de la diversité des goûts et des catégories sous lesquelles ils s'expriment » et de « trouver des noms qui n'excluent aucune catégorie »⁸.

1.1.1.2. Musiques jeunes

Le terme de musiques jeunes semble difficilement dissociable de la musique rock dans sa dimension symbolique de l'autonomie culturelle de la jeunesse. Gérôme Guibert estime que « le mode de vie rock reste ce qui sépare socialement et historiquement les musiques légitimées des nouveaux courants musicaux. Ces derniers restent le moyen pour les jeunes de s'affirmer différents de la société adulte »⁹.

L'enquête d'Olivier Donnat sur les pratiques culturelles des Français montre que les jeunes sont ceux qui fréquentent majoritairement les concerts de rock, et aussi ceux qui pratiquent le plus la musique¹⁰. Les catégories des 15 à 19 ans et des 20 à 24 ans sont celles que l'on peut considérer comme « jeunes », mais nous voyons déjà les limites d'un terme aussi subjectif, qui semble insuffisant pour qualifier un genre musical. Comme le rappelle Flavie Van Colen dans son étude portant sur l'éducation populaire et les musiques amplifiées, « l'âge moyen du public des concerts rock, rap, reggae, métal, chanson, musiques électroniques, punk, etc. est

⁵ *Idem.*

⁶ TEILLET, Philippe. *Eléments pour une histoire des politiques publiques en faveur des « musiques amplifiées »*. In : POIRRIER, Philippe (sous la direction de). *Les collectivités locales et la culture : les formes de l'institutionnalisation, XIXe-XXe siècles*. Paris : La Documentation Française, Comité d'Histoire du Ministère de la Culture – Fondation Maison des Sciences de l'Homme, 2002. p. 361-393.

⁷ MIGNON, Patrick. 1997, *op. cit.*, p. 23.

⁸ *Idem.*, p. 30.

⁹ GUIBERT, Gérôme. *Les nouveaux courants musicaux : simples produits des industries culturelles ?* Nantes : Mélanie Seteun, 1998. p. 65.

¹⁰ DONNAT, Olivier. *Les pratiques culturelles des Français : enquête 1997*. Paris : La Documentation française, 1998. p. 250-254 et 287-290.

de 25 ans, âge de sortie de la catégorie administrative jeune, et [...] l'on rencontre dans les studios de répétition des musiciens âgés de 13 à plus de 50 ans »¹¹.

Assimiler simplement ces courants musicaux à la jeunesse paraît dès lors réducteur et de moins en moins pertinent. En considérant l'histoire de la Fédurok, les lieux que nous qualifierons plus tard de « militants bâtisseurs » étaient déjà en place dans les années 1980. Ces pionniers n'auraient-ils plus de légitimité à cause de leur ancienneté ? En ce qui concerne les formes musicales, Marc Touché rappelle que « la notion de jeunes musiques masque le fait que ces musiques sont déjà entrées dans la tradition »¹². Qualifier à l'identique de « jeunes » des musiques d'âge aussi divers que le jazz et la house-music nuit au bien-fondé de cette dénomination. Enfin, les musiques qu'écoutent réellement les jeunes ne sont pas forcément celles qui sont désignées sous l'appellation « musiques jeunes ». Une enquête de l'Institut national de recherche pédagogique (INRP) recense trois types de comportements des lycéens face à la musique¹³, et montre ainsi que les jeunes n'écoutent pas tous les nouveaux courants musicaux issus du rock.

1.1.1.3. Musiques populaires

Les musiques populaires ont aussi été utilisées dans les discours de nombreux acteurs, pour symboliser deux aspects du problème en particulier. D'une part, l'expression renvoie aux origines sémantiques de la « pop(ular) music » que l'on retrouve en langue anglaise¹⁴. Il s'agit d'autre part de désigner les musiques qui ne sont pas « savantes », que l'on n'enseigne pas en écoles de musique et qui n'appartiennent pas à la culture traditionnellement considérée comme légitime. Les musiques populaires se seraient donc développées dans des groupes sociaux n'ayant pas les « codes d'accès permettant d'apprécier et de comprendre la culture [...] dont la légitimité est reconnue par tous, bien que symboliquement réservée à certains »¹⁵. La théorie de Bourdieu, à propos des dispositions sociales héritées que sont les habitus, est la référence évidente pour ce type de questionnements. Toutefois, nous avons décidé de ne pas l'explorer plus avant, pour les raisons méthodologiques évoquées en introduction.

Cette terminologie de musiques populaires est ambiguë, et comme l'écrit Philippe Teillet, « l'usage du terme populaire peut se prêter à de tels jeux symboliques qu'il vaut mieux l'écartier »¹⁶. Nombreuses sont les interprétations possibles : dimensions patrimoniale et paysanne qui renvoient à la transmission orale, expression d'un manque ou d'une privation

¹¹ VAN COLEN, Flavie. *Education populaire et musiques amplifiées : analyse des projets de onze lieux de musiques amplifiées*. Paris : INJEP, Le Clavier, 2003. p. 7.

¹² TOUCHE, Marc. 1998. *op. cit.*, p. 14.

¹³ MIGNON, Patrick, DAPHY, Eliane et BOYER, Régine. *Les lycéens et la musique*. Paris : Institut National de Recherche Pédagogique, 1986. Collections rapports de recherches.

¹⁴ GUIBERT, Gérôme. *Scènes locales, scène globale : pour une sociologie économique des producteurs de musiques amplifiées en France*. Thèse de doctorat 3^{ème} cycle : Sociologie : Nantes : 2004. p. 24-25.

¹⁵ *Idem*.

¹⁶ TEILLET, Philippe. 2002. *op. cit.*, p. 388.

vis-à-vis de la culture, assimilation avec la culture ouvrière ou encore marque d'un succès à grande échelle¹⁷. Enfin, les pratiques des Français font du tort à cette terminologie; « l'expression ment largement sur la réalité sociale de ces musiques »¹⁸, puisque ce sont plutôt les milieux cultivés et urbains qui écoutent et « vivent » le rock.

1.1.1.4. Musiques actuelles ou d'aujourd'hui

Les musiques actuelles sont largement employées par les acteurs du secteur, et surtout par les pouvoirs publics. Cette expression, issue d'un compromis entre les professionnels et les élus, a en quelque sorte été institutionnalisée par le Ministère de la Culture et de la Communication lors de la création de la Commission nationale des musiques actuelles, en décembre 1997¹⁹. Si elle est demeurée depuis dans le langage du ministère et des collectivités locales pour désigner un ensemble plus large que les musiques rock, cette expression est loin de faire l'unanimité auprès des professionnels du secteur.

Le qualificatif « actuel » ou « d'aujourd'hui » présente plusieurs limites. La première concerne le caractère éphémère d'une telle appellation. Si elles sont actuelles, ces musiques n'ont-elles ni passé, ni avenir ? « L'idée de périssable » semble dangereuse à Marc Touché, qui y voit un « mépris profond pour le musicien amateur et professionnel »²⁰.

La seconde limite tient au décalage entre l'appellation et ce qu'elle désigne en réalité. Non seulement les musiques actuelles ne désignent pas uniquement les genres musicaux apparus récemment (par exemple, le jazz et les musiques traditionnelles sont intégrés aux politiques publiques en direction des musiques actuelles), mais nous pouvons à juste titre nous interroger sur ce qui fait l'actualité d'un genre musical. La musique classique, par exemple, dispose toujours de nombreux professionnels, lieux de diffusion et d'auditeurs. Elle est actuelle en ce sens. Philippe Teillet souligne ce paradoxe lorsqu'il affirme que « toute musique ne peut donc exister que dans l'actualité des actes indispensables à son audition »²¹.

Enfin, une troisième limite se fait parfois sentir : « l'aspect très mou de l'expression » comme l'écrit Marc Touché, qui évacue aussi les enjeux esthétiques propres à ces musiques. Certains élus, notamment réunis dans la commission musiques amplifiées de la Fédération Nationale des Collectivités territoriales pour la Culture (FNCC), estiment que « l'expression musiques actuelles pose plus de problèmes qu'elle n'en résout », arguant qu'il « semble difficile voire peu concevable de conduire une politique de l'actualité »²².

¹⁷ GUIBERT, G r me. 2004. *op. cit.*, p. 26.

¹⁸ TEILLET, Philippe. 2002. *op. cit.*, p. 388.

¹⁹ *Idem.*, p. 387.

²⁰ TOUCHE, Marc. 1998. *op. cit.*, p. 15.

²¹ TEILLET, Philippe. 2002. *op. cit.*, p. 387.

²² FRANCOIS-PONCET, Marie-Thérèse et WALLACH, Jean-Claude. *Commission musiques amplifiées : rapport général*. Rapport : Agen : 1999. p. 6.

1.1.1.5. Musiques amplifiées

A l'image de nombreux travaux récents et de diverse nature, nous avons choisi d'utiliser l'expression de « musiques amplifiées » pour la suite de notre étude. Ce terme, défini par Marc Touché,

« ne désigne pas un genre musical particulier, mais se conjugue au pluriel, pour signifier un ensemble de musiques qui utilisent l'électricité et l'amplification sonore électronique comme éléments plus ou moins majeurs des créations musicales et des modes de vie (transport, stockage, conditions de pratiques, modalités d'apprentissage...). A la différence des musiques acoustiques qui nécessitent l'appoint ponctuel de sonorisation pour une plus large diffusion, les 'musiques amplifiées' sont créées, jouées à partir de la chaîne technique constituée par :

- micro et pré-amplification [...] ;
- amplification et haut-parleurs.

Pour reprendre les catégories de classement en vogue, le terme de 'musiques amplifiées' représente un outil fédérateur regroupant des univers qui peuvent être très contrastés : certaines formes des musiques de chansons dites de variétés, certains types de jazz et de musiques dites du monde, de fusion ; le jazz rock, le rock'n'roll, le hard rock, le reggae, le rap, la techno, la house-music, la musique industrielle, le funk, la dance-musique... et tous les bricolages sonores non encore identifiés »²³.

Cette définition, d'origine technique, a pour avantage de prendre en considération l'histoire commune de courants musicaux variés sans entrer dans d'éternels débats relatifs à telle ou telle esthétique. Elle présente néanmoins des limites de deux types : d'une part, elle demeure sous-utilisée par les musiciens et les publics, qui raisonnent encore par catégorie musicale comme le rock, le rap, etc. D'autre part, la notion d'amplification se révèle ambiguë quand on appréhende des « courants musicaux issus de la chanson française [...] dont la musique n'est amplifiée que sur scène »²⁴. Nous prenons toutefois le parti d'utiliser le terme de musiques amplifiées pour le restant de notre travail car il nous semble le plus adapté des cinq.

1.1.2. Le clivage entre exclusion et reconnaissance

1.1.2.1. Les musiques amplifiées exclues de la culture légitime

Depuis la création en 1954 d'un Ministère de la Culture et la nomination d'André Malraux à sa tête, l'Etat français a pris en charge de nombreuses responsabilités en vue de démocratiser la culture en faveur de ses citoyens. Cette démocratisation avait pour but de « rendre

²³ TOUCHE, Marc. 1998. *op. cit.*, p. 15.

²⁴ VAN COLEN, Flavie. 2003. *op. cit.*, p. 7.

accessibles les œuvres capitales de l'humanité »²⁵, ce qui supposait donc que certaines œuvres étaient plus « capitales » que d'autres. Certaines formes de spectacle comme le théâtre et l'opéra « classiques » ont donc bénéficié d'une reconnaissance importante du Ministère, accompagnée de nombreux fonds destinés à les pérenniser et les développer. Aussi louable soit-elle, cette volonté ministérielle d'en finir avec l'élitisme culturel était elle-même chargée de représentations et de jugements de valeurs à propos de l'action publique à conduire. Selon Jean-Michel Lucas, la République « parle haut, et à tout bout de champs des valeurs artistiques universelles qu'il faut transmettre mais elle ne consacre des moyens significatifs qu'à une toute petite partie des arts universels »²⁶. Un pan entier de la culture a été ignoré de la démocratisation chère à Malraux : populaires, non académiques et subversives, les musiques amplifiées ont fait partie de ce contingent d'expressions artistiques « illégitimes » et de fait exclues du débat public.

Plus que les autres expressions, ces musiques alors symbolisées par le rock'n'roll ont généré de vigoureuses oppositions et hostilités de la part de l'autorité en France, « contre un envahissement auquel semblaient être liés des comportements et des modes de vie » jugés dangereux²⁷. Trop bruyantes, trop violentes et même révolutionnaires, elles se sont développées et pratiquées dans des caves, des sous-terrains et des clubs inadaptés, aux conditions précaires. Ce monde « underground » était bien loin des considérations des pouvoirs publics. La sortie de la semi-clandestinité s'est organisée progressivement grâce aux structures locales d'éducation populaire, dont certaines ont rapidement ouvert leurs portes à la pratique des musiques amplifiées. La « médiation entre rockeurs et municipalités » s'opérait dans ces structures, timide inscription des musiques amplifiées à l'ordre du jour politique, mais uniquement dans le cadre des politiques de la jeunesse et de la ville²⁸. Malgré la popularité croissante de ces musiques auprès des Français, elles restaient exclues du champ légitime de la culture jusqu'à l'alternance politique de 1981. Le clivage entre leur exclusion et leur reconnaissance est aussi ministériel : la bataille historique entre les ministères de la Culture et de la Jeunesse et des Sports concernant leur champ respectif de compétences a « généré une perte catastrophique pour l'histoire même de la politique culturelle »²⁹.

1.1.2.2. Une reconnaissance progressive sous trois formes

La reconnaissance des musiques amplifiées par les pouvoirs publics en tant que pratiques culturelles légitimes est un long processus qui comporte trois formes distinctives. La première

²⁵ LUCAS, Jean-Michel. *Diversité culturelle et politiques publiques : la fausse conversion française !* Rapport faisant suite au colloque « Politiques publiques et économie sociale et solidaire » du mercredi 1^{er} juin 2005 : Nantes : 2005. p. 3-6.

²⁶ *Idem*.

²⁷ FRANCOIS-PONCET, Marie-Thérèse et WALLACH, Jean-Claude. 1999, *op. cit.*, p. 9.

²⁸ MIGNON, Patrick. 1997, *op. cit.*, p. 25.

²⁹ LA FEDUROK. *Rencontres de Poitiers. Les équipements de musiques amplifiées : quelles missions avec quels partenariats ?* Poitiers : 1997. p. 6-7.

correspond à la reconnaissance symbolique des musiques rock par l'Etat, incarnée par le Ministère Jack Lang à partir de 1981. Le lancement de la Fête de la Musique, intuition couronnée de succès, en est l'exemple le plus populaire. Le constat d'échec de la démocratisation culturelle instiguée par Malraux a contribué au développement d'une nouvelle logique d'action pour le Ministère : la démocratie culturelle, « fondée sur une conception relativiste, induisant la réhabilitation des cultures spécifiques à des groupes sociaux et la dé-hiérarchisation des valeurs artistiques »³⁰. Les musiques amplifiées, formes d'expression et de création propres à la jeunesse, ont donc bénéficié de leur première reconnaissance publique. Elle s'est d'abord opérée, nous allons le voir, selon une approche strictement économique.

Philippe Berthelot, alors directeur du Florida, déclare à l'occasion des rencontres nationales d'Agen en 1995³¹ : « c'est par la mise en évidence d'une logique économique sous le premier ministre Lang que l'Etat a légitimé ses premières interventions dans les musiques amplifiées ». Cette approche basée sur des calculs économiques a démontré le poids de ces musiques dans l'économie de la culture en France. Ainsi, elle a permis « non seulement d'éviter le débat sur leur dimension artistique [...] mais aussi de satisfaire au discours dominant du moment sur la soumission au marché et à l'économique »³². Son principal défaut réside dans son étroitesse : elle n'a pas pris en compte les aspects sociaux, techniques et culturels liés à la pratique globale de ces musiques. En conséquence s'est établi un dialogue ouvertement « commercial » entre les pouvoirs publics et certains acteurs de la profession, qui a notamment contribué au développement de l'industrie musicale et des médias en France. Par ailleurs, rappelle Philippe Teillet, « cette logique a également été défendue [par] un secteur dit alternatif [dont] certains responsables ont estimé que les pouvoirs publics pouvaient s'appuyer sur ces petites structures pour essayer de rééquilibrer le secteur phonographique ou le secteur des médias »³³. La problématique de la musique en amateur n'a pas été abordée durant cette première décennie de reconnaissance ; une grave « absence de liens entre la pratique amateur et le monde professionnel »³⁴ bloque la découverte de jeunes artistes et l'innovation musicale. Impliqué dans une relation de plus en plus délicate avec les professionnels, sans assurer concrètement la démocratie culturelle annoncée et servir l'intérêt général, l'Etat s'est retrouvé coincé au début des années 1990.

³⁰ MIGNON, Patrick. 1997, *op. cit.*, p. 26.

³¹ BERTHELOT, Philippe. De la nécessaire structuration globale du champ des musiques amplifiées. In : GEMA (Groupe d'étude sur les musiques amplifiées). *Politiques publiques et musiques amplifiées : les actes des premières rencontres nationales des 18, 19 et 20 octobre 1995 à Agen*. Toulouse : Géma, 1997. p. 145.

³² *Idem.*, p. 145.

³³ TEILLET, Philippe. Alternatives et débats dans l'histoire des politiques en faveur des musiques amplifiées/actuelles. In : LA FEDUROK. Deuxièmes rencontres nationales Politiques publiques et musiques amplifiées/actuelles : les actes. *La Scène : le magazine professionnel des spectacles*, avril 1999, Hors série, p. 14.

³⁴ BERTHELOT, Philippe. 1997, *op. cit.*, p. 146.

Une deuxième forme de la reconnaissance s'est alors amorcée sous l'impulsion d'une catégorie de professionnels à l'origine d'initiatives associatives intégrant aussi bien les dimensions économiques, artistiques, techniques que sociales et culturelles. Ces initiatives militantes et diversifiées ont contribué à une reconnaissance moins volatile des musiques amplifiées, « par les pouvoirs publics sur le plan de l'action culturelle et par l'économie générale de la musique pour leur contribution à la création et à la découverte artistiques »³⁵. A ce titre, la création de la Fédurok en 1994 symbolise la prise de conscience collective de certains professionnels de la diffusion qu'un travail en réseau est nécessaire pour appuyer cette reconnaissance. Philippe Douste-Blazy, Ministre de la Culture de l'époque, affirme en conclusion des rencontres d'Agen de 1995 qu'« il faut que les lieux consacrés aux musiques amplifiées soient traités par l'Etat et les collectivités locales avec une approche comparable à celle qui prévaut pour les autres équipements culturels »³⁶. Cette reconnaissance nationale et officielle s'est matérialisée par la création en décembre 1997 de la Commission nationales des musiques actuelles, sous l'impulsion du nouveau Ministre de la Culture, Catherine Trautmann. Composée d'acteurs professionnels sollicités par le président Alex Dutilh, la commission avait pour objectifs de définir une politique globale, cohérente et spécifique pour ces musiques par la concertation et de créer les conditions d'une solidarité professionnelle regroupant tous ses acteurs³⁷. Cette volonté de sortir d'une situation d'indifférence voire de méconnaissance entre le secteur et sa tutelle ministérielle s'est exprimée très clairement par le secteur depuis même si la commission n'existe plus à ce jour.

C'est le traitement local des musiques amplifiées qui a constitué selon nous la troisième forme de leur reconnaissance, et la plus concrète. Déjà constatable dans les années 1970, la participation des collectivités territoriales s'est accentuée au début des années 1990. Bénéficiant d'un pouvoir de décision plus autonome en matières sociale et culturelle, les collectivités ont d'abord intégré les musiques amplifiées à leurs politiques de la ville ou de la jeunesse. Cette logique sociale, radicalement opposée à la logique économique vue précédemment, comportait elle aussi ses limites. Instrumentalisés par les politiques sociales des collectivités, les projets de musiques amplifiées se sont retrouvés en quelque sorte « amputés » de leurs dimensions culturelles et artistiques³⁸. Depuis, un meilleur dialogue entre les lieux concernés et les collectivités locales ont généré des partenariats plus efficaces, alliant le dynamisme et le savoir-faire d'initiatives privées d'origine associative avec les moyens et l'engagement publics. Aujourd'hui, ces partenariats se concrétisent par la création d'équipements locaux techniquement très avancés et entièrement dédiés aux musiques

³⁵ *Idem.*, p. 147.

³⁶ DOUSTE-BLAZY, Philippe. Discours de clôture. In : GEMA (Groupe d'étude sur les musiques amplifiées). *Politiques publiques et musiques amplifiées : les actes des premières rencontres nationales des 18, 19 et 20 octobre 1995 à Agen*. Toulouse : Géma, 1997. p. 187-188.

³⁷ COMMISSION NATIONALES DES MUSIQUES ACTUELLES. *Rapport de la commission nationales des musiques actuelles à Catherine Trautmann, Ministre de la Culture et de la Communication*. Rapport : Paris : 1998. p. 6.

³⁸ TEILLET, Philippe. 1999. *op. cit.*, p. 14.

amplifiées. Dans un but de clarté méthodologique et de compréhension partagée, le Ministère de la Culture et de la Communication³⁹ a créé en mars 2004 la Concertation nationale pour le développement des musiques actuelles, suite à la demande commune de la Fedurok et de la Fédération des Scènes de Jazz et de Musiques Improvisées (FSJMI). Cette concertation tend à devenir un outil permanent de structuration cohérente du territoire français en matière de projets liés aux musiques « actuelles » (jazz et musiques amplifiées), dont un document méthodologique devrait voir le jour à la fin de l'année.

La reconnaissance progressive dont ont bénéficié les musiques amplifiées ne s'est pas faite sans opposition. L'espace croissant qu'elles occupent au sein de la culture contemporaine a longtemps été ignoré ou mal interprété, et son intégration dans le champ culturel officiellement reconnu a été difficile et parfois superficiel. Le processus de reconnaissance n'est toujours pas terminé et le secteur demeure complexe et tiraillé entre plusieurs acceptions. Ni purement économique, ni purement socioculturel, ni purement artistique, le monde des musiques amplifiées est une sorte d'hybride au carrefour de ces trois logiques, ce qui le rend difficile à appréhender sans simplifier grossièrement le trait.

1.1.3. Le clivage entre amateur et professionnel

1.1.3.1. Les pratiques en amateur des musiques amplifiées

Les enquêtes menées régulièrement depuis 1973 par le Département des études et de la prospective du Ministère de la Culture et de la Communication constituent la ressource statistique majeure en terme de pratiques culturelles des Français. Outre l'essor des consommations culturelles constatées depuis ces 20 dernières années, l'enquête de 1997 dirigée par Olivier Donnat met en évidence le développement de la pratique artistique elle-même. Nous apprenons à ce propos que « de plus en plus de Français, quel que soit leur âge, sont tentés d'aborder l'art par la pratique en amateur ». Dans un contexte national moribond et difficile, cet amateurisme répond à de « fortes aspirations en matière d'expression de soi et de recherche d'authenticité »⁴⁰. En 1997, près d'un Français sur trois (32%) a pratiqué une activité amateur autre que musicale (tenir un journal intime, faire de la peinture, faire du dessin etc.) au cours des douze derniers mois, contre 27% en 1989. Les jeunes semblent les plus concernés par cet engouement, sans doute un effet de génération qui coïncide avec plusieurs mutations technologiques et sociales. Comme le note Olivier Donnat, « il serait réducteur de faire de l'essor des pratiques en amateur un phénomène propre aux jeunes », en précisant que de nombreux éléments tels que la culture du temps libre et l'amélioration des

³⁹ LA FEDUROK. *Editorial : La Concertation Nationale pour le développement des Musiques Actuelles*. [En ligne]. <http://www.la-fedurok.org/> (Page consultée le 13 août 2005).

⁴⁰ DONNAT, Olivier. 1998, *op. cit.*, p. 315-316.

conditions de vie convergent vers le développement et la pérennité des activités artistiques en amateur à tout âge⁴¹.

Intéressons-nous particulièrement aux pratiques musicales en amateur. Il semble que le caractère juvénile observé des pratiques en amateur soit davantage marqué encore dans les pratiques musicales. Selon l'enquête d'Olivier Donnat de 1997⁴², dont la prochaine édition ne sera disponible que fin 2005, 60% des jeunes de 15 à 19 ans savent jouer d'un instrument de musique et 26% d'entre eux ont pratiqué la musique dans un groupe. L'écart avec les groupes d'âge supérieur est important : pour la tranche des jeunes de 20 à 24 ans, ces chiffres sont respectivement de 41 et 14%, et ainsi de suite pour les deux catégories statistiques suivantes. Le « boom musical »⁴³ qui a marqué ces trente dernières années a été porté par une première génération qui se retrouve aujourd'hui dans l'âge adulte, dans une fourchette d'âge inférieure à 45 ans. La génération suivante est celle qui bénéficie désormais des avancées conduites par ses aînés.

Les pratiques des musiques amplifiées sont un sujet de réflexion développé largement par les acteurs du secteur, et soumis à l'attention des pouvoirs publics. C'est entre autres le cas du Groupement des Entrepreneurs de Musiques Actuelles et Populaires (GEMAP) qui rassemble plusieurs fédérations, syndicats professionnels et associations du secteur en groupes de travail. Selon le GEMAP, les pratiques en amateur « se situent dans la continuité historique d'un besoin de faire et d'écouter de la musique qui s'est intensifié avec les évolutions marquées des technologies (fixation, amplification, numérisation), celles-ci permettant une démocratisation plus grande de la musique »⁴⁴. Ce mouvement historique n'est pas qu'une simple mode mais bien un profond changement dans les pratiques musicales, semblent nous dire les professionnels. La contribution des structures d'éducation populaire dès les années 1970 et des lieux de musiques amplifiées depuis, bien que difficile à mesurer, nous paraît intimement liée au développement constaté.

1.1.3.2. Amateur versus professionnel ?

Les musiques amplifiées ne se pratiquent pas seulement en amateur. Elles représentent aujourd'hui plusieurs courants musicaux très populaires qui ont touché une audience large et dont la commercialisation a été prise en charge par l'industrie de la musique. Par conséquent, le musicien « amplifié » professionnel est devenu l'élément central d'une économie qui gravite autour de lui. Profession indispensable, elle se distingue nettement des autres métiers du secteur par son modèle de développement, que nous qualifierons de « star-system » ou

⁴¹ *Idem.*, p. 281.

⁴² *Ibid.*, p. 287-290.

⁴³ MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION. La musique en amateur. *Développement culturel (Bulletin du DEP)*, juin 1995, n°107, p. 1-3.

⁴⁴ GEMAP. *Contribution pour des pratiques amateurs dans les musiques actuelles, amplifiées et populaires*. Texte de synthèse : Paris : 2004. p.1.

d'« économie du vedettariat »⁴⁵. A l'intérieur de ce modèle, les vedettes représentent une exception pourtant extrêmement médiatisée et visible, et contribuent ainsi à alimenter des imaginaires liés au mythe encore tenace de la « rock star ». Quelques groupes et artistes vedettes forment la partie reconnue d'un milieu comprenant une majorité de musiciens « en voie de professionnalisation » au statut précaire. La volonté de « percer » et de signer un contrat chez une maison de disques est l'ambition partagée de ces individus qui ont choisi la pratique des musiques amplifiées comme métier et source principale de revenus. Faire carrière dans ces musiques n'est pas chose aisée et nourrit encore de nombreuses désillusions.

Une double problématique s'opère entre amateurisme et professionnalisation : d'une part, la frontière entre la pratique en amateur et en professionnel est extrêmement vague. Le statut du musicien amateur est écarté du débat public, et défini par la négative depuis le décret n° 53-1253 du 19 décembre 1953⁴⁶. La présomption de salariat demeure dès qu'il y a le moindre versement d'argent d'une structure de diffusion en faveur d'un artiste. La pratique en amateur est rendue très difficile dans les réalités économiques que sont le concert ou l'enregistrement⁴⁷. D'autre part, les enjeux professionnels semblent totalement déconnectés des pratiques en amateur. Deux mondes semblent coexister, sans relations l'un à l'autre : d'un côté un monde professionnel où le talent des artistes et les règles du marché dominant, de l'autre un monde amateur mal identifié par les pouvoirs publics et peu ou pas intégré aux politiques culturelles⁴⁸. Ces impasses ont directement contribué à créer en France une catégorie « intermédiaire » de musiciens, hésitant entre un amateurisme peu encadré et une professionnalisation risquée pour pratiquer leur passion. Selon G r me Guibert, ces intermédiaires illustrent une « inadéquation entre les systèmes de fonctionnement économiques et juridiques et la réalité des pratiques »⁴⁹.

De la superstar hyper médiatisée à l'adolescent qui joue dans son garage, il existe une palette très variée d'artistes pratiquant les musiques amplifiées. Pour appréhender ce secteur et ces musiques, il nous faut reconnaître l'ensemble de ces manieres de les faire vivre. Outre la précarité économique qui touche une grande partie de ces musiciens, le principal problème est la véritable déconnexion qui existe entre la base et le sommet de l'iceberg évoqué plus haut. S'il est difficile d'imaginer un modèle de développement où les stars partageraient leur succès avec des amateurs, créer davantage de liens économiques et juridiques entre les deux semble raisonnable. Philippe Berthelot rappelle que ces liens sont bien plus forts dans d'autres domaines du spectacle vivant comme le théâtre ou la danse, ainsi que dans le secteur du sport,

⁴⁵ *Idem.*

⁴⁶ IRMA (Centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles). *Tout savoir de la scène au disque*. Paris : Irma, 2004. p. 43.

⁴⁷ BERTHELOT, Philippe. 1997, *op. cit.*, p. 145.

⁴⁸ *Idem.*, p.146.

⁴⁹ GUIBERT, G r me. 2004. *op. cit.*, p. 470-471.

où un fonctionnement pyramidal efficace permet une complémentarité intéressante entre la base des amateurs et la pointe des professionnels⁵⁰.

1.1.4. Le clivage entre marché et service public

1.1.4.1. Le marché des musiques amplifiées

Le secteur des musiques amplifiées est un ensemble économique complexe et difficile à appréhender. Une des raisons majeures de cette complexité réside dans la grande diversité d'acteurs qui le composent. Autour des musiciens, qui créent l'indispensable « matière première », se développent des métiers assurant la transformation et le développement de la musique ainsi créée en une série de produits et de services ayant une valeur monétaire et pouvant être échangés selon les règles du marché. A chaque étape de production de musique (création, diffusion, reproduction et distribution⁵¹) interviennent des professionnels de toute sorte. En reprenant ce découpage arbitraire « par étape », nous brosserons un rapide portrait des acteurs économiques qui se partagent les marchés liés aux musiques amplifiées.

- Création

Il existe véritablement une économie autour du travail de création des musiciens, qui « consacrent de très fortes sommes pour pratiquer leur musique, et ce quel que soit leur degré de professionnalisation »⁵². Un équipement complet comprenant instruments, amplificateurs, accessoires divers et matériel informatique représente un fort investissement économique. Dans une enquête socio-économique réalisée dans deux régions françaises (Pays de la Loire et Poitou-Charentes), les 208 musiciens et 58 groupes étudiés ont dépensé l'équivalent de 640 000 EUR pour l'achat de leur matériel⁵³. Interviennent ensuite des studios d'enregistrement et de répétition pour que les musiciens puissent pratiquer et améliorer leurs compositions, faisant appel à des ingénieurs et techniciens sonores qualifiés.

- Diffusion

Le travail de diffusion des groupes musicaux est pris en charge par une multitude d'entreprises commerciales ou associatives : radios, salles de concert, managers d'artistes, « tourneurs », festivals, presse spécialisée... Les économies et marchés qui y correspondent sont donc extrêmement hétérogènes. D'une manière générale, leur rôle est de mettre à disposition les œuvres musicales créées, et d'assurer la relation entre les groupes et le public.

⁵⁰ BERTHELOT, Philippe. 1997, *op. cit.*, p. 146.

⁵¹ LEYSHON, Andrew. Time-space and digital compression : software formats, musical networks, and the reorganization of the music industry. *Environment and Planning A*, 2001, volume 33, 1, p. 49-77.

⁵² GUIBERT, Gêrôme et MIGEOT, Xavier. *Les dépenses des musiciens de musiques actuelles : éléments d'enquêtes réalisées en Pays de la Loire et Poitou-Charentes*. Rapport d'étude socio-économique : Nantes : 1998. p. 1-2.

⁵³ *Idem*.

Si certaines de ces entreprises se cantonnent à un rôle de diffusion, plusieurs souhaitent dépasser une logique qui consiste à limiter leur métier à un support de promotion et de médiatisation pour les artistes, et mener un projet artistique et culturel plus vaste. C'est le cas des lieux affiliés à la Fédurok.

- Reproduction

Les activités de reproduction des œuvres musicales sont dominées par quatre maisons de disque, dont les artistes signés représentent environ trois quarts du marché mondial du support enregistré⁵⁴. Ces quatre géants appelés communément les « majors » sont Sony BMG (joint-venture détenue à parité par la Sony Corporation of America et le groupe allemand Bertelsmann), Universal Music Group (filiale de Vivendi Universal), EMI et Warner Music Group. Seul EMI ne fait pas partie d'un conglomérat ayant des activités complémentaires dans le multimédia. Leur taille imposante et leur catalogue rentable permettent à ces géants de bénéficier d'importantes économies d'échelle et d'un puissant pouvoir de négociation sur le marché. Le revers de la médaille est une aversion pour le risque et donc un catalogue qui tend à proposer des « valeurs sûres » commercialement parlant, dans une « logique qui consiste à ne retenir que le sommet de la pyramide et à réduire, en conséquence, le nombre d'artistes et de projets »⁵⁵. Encore en position de force, les quatre majors voient pourtant leur domination remise en cause par une forte baisse des ventes de disque en France depuis 2003, en volume comme en valeur (chute de 10,2% des unités vendues et de 14,3% du chiffre d'affaires en 2004, comparables à la régression de 2003)⁵⁶. « En deux ans, le marché aura donc perdu 27% de sa valeur soit 350 millions d'euros » affirme le site du Syndicat National de l'édition Phonographique (SNEP). Si le piratage et la copie illicite de CD audio sont présentés comme les grands maux de l'industrie du disque, le manque de diversité artistique chez les majors et leur retard par rapport aux nouvelles technologies ont pu contribuer à la crise actuelle. En marge des grandes entreprises, des petits labels indépendants continuent à « détecter de nouveaux talents et à développer de nouveaux courants musicaux »⁵⁷ dont le succès est incertain, et qui présentent un risque trop important pour les grandes maisons de disque. Leurs faibles ressources financières sont problématiques, surtout en cas de développement de l'activité, mais ces petites entreprises résistent et se maintiennent, surtout dans des « niches musicales » délaissées par les grandes⁵⁸.

⁵⁴ IFPI (International Federation of the Phonographic Industry). *IFPI publishes global music market shares*. [En ligne]. <http://www.ifpi.org/site-content/press/20040616a.html> (Page consultée le 13 juillet 2005)

⁵⁵ UPFI (Union des producteurs phonographiques français indépendants). *Pour un plan orsec en faveur de l'industrie musicale : manifeste des producteurs indépendants pour une réelle diversité musicale*. Document officiel : Paris : 2004. p. 17.

⁵⁶ SNEP (Syndicat national de l'édition phonographique). *Les ventes de disques en France en 2004*. [En ligne]. http://www.disqueenfrance.com/actu/ventes/vente2004_4.asp (Page consultée le 21 juin 2005).

⁵⁷ COQUEBERT, Antoine. *Le financement de l'industrie du disque*. Rapport établi à la demande du Ministère de la culture : Paris : 2004. p. 8-9.

⁵⁸ *Idem*.

- Distribution

Enfin, la distribution de supports musicaux présente des similitudes avec la reproduction. Le marché français est nettement concentré entre deux types de réseaux marchands ; en valeur, on retrouve en tête les grandes surfaces alimentaires (49,6%) et les grandes surfaces spécialisées (40,1%), ne laissant que 10,3% du marché aux disquaires, petites librairies, à la vente par correspondance et sur Internet⁵⁹. Malgré un nombre de références en hausse et un développement de la vente en ligne, l'offre des entreprises de distribution reste marquée par l'extrême concentration de ses ventes. Sur les 119,47 millions de CD audio écoulés sur le sol français en 2004, « 12 777 références soit 4,4% du total des références font 90% du marché en volume et 88,4% en valeur »⁶⁰. La domination des majors se fait le plus sentir sur ces produits « star », puisque les quatre multinationales se partagent 94,7% des meilleures ventes d'albums et de compilations en 2003⁶¹. Cette tendance remarquable est pointée du doigt par plusieurs artistes et labels indépendants, qui y voient une menace réelle pour la diversité musicale et l'accès à des œuvres « commercialement risquées » mais artistiquement riches. Comme pour la reproduction, les niches musicales sont donc encore investies par des disquaires indépendants dont certains ont très bien su utiliser Internet à leur avantage pour réduire certains coûts et toucher un large public. Certains labels indépendants vont jusqu'à se grouper pour développer des plate-formes de distribution en ligne, sans passer par un intermédiaire de la distribution. C'est le cas du site CD1D.com, qui se présente comme un « outil permettant de fédérer nos structures indépendantes et de les mettre directement en relation avec le public, grâce aux nouvelles technologies »⁶².

Création, diffusion, reproduction et distribution sont ainsi des activités pleinement insérées dans une économie marchande. Les chiffres d'affaires qui y sont dégagés sont très importants, de l'achat d'un instrument à la vente de disques en ligne. Toute la chaîne de production fait donc l'objet d'échanges marchands, même si la reproduction et la distribution sont les activités les plus soumises aux lois du marché, centrées autour d'objets reproductibles à l'infini et à très forte valeur ajoutée. Ce sont aussi la reproduction et la distribution qui sont les activités les plus touchées par les évolutions technologiques, coûteuses en investissement.

⁵⁹ OBSERVATOIRE DE LA MUSIQUE. *Le marché du CD audio : 3^e trimestre 2004*. Annexes de rapport : Cité de la Musique : Paris : 2004. p. 6.

⁶⁰ OBSERVATOIRE DE LA MUSIQUE. *Les marchés de la musique enregistrée (CD audio, DVD musical et musique en ligne)*. Rapport : Cité de la Musique : Paris : 2004. p. 2-3

⁶¹ SNEP (Syndicat national de l'édition phonographique). *Les ventes de disques en France en 2004*. [En ligne]. http://www.disqueenfrance.com/actu/ventes/vente2004_4.asp (Page consultée le 21 juin 2005).

⁶² CD1D. *Cd1d.com, l'indépendance s'organise*. [En ligne]. <http://www.cd1d.com> (Page consultée le 21 juin 2005).

1.1.4.2. L'intervention publique en faveur des musiques amplifiées

Le secteur des musiques amplifiées, nous venons de le voir, est durablement inséré dans une économie de marché complexe mêlant plusieurs acteurs de différente nature. Les succès commerciaux de certaines vedettes et le poids des majors du disque contribuent à éloigner a priori les musiques amplifiées de l'action publique en faveur de la culture. Pourtant, depuis leur reconnaissance symbolique par Jack Lang jusqu'à l'ouverture récente de la Cartonnerie à Reims, équipement dernier cri et entièrement financé par la municipalité, elles ont fait l'objet d'une intégration progressive à plusieurs niveaux de la politique publique.

A l'étape de reconnaissance économique que nous avons identifiée dans l'avant-dernier chapitre correspondent trois axes de développement des politiques culturelles de l'Etat en faveur des musiques amplifiées : estimer le secteur et son poids économique, accompagner sa professionnalisation, et réaliser des investissements centrés sur les équipements de diffusion⁶³. En étudiant la chronologie du soutien à ces musiques par la Direction de la Musique et de la Danse du Ministère de la Culture, nous retrouvons des mesures fortes selon les trois axes dégagés⁶⁴. La création en 1982 de la première commission consultative nationale pour la chanson, les variétés et le rock et le jazz, et la nomination d'un chargé de mission rock auprès du ministre en 1989 montrent la volonté des pouvoirs publics de mieux connaître ce secteur. Pour accroître sa professionnalisation, des centres de ressources et d'informations ont été créés (le Centre d'Information du Rock en 1986 puis le Centre d'Information et de Ressources pour les Musiques Actuelles en 1994) et un département spécifique au sein du ministère a contribué à soutenir et structurer les musiques amplifiées dans une logique de viabilité économique (les dispositifs Scènes de Musiques Actuelles de 1996 et les soutiens aux pôles régionaux en sont l'illustration). Enfin, des investissements importants ont permis la construction de lieux de diffusion spécialement équipés pour ces musiques (le programme Zénith initié en 1984 en est le meilleur exemple) et le soutien financier de certains festivals « rock » naissants.

Le budget total de la Direction de la Musique et de la Danse a été multiplié par 70 entre 1981 et 1991⁶⁵. Depuis, le budget varie sensiblement d'une année à l'autre. Pour le budget 2005 du Ministère de la Culture, 753 000 000 EUR sont prévus pour le spectacle vivant et le ministère précise qu' « il convient également d'être à l'écoute des musiques actuelles, auxquelles un soutien particulier sera accordé »⁶⁶. L'intervention publique en faveur des musiques amplifiées a donc littéralement explosé dans les années 1980, sous l'influence et le

⁶³ BERTHELOT, Philippe. 1997, *op. cit.*, p. 145.

⁶⁴ TEILLET, Philippe. 2002. *op. cit.*, p. 389-393.

⁶⁵ *Idem.*

⁶⁶ MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION. *Budget 2005 de la Culture et de la Communication*. [En ligne]. <http://www.culture.gouv.fr/culture/min/budget2005/budget2005.pdf> (Page consultée le 13 juillet 2005).

militantisme de certains professionnels qui ont accompagné le Ministre dans sa volonté de décloisonnement de la culture. Cette intervention de l'Etat a dès le départ ciblé le monde professionnel du spectacle vivant et réduit son action au champ économique, laissant de côté une grande portion du secteur. Les acteurs de terrain ont été de plus en plus nombreux à constater cette ambiguïté entre la mission d'intérêt général qui incombe à la puissance publique et les moyens mis en œuvre par le ministère⁶⁷.

L'implication des collectivités territoriales dans le champ des musiques amplifiées a été une réponse intéressante aux limites étatiques constatées. L'intérêt croissant des villes et de l'intercommunalité en faveur de ces musiques a été extrêmement bénéfique pour la création d'équipements adaptés à la demande locale. Dans plusieurs localités, des démarches partenariales sont apparues au début des années 1990 entre les collectivités et un mouvement associatif militant. La proximité des élus et des acteurs a permis une meilleure compréhension du champ des musiques amplifiées dans sa globalité, en articulant enjeux économiques, sociaux et culturels. Certaines collectivités ont activement participé à la création de lieux de musiques amplifiées, soit en assumant le développement d'initiatives militantes préexistantes, soit en prenant l'initiative⁶⁸. Le cas du Florida à Agen est souvent donné en exemple d'un partenariat réussi entre la ville et les porteurs de projets associatifs. On a assisté en quelque sorte à une évolution très marquante au niveau local, où les pouvoirs publics ont fortement investi le champ des musiques amplifiées. Plus récemment, cette évolution a dépassé le partenariat avec l'associatif, puisque certaines municipalités ont totalement pris en charge la création et la gestion d'un équipement dédié. Cette nouvelle génération de lieux marque d'une pierre blanche l'histoire de l'intervention publique en matière de musiques amplifiées. Nous pouvons parler d'une certaine forme d'institutionnalisation dans la mesure où les municipalités concernées (Reims, Nancy, Caen, St Etienne, Boulogne-Billancourt...) ne se contentent plus d'accompagner des initiatives associatives. Philippe Berthelot résume : « D'une situation où des acteurs singuliers ou des équipes défendent un projet et revendiquent des moyens de manière plus ou moins isolée et militante, on est passé à une logique d'investissement des collectivités publiques, avec ses méthodes et sa culture d'intervention. Ce qui n'est pas sans bouleverser la donne »⁶⁹.

Pour schématiser, l'intervention publique allant de pair avec la reconnaissance progressive des musiques amplifiées s'est effectuée selon deux mouvements distincts. D'une part, une intervention du Ministère de la Culture depuis 1981, symbolique au départ mais essentiellement économique, dans une logique de structuration du territoire français « de haut en bas ». D'autre part, une intervention croissante des collectivités territoriales depuis 1990,

⁶⁷ BERTHELOT, Philippe. 1997, *op. cit.*, p. 146.

⁶⁸ FRANCOIS-PONCET, Marie-Thérèse et WALLACH, Jean-Claude. 1999, *op. cit.*, p. 11.

⁶⁹ BERTHELOT, Philippe et GEMBARSKI, Stéphanie. L'implication progressive des lieux de musiques actuelles et amplifiées dans les processus éducatifs et de transmission. In : CEFEDM (Centre de formation des enseignants de la musique) Rhône-Alpes. *Enseigner la musique n°8*. Lyon : CEFEDM, 2005. p. 50.

prenant davantage en compte les dimensions sociales des musiques amplifiées, dans une logique de co-construction locale de solutions avec les acteurs associatifs. Ce deuxième mouvement est actuellement questionné par l'émergence significative d'équipements dont les collectivités sont les seules opératrices.

1.2. La Fédurok : une fédération pionnière pour la structuration du secteur

1.2.1. L'historique de la Fédurok

C'est le 5 avril 1994 que la Fédurok a officiellement été fondée⁷⁰, véritable aboutissement d'un travail de longue haleine de plusieurs initiatives privées non lucratives dans le secteur des musiques amplifiées. L'origine de ces initiatives est multiple, mais elles puisent leur source dans deux mouvements historiques qui ont émergé dans les années 1970-1980 : l'éducation populaire, et l'associatif militant et indépendant. De ce creuset se sont constitués plusieurs « salles et clubs rock » déterminés à programmer, promouvoir et encadrer ce que l'on n'appelait pas encore les musiques amplifiées. Parmi cette génération de « militants-bâisseurs » se trouvent des lieux toujours actifs aujourd'hui et chargés d'histoire, comme le Confort Moderne à Poitiers (association créée en 1979, lieu ouvert en 1985) ou la Clef à Saint Germain en Laye (association et lieu créés en 1984).

La naissance d'une fédération sous forme associative répondait à une volonté commune d'animer un réseau démocratique et participatif, afin d'affirmer et défendre un secteur d'activité touché par une profonde crise économique, politique et sociale⁷¹. Dans l'éditorial de la première Gazette Magique (la lettre d'informations de la Fédurok), le président-fondateur Didier Veillaault décrit la Fédurok comme « l'expression de nombreux ras-le-bol » des adhérents à différents sujets : environnement sonore et technique, relations avec les producteurs, manque de reconnaissance, isolement médiatique, hausse inexorable du prix des places⁷²... Ce contexte difficile a été l'occasion de rencontres fréquentes entre représentants des lieux, bien déterminés à entreprendre un travail de long terme pour la reconnaissance du secteur ainsi délimité.

Historiquement, la « Fédération des salles et clubs rock » (appellation de l'époque) comptait 20 adhérents lors de son assemblée générale constitutive du 5 avril 1994 à Paris. Les premières discussions entre adhérents concernent les relations difficiles avec la Société des Auteurs, Compositeurs et Editeurs de Musique (SACEM), les conséquences du « Décret Bruit » et de la politique de lutte contre les nuisances sonores, ainsi que les rapports aux

⁷⁰ LA FEDUROK. *Historique de la Fédurok*. 7 pages. Nantes : 2005.

⁷¹ BERTHELOT, Philippe. Dix ans de Fédurok, ou l'émergence du monde du milieu ! In : IRMA (Centre d'Information et de Ressources pour les Musiques Actuelles). *L'Officiel de la Musique 2005*. Paris : IRMA, 2004. p. 72.

⁷² VEILLAULT, Didier. L'édito : I love rock'n roll! *La Gazette Magique*, septembre 1994, n° 0, p. 1.

maisons de disques et producteurs. La Fédurok nomme une permanente en juin 1994 pour animer la vie de l'association. Environ un an après sa création, la fédération modifie ses statuts et fixe des critères d'adhésion⁷³. Depuis ces débuts, la fédération a beaucoup évolué et s'est adaptée aux nombreux chantiers sur lesquelles elle a été sollicitée. Si elle a conservé la forme juridique initiale, elle a changé de dénomination en 1998 pour devenir la « Fédération des lieux de musiques amplifiées/actuelles ». Ses statuts ont été plusieurs fois modifiés et la liste des adhérents s'est globalement allongée puisque à l'heure actuelle, 58 lieux la composent.

1.2.2. Les statuts de l'association⁷⁴

Plusieurs fois modifiés depuis leur dépôt initial en 1994, les statuts de l'association apportent une information claire et synthétique à propos de son objet et ses fonctionnements généraux. La dernière version des statuts date de l'assemblée générale extraordinaire du 8 mars 2005 et se trouve en intégralité dans les annexes.

L'objet statutaire de la Fédurok est triple :

- La reconnaissance et la structuration du secteur des musiques amplifiées / actuelles ;
- La défense des droits ainsi que des intérêts matériels et moraux, tant collectifs qu'individuels de ses membres au regard de leurs analyses et besoins ;
- Le développement des pratiques artistiques et culturelles dans le domaine des musiques amplifiées/actuelles et des formes d'expression qui s'y rattachent.

De portée assez large, cet objet dévoile deux niveaux de réflexion et de travail qui animent la fédération. Par la forme, le premier se rapproche quelque peu de celui d'un syndicat professionnel : il s'agit de « défendre » les droits et intérêts des membres, la fédération agissant donc comme un outil défensif de portée interne. Un second niveau consiste à servir l'intérêt général du secteur et des musiques amplifiées. Cette dimension collective est prioritaire et se retrouve dans les nombreux rapports de la fédération. Par exemple, dans le rapport moral de 2003, l'actuel président Eric Boistard souligne « la maturité de nos réflexions collectives » et « la volonté des Conseils d'Administration successifs d'aller vers l'avant, dans l'intérêt collectif et pour une structuration de notre secteur »⁷⁵.

Les statuts fixent aussi les grandes règles de la vie associative interne. Outre la description des moyens humains et financiers que nous étudierons plus avant ultérieurement, ils rapportent la

⁷³ LA FEDUROK. *Historique de la Fédurok*. 7 pages. Nantes : 2005.

⁷⁴ LA FEDUROK. *Statuts de l'association Fédurok*. 6 pages. Statuts officiels : Nantes : 1994 (modifiés par assemblée générale extraordinaire le 8 mars 2005). Voir annexe 1.

⁷⁵ BOISTARD, Eric. *Rapport moral et rapport d'activité de la Fédurok en 2003*. 12 pages. Rapport : Nantes : 2004.

fréquence des réunions des deux organes principaux : le conseil d'administration et l'assemblée générale. Le premier se réunit « au moins une fois par trimestre et en tout état de cause, chaque fois qu'il est convoqué par son Président ou sur la demande de plus du tiers de ses membres ». Actuellement, le conseil d'administration se réunit une fois par mois, attestant du dynamisme de la fédération. Il est prévu une assemblée générale ordinaire par an, mais le rythme de trois assemblées annuelles est devenu une habitude⁷⁶. Selon les circonstances et les urgences, une assemblée générale extraordinaire peut aussi être réunie « sur convocation du Conseil d'Administration ou à la demande écrite du tiers de ses membres titulaires du droit de vote ». Les assemblées générales sont des temps forts de la vie associative. Généralement organisées sur deux ou trois jours dans un des lieux adhérents, elles sont un rendez-vous de travail et de réflexion intenses, mais aussi de convivialité et d'échanges informels entre les équipes des différents lieux.

1.2.3. Les enjeux et chantiers principaux

Conformément à ses statuts, la Fédurok se propose donc de participer activement à la structuration collective du secteur des musiques amplifiées. Créée pour répondre à de nombreux besoins collectifs, elle demeure aujourd'hui un acteur majeur du secteur en prenant position sur des sujets d'actualité pertinents. Pour ce faire, elle se propose, au regard de son objet statutaire :

- D'analyser, définir et corriger – en concertation avec les organismes professionnels et les pouvoirs publics – les freins et les carences juridiques, économiques, politiques et sociaux rencontrés dans le secteur du spectacle vivant,
- D'aider au développement des projets culturels et artistiques des lieux de musiques actuelles et amplifiées, en particulier adhérents, mais aussi dans le cadre de l'intérêt général au développement des pratiques culturelles et artistiques aussi bien professionnelles qu'amateurs,
- De maintenir l'exigence et l'indépendance artistiques et de réfléchir sur les problématiques artistiques de découverte, d'innovation, de création et de formation,
- De construire une éthique professionnelle et de solidariser les équipes en charge des projets par la mise en œuvre d'outils de réflexion et d'action partagés,
- D'associer très largement l'ensemble des acteurs du champ des musiques amplifiées et actuelles à ses travaux.⁷⁷

⁷⁶ LA FEDUROK. *Présentation de la Fédurok*. [En ligne]. http://www.la-fedurok.org/01_fedurok/01_present.asp (Page consultée le 23 juin 2005).

⁷⁷ *Idem*.

Les travaux engagés sont nombreux et en lien avec l'actualité du secteur. A titre d'exemple, l'activité de la Fédurok en 2003 fut grandement influencée par le conflit social opposant le Ministre de la Culture et les intermittents du spectacle pendant l'été⁷⁸. Toutefois, la fédération aiguise principalement sa réflexion collective et permanente selon trois grands chantiers⁷⁹ :

- La gestion d'un outil permanent d'observation partagée et d'analyse des lieux.

Cet outil, baptisé à ses débuts « Tour de France Fédurok » et mis en place en 2000, vise à partir d'une collecte de données à la fois quantitatives et qualitatives, à construire des outils d'analyse permettant à ses adhérents d'élaborer une vision distanciée de leur pratique et de définir des perspectives de développement de leur projet et mode de fonctionnement. La troisième édition de ce travail d'observation fera l'objet d'une profonde amélioration technique : la création d'un logiciel complet et sur Internet afin de simplifier et de dynamiser la saisie et le traitement des données par les lieux adhérents.

- Un travail d'analyse, d'information, de sensibilisation et de formation des lieux adhérents.

La fédération procède à un travail de veille permanente et d'animation, et se développe comme un outil collectif de production d'informations, de connaissances et d'analyses pour ses adhérents et l'ensemble des acteurs du secteur.

- Une participation à la construction de partenariats en concertation avec les organismes professionnels et structures publiques, à chaque échelon territorial.

La Fédurok tente de susciter, d'organiser ou de s'inscrire dans des espaces de production collective et de dialogue avec les pouvoirs publics et le secteur professionnel pour dégager des solutions profitables aux lieux et à l'intérêt général du secteur. De nombreux thèmes font actuellement l'objet de partenariats : problématiques de l'emploi, accompagnement des pratiques, développement territorial, gestion sonore...

⁷⁸ BOISTARD, Eric. *op. cit.*, 2004.

⁷⁹ LA FEDUROK. *Présentation de la Fédurok*. [En ligne]. http://www.la-fedurok.org/01_fedurok/01_present.asp (Page consultée le 23 juin 2005).

1.2.4. Les moyens humains et financiers

1.2.4.1. Les membres

A l'heure où sont écrites ces lignes, la fédération compte 58 membres au total. Il existe trois catégories de membres prévues par les statuts de la Fédurok, modifiés par Assemblée Générale Extraordinaire du 8 mars 2005⁸⁰ :

- Les membres actifs délibérants.

Il s'agit de personnes morales de droit privé sans finalité lucrative, assumant la responsabilité pleine et entière de la mise en œuvre de projets artistiques et culturels basés sur la diffusion et/ou l'accompagnement d'initiatives artistiques et culturelles, au sein d'un équipement dont elles assurent la gestion.

- Les membres actifs consultatifs.

Ce sont les régies personnalisées dotées de l'autonomie morale et financière (établissements publics locaux), dont le projet artistique et culturel repose sur une activité de diffusion et/ou d'accompagnement d'initiatives artistiques et culturelles qui passe par la gestion d'un équipement. On y retrouve également des personnes morales, de droit privé, sans finalité lucrative et les lieux en préfiguration.

- Les membres associés.

Il s'agit de personnes morales de droit privé ou public dont l'activité est complémentaire et/ou convergente à l'objet et aux activités de l'association. Ces membres associés, peuvent être des « réseaux départementaux ou régionaux », qui sont des regroupements ayant une personnalité juridique de droit privé sans finalité lucrative, responsable et indépendante.

L'apparition d'établissements de musiques amplifiées par décision d'une collectivité territoriale (une partie des « membres actifs consultatifs ») est un phénomène nouveau, baptisé « génération 2000 » dans le travail d'observation réalisé par la Fédurok, selon lequel « on assiste à un glissement de l'initiative privée, souvent associative et non lucrative, vers une initiative exclusivement publique »⁸¹. Actuellement, ces lieux sont assez peu nombreux mais ils ont tendance à se développer. La seule régie personnalisée en place est la Cartonnerie à Reims. Des lieux en préfiguration, dont le statut légal reste à déterminer, sont à l'étude à Brest, Nancy, Saint-Étienne et Boulogne-Billancourt. Rappelons à ce titre que les lieux en préfiguration peuvent aussi être d'initiative strictement privée.

⁸⁰ LA FEDUROK. *Statuts de l'association Fédurok*. 6 pages. Statuts officiels : Nantes : 1994 (modifiés par assemblée générale extraordinaire le 8 mars 2005). Voir annexe 1.

⁸¹ LA FEDUROK. *Le Tour de France de la Fédurok : observation permanente et partagée d'un réseau*. 36 pages. Rapport de synthèse 1999-2002 : Nantes : 2003.

Enfin, la catégorie des « membres associés » a été créée en 2004 pour associer des réseaux travaillant dans les musiques amplifiées, mais dont l'activité est complémentaire avec les membres actifs. A ce jour, aucune structure ne fait partie de cette catégorie.

Selon l'article 14 des statuts, « sont titulaires du droit de vote [en assemblée générale] les membres actifs délibérants à jour de leur cotisation à l'ouverture de la réunion. Chaque membre dispose d'une voix »⁸². Les deux autres catégories peuvent participer à la vie de l'association, mais ne disposent pas du droit de vote.

Pour compléter les statuts et fixer les règles générales de bon fonctionnement de l'association, un règlement intérieur accompagne lesdits statuts depuis leur création en 1994. Modifié lui aussi par l'assemblée générale extraordinaire du 8 mars 2005, il apporte des précisions sur les droits et les devoirs de chaque catégorie de membres, de même que certaines modalités pratiques⁸³.

1.2.4.2. Le conseil d'administration et le bureau

Concernant le conseil d'administration, les statuts prévoient que la Fédurok soit « administrée par un Conseil composé de personnes physiques exerçant un pouvoir de décision au sein des personnes morales adhérentes. Le Conseil est élu pour 2 ans par l'Assemblée Générale à la majorité absolue des membres présents ou représentés. Les mandats de tous les membres élus sont renouvelables ». Composé de 11 administrateurs élus parmi les représentants des membres actifs délibérants (ce sont en pratique les directeurs des différents lieux), le conseil se réunit très régulièrement, en moyenne une fois par mois. Ses attributions sont de gérer les affaires générales de l'association et ses modalités de fonctionnement, ce qui inclut la nomination du directeur et de l'équipe permanente. Conformément au statut associatif, les administrateurs ne sont pas rémunérés pour leur participation au conseil, mais peuvent être en partie défrayés. Précisons enfin qu'un siège « consultatif » est réservé à un représentant des membres actifs consultatifs, désigné par ses pairs⁸⁴.

Les statuts prévoient également un bureau élu par le conseil d'administration et chargé de la mise en œuvre de ses décisions. Il est prévu un président, un vice-président (actuellement, le bureau comporte deux vice-présidents), un trésorier et un secrétaire⁸⁵.

⁸² LA FEDUROK. *Statuts de l'association Fédurok*. 6 pages. Statuts officiels : Nantes : 1994 (modifiés par assemblée générale extraordinaire le 8 mars 2005). Voir annexe 1.

⁸³ LA FEDUROK. *Règlement intérieur de la Fédurok*. [En ligne]. http://www.la-fedurok.org/01fedurok/06_reglement.asp (Page consultée le 27 août 2005).

⁸⁴ *Idem*.

⁸⁵ *Ibid*.

1.2.4.3. L'équipe permanente

La Fédurok est née sans salarié, mais devant l'ampleur du travail à réaliser, les membres fondateurs de l'association ont constaté la nécessité d'employer quelqu'un à plein temps pour en assurer la gestion quotidienne. François Dupas, l'actuelle directrice du Grand Mix à Tourcoing (un lieu membre de la Fédurok), a été engagée en tant que permanente en juin 1994 pour pallier ce manque. En 1997, François Dupas quitte son poste et se voit remplacée après une période de transition par Hanna Allouche. Durant ces premières années d'« activisme associatif », le poste de permanent était essentiellement de nature technique et administrative. En effet, la personne permanente était « en charge d'une fonction de coordination limitée à l'exécution autonome de tâches fixées par le Conseil d'Administration »⁸⁶. Basée à Ris-Orangis puis à Nantes, cette permanence n'était pas encore stabilisée.

C'est à partir de l'exercice 1999 que l'organisation interne de l'association change profondément. Réunie en assemblée générale en décembre 98, la Fédurok décide « de s'engager dans une professionnalisation de son action afin de répondre plus précisément aux enjeux posés aux lieux de musiques amplifiées et actuelles »⁸⁷. Philippe Berthelot, ancien directeur du Florida à Agen, est nommé directeur de la Fédurok pour une durée initiale de deux ans, depuis reconduite. Alors que Hanna Allouche quitte la Fédurok, désormais bien stabilisée à Nantes, Hyacinthe Châtaigné rejoint Philippe Berthelot en tant que chargé des études, et le travail d'observation est lancé dans sa première édition. Le 1^{er} août 2000, l'équipe passe à trois permanents avec l'arrivée de Véronique Huqueleux en tant qu'animatrice de réseau. En juillet 2001, un quatrième permanent est embauché, en la personne de Sabine Pecchionni pour les tâches administratives et comptables. Celle-ci quitte la fédération en juin 2002, remplacée par Jérôme Taudon. L'équipe est donc constituée de quatre permanents jusqu'en juillet 2003 où Véronique Huqueleux donne sa démission. Depuis, Philippe Berthelot, Hyacinthe Châtaigné et Jérôme Taudon travaillent toujours ensemble, et l'équipe est à nouveau complétée par un quatrième collaborateur, puisque Nicolas Carpentier est embauché en juin 2005 en qualité de chargé de l'information⁸⁸.

Cette équipe permanente est complétée de manière ponctuelle et selon les activités entreprises par des chargés de mission, des stagiaires, des personnes ressources qualifiées ou des étudiants de troisième cycle. Sous la tutelle de Hyacinthe Châtaigné, le chargé des études, ces collaborations répondent à des besoins latents ou urgents de la fédération, qui reçoit un nombre important de candidatures spontanées à ce titre⁸⁹. C'est dans le cadre de cette

⁸⁶ LA FEDUROK. Structuration et mode de fonctionnement technique de la Fédurok, [En ligne]. http://www.la-fedurok.org/01fedurok/02b_fonction.asp (Page consultée le 23 juin 2005).

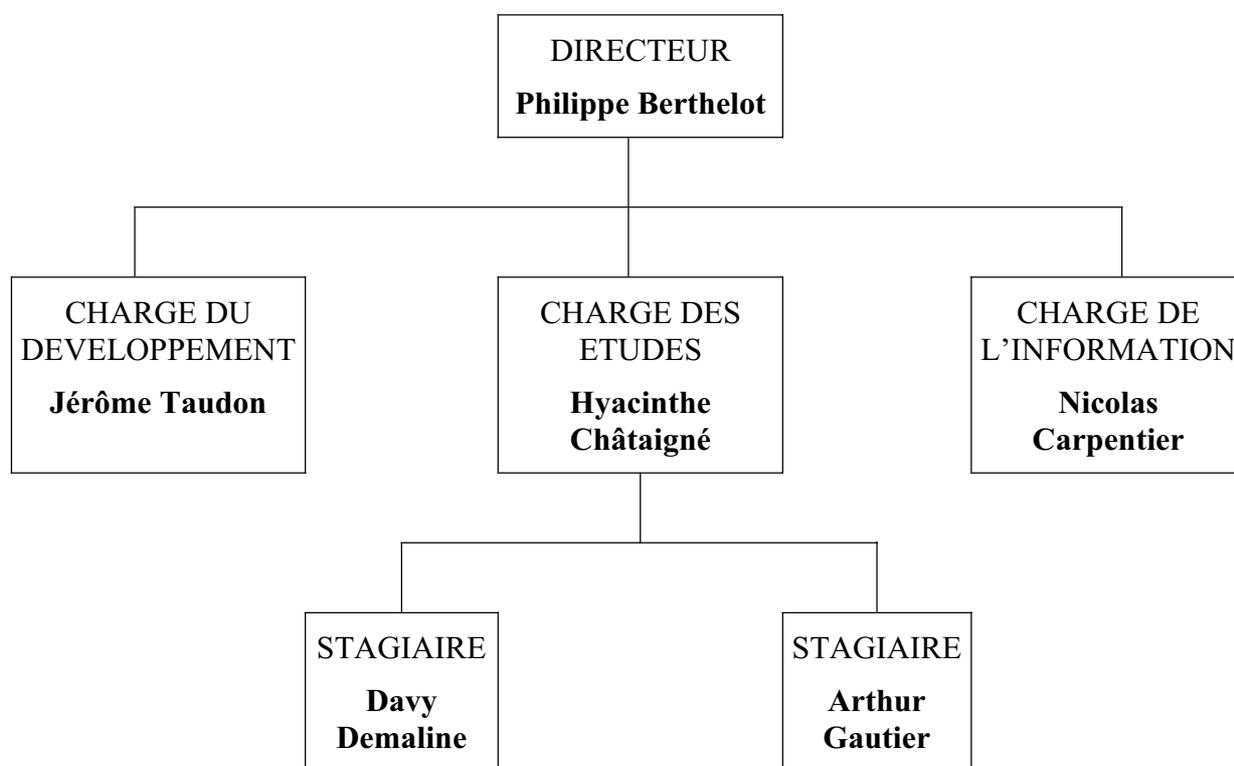
⁸⁷ *Idem*.

⁸⁸ LA FEDUROK. *Historique de la Fédurok*. 7 pages. Nantes : 2005.

⁸⁹ LA FEDUROK. Structuration et mode de fonctionnement technique de la Fédurok, [En ligne]. http://www.la-fedurok.org/01fedurok/02b_fonction.asp (Page consultée le 23 juin 2005).

politique que notre candidature a été retenue, afin d'explorer les liens entre l'économie sociale et solidaire et les lieux de musiques amplifiées.

En guise de synthèse, voici l'organigramme de la Fédurok durant la période de notre stage.



1.2.4.4. Eléments d'analyse financière⁹⁰

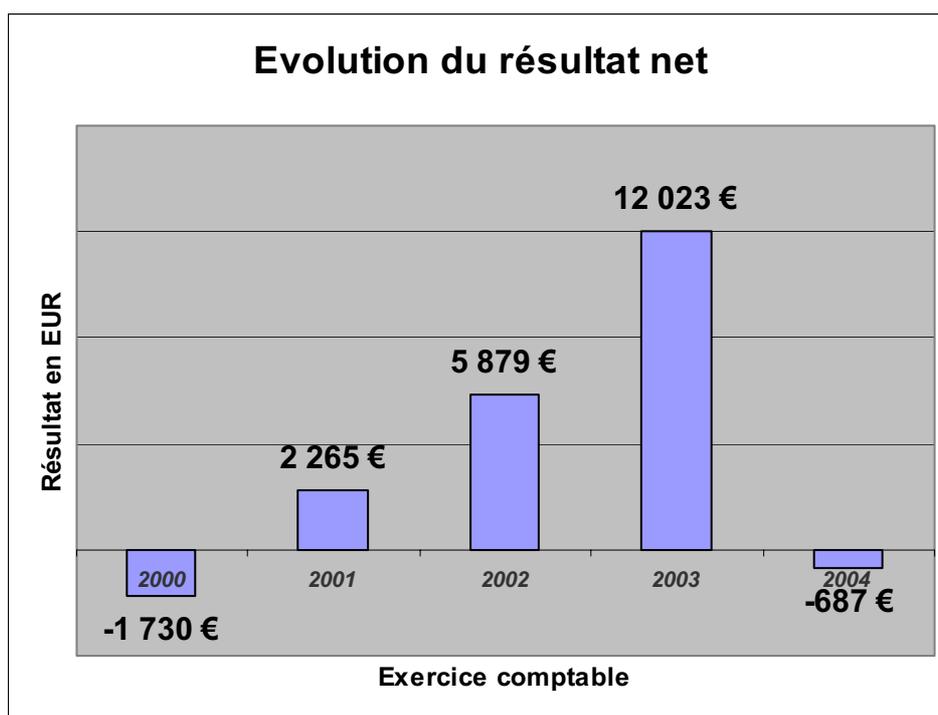
Nous utiliserons ici des données comptables des exercices 2003 et 2004 pour tenter de dégager certaines tendances. La méthodologie employée est inspirée du travail d'analyse que nous avons effectué à l'occasion du cours de comptabilité et analyse financière au premier semestre.

La Fédurok n'est pas une association centrée autour de la production de biens ou la prestation de services. La part de la production dans le total des produits d'exploitation est donc très faible (13% en 2003 ; 18% en 2004), en comparaison avec les diverses subventions que l'association reçoit pendant les mêmes périodes (87% ; 82%). Ces subventions constituent l'élément charnière du fonctionnement de l'association. Une baisse de 13% entre les deux derniers exercices a pour conséquence un différentiel de 27 717 EUR dans le budget global, ce qui grève la valeur ajoutée de 11% pour donner 129 183 EUR en 2004 (les achats et charges externes restant stables). L'idéal pour une association comme la Fédurok est de tendre vers une certaine autonomie de son activité à l'égard de l'extérieur. Avec une valeur ajoutée de 56% (58% en 2003), et compte-tenu du contexte économique actuel, l'association n'est pas

⁹⁰ Voir bilan et compte de résultat 2004 en annexe 2.

dans une mauvaise situation, mais doit surveiller de près cette dépendance vis-à-vis des subventions. La baisse de la valeur ajoutée, combinée à une stabilité des charges (pour le moment), donne par soustraction un excédent brut d'exploitation résiduel de seulement 468 EUR, contre 14 057 EUR en 2003 (-97%).

Nous voyons bien l'incidence majeure qu'une subvention manquante a sur la rentabilité de l'association, et sa capacité à couvrir les besoins en liquidité générés par l'exploitation. De plus, une embauche ayant eu lieu en juin 2005, les charges de personnel vont augmenter et diminuer de fait la rentabilité l'exercice prochain, toutes choses égales par ailleurs. Toutefois, le résultat d'exploitation n'est pas catastrophique à - 976 EUR, car la majorité des immobilisations sont en fin d'amortissement. La prudence est de rigueur pour l'avenir : le parc informatique doit bientôt être renouvelé et il faudrait à nouveau augmenter les dotations aux amortissements. Le résultat courant avant impôts est similaire au résultat d'exploitation (- 976 EUR), en raison de l'absence d'endettement bancaire et d'activité financière significative. Après déduction du résultat exceptionnel, la Fédurok affiche une perte de - 687 EUR en 2004, contre un bénéfice de 12 024 EUR en 2003.



Pour l'exercice 2004, la capacité d'autofinancement est quasi-nulle, en régression de 95% par rapport aux 14 941 EUR de l'exercice antérieur. Cette « absence » de CAF est problématique car celle-ci sert généralement à financer de nouveaux investissements, à rembourser des dettes financières et à contracter de nouveaux emprunts. Le prochain investissement en informatique deviendra problématique si l'association n'améliore pas sa CAF ou ne recourt pas à l'endettement bancaire – pratique qu'elle refuse depuis plusieurs années. De plus, une CAF faible réduit considérablement la marge de manœuvre de l'association. Si la nécessité

d'investir s'impose à l'encontre de ce qui est prévu aujourd'hui, elle aura des difficultés à se passer du concours bancaire, ou devra être déficitaire pendant les prochains exercices.

A la clôture de l'exercice 2004, les ressources permanentes de la Fédurok s'élèvent à 37 772 EUR alors que l'actif immobilisé brut atteint 18 431 EUR. L'association dégage donc un excédent appelé fonds de roulement, dont la valeur est de 19 341 EUR. Lors de l'exercice précédent, le fonds de roulement était de 21 289 EUR et reste donc dans les mêmes ordres de grandeur. Si l'on exprime le fonds de roulement en jours de chiffre d'affaires, on obtient un chiffre de 30,04 jours. Ce ratio est inférieur à deux mois (on considère généralement ce seuil comme un gage de sécurité), il est donc assez faible. Il est important de comprendre comment le fonds de roulement a été constitué. Dans le cas de la Fédurok, on constate la participation majeure des capitaux propres au calcul des ressources permanentes (plus de 60%), ainsi que l'absence d'endettement bancaire. C'est est un indicateur de bonne santé financière de l'association, dont le report à nouveau en 2004 atteignant la somme de 23 548 EUR (contre 11 524 EUR en 2003). Toutefois, ceci reste à nuancer avec le fait que l'association n'investit plus depuis deux ans, aussi il faut être prudent car ce fonds de roulement excédentaire provient également d'une baisse de valeur des immobilisations actuelles.

Le besoin en fonds de roulement de la Fédurok est négatif en 2004 avec – 26 811 EUR, en nette diminution des – 6 496 EUR de 2003 : c'est la forte réduction des créances clients qui explique cet écart important. Concrètement, cela signifie que l'association n'a pas besoin de recourir à un financement stable pour subvenir à ses activités quotidiennes, ce qui est une bonne chose à court terme. La trésorerie nette est la conséquence directe de l'écart entre fonds de roulement et besoin en fonds de roulement. L'association dégage donc des liquidités lors des deux derniers exercices : la trésorerie nette s'élevait à 27 784 EUR en 2003, puis à 46 152 EUR en 2004, soit une confortable augmentation de 18 367 EUR. Cette situation est la bienvenue pour faire face aux sorties de trésorerie, relativement nombreuses depuis le début de l'année 2005 (notamment les frais de déplacement de l'équipe et des deux stagiaires).

Pour conclure, la situation de la Fédurok nous semble globalement satisfaisante mais avec plusieurs points à surveiller avec prudence. Nous en avons dénombré quatre, dont il conviendra d'analyser la progression lors des exercices suivants : les faibles ressources stables (centrées autour du résultat et du report à nouveau, sans emprunt bancaire), la rentabilité fragile (qui n'est d'ailleurs pas vraiment une notion adaptée dans le cas d'une association qui ne produit ni bien ni services), la capacité d'autofinancement limitée et le caractère incertain et imprévisible de l'environnement de l'association.

1.3. Les lieux de musiques amplifiées : des structures dynamiques à l'économie fragile et mixte

1.3.1. Une typologie des adhérents à la Fédurok

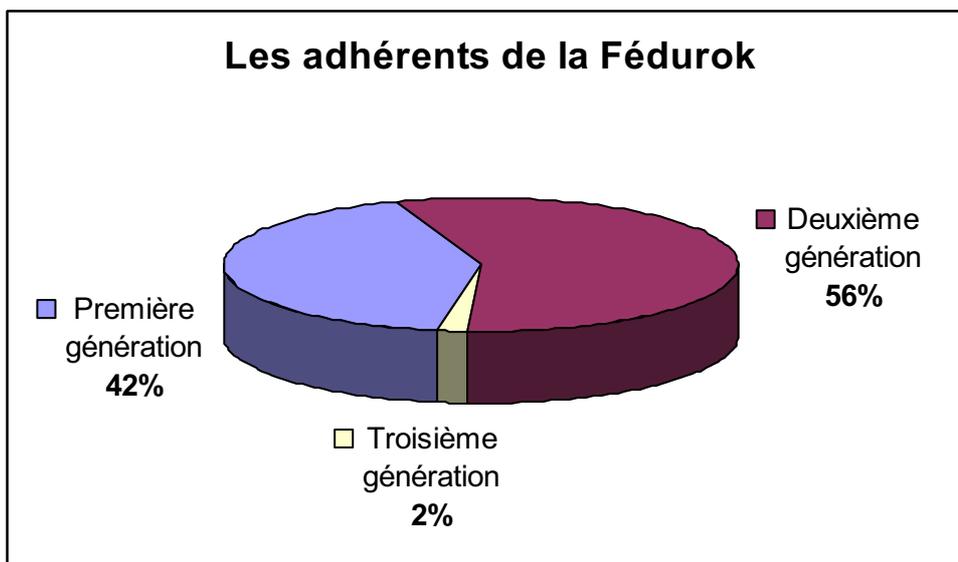
A l'occasion de son travail d'observation partagée mené au sein du réseau, la Fédurok a proposé une typologie en trois catégories de lieux⁹¹. Celle-ci met en évidence un phénomène de « génération » qui marque l'évolution de ces initiatives, ou du moins comment et par qui elles sont entreprises.

La première génération, celle des « militants bâtisseurs », regroupe les lieux les plus anciens du réseau Fédurok, apparus avant les années 1990. Il s'agit d'initiatives privées et militant pour l'émergence des musiques amplifiées, mais nous y trouvons aussi des structures issues des mouvements d'éducation populaire. Elles ont été historiquement portées par des « personnalités » du secteur, de formation diverse et donc parfois très éloignée de la gestion. Cette catégorie représente environ 42% des lieux aujourd'hui adhérents à la Fédurok.

La deuxième génération est celle de « convergence des volontés » entre des initiatives militantes et associatives et une collectivité locale qui souhaite se doter d'un équipement dédié aux musiques amplifiées. Cette génération est caractérisée par un dialogue et un jeu de partenariats entre les deux camps, afin d'aménager un lieu totalement adapté à la pratique des musiques amplifiées (contrairement à la première génération) sur un territoire. Actuellement, ce sont 56% des lieux qui appartiennent à cette catégorie.

Enfin, une troisième génération appelée « la génération 2000 » se distingue depuis peu dans le réseau. On y trouve des lieux dont l'initiative et le contrôle sont exclusivement du ressort des collectivités locales. Ces initiatives font généralement appel à des chefs de projet issus de la première génération pour leur expertise, et font l'objet de financements publics importants. Cette jeune génération représente seulement 2% des lieux, mais elle est amenée à se développer si nous considérons le nombre de projets en cours.

⁹¹ LA FEDUROK. *Le Tour de France de la Fédurok : observation permanente et partagée d'un réseau*. Rapport de synthèse 1999-2002 : Nantes : 2003. p. 8.



Cette typologie est le reflet de l'évolution profonde des initiatives aboutissant à la création d'un équipement dédié aux musiques amplifiées. Nous assistons depuis quelques années à un véritable « glissement de l'initiative privée, souvent associative et non lucrative, vers une initiative exclusivement publique »⁹². Ce mouvement fait écho à la reconnaissance progressive des musiques amplifiées comme composante légitime des politiques publiques en matière culturelle. Le rôle des collectivités locales est à ce titre primordial ; c'est à l'échelle du territoire que la reconnaissance et le développement des lieux de musiques amplifiées s'est le mieux organisé. Nous constatons, en observant la disposition des lieux sur une carte de France⁹³, le vaste maillage territorial qu'ils représentent. Même si certaines régions restent absentes du réseau, il n'y a pas de fractures de type « Paris – Province », et les lieux couvrent la grande majorité du sol français grâce à de bons partenariats avec leur collectivité.

1.3.2. Les activités engagées

Les lieux membres de la Fédurok ne proposent pas uniformément les mêmes activités. Ils cultivent une identité propre et restent souverains dans leurs choix artistiques, dans lesquels la fédération n'a pas à intervenir. Toutefois, pour adhérer, les lieux doivent correspondre à un certain profil que nous retrouvons dans le règlement intérieur de la Fédurok⁹⁴ : « Les projets artistiques et culturels des lieux s'articulent sur une action culturelle principalement construite à partir de la diffusion mais aussi, de plus en plus, autour de la formation, de l'accompagnement artistique et du soutien à la création ».

⁹² *Idem.*

⁹³ Voir annexe 3.

⁹⁴ LA FEDUROK. *Règlement intérieur de la Fédurok*. [En ligne].
http://www.la-fedurok.org/01fedurok/06_reglement.asp (Page consultée le 27 août 2005).

1.3.2.1. L'activité de diffusion au centre

A sa création en 1994, la Fédurok était la « fédération des salles et clubs rock »⁹⁵. Avant de parler de « lieux de musiques amplifiées/actuelles », le mouvement de rassemblement comprenant à l'époque une vingtaine de structures était clairement orienté vers l'activité de diffusion. Par diffusion, il faut comprendre la programmation et l'organisation technique de concerts dans une salle dédiée et équipée en ce sens.

Les porteurs de projets associatifs et militants dans les années 1980 forment une sorte de « génération d'explorateurs culturels »⁹⁶ dont les itinéraires divers se sont orientés et consolidés autour de l'activité de diffusion de concerts. Cette génération a également été sollicitée pour conduire des partenariats avec les collectivités territoriales, ou même assurer la direction des lieux de la « génération 2000 ». Le savoir-faire s'est concentré autour de la programmation et l'organisation de concerts, véritable « cœur de métier des lieux de la Fédurok » représentant « l'essentiel du référentiel et de la culture d'entreprise » communs à ces structures⁹⁷.

Depuis sa création jusqu'à nos jours, la Fédurok a donc regroupé des initiatives orientées majoritairement vers cette activité de diffusion, qui en 2002 représente encore 70% des moyens déployés par les lieux et 31% du budget annuel⁹⁸. Elle semble s'être stabilisée dans l'économie des structures, avec en moyenne 55 « dates » par an. Précisons que les lieux proposent généralement deux ou trois groupes par date, ce qui représente plus d'une centaine d'artistes programmés chaque année. Cette moyenne demande à être nuancée selon la situation géographique des lieux : en milieu rural, les concerts sont naturellement moins nombreux qu'en milieu urbain, avec une moyenne de 20 à 25 dates par saison⁹⁹.

Depuis quelques années, le cœur de métier que constitue la diffusion de concerts est entré dans une phase d'évolution et d'ouverture sans précédent. Dans les lieux de la Fédurok, la programmation se trouve désormais au carrefour de plusieurs phénomènes contradictoires : contraintes économiques plus lourdes, augmentation exponentielle de l'offre artistique locale, nationale et internationale... La programmation musicale d'un lieu doit tenir compte de ces évolutions pour rester pertinente. La conséquence majeure de ces évolutions semble être un partage des activités de programmation et d'organisation, en interne comme en externe. D'une part, la fonction de programmateur au sein de l'équipe permanente d'un lieu est de moins en moins le fait d'une seule personne, et se retrouve souvent co-gérée, voire de manière collective. D'autre part, les lieux font de plus en plus appel à de la « co-production » pour

⁹⁵ LA FEDUROK. *Historique de la Fédurok*. 7 pages. Nantes : 2005.

⁹⁶ BERTHELOT, Philippe. 1997, *op. cit.*, p. 147.

⁹⁷ LA FEDUROK. *Le Tour de France de la Fédurok : observation permanente et partagée d'un réseau*. Rapport de synthèse 1999-2002 : Nantes : 2003. p. 21.

⁹⁸ *Idem.*, p. 19.

⁹⁹ BERTHELOT, Philippe et GEMBARSKI, Stéphanie. 2005, *op. cit.*, p. 52.

l'organisation de concerts, en « sous-traitant » à des associations pour la découverte de groupes locaux, ou à des producteurs privés pour la venue de certains artistes bénéficiant d'une renommée internationale¹⁰⁰.

1.3.2.2. L'accompagnement : des réponses à de nouveaux besoins

L'évolution sensible de l'activité de diffusion des lieux va de pair avec le développement récent d'activités connexes au sein de leur projet artistique et culturel. Ces activités que nous rassemblerons derrière le terme d'accompagnement ont émergé de manière très hétérogène dans les lieux de la fédération durant la décennie 1990-2000, pour finalement être clairement identifiées depuis quelques années comme un mouvement général et durable.

Parmi ces activités nouvelles et connexes, l'exemple de la répétition des groupes est l'un des plus parlants. Face au manque criant de structures aménagées pour permettre aux praticiens de répéter dans de bonnes conditions (acoustiques, sécuritaires, techniques), certaines initiatives ont été prises localement pour répondre à ce besoin nouveau. Certains lieux de la Fédurok ont commencé à aménager des espaces, au sein du lieu ou en dehors, pour permettre aux groupes amateurs et professionnels de pratiquer leur répertoire. Une autre approche a été de créer des espaces ex-nihilo : sous l'initiative de sept communes du Pays de Lorient¹⁰¹, l'association Musiques d'Aujourd'hui au Pays de Lorient (MAPL) a d'abord ouvert des studios de répétition en 1996 avant de se doter d'une salle de diffusion. Ces différentes réponses, plus ou moins confortables, montrent en tout cas la volonté des lieux Fédurok de répondre aux sollicitations fortes des musiciens locaux et de passage.

D'une manière générale, deux types d'accompagnement ont été mis en place dans les lieux¹⁰² :

- L'accompagnement des pratiques artistiques

Ce sont des activités qui s'adressent essentiellement à des musiciens locaux et régionaux, amateurs ou professionnels. Elles répondent donc à une demande formulée par les groupes, de manière variable selon le contexte local. Orienté prioritairement vers la professionnalisation des pratiques, cet accompagnement peut être de deux ordres. D'une part, un accompagnement administratif qui consiste à dispenser une aide suivie à la création de projets artistiques. Concrètement, les équipes des lieux informent, conseillent et orientent les musiciens pour les aspects économiques, juridiques et sociaux de leur projet. D'autre part, un accompagnement artistique et technique qui concerne surtout l'accueil technique, la répétition et le travail

¹⁰⁰ LA FEDUROK. *Le Tour de France de la Fédurok : observation permanente et partagée d'un réseau*. Rapport de synthèse 1999-2002 : Nantes : 2003. p. 21.

¹⁰¹ CULTURE & PROXIMITÉ. *Les nouveaux services de la culture : Musiques d'aujourd'hui au pays de Lorient*. Monographie : Paris : 2000. p. 1-3.

¹⁰² BERTHELOT, Philippe et GEMBARSKI, Stéphanie. 2005, *op. cit.*, p. 53-57.

scénique et sonore. Certains lieux tendent à s'impliquer durablement dans la création artistique des groupes, ce qui pose la question de la subsidiarité et de l'indépendance créative des musiciens. L'accompagnement des pratiques artistiques est en développement constant dans 100% des lieux du réseau¹⁰³, mais les écarts entre eux sont considérables.

- Le soutien aux initiatives culturelles

Cette dimension d'action culturelle est également fortement marquée par le territoire sur lequel s'inscrivent les lieux. Au passage « éclair » des groupes tend à se substituer une volonté commune des artistes et des équipes à organiser des projets sur la durée, en relation avec le public. En outre, les lieux s'ouvrent de plus en plus aux initiatives et talents locaux, en mettant à disposition leur équipement et leurs compétences pour les accueillir, dans une tradition d'éducation populaire revisitée ou réactivée.

Grâce à un phénomène d'entraînement général, les innovations portées par certains lieux ont tendance à influencer les autres, et les échanges lors de débats régionaux et nationaux sont souvent l'occasion de confronter les pratiques de chacun. Au regard des compétences propres, il est dans l'air du temps de mutualiser certaines initiatives au niveau d'un territoire, en s'appuyant également sur des acteurs du milieu associatif, des élus, etc. De lieux de diffusion, les adhérents de la Fédurok tendent à devenir des « lieux de pratiques » qui interpellent davantage de participants, dans une dynamique résolument territoriale. Se battant initialement pour leur propre survie, ces lieux se sont installés durablement dans le paysage culturel de leur territoire et sont devenus « des points de références pour toute une partie du milieu musical »¹⁰⁴. Cette évolution notable tend à « repositionner l'activité de production de concerts et de programmation comme un élément déterminant du projet du lieu mais plus comme une finalité ; même si la communication et la valorisation sont toujours axées sur cette partie émergée de l'iceberg »¹⁰⁵.

1.3.3. Une « fragilité durable » des financements et des emplois

1.3.3.1. Ressources et équilibres instables

Le budget moyen des lieux Fédurok est estimé à 536 107 EUR selon les derniers travaux d'observation partagée de la fédération¹⁰⁶. Une grande disparité existe au sein du réseau, puisque le budget d'une petite structure rurale n'est pas comparable à celui d'un équipement labellisé Scènes de Musiques Actuelles (SMAC) en grande agglomération, par exemple. Les

¹⁰³ LA FEDUROK. *Le Tour de France de la Fédurok : observation permanente et partagée d'un réseau.* Rapport de synthèse 1999-2002 : Nantes : 2003. p. 22.

¹⁰⁴ *Idem.*

¹⁰⁵ LA FEDUROK. *Le Tour de France de la Fédurok : observation permanente et partagée d'un réseau.* Rapport de synthèse 1999-2002 : Nantes : 2003. p. 25.

¹⁰⁶ *Idem.*, p. 27.

ressources budgétaires de chaque lieu comprennent une partie d'autofinancement provenant de la part marchande des activités (billetterie de concerts, location de studios de répétition ou d'enregistrement, recettes du bar...) et une partie de financements publics. Cette dernière représente actuellement 65% du budget en moyenne, ce qui laisse a priori 35% de ressources propres.

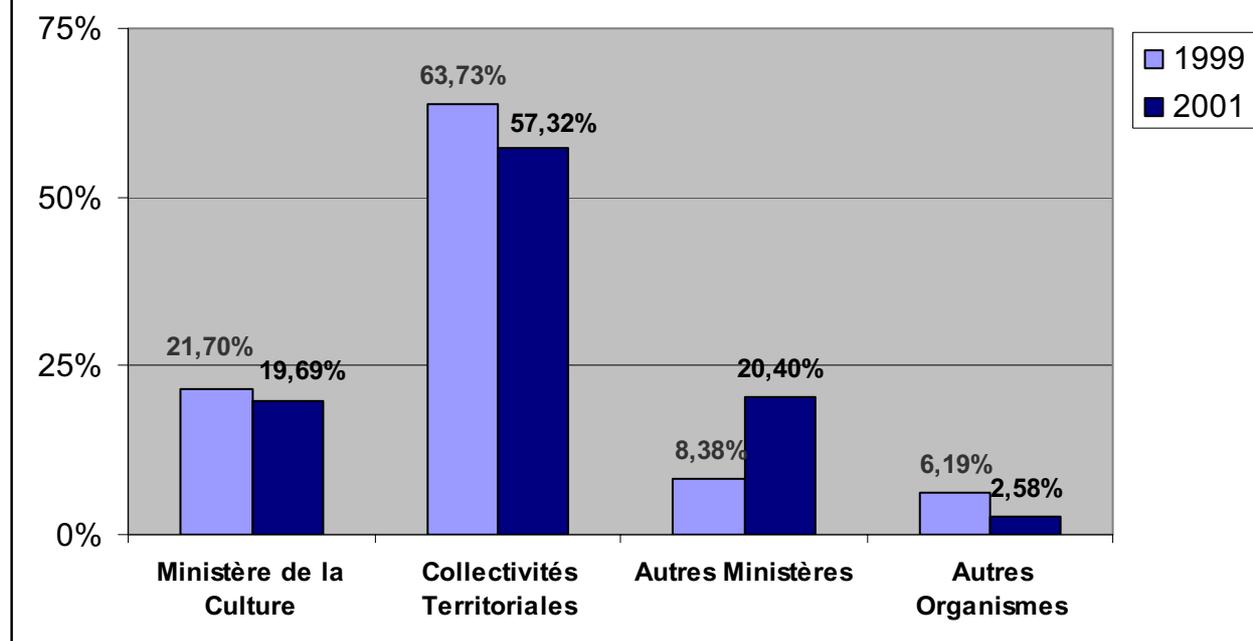
S'ils représentent désormais près des deux tiers du budget des lieux Fédurok, les financements publics sont encore insuffisants pour permettre aux structures de sortir de la fragilité économique. Il est nécessaire de bien identifier deux types de fonds publics : d'un côté les aides à l'emploi octroyées généralement par l'Etat, et de l'autre les subventions directement liées aux activités « culturelles » proposées. Parmi celles-ci, distinguons encore les aides accordées au démarrage d'une activité (par exemple, une subvention d'investissement pour l'aménagement d'une salle) et les subventions de fonctionnement. Ce sont ces dernières qui sont l'enjeu majeur de toute participation publique.

Comme le rappelle Culture & Proximité, les aides à l'emploi et au démarrage sont « des ressources non durables, et dont le remplacement devient alors une des conditions de la pérennisation économique du service »¹⁰⁷. Or ce remplacement par les subventions est rendu instable et compliqué par la multiplication des tutelles auxquelles s'adresser et les incertitudes concernant leur renouvellement. Ce sont les collectivités territoriales qui participent majoritairement au financement public des lieux, avec 57,32% du total. Suivent ensuite le Ministère de la culture avec 19,69% et surtout les autres ministères, dont la participation est passée de 8,38% en 1999 à 20,40% en 2001. Cette augmentation spectaculaire représente les aides à l'emploi versées par le Ministère du travail notamment dans le cadre du programme Nouveaux services emplois-jeunes (NSEJ). D'autres tutelles diverses viennent compléter le concours public à hauteur de 2,58%¹⁰⁸.

¹⁰⁷ CULTURE & PROXIMITE. *Equilibre économique d'une activité de concerts musiques actuelles*. [En ligne]. <http://www.culture-proximite.org/4medias/basedoc/pdf/repmethod/economie/CDC4.pdf> (Page consultée le 21 juin 2005).

¹⁰⁸ LA FEDUROK. *Le Tour de France de la Fédurok : observation permanente et partagée d'un réseau*. Rapport de synthèse 1999-2002 : Nantes : 2003. p. 31.

Comparaison 1999/2001 des financements publics des lieux



Le tiers de ressources restantes est donc issu des activités propres à chaque lieu. Nous parlerons de ressources « marchandes » puisqu'elles proviennent de ventes de produits ou de prestations de services : les postes les plus importants sont généralement la billetterie et le débit de boissons, qui représentaient respectivement 17,8% et 7% du budget global des lieux en 1999¹⁰⁹. Selon les lieux, d'autres ressources les complètent, mais restent minoritaires dans le budget. Concernant le débit de boissons, notons que quelques lieux ont recours à une structure juridique séparée pour assurer la gestion d'un bar, généralement une société à responsabilité limitée (SARL) dont l'association assure la gestion. Les cas de figure sont variés, et peuvent parfois générer une certaine confusion aux yeux des financeurs publics. Si les activités sont statutairement détachées, les excédents dégagés par le bar sont généralement réinvestis dans le lieu physique, ce qui profite autant à l'association qu'au bar. Mais certains cas sont plus compliqués et nécessitent un dialogue soutenu entre l'association et les élus. D'une manière générale, la part des ressources marchandes dans le budget d'un lieu diminue progressivement depuis plusieurs années. Si l'augmentation notable des subventions publiques y est imputable, certaines interprétations concourent à un recul durable de l'autofinancement : nécessité de maintenir des tarifs bas, capacité d'accueil limitée, augmentation des coûts de transport et de production... En outre, la dynamique de fond qui replace la diffusion comme un élément d'un projet culturel plus vaste coïncide avec une extension de la notion d'intérêt général au sein des lieux. : les nouvelles missions de « service

¹⁰⁹ *Idem.*, p. 15.

public délégué »¹¹⁰ ainsi assumées par les lieux sont logiquement soutenues financièrement par la puissance publique.

Des financements publics croissants mais encore insuffisants aux yeux des lieux, des ressources marchandes qui montrent leurs limites... L'équilibre n'est pas simple à trouver. Beaucoup de structures de la Fédurok fonctionnent encore en sur-régime : elles manquent de moyens pour mener à bien toutes les missions qu'elles entreprennent ou qui leur sont confiées par les tutelles publiques. Le fait que la plupart des conventions avec la ville soient triennales contribue fortement à cet écart entre moyens et objectifs : un décalage s'amplifie lors des deux dernières années de convention, qui ne sont plus en phase avec les évolutions économiques récentes du secteur.

1.3.3.2. La précarité de l'emploi

Si les ressources budgétaires des lieux sont fragiles, l'emploi salarié associatif l'est peut-être encore plus. Deux aspects de cette fragilité ont retenu notre attention. Le premier est l'importance considérable des emplois intermittents ou aidés dans le fonctionnement des activités. Le second est un mouvement de professionnalisation qui fait le grand écart entre le travail demandé et sa rétribution effective.

Du fait de leurs faibles ressources financières, les associations de la Fédurok doivent recourir à des aides du Ministère du travail pour pouvoir embaucher une équipe de salariés suffisante. Les emplois aidés les plus répandus dans les lieux sont les contrats NSEJ, les Contrats Emploi Solidarité et les Contrats Emploi Consolidé. Si bon nombre d'associations culturelles font appel à ces contrats de travail aidés, ce constat est très marqué à la Fédurok puisque « les équipes permanentes sont composées majoritairement d'emplois aidés et/ou précaires de type intermittent à plus de 80 % pour la moyenne des lieux »¹¹¹. Le poids des intermittents est particulier au secteur du spectacle vivant et au « métier » de diffusion, lequel nécessite une équipe technique très qualifiée pour seulement quelques dates par mois. Parmi les emplois aidés, ce sont les emplois-jeunes qui ont ouvert de nouvelles perspectives pour les lieux, constituant une véritable bouffée d'oxygène pour développer le projet associatif. Perçus comme « une opportunité de stabiliser enfin la force de travail »¹¹² dans les associations, ces contrats ont mis en évidence un écart intéressant avec les conceptions de l'Etat en la matière. Si le programme devait permettre la création de « nouveaux services » répondant aux besoins d'une société qui change, les associations de musiques amplifiées l'ont accueilli et l'ont utilisé pour enfin assurer le développement durable et progressif de leur projet artistique et

¹¹⁰ BERTHELOT, Philippe et GEMBARSKI, Stéphanie. 2005, *op. cit.*, p. 58.

¹¹¹ LA FEDUROK. *Le Tour de France de la Fédurok : observation permanente et partagée d'un réseau*. Rapport de synthèse 1999-2002 : Nantes : 2003. p. 11.

¹¹² BUREAU, Marie-Christine. *Le statut de l'entrepreneuriat artistique et culturel : une question d'économie politique*. Document de travail du Centre d'Etudes de l'Emploi, n°8 : Paris : 2001. p. 6.

culturel¹¹³. En écoutant les équipes des différents lieux, nous avons réalisé l'importance fondamentale qu'ont pris les emplois-jeunes dans la progression des activités d'accompagnement dont nous avons parlé précédemment. Dans un secteur qui « actuellement se structure tout en devant faire face à des difficultés chroniques de fonctionnement »¹¹⁴, les postes créés et pérennisés pendant au moins cinq ans ont grandement participé à son évolution rapide.

Les associations ont connu un grand mouvement de professionnalisation dans l'ensemble des secteurs, malmenant le cliché de l'« amateurisme associatif » qui a longtemps prévalu en France. Le recours aux emplois-jeunes a particulièrement accompagné ce mouvement au sein de la Fédurok, mais si les conséquences positives sont faciles à constater, deux problèmes de fond demeurent : d'une part la pérennisation des postes créés et la sortie du dispositif, et d'autre part l'écart considérable entre le faible niveau de rémunération des postes et le haut niveau de responsabilités et de qualifications correspondantes. Ce dernier point est symptomatique d'un fonctionnement en sur-régime. Les équipes de chaque lieu fournissent une quantité de travail importante qui dépasse très souvent le cadre du temps de travail réglementaire. Cette surcharge de travail s'accompagne généralement d'une grande autonomie synonyme de fortes responsabilités à chaque poste, par la taille réduite des équipes salariées et la faible hiérarchisation qui les caractérise¹¹⁵. La notion d'investissement personnel dans l'association prend ici tout son sens et la frontière entre salariat et bénévolat s'estompe. Malheureusement, les conditions de rémunération « sont fortement déconnectées de la qualité du travail fourni en contrepartie »¹¹⁶, ainsi que de sa quantité. Cela semble fréquent dans le secteur associatif culturel, où « la rémunération se situe nettement en dessous des prétentions salariales légitimes de personnes d'un niveau de qualification assez élevé »¹¹⁷. Enfin, il semblerait que dans les associations de musiques amplifiées, le niveau de formation des personnes embauchées avec le dispositif NSEJ soit largement supérieur que dans les autres activités culturelles, avec un montant de rémunération équivalent¹¹⁸.

Nous reprendrons pour résumer l'expression d'Eliane Le Dantec selon laquelle un paradoxe existe entre « travail enrichi et emploi appauvri » au sein de la mise en place du dispositif

¹¹³ *Idem.*

¹¹⁴ CULTURE & PROXIMITE. *Equilibre économique d'une activité de concerts musiques actuelles*. [En ligne]. <http://www.culture-proximite.org/4medias/basedoc/pdf/repmethod/economie/CDC4.pdf> (Page consultée le 21 juin 2005).

¹¹⁵ BUREAU, Marie-Christine *et al.*. *Les emplois-jeunes dans la culture : usages et enjeux d'une politique de l'emploi*. Paris : La Documentation française, 2001. p. 177-180.

¹¹⁶ *Idem.*

¹¹⁷ CULTURE & PROXIMITE. *Emplois-jeunes culture : établir la situation économique de l'association culturelle*. [En ligne]. <http://www.culture-proximite.org/4medias/basedoc/pdf/repmethod/economie/CDC1.pdf> (Page consultée le 21 juin 2005).

¹¹⁸ CULTURE & PROXIMITE. *Consolidation des NSEJ dans les réseaux musiques actuelles*. Rapport final : Paris : 2003. p. 64.

NSEJ¹¹⁹. Les lieux de la Fédurok vérifient ce paradoxe dans la majorité de leurs postes salariés, où une certaine précarité et un travail difficile sont compensés par l'intérêt du travail et la passion de « salariés-bénévoles » pour l'association et son projet artistique et culturel.

1.3.4. Une situation économique ambiguë

1.3.4.1. Une mixité des ressources délicate

Une des conclusions du travail d'observation mené par la Fédurok en 1999 et 2001 illustre notre sujet : « La faiblesse des financements publics attribués au fonctionnement (moins de 43 % si on retire les aides à l'emploi) mais aussi leur histoire obligent les lieux à s'appuyer sur une économie mixte avec l'exercice difficile de rechercher continuellement des dispositifs publics nouveaux d'une part, et de composer avec le secteur commercial d'autre part au risque de distorsion de leur projet culturel et artistique »¹²⁰.

La première difficulté réside dans le rapport à l'argent public. Si les lieux déplorent pour l'instant une insuffisance des financements publics, force est de constater que ceux-ci constituent les deux tiers du budget d'un lieu de musiques amplifiées, et cette proportion semble vouer à augmenter encore. S'il est vrai que ces lieux ne « coûtent pas cher » par rapport à un théâtre ou un opéra, ils font l'objet d'une reconnaissance solide de la part de collectivités, et bénéficient de fonds plus conséquents que d'autres champs culturels émergents. Le rapport symbolique à l'argent public est fort dans le secteur des musiques amplifiées, qui s'est développé au départ « avec des bouts de ficelle » et dans un militantisme associatif fort, loin de toute considération du Ministère. Aujourd'hui, les multiples conventions et dialogues avec les tutelles publiques renvoient à une notion de « service public délégué » qui présente peut-être un risque d'instrumentalisation des initiatives et une certaine forme de « canonisation culturelle » qui semblait encore improbable il y a quelques années. Un problème majeur subsiste : on observe un décalage flagrant entre les actions d'intérêt général que mènent les lieux et la nature de l'argent public sensé les financer. Les aides à l'emploi et au démarrage d'activités ne sauraient compenser durablement et de manière permanente les bénéfices collectifs issus de l'activité des lieux.

Le rapport avec le secteur commercial représente une autre difficulté. Les activités de billetterie des lieux supposent une politique tarifaire en amont, qui prene à la fois en compte la nécessité de rechercher l'équilibre budgétaire et la dimension sociale d'un service d'intérêt général. Si les tarifs dans les lieux Fédurok demeurent environ 30% inférieurs à des salles de concerts privées et commerciales¹²¹, l'augmentation très nette des coûts de production d'un

¹¹⁹ BUREAU, Marie-Christine *et al.*. 2001, *op. cit.*, p. 155-156.

¹²⁰ LA FEDUROK. *Le Tour de France de la Fédurok : observation permanente et partagée d'un réseau*. Rapport de synthèse 1999-2002 : Nantes : 2003. p. 11.

¹²¹ LA FEDUROK. *Le Tour de France de la Fédurok : observation permanente et partagée d'un réseau*. Rapport de synthèse 1999-2002 : Nantes : 2003. p. 20.

concert ces dernières années a obligé les lieux à augmenter les prix. Garder une politique tarifaire basse est difficile, et les tentations de programmer certains artistes plus rentables et moins en phase avec le projet artistique et culturel peuvent se concrétiser dans certains lieux. En ce qui concerne le débit de boissons, des ambiguïtés persistent également. Activité annexe et conviviale, le bar dégage néanmoins des recettes qui peuvent gêner certains partenaires publics qui ne souhaitent pas se voir accusés de financer la consommation de boissons alcoolisées...

La mixité entre financements publics et recettes marchandes soulève donc plusieurs questions et quelques tensions avec d'une part les salles de concerts privées et de l'autre les institutions publiques. Qu'on les accuse de fausser les règles de la concurrence d'un côté ou qu'on ne reconnaisse pas leur forte dimension artistique et sociale de l'autre, ces lieux sont difficiles à concevoir d'un coup d'œil. Enfin, si nous nous penchons plus avant sur les budgets des lieux, nous pouvons constater une grande mixité à l'intérieur même du bloc constitué par les financements publics ! Leur diversité n'est pas simplement une volonté de réduire sa dépendance à tel ou tel partenaire, il s'agit plutôt d'un besoin de « frapper à toutes les portes » pour arriver à maintenir l'activité. Philippe Berthelot résume : « Cette hybridation des financements, comme on le dirait en économie sociale et solidaire, n'est pas simple à gérer parce qu'elle suppose une multitude d'évaluations de natures différentes, car chaque financeur dispose de ses propres critères d'attributions »¹²².

1.3.4.2. L'inadaptation des cadres administratifs et juridiques

Les lieux de la Fédurok occupent un espace économique ambigu, non seulement par la mixité qui caractérise leur financement, mais aussi par la non prise en compte de leurs spécificités économiques par les cadres administratifs et juridiques nationaux. Marie-Christine Bureau rappelle qu'en France, « ni le code du travail, ni le code des impôts, ni le code du commerce, ne conçoivent qu'un individu puisse avoir une activité professionnelle non lucrative, c'est à dire peu ou mal rémunérée par rapport à la qualité et à la quantité du travail fourni, mais tout de même entreprise, par sens de l'intérêt général ou désir d'achèvement personnel »¹²³. Rien n'est aménagé pour faciliter ces initiatives. Cette situation concerne en particulier les lieux associatifs de musiques amplifiées. Situés hors cadre, ils sont souvent incompris par les administrations, ou tout du moins les subtilités qui les caractérisent sont très rarement prises en compte. La perplexité laisse parfois la place à la suspicion devant le silence des codes : « le bénévolat est assimilé à du travail au noir, ou à l'amateurisme, la création de spectacles sans moyens fait une concurrence déloyale au CDN (Centre dramatique national) local, l'association devient une entreprise lucrative déguisée pour échapper à l'impôt etc. »¹²⁴.

¹²² BERTHELOT, Philippe et GEMBARSKI, Stéphanie. 2005, *op. cit.*, p. 60.

¹²³ BUREAU, Marie-Christine. 2001, *op. cit.*, p. 1-3.

¹²⁴ *Idem.*

Il faudrait mener un important travail d'information et de « lobbying » à tous les niveaux pour faire comprendre les réalités économiques et sociales de structures non lucratives de musiques amplifiées. La reconnaissance dont ont bénéficié ces musiques doit maintenant s'étendre au fonctionnement économique des lieux associatifs qui en assurent la diffusion et l'accompagnement. Parmi les éléments particulièrement urgents à revendiquer, nous insisterons sur deux questions : le rapport à la professionnalisation dans ces lieux et un champ d'intervention vaste mêlant les dimensions culturelles, économiques, sociales et politiques.

Nous l'avons abordé avec la précarité de l'emploi, il existe dans ces lieux un rapport difficile à la professionnalisation. La volonté et les compétences sont en conflit avec la quasi-impossibilité matérielle de salarier justement une équipe permanente qui prenne en charge l'ensemble des activités. La place du bénévolat dans cette équation est déterminante : dans la tradition de l'éducation populaire, certains lieux impliquent volontairement de nombreux bénévoles dans leur fonctionnement tandis que d'autres tentent d'endiguer ce phénomène pour favoriser l'emploi salarié. Par ailleurs, la prise en compte des pratiques en amateur dans le projet artistique et culturel des lieux complexifie quelque peu la donne en matière de rapport à la professionnalisation. En tous les cas, il semble nécessaire de porter cette complexité à l'attention des partenaires, publics comme privés.

Enfin, il nous semble nécessaire de préciser le champ d'intervention des lieux de musiques amplifiées. Dès 1994, la Fédurok constatait la tendance générale à séparer les mondes de l'économique, du socioculturel et de l'artistique. « Ne sommes-nous pas à la croisée de toutes ces pistes ? »¹²⁵ s'interroge Philippe Berthelot dans l'éditorial de la Gazette Magique numéro un (la lettre de la Fédurok, publiée jusqu'en juin 2000). Onze ans après la naissance de la fédération, la confusion demeure : le rôle socio-économique de ses adhérents reste difficile à mesurer, la légitimité culturelle de ces musiques est toujours incomplète, et la mixité de leur financement les écarte encore des modèles publics et privés de la culture.

1.3.4.3. Ni privé, ni public... Vers un monde du milieu ?

Les lieux de la Fédurok s'accordent plus ou moins pour se reconnaître dans un espace situé entre « des logiques de profits et celles d'un service public administré »¹²⁶, qui ne correspondent actuellement à aucun cadre administratif et juridique particulier, hormis les dispositions générales de la loi 1901 sur le droit d'association. L'espace ainsi revendiqué marque une opposition forte aux « logiques commerciales de type capitalistes, lesquelles, visant d'abord à développer des marges bénéficiaires, appliquent des logiques de

¹²⁵ BERTHELOT, Philippe. L'édito : reconnaissance culturelle ? *La Gazette Magique*, décembre 1994, n° 1, p. 1.

¹²⁶ BERTHELOT, Philippe. Dix ans de Fédurok, ou l'émergence du monde du milieu ! In : IRMA (Centre d'Information et de Ressources pour les Musiques Actuelles). *L'Officiel de la Musique 2005*. Paris : IRMA, 2004. p. 72.

concentration et de monopoles »¹²⁷. La démarche artistique et culturelle des projets se démarque nettement des salles de concerts et producteurs privés dont la recherche de marges n'est pas compatible avec la volonté de découverte artistique et de soutien à l'émergence. L'opposition de ces lieux est un peu moins marquée vis-à-vis de l'intervention publique, et nous préférons parler d'ambiguïté avec « d'un côté, désir de reconnaissance et de soutien financier ; de l'autre, méfiance et crainte de voir dénaturé le sens de son activité par des contraintes [...] étrangères »¹²⁸. Il s'agit à la fois de s'engager dans une relation de partenariat avec les pouvoirs publics, tout en refusant d'en être banalisé ou affadi en conséquence.

Cet espace se définit certes par opposition aux modèles économiques privés et publics, mais il témoigne néanmoins d'une réelle construction identitaire interne qui ne se borne pas à rejeter simplement les autres modèles, par principe. En réalité, ce monde du milieu s'est progressivement créé pour répondre à de nouveaux besoins de la population. Il s'agit particulièrement des activités d'accompagnement, mais aussi le soutien via la diffusion à des courants musicaux émergents, novateurs et non reconnus. Les lieux de musiques amplifiées qui composent la Fédurok « interviennent de plus en plus fortement là où l'économie marchande et l'économie publique ne le font pas ou plus »¹²⁹. Dans le secteur, les structures privées lucratives sont soumises à des impératifs de rentabilité qui ne leur permettent ni de diffuser des artistes dont le succès commercial est incertain, ni de répondre aux besoins de populations peu solvables. A contrario, les structures publiques (Etat, direction régionale des affaires culturelles, collectivités locales) ne disposent pas souvent des compétences et de l'expertise de terrain nécessaires pour réaliser seules ce qui est entrepris dans les projets artistiques et culturels, malgré leur mission de servir l'intérêt général. L'« adaptation aux réalités mouvantes de la demande »¹³⁰ est souvent très difficile pour le secteur public

Les lieux de la Fédurok ne recherchent pas la maximisation de leur auditoire, s'opposant de fait aux impératifs commerciaux des salles privées et à la tradition française de construire des « cathédrales » publiques de la culture dans un modèle basé sur l'excellence et la réputation. C'est dans un souci de proximité et de lien social que les structures de notre « monde du milieu » opèrent. Elles défendent le fait de toucher un nombre restreint de personnes à chaque concert, en recherchant d'abord la qualité et la régularité des relations avec le public. De plus en plus, elles occupent par leur discours un espace « politique »¹³¹ fort dans l'économie de la culture française, en résistant aux pressions de deux modèles dominants.

¹²⁷ BERTHELOT, Philippe et GEMBARSKI, Stéphanie. 2005, *op. cit.*, p. 59.

¹²⁸ BUREAU, Marie-Christine. 2001, *op. cit.*, p. 4-5.

¹²⁹ LA FEDUROK. *Le Tour de France de la Fédurok : observation permanente et partagée d'un réseau.* Rapport de synthèse 1999-2002 : Nantes : 2003. p. 10.

¹³⁰ COLIN, Bruno. Sociétés à but non lucratif, une question de statut ? *Culture et Proximité*, juin 1997, n°4, p. 54.

¹³¹ BERTHELOT, Philippe et GEMBARSKI, Stéphanie. 2005, *op. cit.*, p. 59.

Dans un article qui souligne les limites des marchés privés et publics de la culture, l'économiste Dominique Sagot-Duvauroux¹³² évoque le retour à un modèle de « contamination par contiguïté » propres aux structures d'éducation populaire, « autour de nouveaux lieux où projet politique, pratiques amateurs et exigence de création cherchent à faire bon ménage ». Les lieux de la Fédurok en font partie, et comme d'autres laboratoires d'initiatives culturelles encore peu identifiés, sont « à la recherche de leur modèle économique, entre institution et marché ». C'est cette recherche que nous tenterons d'aborder par la suite, en interrogeant l'économie sociale et solidaire comme outil d'analyse et possible éclairage sur le positionnement spécifique de ces petites et moyennes structures non lucratives de musiques amplifiées.

1.4. Le contexte du stage

1.4.1. La mission initiale

Suite à plusieurs échanges avec l'équipe de la Fédurok, nous avons convenu de la mission suivante au cours du mois de janvier 2005, quelques jours avant le début du stage :

- Participer à la préparation et à l'animation d'ateliers de réflexion ayant pour thème les rapports et les enjeux communs entre les musiques actuelles et amplifiées et les réseaux de l'économie sociale et solidaire. Ces interventions feront l'objet d'un apport théorique, factuel et synthétique aux membres de la Fédération, à l'occasion de « temps forts » à définir au fur et à mesure de l'évolution du stage (assemblées générales, séminaires, forums).
- Développer des contacts et étudier les réseaux de musiques actuelles et amplifiées en Europe. Il s'agira de réaliser une sorte de panorama des structures en place, et de mener une réflexion sur leur fonctionnement et les rapprochements éventuels avec la fédération. Ce travail aura pour objet de donner une meilleure lisibilité des initiatives proches de la Fédurok (en terme de valeurs et d'activités) dans l'Union Européenne.

Les deux missions citées précédemment doivent être finalisées et complétées par la production de documents de synthèse destinés à être publiés par la Fédurok, et plus particulièrement sur le site Intranet de l'association. L'objectif est ici de faire profiter le réseau des résultats de nos travaux, en prenant de soin de présenter les données de manière structurée et synthétique.

La mission, d'une durée effective de 5 mois, a commencé le mardi 1^{er} février et s'est terminée le 1^{er} juillet 2005.

¹³² SAGOT-DUVAUROUX, Dominique. Des carences du marché aux carences de l'Etat : quelle politique culturelle aujourd'hui ? In : LES EDITIONS DE BERCY. *Financement et gestion de la culture aux Etats-Unis et en France*. Paris : Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie, 2004. p. 204-213.

1.4.2. Des enrichissements complémentaires

Au fur et à mesure du stage, la mission initiale s'est enrichie de nouvelles tâches et objectifs pour lesquels nous avons été sollicités. Parmi ces nouveautés, citons d'abord l'aide à la formulation et à la rédaction de statuts légaux, en vue de la création d'un syndicat professionnel, le Syndicat National des petites et moyennes structures non lucratives de Musiques Actuelles (SMA). En faisant appel à des connaissances économiques et juridiques, nous avons contribué à « coucher sur le papier » certaines idées et valeurs défendues par les acteurs impliqués dans ce travail. Dans le même registre, nous avons contribué aux réflexions de l'Union Fédérale d'Intervention des Structures Culturelles (UFISC) concernant son positionnement et la rédaction d'une proposition d'un « manifeste » général de l'union. Enfin, nous avons traduit la plus récente version de la présentation générale de la fédération en langue anglaise, disponible sur son site Internet¹³³.

Ensuite, nous avons assuré un travail régulier de prise de notes et de production de synthèses écrites lors de différents rendez-vous et réunions organisées par la fédération. Citons à titre d'exemples l'assemblée générale et le conseil d'administration des 7-8-9 mars, le séminaire de travail sur l'accompagnement artistique des 5-6 avril, les rencontres professionnelles au Printemps de Bourges du 19 au 23 avril ainsi que diverses réunions de l'UFISC de février à juin. Ces différentes rencontres ont été l'occasion de mieux connaître et comprendre les enjeux du secteur, et de rencontrer un grand nombre d'acteurs liés à la Fédurok.

Lorsque l'occasion s'est présentée, nous avons rencontré des professionnels liés aux problématiques de l'économie sociale et solidaire, à titre individuel ou pour la Fédurok. Ces réunions, réalisées en début de stage et dans un but exploratoire, ont permis d'appréhender les liens entre les acteurs de l'économie sociale et solidaire et les lieux de la Fédurok¹³⁴. Nous avons eu la chance de nous entretenir avec M. Magnen (conseiller municipal et communautaire à Nantes), Me Ropars, chargée de mission à la Chambre Régionale d'Economie Sociale (CRES) des Pays de la Loire, M. Colin, directeur de l'association Organisation pour Projets ALternatifs d'Entreprises (OPALE) et M. Sagot-Duvauroux, professeur d'économie à Angers. Par ailleurs, nous avons pu participer à deux colloques ayant pour thème respectif les politiques publiques et l'économie sociale et solidaire, et un état des lieux concernant les Sociétés Coopératives d'Intérêt Collectif (SCIC).

1.4.3. Le suivi de la mission

Une fois la mission de stage terminée, notre collaboration avec la Fédurok s'est poursuivie au-delà du 1^{er} juillet. L'assemblée générale des 6-7-8 juillet 2005 a constitué l'aboutissement d'un travail de préparation que nous avons mené jusque là. Afin de proposer une réflexion

¹³³ <http://www.la-fedurok.org/docs/FedurokEnglish.rtf>

¹³⁴ Voir la synthèse de ces entretiens en annexe 5.

collective aux adhérents à propos des rapports entre les lieux de musiques amplifiées et certains concepts de l'économie sociale et solidaire, une réunion plénière avec deux intervenants extérieurs a été organisée. Ayant pour thème « Economie plurielle : les problématiques des organisations non lucratives », elle fut co-animée par Dominique Sagot-Duvaurox et Laurent Gardin, socio-économiste et chargé d'études au Centre de Recherche et d'Information sur la Démocratie et l'Autonomie (CRIDA).

Outre le fait de participer à l'organisation et l'animation de l'assemblée générale de juillet, nous sommes restés liés à la Fédurok pendant l'été où la priorité a été la rédaction de ce présent mémoire. Nous avons bénéficié, dans la continuité du stage, des conseils de l'équipe ainsi que de la riche documentation disponible dans les locaux de l'association. A l'occasion, nous avons « donné un coup de main » quand l'équipe en avait besoin. Nous suivons encore avec beaucoup d'intérêt l'actualité de la Fédurok et du secteur des musiques amplifiées, et gardons le contact avec un certain nombre de personnes rencontrées pendant notre mission. En octobre 2005, nous participerons au Forum national des musiques actuelles à Nancy, qui sera un événement majeur dans la construction collective du secteur.

Partie 2

Les liens entre les lieux de musiques amplifiées
et l'économie sociale et solidaire

2. PARTIE 2 : LES LIENS ENTRE LES LIEUX DE MUSIQUES AMPLIFIEES ET L'ECONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

Dans cette deuxième partie sera abordé le rapprochement tant théorique que pratique entre l'économie sociale et solidaire et les musiques amplifiées. La Fédurok représente effectivement une « voie du milieu » dans son secteur, appelant à une réflexion intéressante quant à la nature économique de ses activités. En comparant les lieux de la Fédurok avec la théorie économique et d'autres initiatives « sociales et solidaires », nous caractériserons la pertinence de cette comparaison. Les questionnements que soulève l'économie sociale et solidaire paraissent en tous les cas constructifs pour la Fédurok dans une optique de meilleure définition économique de ses activités.

2.1. Un lien avec l'économie sociale par l'association

2.1.1. Le statut associatif des lieux

2.1.1.1. L'association loi 1901 comme statut de référence

Historiquement, les lieux de la Fédurok se sont constitués en association pour assurer leurs activités de diffusion de spectacles et d'accompagnement. L'apparition récente de projets entièrement portés par des collectivités territoriales questionne cet usage, mais le statut associatif concerne toujours 96% des structures adhérentes¹³⁵. Ainsi, la loi du 1^{er} juillet 1901 relative au contrat d'association est le texte de référence pour la constitution des lieux de la fédération, même si d'autres dispositifs juridiques s'appliquent aux activités entreprises, comme l'obtention de la licence d'entrepreneur du spectacle pour la diffusion de concerts.

Rappelons que l'association est « la convention par laquelle deux ou plusieurs personnes mettent en commun, d'une façon permanente, leurs connaissances ou leur activité dans un but autre que de partager des bénéfices »¹³⁶. Hormis cet article premier, la loi de 1901 n'offre pas de définition plus précise de l'association, le reste du texte se bornant à énoncer des dispositions réglementaires générales. La souplesse et la liberté d'initiative sont caractéristiques de cette loi, où les statuts de chaque structure offrent de nombreuses précisions, à condition que son objet ne soit pas « illicite, contraire aux lois, aux bonnes mœurs » ou portant « atteinte à l'intégrité du territoire national et à la forme républicaine du

¹³⁵ LA FEDUROK. *Le Tour de France de la Fédurok : observation permanente et partagée d'un réseau*. 36 pages. Rapport de synthèse 1999-2002 : Nantes : 2003.

¹³⁶ LEGIFRANCE (Le service public de l'accès au droit). Loi du 1 juillet 1901 relative au contrat d'association : version consolidée au 2 août 2003. [En ligne]. <http://www.legifrance.gouv.fr/texteconsolide/AAEBG.htm> (page consultée le 11 juillet 2005).

gouvernement »¹³⁷. Très simples à constituer et à dissoudre, les associations représentent le statut juridique le plus facile d'accès du droit français.

Les lieux de musiques amplifiées se sont emparés de cette souplesse administrative pour développer des activités peu conventionnelles et innovantes, dont la viabilité économique incertaine ne permet pas de pouvoir dégager régulièrement des bénéficiaires. Par ailleurs, les porteurs de projets y ont trouvé leur compte pour formaliser leur engagement, dont nous verrons qu'il repose sur deux piliers culturels. Il y a donc une sorte de double explication à la popularité de l'association pour les lieux de musiques amplifiées : une explication identitaire d'ordre socio-économique, et une explication rationnelle d'inspiration gestionnaire. Voyons maintenant comment elles se déclinent en pratique.

2.1.1.2. Le reflet d'un engagement associatif fort...

La Fédurok fut créée sous l'impulsion d'une génération de « militants bâtisseurs » dont l'engagement à faire reconnaître et à développer les musiques amplifiées s'est traduit à la fin des années 1970 par l'ouverture des premiers lieux associatifs entièrement voués à ces musiques. Cette volonté forte semble caractéristique des fonctionnements associatifs, où « l'association naît d'une absence de lien social vécue comme un manque par des personnes qui s'engagent pour y remédier dans la réalisation d'un bien commun qu'ils déterminent eux-mêmes »¹³⁸. Laville et Sainsaulieu mettent en évidence l'originalité des associations par la présence forte d'un « imaginaire collectif » porteur de projet et qui croît à « l'impossible »¹³⁹, que nous retrouvons bien à l'origine des initiatives menées par les militants bâtisseurs. Confrontées au rejet de ces musiques par la culture légitime et la société d'après-guerre, ces initiatives ont reposé sur une forte dimension identitaire mêlant contre-culture et éducation populaire.

Gérôme Guibert décrit la montée en puissance de contres-cultures musicales et politiques dans la jeunesse française de 1968. Mouvements folk, hippies et surtout « underground » ont été fortement influencés par la contre-culture américaine, et ont permis « le développement de labels et d'initiatives diverses autour d'une autre vision de la musique »¹⁴⁰. Restées confidentielles, ces initiatives ont été très influentes sur une partie de la société. Elles seront assimilées puis remises en cause dans la seconde partie des années 1970 par la culture « punk » dont l'apparition coïncide avec la fin des Trente Glorieuses et un sentiment général de désenchantement chez la jeunesse. Derrière son penchant autodestructeur et cynique, le mouvement punk a apporté une nouvelle vision de la pratique musicale : plus libre, plus

¹³⁷ *Idem.*

¹³⁸ LAVILLE, Jean-Louis et SAINSAULIEU, Renaud. Les fonctionnements associatifs. *Revue des études coopératives, mutualistes et associatives (RECMA)*, janvier-mars 2003, n°44-1, p. 68.

¹³⁹ *Idem.*, p. 67.

¹⁴⁰ GUIBERT, Gérôme. *Scènes locales, scène globale : pour une sociologie économique des producteurs de musiques amplifiées en France*. Thèse de doctorat 3^{ème} cycle : Sociologie : Nantes : 2004, p. 225-234.

spontanée et accessible à tous¹⁴¹. Ces contres-cultures ont rompu avec les formes traditionnelles de la pratique musicale (élitiste et visant l'excellence technique), et constituent le premier pilier culturel sur lequel les associations de musiques amplifiées se sont appuyées pour se développer.

Le mouvement associatif a pris un nouvel essor après la Libération, principalement dans les secteurs de la culture et de l'éducation populaire. Sous la tutelle du Ministère de la Jeunesse et des Sports, les structures d'éducation populaire ont rapidement investi le terrain socioculturel. Centrées autour d'un postulat pluraliste où la culture « ne doit plus relever du domaine du savoir ou de l'avoir, mais du domaine de l'être »¹⁴², ces structures s'opposent à la conception de culture légitime et d'excellence artistique propres au Ministère de Malraux. Les pratiques en amateur sont accueillies et encouragées, à une époque où « les nouveaux courants, dont le punk, puis le rock alternatif, emportent l'adhésion des jeunes »¹⁴³. En particulier, les Maisons des Jeunes et de la Culture (MJC) ont été les terrains d'expression des contres-cultures évoquées au paragraphe précédent. En offrant aux musiciens « underground » un moyen de se produire sur scène tout en restant en marge du show-business, les MJC ont été fortement sollicitées dans les années 1970 pour organiser des concerts de musiques amplifiées. Pionnières dans le secteur, certaines de ces MJC ayant accordé à la pratique musicale une place prépondérante dans leur champ d'actions font aujourd'hui toujours partie de la Fédurok.

Ce creuset identitaire au confluent de l'underground et de l'éducation populaire a naturellement trouvé dans le statut associatif un mode de fonctionnement très adapté. Aujourd'hui encore, nous retrouvons dans les lieux de la Fédurok des projets associatifs mêlant plus ou moins les deux cultures identitaires. Selon Marie-Christine Bureau, deux formes de projets associatifs caractérisent les lieux de musiques amplifiées : d'une part le projet « construit autour d'une ligne de programmation bien identifiable », d'autre part le projet « bâti autour d'une perspective de démocratisation culturelle, d'éducation musicale, de soutiens aux pratiques amateurs et d'aide à la professionnalisation des musiciens, sur un territoire »¹⁴⁴.

Ainsi, certains lieux tendraient à privilégier une approche héritée de l'underground en insistant sur une programmation musicale alternative, alors que d'autres développeraient davantage un projet résolument inspiré de l'éducation populaire. L'engagement associatif correspondant diffère sensiblement. En effet, la frontière avec le champ commercial est plus floue dans le premier cas, et la diffusion de concerts professionnels reste l'activité majeure du

¹⁴¹ *Idem.*, p. 254-257.

¹⁴² *Ibid.*, p. 241-242.

¹⁴³ *Ibid.*, p. 245.

¹⁴⁴ BUREAU, Marie-Christine, GOMEL, Bernard et SCHMIDT, Nicolas. *Les associations de musiques actuelles, partenaires du programme nouveaux services – emplois jeunes*. Document de travail du Centre d'Etudes de l'Emploi : Paris : 2004, p. 10-11.

projet associatif. Dans le second cas, une place plus importante est accordée aux amateurs, aux activités d'accompagnements et au travail bénévole, dont la coexistence avec le travail salarié « est l'un des faits saillants de la vie associative »¹⁴⁵ selon les auteurs.

2.1.1.3. .. ou un choix « par défaut » ?

Sans remettre en cause l'engagement moral et le militantisme des équipes qui portent les associations de musiques amplifiées, nous pouvons néanmoins questionner leur attachement profond à la loi 1901, en reprenant la typologie esquissée au point précédent.

Les projets associatifs construits autour de la programmation sont susceptibles de recourir au statut associatif par opportunisme, parce qu'il est encore le plus pratique de l'arsenal juridique français. La possibilité de percevoir des subventions, de ne pas être soumis aux impôts commerciaux, l'accès à des aides à l'emploi spécifiques et l'absence de capital initial sont autant d'atouts qui entrent en considération dans le choix du statut associatif. Avec une licence d'entrepreneur du spectacle, une association de musiques amplifiées peut programmer toutes sortes de concerts au même titre qu'une entreprise privée, en choisissant simplement un autre fonctionnement interne. Le choix du statut associatif n'est donc plus nécessairement celui qui a historiquement marqué le secteur : il ne s'agit plus de « croire à l'impossible » mais de pérenniser des structures existantes de la façon la plus avantageuse possible.

Les projets plus orientés vers l'éducation populaire s'inscrivent a priori dans une tradition associative, mais leur rapport au statut loi 1901 est profondément influencé par un phénomène global de professionnalisation. Cette mutation touche depuis 1975 l'ensemble des associations, qui subissent « une pression de leur environnement »¹⁴⁶ incarnée notamment par un contrôle accru des pouvoirs publics après des années d'expansion associative. Les associations sont poussées à s'adapter et à effectuer les ajustements appropriés, en prenant soin de ne pas calquer la rationalité d'entreprise à leurs fonctionnements spécifiques¹⁴⁷. Les lieux de la Fédurok ont donc fait face à l'épineux problème de la professionnalisation en matière comptable, fiscale, managériale ou de ressources humaines, mettant en difficulté les plus fragiles. L'esprit de liberté originel du statut associatif s'est progressivement heurté à des contraintes de gestion dans un contexte de crise économique, caractérisée pour les associations gérant des équipements « par la rationalisation des dépenses et l'instrumentalisation des acteurs associatifs mis en concurrence par les pouvoirs publics »¹⁴⁸.

¹⁴⁵ LAVILLE, Jean-Louis et SAINSAULIEU, Renaud. Les fonctionnements associatifs. *Revue des études coopératives, mutualistes et associatives (RECMA)*, janvier-mars 2003, n°44-1, p. 66-67.

¹⁴⁶ LAVILLE, Jean-Louis et SAINSAULIEU, Renaud. 2003. *op. cit.*

¹⁴⁷ *Idem.*

¹⁴⁸ BATIFOULIER, Francis. Le paradoxe associatif : l'articulation risquée des valeurs, des logiques et des pouvoirs. *Le Nouveau Mascaret*, 1er semestre 2000, n°59/60, p. 77.

L'association se retrouve dans une situation inconfortable où elle est tantôt soupçonnée de concurrence déloyale par le secteur privé, tantôt accusée de ne pas être assez professionnelle par les pouvoirs publics qui participent à son financement. Une évolution assez inquiétante qui amène à gérer ce que Francis Batifoulier désigne comme le *paradoxe associatif*, où « il faudrait que les associations soient en mesure de se situer sur deux versants : un versant éthico-politique et un versant technico-managérial »¹⁴⁹. Pour les lieux de la Fédurok, ce paradoxe se rencontre régulièrement. L'illustration la plus spectaculaire en est peut-être l'instruction fiscale du 15 septembre 1998 qui projetait d'assujettir les associations de musiques amplifiées aux impôts commerciaux. Grâce à un travail de revendication fort par l'intermédiaire de l'Union Fédérale d'Intervention des Structures Culturelles (UFISC), la Fédurok a obtenu du Ministère de l'Economie et des Finances la rédaction d'une fiche technique relative à la lucrativité des associations exploitant des lieux de spectacles vivants, reconnaissant le caractère non lucratif de ces associations sous certaines conditions¹⁵⁰.

Face à ces difficultés et devant le probable affaiblissement du « projet de transformation sociale à l'origine du fait associatif »¹⁵¹, une véritable interrogation émerge parmi les acteurs des musiques amplifiées : quelles alternatives au modèle associatif peuvent être trouvées ? Plusieurs lieux de la dernière génération, d'initiative municipale, s'engagent maintenant dans un statut de régie personnalisée, de droit public. Les statuts d'entreprises privées comme la SARL ne sont pas pertinents pour la gestion d'un lieu de la Fédurok, sauf en ce qui concerne une activité accessoire comme celle d'un bar. Enfin, les sociétés coopératives restent une possibilité même si aucun lieu de la fédération n'y a recours aujourd'hui. Le nouveau statut de Société Coopérative d'Intérêt Collectif (SCIC) est intéressant sur le principe même s'il présente encore peu d'avantages concrets. L'association reste donc le mode de fonctionnement majeur à la Fédurok, mais pour combien de temps encore ?

2.1.2. L'approche par l'économie sociale

2.1.2.1. Héritage multiple et composantes de l'économie sociale

Le fait associatif ne se limite pas à un seul statut juridique ; l'association telle que nous la connaissons à notre époque est la conséquence visible d'un long et tumultueux passé sur lequel nous ne reviendrons que très brièvement, en lien avec notre problématique.

La volonté chez l'homme de s'associer n'est pas un phénomène nouveau ou propre au XX^e siècle. En France, les premières manifestations de rassemblements solidaires apparaissent nettement au Moyen-Âge avec le compagnonnage. Plaçant la solidarité au centre de leurs

¹⁴⁹ *Idem.*

¹⁵⁰ MINISTERE DE L'ECONOMIE ET DES FINANCES. *Fiche technique relative à la lucrativité des associations exploitant des lieux de spectacles vivants*. 2 pages. Document officiel : Paris : 2000. Voir annexe 4.

¹⁵¹ BATIFOULIER, Francis. 2000. *op. cit.*

relations, ces organisations de plus en plus diversifiées sont « le plus souvent surveillées, contrôlées voire même réprimées par les pouvoirs en place qui y voyaient de possibles foyers de contestation de l'ordre établi »¹⁵². Relevant ni de la recherche de profit, ni de la force publique, ces regroupements de personnes manifestent l'aspiration de l'homme à s'associer librement, prenant durablement place dans les milieux ouvriers et paysans. C'est au XIX^e siècle que l'économie sociale connaît son essor en France, devenant un véritable fait de société. Fruit de nombreux courants de pensée, du socialisme associationniste de Saint-Simon au christianisme social de Le Play, l'économie sociale moderne obtient dans la deuxième moitié du XIX^e siècle une légitimation de la part de l'Etat français qui lui reconnaît progressivement trois statuts juridiques encore en vigueur aujourd'hui : la société coopérative, la mutuelle puis l'association.

L'associationnisme initial riche en idéaux s'est donc formalisé selon trois familles juridiques distinctes, dans un contexte national où « le nouveau régime institutionnel qui se met en place repose sur l'économie de marché couplée à une redistribution publique qui en tempère les inégalités »¹⁵³. La notion de tiers secteur renvoie à cette construction historique où l'économie sociale apparaît comme la troisième forme d'activités productives, après le marché et l'intervention publique. Mais l'économie sociale ne peut s'apparenter aussi schématiquement à un troisième secteur, puisqu'elle tisse des liens avec le marché et la force publique dans plusieurs cas. Les coopératives agricoles ou les mutuelles d'assurance sont des entreprises qui se situent sur un marché et entrent en concurrence avec d'autres entreprises, alors que de nombreuses associations sont créées et administrées par les pouvoirs publics. La conséquence de cette diversité est une interrogation sur « le maintien d'une cohérence *sectorielle* de l'économie sociale »¹⁵⁴. En effet, depuis leur identification statutaire à l'orée du XX^e siècle, il est parfois bien difficile de comprendre ce que peuvent avoir en commun une grande banque coopérative comme le Crédit Agricole et une amicale de quartier !

La cohérence sectorielle de l'économie sociale peut être appréciée sous l'angle de valeurs et de traits communs à l'association, la coopérative et la mutuelle, qui transcendent statuts juridiques, moyens mis en œuvre et secteurs d'activité. C'est la deuxième façon de définir l'économie sociale : en saisissant ses grands principes fédérateurs.

2.1.2.2. Les principes de l'économie sociale

Pour identifier l'étendard sous lequel se rassemblent associations, coopératives et mutuelles, Thierry Jeantet parle d'un « fonds commun de préoccupations donnant au social un poids au

¹⁵² DEFOURNY, Jacques. Economie sociale. In : CATTANI, Antonio David, LAVILLE, Jean-Louis et *al.*. *Dictionnaire de l'autre économie*. Paris : Desclée de Brouwer, 2005. p. 233.

¹⁵³ *Idem.*, p. 256.

¹⁵⁴ *Ibid.*, p. 257.

moins équivalent à l'économique »¹⁵⁵. Ce sont donc essentiellement des questionnements partagés mêlant les domaines économiques et sociaux qui feraient la cohérence de l'économie sociale. En la matière, la formulation de ces principes diffère souvent d'un auteur à l'autre. Voici deux propositions que nous avons retenues : celle du député européen Alain Lipietz et celle de Jacques Defourny, professeur d'économie.

Pour Alain Lipietz, l'économie sociale « est définie par une réponse à la question : *Comment on le fait ?* ». Outre l'origine historique sur laquelle nous ne reviendrons pas, trois règles formelles caractérisent l'unité de l'économie sociale : « le principe de direction *une personne, une voix*, le principe d'indivisibilité des réserves et la lucrativité limitée »¹⁵⁶. La première règle renvoie aux notions de démocratie interne et exprime une volonté de s'associer autrement que par l'actionnariat ou le salariat. La seconde règle garantit la constitution progressive d'un capital propre pour l'entreprise d'économie sociale, en interdisant le partage des excédents entre associés ou du moins en le limitant. Enfin, la dernière règle complète la seconde en précisant que la finalité de l'entreprise n'est pas le profit de ses membres mais le projet social de l'entreprise.

Defourny apporte un autre regard sur l'économie sociale en évoquant des principes plutôt que des règles. Il en dénombre quatre : « finalité de services aux membres ou à la collectivité plutôt que de profit, autonomie de gestion, contrôle démocratique par les membres, primauté des personnes et de l'objet social sur le capital dans la répartition des excédents »¹⁵⁷. Le premier principe désigne l'activité de service rendu qui caractérise l'entreprise d'économie sociale, et subordonne les éventuels excédents à la réalisation ou l'amélioration de ce service. Le second est absent de la classification de Lipietz et distingue vraisemblablement l'économie sociale et la dynamique associative de l'action publique ou para-publique. Le troisième correspond à la première règle énoncée par Lipietz concernant la démocratie interne. Enfin, le quatrième et dernier principe se veut assez large et regroupe « des pratiques très variées au sein des entreprises d'économie sociale »¹⁵⁸, dont le point commun est d'être des sociétés de personnes et non de capitaux.

2.1.2.3. Quelle application aux associations de musiques amplifiées ?

L'héritage historique et les principes de l'économie sociale méritent d'être confrontés aux lieux de musiques amplifiées sur lesquels porte notre réflexion économique. Nous avons déduit que par leur statut associatif majoritaire, ces lieux s'inscrivent logiquement dans la famille de l'économie sociale. A notre avis, ils partagent également le caractère « utopique »

¹⁵⁵ JEANTET, Thierry. Une économie sociale unique et indivisible ? *Revue des études coopératives, mutualistes et associatives (RECMA)*, juillet 2001, n°281, p. 30-38.

¹⁵⁶ LIPIETZ, Alain. *Pour le tiers secteur : l'économie sociale et solidaire : pourquoi et comment*. 1ère éd. Paris : La Découverte : La Documentation française, 2001, p. 44-47.

¹⁵⁷ DEFOURNY, Jacques. 2005. *op. cit.*, p. 237-238.

¹⁵⁸ *Idem.*, p. 238.

qui est souvent associé au socialisme associationniste du XIX^e siècle, dans le sens où leur construction s'est faite à la marge de tout ce qui existait dans le paysage culturel et musical français. Le but de leur constitution n'était pas de « combiner leurs intérêts en vue d'un bénéfice maximal » mais plutôt, au sens de Fourier, d' « associer les passions pour réaliser l'Harmonie » ou selon Saint-Simon, de « raffermir les sentiments et les liens de sympathie qui doivent unir les hommes »¹⁵⁹. La comparaison peut faire sourire mais nous paraît raisonnable.

Par ailleurs, le caractère expérimental et innovant des lieux de la Fédurok (nous pensons à la mise en place de studios de répétition, l'accompagnement artistique et technique des groupes, l'ouverture à la pratique en amateur...) peut être affilié au socialisme expérimental et pluraliste que prônait Marcel Mauss, « expérimentation concrète où s'invente une économie, un droit, une morale nouvelle »¹⁶⁰. C'est précisément cette économie expérimentale qui rend difficile l'appréhension des lieux depuis l'extérieur.

Le « monde du milieu » qui caractérise la Fédurok peut-être parfaitement comparable à la définition d'un troisième secteur d'économie sociale qui « ne cadre pas avec la distinction faite habituellement entre secteur privé et secteur public, qui constitue pourtant la grille de lecture la plus couramment utilisée »¹⁶¹. Nous pensons que les lieux partagent les mêmes difficultés que le mouvement de l'économie sociale à faire reconnaître leur originalité, illustration patente des limites d'une approche dichotomique qui ne prend en compte que l'économie de marché et un Etat providence qui en corrige les dysfonctionnements. En ce qui concerne les musiques amplifiées, il est clair que ni les entreprises lucratives ni les pouvoirs publics ne peuvent prendre en charge les mêmes activités que les associations, soit parce que la rentabilité y est trop incertaine, soit parce qu'elles nécessitent un investissement militant et des connaissances très spécifiques.

Concernant les principes communs au mouvement de l'économie sociale, nous pensons qu'ils se déclinent de manière judicieuse pour les activités des lieux que nous étudions. Reprenons les quatre principes énoncés par Jacques Defourny.

- finalité de services aux membres ou à la collectivité plutôt que de profit

La Fédurok regroupe, d'après ses statuts, des « personnes morales de droit privé sans finalité lucrative »¹⁶². Si l'activité de diffusion permet parfois de dégager certains excédents, ils sont totalement réinjectés dans l'association pour développer entre autres les activités d'accompagnement qui sont non rentables par nature. La prise en compte du public est au

¹⁵⁹ CHANIAL, Philippe et LAVILLE, Jean-Louis. Associationnisme. In : CATTANI, Antonio David, LAVILLE, Jean-Louis et al.. *Dictionnaire de l'autre économie*. Paris : Desclée de Brouwer, 2005. p. 47-48.

¹⁶⁰ *Idem*.

¹⁶¹ DEFOURNY, Jacques. 2005. *op. cit.*, p. 233.

¹⁶² LA FEDUROK. *Statuts de l'association Fédurok*. 6 pages. Statuts officiels : Nantes : 1994 (modifiés par assemblée générale extraordinaire le 8 mars 2005). Voir annexe 1.

centre des préoccupations, non pas en tant qu'un vaste ensemble consommateur de services mais comme partie prenante intégrale de l'association.

- autonomie de gestion

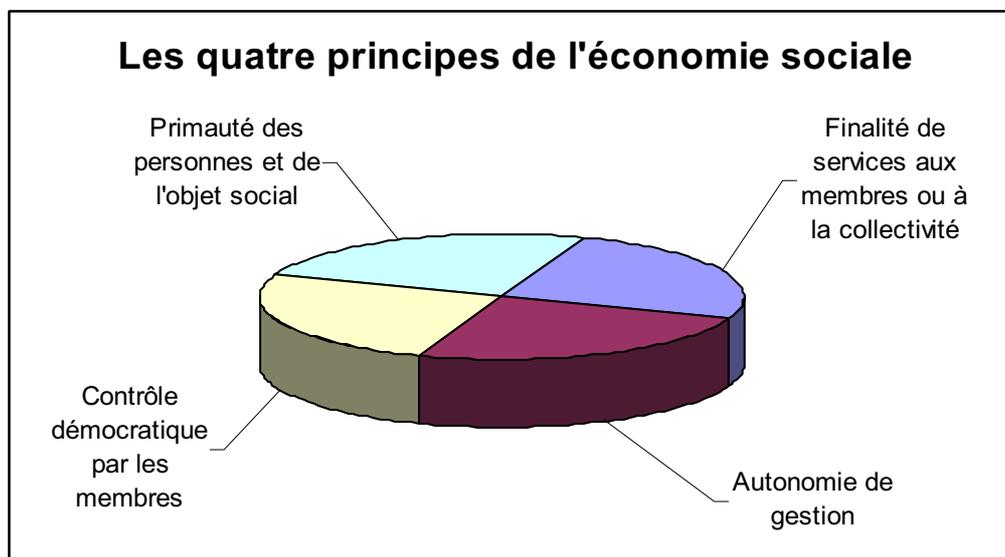
Si les lieux sont majoritairement financés par les pouvoirs publics, ils conservent leur totale autonomie de gestion. Mieux encore, leur création fait appel à une dynamique auto-organisationnelle caractéristique. Il se distinguent d'équipements publics ou para-publics par une équipe associative salariée, un projet artistique et culturel indépendant et une transparence de leurs relations avec leurs tutelles publiques (sous forme de conventions, délégation de service public...). L'émergence des lieux d'initiative publique en régie personnalisée est intéressante car elle bouleverse cette habituelle autonomie de gestion.

- contrôle démocratique par les membres

Les lieux sont généralement des associations ouvertes dotées d'un conseil d'administration se réunissant fréquemment et de manière régulière. Les décisions qui y sont prises sont faites selon le principe « une personne, une voix », sauf organisation sous forme de collèges qui associent diverses parties prenantes (bureau, bénévoles, usagers, pouvoirs publics), où lesdits collèges disposent chacun du même poids électoral. Une ou plusieurs assemblées générales annuelles impliquent tous les adhérents à la vie démocratique de l'association.

- primauté des personnes et de l'objet social sur le capital dans la répartition des excédents

Par leur statut associatif, les lieux de la Fédurok n'ont pas de capital initial, et la majorité de leurs capitaux propres provient de la mise en réserve d'excédents pour développer les activités. La non lucrativité affirmée implique qu'aucun partage des excédents n'intervient entre associés. De plus, la rémunération du ou des dirigeants reste « raisonnable » et l'écart entre le plus haut et le plus bas salaire de l'équipe salariée est généralement plus faible que dans les équipements publics ou les salles privées lucratives.



Malgré quelques réserves à propos de la nouvelle génération de lieux d'initiative publique, nous constatons que les adhérents de la Fédurok possèdent de nombreux points communs avec l'économie sociale. Ils semblent également partager, dans leur projet artistique et culturel, les valeurs et les principes du mouvement dans sa globalité.

2.1.2.4. Les limites de l'approche par l'économie sociale

L'approche par l'économie sociale a l'avantage de souligner « l'enracinement de ses composantes dans une même matrice historique, elle-même intimement liée aux spécificités du modèle social européen » et paraît « très opérationnelle, par exemple à des fins statistiques »¹⁶³. Il est aisé, par exemple, de mener des enquêtes précises sur les associations françaises du secteur culturel. Cependant, au regard des lieux de musiques amplifiées, cette approche se révèle limitée pour trois raisons : sa cohérence globale paraît difficile à maintenir, elle est limitée dans sa conceptualisation et elle tend à « banaliser » les lieux en associations culturelles, mettant de côté leurs spécificités.

Au sujet de l'association, Alain Lipietz souligne très justement que « la loi de 1901 est d'abord une loi de liberté, d'autonomie, d'initiative citoyenne. Elle ne précise nullement que toutes les associations sont non lucratives »¹⁶⁴. En pratique, certaines associations semblent aux antipodes des grands principes de l'économie sociale et n'y empruntent de toute évidence qu'un statut juridique commode. Cette remarque ne concerne pas seulement l'associatif. Rassembler de fait toutes les associations, mutuelles et coopératives dans l'économie sociale compte tenu du seul fait qu'elles partagent un passé et des principes communs ne suffit peut-être pas à en assurer la cohérence. A propos des trois statuts obtenus au XIX^e siècle, Jean-Louis Laville estiment qu'ils « deviennent autant de sous-ensembles tributaires du modèle de développement économique et social dans lequel ils s'insèrent », avec aux deux extrêmes des coopératives qui « se perçoivent comme des entreprises sur le marché » et certaines associations « cantonnées dans la sphère sociale »¹⁶⁵. Les lieux de la Fédurok ayant déjà fort à faire dans un secteur des musiques amplifiées très complexe, ils ne seront pas forcément sensibilisés par l'économie sociale à cause de sa grande hétérogénéité.

L'approche par l'économie sociale est essentiellement « juridico-institutionnelle et normative » car elle se fonde autour des statuts et se réfère à des principes de démocratie interne¹⁶⁶. Elle montre plusieurs faiblesses conceptuelles : non prise en compte de la dimension politique des associations ; cloisonnements entre le secteur des organismes sans but lucratif, le marché et l'Etat ; priorité accordée au critère de non lucrativité dans la création

¹⁶³ DEFOURNY, Jacques. 2005. *op. cit.*, p. 233 et 239.

¹⁶⁴ LIPIETZ, Alain. 2001. *op. cit.*, p. 89.

¹⁶⁵ LAVILLE, Jean-Louis. Vers une économie sociale et solidaire ? *Revue des études coopératives, mutualistes et associatives (RECMA)*, juillet 2001, n°281, p. 40-41.

¹⁶⁶ EME, Bernard et LAVILLE, Jean-Louis. Economie solidaire (2). In : CATTANI, Antonio David, LAVILLE, Jean-Louis et al.. *Dictionnaire de l'autre économie*. Paris : Desclée de Brouwer, 2005. p. 258-259.

de la confiance ; acception gestionnaire qui ignore un rôle sociétal plus vaste ; relative absence de la notion de solidarité ... Pour les associations de musiques amplifiées, ces limites font sens lorsque l'on observe les activités mises en œuvre. Par leur volonté de structurer le secteur des musiques amplifiées et de partager de nombreux chantiers de travail avec une pluralité d'acteurs, elles interviennent constamment sur le champ politique. La mixité de leurs financements et les liens qu'elles tissent avec le marché et les pouvoirs publics ne les enferment pas dans un troisième secteur qui serait séparé des deux autres. C'est davantage par les projets artistiques et culturels qu'elles entreprennent que la confiance s'installe avec leurs partenaires. Si les lieux gèrent des équipements de manière professionnelle, ils contribuent de manière collective (via la fédération) à répondre aux changements lourds de la société concernant les pratiques musicales. Enfin, la notion de solidarité se retrouve au cœur des projets, notamment dans l'accompagnement et à l'échelon du territoire où « des jeux de solidarité émergent »¹⁶⁷ entre artistes, populations et lieux de musiques amplifiées.

Enfin, les lieux de la Fédurok sont des associations culturelles qui nous semblent franchement atypiques. L'association culturelle française idéal-typique est essentiellement bénévole, de petite taille et tournée vers le services à ses membres. Sur 157 000 associations dans la filière culture, 132 000 ne comptent aucun salarié¹⁶⁸. A la Fédurok, les lieux emploient tous une équipe salariée d'en moyenne cinq personnes et pouvant atteindre une douzaine pour les plus grands¹⁶⁹. Seules 4% des associations culturelles ont un budget supérieur à 152 000 EUR par an¹⁷⁰, alors que le budget moyen d'un adhérent à la fédération en 2002 était de 536 107 EUR. Enfin, seules 13% des associations culturelles sont « gestionnaires d'équipements et de services », catégorie qui correspondrait le mieux aux lieux de la Fédurok, alors que 74% d'entre elles sont seulement des associations « de membres », qui rendent des services à leurs seuls adhérents¹⁷¹. S'ils sont en apparence des associations œuvrant dans le secteur culturel, les lieux de la Fédurok n'en présentent pas les caractéristiques habituelles et font figure d'exception dans le paysage français, rendant souvent les comparaisons inefficaces.

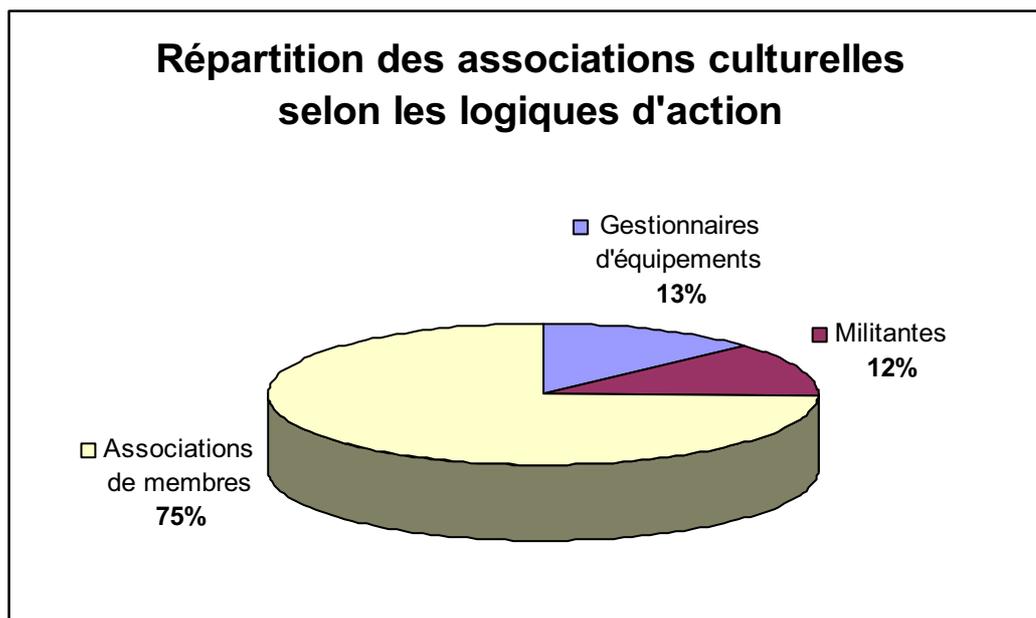
¹⁶⁷ BERTHELOT, Philippe et GEMBARSKI, Stéphanie. L'implication progressive des lieux de musiques actuelles et amplifiées dans les processus éducatifs et de transmission. In : CEFEDM (Centre de formation des enseignants de la musique) Rhône-Alpes. *Enseigner la musique* n°8. Lyon : CEFEDM, 2005. p. 47-61.

¹⁶⁸ TCHERNONOG, Viviane. Ressources, financements publics et logiques d'action des associations. *Revue des études coopératives, mutualistes et associatives (RECMA)*, novembre 2001, n°282, p. 45.

¹⁶⁹ LA FEDUROK. *Le Tour de France de la Fédurok : observation permanente et partagée d'un réseau*. 36 pages. Rapport de synthèse 1999-2002 : Nantes : 2003.

¹⁷⁰ TCHERNONOG, Viviane. Les associations culturelles dans le secteur associatif français : données de cadrage. In : MOULINIER, Pierre (sous la dir. De). *Les associations dans la vie et la politique culturelles : regards croisés*. Paris : Ministère de la culture et de la communication, Département des études et de la prospective, 2001. p. 40.

¹⁷¹ *Idem.*, p. 41.



Grâce à cette approche par l'économie sociale, nous avons mis au jour de nombreux points communs entre les lieux de la Fédurok et la grande famille des associations, mutuelles et coopératives. Nous avons ensuite dégagé les principales faiblesses de cette approche qui ne cadre pas parfaitement avec la singularité des lieux. Il s'agit maintenant de compléter ce travail d'analyse en faisant appel à l'économie solidaire, qui donnera une autre approche pour traiter du positionnement économique que nous tentons de définir.

2.2. Un lien avec l'économie solidaire et le concept d'une économie plurielle

2.2.1. La lecture plurielle de l'économie

2.2.1.1. Economie contemporaine, marché et Etat

Dans *La Grande Transformation*, Karl Polanyi décrit avec méthode le cheminement historique qui a engendré le système économique et politique que nous connaissons aujourd'hui, marqué par la domination de l'économie libérale dans un système où le marché semble tout-puissant. Polanyi constate « le rôle détaché de l'économie libérale » et le fondement de la société moderne du XIX^e siècle sur le gain, élevé au rang de justification de l'action et des comportements sociaux¹⁷². Il compare la société moderne avec les sociétés primitives et observe que la mise en place d'un système de marché autorégulateur est sans précédent dans l'histoire humaine. Le « désencastrement » progressif de l'économie rappelle

¹⁷² POLANYI, Karl. *La Grande Transformation : aux origines politiques et économiques de notre temps*. Paris : Gallimard, 1983. p. 53-54.

Aristote et le divorce entre le mobile économique et les relations sociales¹⁷³. La grande transformation évoquée dans le titre désigne les tentatives infructueuses pour libérer la société de l'extension du marché au XX^e siècle, associées notamment aux dérives fascistes et communistes. Son analyse nous éclaire sur la situation actuelle : l'utopie d'une « société de marché » n'est pas nouvelle, elle a déjà fait l'objet de vives réactions dès la fin du XIX^e siècle dont certaines formes de gouvernements totalitaires ont engendré des épisodes dramatiques.

Après la Seconde Guerre Mondiale, la mise en place d'un compromis entre le marché et un Etat protecteur et central marque la volonté renouvelée de remédier au « désencastrement » de l'économie. Ce compromis a perduré tant que la croissance économique le permettait, puisqu'il fonctionnait selon « un cloisonnement et une complémentarité entre l'économie marchande et le champ social, lieu de l'intervention étatique correctrice »¹⁷⁴. Avec l'apparition de la crise économique mondiale à la fin des années 1970 et la fin des Trente Glorieuses en France, le compromis a montré sa vulnérabilité et aussi sa réversibilité : l'équilibre de l'ensemble dépendait de la bonne répartition des gains de productivité réalisés par l'économie marchande. La crise économique récente souligne les nombreuses limites d'un tel déversement sous l'égide de l'Etat central. Le compromis est mis à mal et l'utopie néolibérale d'une société de marché déréglementée et sans entraves étatiques refait surface.

En somme, Polanyi souligne deux traits caractéristiques de l'économie moderne : l'assimilation de l'économie à la seule économie marchande, et l'identification du marché à un marché autorégulateur et détaché de tout cadre institutionnel¹⁷⁵. Pour sortir de cette vision étriquée de l'économie et éviter une « restauration des compromis antérieurs vouée à l'échec »¹⁷⁶, il est important de reconnaître que l'économie peut être abordée par une lecture plurielle d'inspiration sociologique et ethnologique.

2.2.1.2. Trois principes de comportement économique pour décomposer l'économie contemporaine

En citant Polanyi¹⁷⁷ et sa recherche synthétisant de multiples travaux ethnologiques, Jean-Louis Laville¹⁷⁸ rappelle les trois grands principes de comportement économique chez l'individu, que nous retrouvons dans toute société :

¹⁷³ *Idem.*, p. 79-86.

¹⁷⁴ LAVILLE, Jean-Louis. Economie et solidarité : esquisse d'une problématique. In : LAVILLE, Jean-Louis. *L'économie solidaire : une perspective internationale*. Nouvelle édition. Paris : Desclée de Brouwer, 2000. p. 41.

¹⁷⁵ LAVILLE, Jean-Louis. Economie plurielle. In : CATTANI, Antonio David, LAVILLE, Jean-Louis et al.. *Dictionnaire de l'autre économie*. Paris : Desclée de Brouwer, 2005. p. 209-210.

¹⁷⁶ *Idem.*, p. 213.

¹⁷⁷ POLANYI, Karl. 1983. *op. cit.*, p. 71-86.

¹⁷⁸ LAVILLE, Jean-Louis. 2000. *op. cit.*, p. 13-17.

- le principe de marché (rencontre entre l'offre et la demande de biens et de services, en vue de la réalisation d'échanges sur une base contractuelle, à des fins d'intérêt financier).
- le principe de redistribution (présence d'une autorité centrale ayant la responsabilité de répartir la production en fonction de mécanismes de prélèvement et d'affectation).
- le principe de réciprocité (les prestations entre individus ne prennent sens que dans la volonté de manifester un lien social entre eux), auquel nous pouvons adjoindre l'administration domestique (qui consiste à produire pour son propre usage et pour les besoins de son groupe).

Dans toutes les sociétés primitives, « le maintien du lien social était considéré comme prioritaire par rapport à la production de richesses »¹⁷⁹, accordant ainsi une large place aux principes de réciprocité, d'administration domestique et de redistribution. Ce n'est qu'à partir du XIX^e siècle que le principe de marché s'est imposé comme principe dominant, en contribuant à rendre l'économie autonome « par rapport aux contextes dans lesquels elle se déploie »¹⁸⁰. A partir de ces trois principes et de leurs rapports variables selon la période historique, nous pouvons décomposer l'économie contemporaine en trois pôles¹⁸¹ :

- une économie marchande, dans laquelle la distribution de biens et de services est essentiellement (mais pas uniquement) établie par le principe de marché.

La pensée libérale résume l'économie à cette seule économie marchande, qui a tendance à devenir autonome vis-à-vis des dimensions sociales de la société. Cette autonomisation peut être dangereuse car elle s'érige ainsi en principe régulateur de la société contemporaine.

- une économie non marchande, dans laquelle la distribution de biens et de services est essentiellement (mais pas uniquement) établie par redistribution.

C'est très souvent le rôle de l'Etat dans nos sociétés contemporaines. Cette économie non marchande a tendance à pallier les manques de l'économie marchande, en agissant en tant que complément social aux conséquences néfastes du marché.

- une économie non monétaire, dans laquelle la distribution de biens et de services est essentiellement (mais pas uniquement) établie par réciprocité.

L'économie non monétaire est souvent considérée comme la part « résiduelle » de l'économie, celle qui n'est ni prise en compte par le marché, ni par l'Etat. On retrouve ici les

¹⁷⁹ *Idem.*

¹⁸⁰ *Ibid.*

¹⁸¹ LAVILLE, Jean-Louis. *Une troisième voie pour le travail*. Paris : Desclée de Brouwer, 1999. p. 172-174.

activités de bénévolat, d'auto-production, de don et de troc, qui sont négligées ou simplement ignorées par les thuriféraires du libéralisme économique.

Cette lecture tripolaire repose sur une analyse empirique des flux économiques et non selon des dogmes économiques qui ont fait de l'économie marchande la seule dimension valable de l'économie contemporaine car « seule source de prospérité pour l'ensemble de la société »¹⁸². L'économie plurielle renvoie donc à une perspective réaliste : celle d'une économie avec marché, dont celui-ci « constitue l'une des composantes qui, tout en étant majeure, n'est en rien l'unique productrice de richesses »¹⁸³.

2.2.1.3. L'économie plurielle des lieux de musiques amplifiées

Si les combinaisons entre les trois pôles se retrouvent dans toute activité économique, la pondération de chaque pôle et la manière dont ils se combinent varient et permettent de mieux comprendre les fonctionnements économiques d'une activité donnée. C'est ce que nous nous proposons d'étudier pour les lieux de musiques amplifiées de la Fédurok.

La part marchande de l'économie d'un lieu est représentée par diverses ressources issues de la vente de produits ou la prestations de services. Dans le troisième chapitre de la première partie, nous avons vu que la billetterie et le débit de boisson constituaient les deux postes majeurs de ressources marchandes des lieux. En tant qu'entrepreneurs du spectacle vivant, les lieux proposent une activité de diffusion qui met en jeu de nombreux coûts économiques (matériel de sonorisation, personnel qualifié, assurances, cachets pour les artistes...) sur un marché hautement concurrentiel faisant aussi intervenir entreprises privées et équipements publics. Les concerts ainsi organisés font l'objet d'une tarification qui permet d'une part d'atteindre un équilibre budgétaire autrement très difficile à tenir, et d'autre part de valoriser l'activité de diffusion en sensibilisant le public au coût réel d'un concert. En ce qui concerne le débit de boissons, les lieux utilisent parfois une structure juridique annexe sous forme commerciale et réinjectent les éventuels excédents dans l'entretien et la rénovation du lieu physique dans lequel se trouve également la structure associative. D'autres activités s'inscrivent également dans cette économie marchande (location de studios de répétition et d'enregistrement, enseignement musical...), mais avec le même souci que pour la diffusion : proposer une tarification raisonnable pour ouvrir le lieu à un public le plus large possible, en visant essentiellement l'équilibre budgétaire.

Par leurs relations durables et partenariales avec les pouvoirs publics, les lieux sont totalement insérés dans une économie non marchande. Avec 65% de financements provenant de l'Etat et des collectivités territoriales, l'économie des structures adhérentes à la Fédurok repose majoritairement sur des fonds issus de la redistribution publique. Les conventions et les

¹⁸² *Idem.*, p. 177.

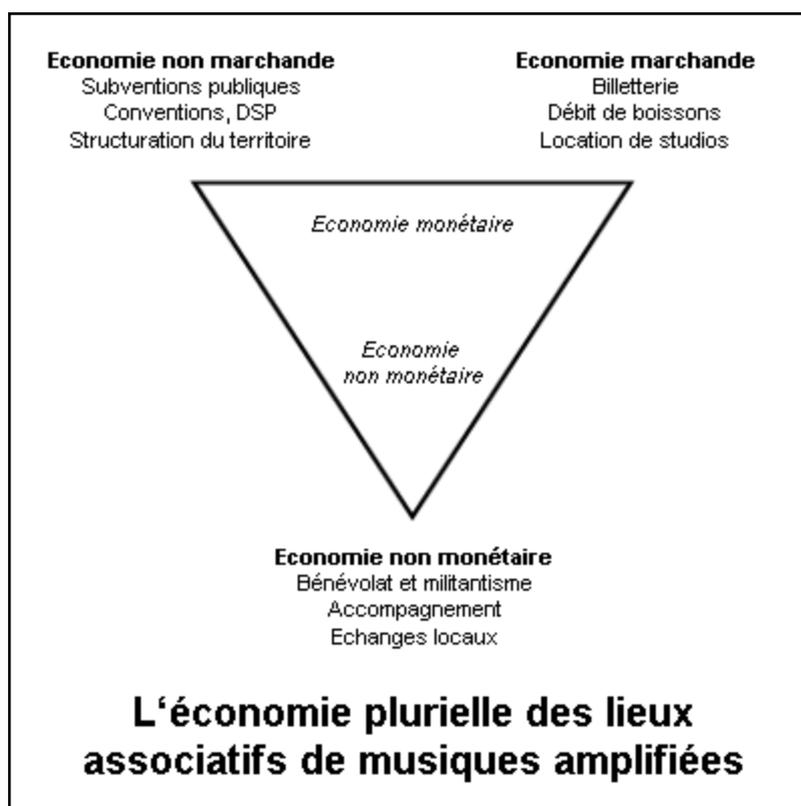
¹⁸³ *Ibid.*

délégations de service public sont très fréquentes, surtout au niveau local. Rappelons toutefois que ces associations de musiques amplifiées n'obtiennent encore qu'une part résiduelle de l'aide publique au spectacle vivant, qui se concentre toujours vers des équipements plus prestigieux comme les scènes nationales ou les opéras. Les lieux participent également au prélèvement nécessaire à l'économie non marchande sous forme de charges sociales, de taxes parafiscales et d'impôts commerciaux pour certains d'entre eux. Enfin, il semble que le rôle structurant de certains lieux (voulu ou non) sur un territoire leur confère un caractère de « référence » envers les autres acteurs locaux du secteur des musiques amplifiées. Dans cette logique, les lieux entreprennent une sorte de redistribution de leurs fonds publics en direction d'associations variées sous forme d'aides logistiques, techniques ou administratives dans une dynamique d'accompagnement. Un risque d'assèchement des initiatives culturelles peut être le corollaire malheureux de ce phénomène de structuration, autour d'un lieu identifié qui recevrait la quasi-totalité des aides publiques.

L'importance de la dimension non monétaire est sans doute celle qui différencie le plus les lieux de la Fédurok des entreprises privées et des équipements publics agissant sur le même secteur d'activité. Situés dans un « monde du milieu » à la marge des cadres administratifs habituels et caractérisés par une fragilité durable des financements et des emplois, les lieux survivent en partie grâce à la qualité des relations non monétaires et interpersonnelles. Le fonctionnement des lieux repose de manière plus ou moins indispensable sur du travail bénévole. Celui-ci prend à notre sens trois formes particulières. La première est le recours à des bénévoles autour de la diffusion, notamment pour l'accueil des artistes et du public, la sécurité, le ménage, les repas... La deuxième concerne les administrateurs bénévoles qui siègent au conseil et s'impliquent par ailleurs dans la vie de l'association. Enfin, l'équipe salariée est caractérisée par un engagement militant qui dépasse souvent le cadre contractuel du travail. Grâce à ces trois formes de participations volontaires, les lieux de la Fédurok sont considérés comme des espaces de socialisation forte autour des musiques amplifiées. Le lien social créé en interne est également projeté à l'extérieur de la structure puisque la plupart des lieux entreprennent des activités non viables d'un point de vue économique : il s'agit des différentes formes d'accompagnement identifiées au chapitre 1.3. . Enfin, les lieux procèdent parfois à des formes échanges non monétarisés entre eux ou avec des partenaires au niveau local. Par exemple, les cartes d'abonnement souscrites à certains lieux de la fédération sont valables dans l'ensemble des salles du réseau.

La lecture plurielle de l'économie des lieux de la Fédurok peut être simplement illustrée par un schéma triangulaire, inspiré par celui utilisé par les auteurs de *Vers un nouveau contrat social*¹⁸⁴.

¹⁸⁴ ROUSTANG, Guy, LAVILLE, Jean-Louis *et al.*. *Vers un nouveau contrat social*. Nouvelle édition. Paris : Desclée de Brouwer, 2000. p. 66.



2.2.2. L'approche par l'économie solidaire

2.2.2.1. Une réactivation de la solidarité

L'approche par l'économie solidaire est très liée à l'économie sociale. Leur histoire commune prend sa source avec le mouvement associationniste français, ayant abouti à la création des statuts associatif, mutuelliste et coopératif dans un contexte institutionnel reconnaissant à la fois l'économie de marché et l'intervention publique. Les trois statuts obtenus ont eu pour conséquence, selon Eme et Laville, « des effets de dissociation entre les différentes composantes »¹⁸⁵ de l'économie sociale.

C'est à partir des années 1960 et autour de la référence à la solidarité que de nouvelles actions prennent forme, en réaction « à une économie sociale en voie de banalisation »¹⁸⁶. Dans un contexte national de bouleversements et de crises idéologique puis économiques, l'économie sociale paraît profondément touchée par des phénomènes contraignants d'isomorphisme institutionnel : les coopératives et certaines mutuelles ont tendance à ressembler à des entreprises marchandes alors que certaines associations et structures mutualistes s'apparentent

¹⁸⁵ EME, Bernard et LAVILLE, Jean-Louis. 2005. *op. cit.*, p. 256-257.

¹⁸⁶ LAVILLE, Jean-Louis. Vers une économie sociale et solidaire ? *Revue des études coopératives, mutualistes et associatives (RECMA)*, juillet 2001, n°281, p. 50.

à des équipements parapublics et autres « faux-nez » administratifs. La dimension politique d'une « autre économie » prend forme face aux changements profonds d'une société française secouée par la fin des Trente Glorieuses et du modèle fordiste. L'exigence d'une meilleure qualité de vie émerge, à laquelle ni le marché, ni l'intervention publique ne semblent répondre totalement. L'engagement des citoyens dans l'espace public change profondément de nature : les idéologies (religion, syndicalisme) et solidarités traditionnelles (famille, campagnes) s'affaiblissent, au profit d'engagements concrets à durée limitée autour de problèmes particuliers¹⁸⁷.

L'économie solidaire ainsi esquissée « peut être définie comme l'ensemble des activités contribuant à la démocratisation de l'économie à partir d'engagements citoyens »¹⁸⁸. Ces activités sont très diversifiées et concernant plusieurs secteurs d'activité : commerce équitable, services de proximité, agriculture durable, systèmes d'échanges locaux, gestion des services urbains par les habitants... Elles empruntent presque systématiquement les statuts de l'économie sociale et réactivent une forme d'associationnisme autour de la notion de solidarité. Le statut associatif renoue fortement avec la recherche d'un bien commun par une logique collective. Philippe Chaniel et Jean-Louis Laville estiment que « seule une théorisation qui considère la solidarité comme un principe d'action collective indépendant [...] est en mesure de saisir l'originalité de ce qui s'exprime dans les pratiques associatives »¹⁸⁹. Le terme de solidarité peut prêter à confusion car il renvoie à deux conceptions très différentes. L'économie solidaire ne souhaite pas « remplacer l'action publique par la charité, nous ramenant plus d'un siècle en arrière »¹⁹⁰ mais cherche au contraire à dépasser cette solidarité *philanthropique* par une solidarité *démocratique* fondée autour des notions d'économie plurielle¹⁹¹ et d'hybridation.

2.2.2.2. Une hybridation des principes et des ressources

L'économie plurielle, nous l'avons rappelé plus haut, met en lumière l'existence de trois principes de comportement économique chez l'homme : marché, redistribution et réciprocité. L'un des faits saillants de l'économie solidaire est l'importance accordée au principe de réciprocité, trop souvent négligé par l'économie contemporaine. Les initiatives d'économie solidaire mettent la réciprocité au cœur de leur passage à l'action économique et réservent

¹⁸⁷ *Idem.*

¹⁸⁸ LAVILLE, Jean-Louis. 2001. *op. cit.*, p. 47.

¹⁸⁹ CHANIAL, Philippe et LAVILLE, Jean-Louis. 2005. *op. cit.*, p. 46.

¹⁹⁰ *Idem.*

¹⁹¹ LAVILLE, Jean-Louis. Solidarité. In : CATTANI, Antonio David, LAVILLE, Jean-Louis et *al.* *Dictionnaire de l'autre économie*. Paris : Desclée de Brouwer, 2005. p. 496-497.

ainsi à la création ou au maintien de lien social une place prépondérante dans l'activité : « le lien prime le bien »¹⁹².

Les initiatives d'économie solidaire se différencient également de l'économie sociale par la revendication d'une multitude de ressources, y compris certaines ressources marchandes issues de la vente de produits ou la prestation de services. En somme, l'économie solidaire assume complètement la notion d'hybridation contenue dans l'économie plurielle, rompant sans doute avec un certain cloisonnement de l'économie sociale, perçue en tant que « tiers secteur » séparé de l'économie marchande et de l'économie publique. Elle a aussi besoin de cette hybridation pour assurer sa pérennisation, Jean-Louis Laville estimant que « les activités d'économie solidaire [...] se consolident si elles parviennent à articuler les différents registres de l'économie de façon appropriée aux projets pour arriver à une combinaison équilibrée entre ressources (ressources marchandes obtenues par le produit des ventes, ressources non marchandes émanant de la redistribution, ressources non monétaires issues de contributions volontaires) »¹⁹³.

2.2.2.3. La double dimension économique et politique

L'économie solidaire diffère nettement de l'économie sociale par sa double dimension, à la fois économique et politique.

Du point de vue économique, les initiatives d'économie solidaire sont caractérisées d'une part par une « impulsion réciproitaire »¹⁹⁴ préalable qui souligne l'engagement des personnes et l'importance du principe de réciprocité, et d'autre part par une consolidation autour d'une hybridation des ressources faisant appel au concept d'économie plurielle.

Du point de vue politique, il s'agit de prolonger l'impulsion initiale dans l'espace public, en portant une attention particulière « aux phénomènes de déliasion et de désaffiliation, mais aussi aux inégalités grandissantes, aux injustices, aux manques de reconnaissance et à la pauvreté dans des sociétés qui n'ont jamais été aussi riches »¹⁹⁵. La dimension politique de l'économie solidaire s'exprime ainsi dans des « espaces publics de proximité » où l'exercice de la citoyenneté quotidienne par la prise de parole et le débat, quel que soit le statut des acteurs, renforce la démocratie et la rend plus vivante¹⁹⁶. La co-construction de l'offre de service avec le public visé en est une forme souvent donnée en exemple.

¹⁹² LAVILLE, Jean-Louis. Economie Plurielle. In : CATTANI, Antonio David, LAVILLE, Jean-Louis et al.. *Dictionnaire de l'autre économie*. Paris : Desclée de Brouwer, 2005. p. 212.

¹⁹³ LAVILLE, Jean-Louis. 2001. *op. cit.*, p. 48.

¹⁹⁴ EME, Bernard et LAVILLE, Jean-Louis. 2005. *op. cit.*, p. 253-254.

¹⁹⁵ *Idem*.

¹⁹⁶ ROUSTANG, Guy, LAVILLE, Jean-Louis et al.. 2000. *op. cit.*, p. 102

Il est clair que la double dimension de l'économie solidaire l'amène à rencontrer les pouvoirs publics. Les espaces publics solidaires doivent pouvoir alimenter le débat public dans les domaines qu'ils occupent, et être en partie soutenus par des financements en conséquence. Les connexions entre Etat et associations sont déterminantes à cet égard, et la perspective de l'économie solidaire permet de poser la question : « quels types de rapports instaurer entre le dispositif étatique et le dispositif associatif ? »¹⁹⁷.

2.2.2.4. Quelles applications aux associations de musiques amplifiées ?

Comme pour l'approche par l'économie sociale, il nous semble que les lieux associatifs de musiques amplifiées s'inscrivent très justement dans une perspective d'économie solidaire par les trois entrées théoriques que nous venons de présenter.

L'apparition des premières associations de musiques amplifiées coïncide avec l'émergence de l'économie solidaire des années 1960. Parmi les changements profonds de la société française, la démocratisation de la pratique musicale et la montée du rock et des musiques « non savantes » sont deux tendances prononcées. Le rôle des premières MJC est entre autres de permettre à ces musiques de s'exprimer ; elles agissent comme des « engagements concrets à durée limitée autour de problèmes particuliers » comme l'absence de scènes permettant la diffusion d'artistes rock, aussi bien professionnels qu'amateurs. Plus tard, les premiers lieux dédiés uniquement aux musiques amplifiées apparaissent, empruntant le statut associatif et faisant feu de tout bois pour consolider leur engagement et un certain idéal commun autour de ces nouveaux courants musicaux. La solidarité, si elle n'est pas ouvertement revendiquée, est résolument démocratique : on s'organise comme on peut, avec les moyens du bord et par des jeux de solidarités locaux.

Depuis leur difficile émergence jusqu'à leur reconnaissance, les lieux de musiques amplifiées ont de plus en plus fait appel à des ressources plurielles mêlant économies marchande, non marchande et non monétaire. Nous l'avons vu précédemment, mais nous voulons insister sur la nécessité que cette hybridation revêt pour le développement des lieux. Grâce à leurs activités marchandes (billetterie, bar, locations), les lieux acquièrent un savoir-faire et une certaine autonomie de gestion, qui d'un côté démontre leur capacité à dégager des excédents et de l'autre leur permet d'obtenir des subventions pour la part moins rentable de leur activité. Les financements publics représentent maintenant plus de la moitié du budget des lieux, et leur permet de développer des activités de service public délégué de plus en plus perfectionnés. Enfin, les ressources non monétaires que sont le bénévolat et l'engagement des équipes salariées permettent de surmonter les difficultés quotidiennes et de consolider durablement les activités engagées.

¹⁹⁷ LAVILLE, Jean-Louis et VAILLANCOURT, Yves. Associations et Etat : l'hypothèse solidaire. In : LECLERC, Henri (préface), sous la coordination de Jérôme Pellissier. *A but non lucratif : 1901 – 2001 : cent ans de liberté d'expression*. Paris : Fischbacher, 2001. p. 14-16.

La dimension politique des lieux est très marquée, notamment par leur représentation au sein de la Fédurok dont l'une des attributions principales est de participer à la structuration du secteur des musiques amplifiées et à représenter les lieux auprès des pouvoirs publics. La vie associative des lieux permet dans la plupart des cas une réelle démocratie participative où plusieurs parties prenantes peuvent s'exprimer. Le rôle politique des lieux se réalise donc à deux échelles : au niveau national via la Fédurok et au niveau local, directement avec les collectivités territoriales et d'autres acteurs du terrain.

2.2.2.5. Les limites de l'approche par l'économie solidaire

La perspective de l'économie solidaire apporte de nombreux enseignements sur les équilibres et les enjeux des lieux de musiques amplifiées, qui dans leur singularité se rapprochent d'initiatives « solidaires ». Cette notion de solidarité présente toutefois des difficultés, non seulement parce qu'elle revêt plusieurs significations, mais aussi parce qu'elle pose la question suivante : jusqu'où est-on solidaire ? Cette interrogation peut se révéler problématique et source de divisions. D'une part, ces lieux se sont historiquement construits autour de personnalités fortes¹⁹⁸ qui ont porté leur projet « envers et contre tout ». Adoptant le statut associatif, ces porteurs de projet issus de l'underground ne sont peut-être pas aussi sensibles à la notion de solidarité que la mixité et l'accessibilité de leurs projets le laissent penser. La démocratie a peut-être aussi ses limites dans les lieux : plusieurs associations restent fermées, et le fonctionnement démocratique interne n'est pas une condition sine qua non de la réussite du projet artistique. En ce qui concerne l'offre culturelle, il ne semble pas qu'elle dépende directement d'une co-construction avec le public : si le public est au centre du projet artistique des lieux, il ne participe pas à son élaboration, ou dans des proportions très limitées. Les questions suivantes en découlent : le public attend-il réellement de « co-construire » la programmation musicale d'un lieu, et en a-t-il les compétences ? Quelle place serait laissée à la découverte et l'émergence de nouveaux artistes le cas échéant ?

La deuxième limite concerne la pertinence du concept même d'économie solidaire et plurielle. En effet, la lecture plurielle d'une économie décomposée en trois pôles est contestée par certains auteurs. Selon l'économiste Jean-Marie Harribey, il serait absurde de vouloir quantifier l'espace n'appartenant ni au marchand ni au non marchand, qui relève « des relations entre les individus ». L'économie non monétaire basée autour de la réciprocité n'aurait pas lieu d'être évaluée en équivalent monétaire, car ces relations entre individus « correspondent au domaine strictement privé ou à celui de la sociabilité pure »¹⁹⁹. Par ailleurs, devant l'intervention de plus en plus marquée des pouvoirs publics dans l'économie des structures (il suffit de constater la nouvelle génération de lieux d'impulsion municipale, et

¹⁹⁸ LA FEDUROK. *Le Tour de France de la Fédurok : observation permanente et partagée d'un réseau*. Rapport de synthèse 1999-2002 : Nantes : 2003. p. 10.

¹⁹⁹ HARRIBEY, Jean-Marie. *L'économie sociale et solidaire, un appendice ou un faux-fuyant ?* [En ligne]. <http://www.france.ATTAC.org/a1168> (page consultée le 11 juillet 2005).

le montant croissant des subventions), il semblerait que les insuffisances du marché soient correctement prises en compte par la force publique. L'économie solidaire a-t-elle lieu d'être dans le secteur des musiques amplifiées ? Jean-Marie Harribey défend un service public plus étendu, à côté duquel « l'économie solidaire ne pourrait alors être que le masque attendri de l'économie capitaliste » et « une défaite programmée devant les impératifs de rentabilité qui aujourd'hui dominant le monde »²⁰⁰. Sans aller aussi loin dans la critique, nous nous interrogeons sur la place d'une économie solidaire dans un secteur qui semble accepter malgré tout l'intervention publique croissante comme un fonctionnement efficace.

2.3. Le rapprochement des lieux de musiques amplifiées avec le mouvement de l'économie sociale et solidaire

2.3.1. Une quasi-absence de liens avec les instances et les acteurs

2.3.1.1. Les instances du mouvement associatif

En leur qualité d'associations, les lieux de la Fédurok sont concernés par les décisions nationales relatives à la vie associative. Actuellement, ils n'entretiennent pourtant que très peu de relations avec les instances nationales du mouvement.

Le Conseil National de la Vie Associative²⁰¹ (CNVA) est une instance consultative auprès du Premier Ministre. Son conseil est composé de 66 membres désignés par leur association respective, celle-ci ayant été nommée au préalable par le chef du gouvernement. Les missions du CNVA concernent l'ensemble des questions relatives à la vie associative ; elles consistent à établir des propositions et donner des avis consultatifs au Premier Ministre. Le conseil dispose actuellement de sept groupes de travail et d'une commission permanente, dans lesquels aucun acteur des musiques amplifiées n'est représenté. Si la Fédurok a été pressentie pour rejoindre cette instance en 2003²⁰², cela ne s'est jamais concrétisé malgré l'intérêt que portent la plupart des adhérents aux missions du CNVA. Le système de désignation par le Premier Ministre constitue pour certains un véritable obstacle à une représentativité de l'ensemble du secteur associatif au sein du conseil national.

Contrairement au CNVA, la Conférence Permanente des Coordinations Associatives²⁰³ n'est pas un organe rattaché au gouvernement. La CPCA regroupe, de manière indépendante et à plusieurs échelons, une multitude de coordinations associatives agissant dans des secteurs

²⁰⁰ *Idem.*

²⁰¹ MINISTERE DE LA JEUNESSE, DES SPORTS ET DE LA VIE ASSOCIATIVE. *Le conseil national de la vie associative*. [En ligne]. http://www.associations.gouv.fr/article.php3?id_article=112 (page consultée le 11 juillet 2005).

²⁰² BOISTARD, Eric. *Rapport moral et rapport d'activité de la Fédurok en 2003*. 12 pages. Rapport : Nantes : 2004.

²⁰³ CONFERENCE PERMANENTE DES COORDINATIONS ASSOCIATIVES. *Présentation de la CPCA*. [En ligne]. <http://cpca.asso.fr/a%20propos/a%20propos.html> (page consultée le 11 juillet 2005).

d'activités très divers. Actuellement, 16 coordinations participent à la vie de la CPCA, qui se définit comme « le lieu où se discute, s'évalue, se définit la place des associations dans la société française »²⁰⁴. L'une des coordinations, la Coordination des Fédérations et Associations de Culture et de communication (COFAC), représente le secteur culturel. La Fédurok est pour l'instant absente de la COFAC et relativement éloignée culturellement des fédérations qui y siègent : les musiques amplifiées ont-elles des problématiques communes avec des associations de membres comme les batteries-fanfarses, les chorales ou la danse traditionnelle ? Cependant, il semble qu'une adhésion à la CPCA, via la COFAC ou non, soit stratégique pour la participation de la Fédurok à la vie politique du mouvement associatif, aussi la réflexion portant sur une candidature prochaine est-elle actuellement en cours.

Les racines d'éducation populaire de certains lieux de la Fédurok pourraient se manifester par un rapprochement avec l'Institut National de la Jeunesse et de l'Education Populaire²⁰⁵ (INJEP), un établissement public du Ministère de la Jeunesse, des Sports et de la Vie Associative. Ayant pour missions de promouvoir l'éducation populaire, la vie associative et les actions en direction de la jeunesse, l'INJEP propose entre autres des formations, des bourses et de la documentation. A notre connaissance, les lieux de la Fédurok n'ont que très peu de contacts avec cette structure. Il existe néanmoins un lien entre la Fédurok et l'éducation populaire via le FONds de coopération de la Jeunesse et de l'Education Populaire (FONJEP). Cette association réunit divers financeurs publics et associations, sous la tutelle du Ministère. Elle gère les aides accordées aux associations au titre de leur action sociale par différents ministères et délégations interministérielles. En 2003, la Fédurok est devenue administratrice du FONJEP pour une durée de deux ans, en la personne de son directeur Philippe Berthelot²⁰⁶.

2.3.1.2. Les instances de l'économie sociale et solidaire

Outre la Délégation Interministérielle à l'Innovation Sociale et à l'Economie Sociale²⁰⁷ (DIES), rattachée au Ministère de la Jeunesse, des Sports et de la Vie Associative et dont la marge manœuvre gouvernementale est très limitée, il existe deux types d'instances de l'économie sociale et solidaire en France : les instances nationales et les instances régionales.

²⁰⁴ *Idem.*

²⁰⁵ MINISTERE DE LA JEUNESSE, DES SPORTS ET DE LA VIE ASSOCIATIVE. *L'Institut national de la Jeunesse et de l'Education populaire*. [En ligne]. http://www.associations.gouv.fr/article.php3?id_article=288 (page consultée le 11 juillet 2005).

²⁰⁶ BOISTARD, Eric. 2004. *op. cit.*

²⁰⁷ MINISTERE DE LA JEUNESSE, DES SPORTS ET DE LA VIE ASSOCIATIVE. *Délégation Interministérielle à l'Innovation Sociale et à l'Economie Sociale*. [En ligne]. <http://www.jeunesse-sports.gouv.fr/vieasso/dies.asp> (page consultée le 11 juillet 2005).

Le Conseil des Entreprises, employeurs et Groupements de l'Economie Sociale²⁰⁸ (CEGES) est une instance qui regroupe au niveau national l'ensemble des familles et des mouvements du secteur de l'économie sociale. Outre les associations, représentées par la CPCA, nous y retrouvons donc les familles coopératives et mutuellistes, ainsi que les fondations. Le CEGES œuvre pour que « soit reconnue de façon pleine et entière la forme originale d'entreprendre » qu'offre l'économie sociale. Les lieux de musiques amplifiées n'étant pas encore représentés à la CPCA, ils sont en toute logique absents des discussions au sein du CEGES. En ce qui concerne l'économie solidaire, il n'existe plus, à notre connaissance, d'instance nationale représentative et structurée. L'inter-réseaux de l'économie solidaire, regroupement de structures ayant notamment initié des propositions de loi, et les signataires de l'appel en faveur de l'ouverture d'un espace pour l'économie solidaire paru dans le Monde du 18 juin 1997 semblent avoir cessé leur activité collective.

C'est en région que de véritables rapprochements pourraient exister entre les lieux de musiques amplifiées et les Chambres Régionales d'Economie Sociale – et parfois Solidaire (CRES). De forme associative, les CRES « mettent en œuvre toutes actions décidées d'un commun accord entre leurs membres en vue de défendre et de développer la coopération, la mutualité et le mouvement associatif dans les régions »²⁰⁹. Interlocutrices privilégiées des pouvoirs publics, les CRES disposent de moyens importants dans certaines régions. Nous constatons néanmoins une grande hétérogénéité géographique, puisque le contexte local a une influence très forte sur les missions mises en œuvre par chaque chambre régionale. Maud Ropars²¹⁰, chargée de mission à la CRES Pays de la Loire, estime que « certaines CRES sont très ouvertes vers les structures culturelles, l'économie solidaire et l'environnement, tandis que d'autres tendent à favoriser le classique triptyque mutuelles – coopératives – associations ». Quelques rares lieux de la Fédurok ont déjà pris contact avec leur CRES respective, l'expérience la plus significative étant réalisée par la Cave à Musique, à Mâcon : deux représentants de l'association siègent désormais à la chambre régionale de Bourgogne.

2.3.1.3. Les acteurs de l'économie solidaire

Régies de quartier, finances solidaires, commerce équitable, systèmes d'échanges locaux... De nombreux acteurs de l'économie solidaire interviennent sur le même territoire que les lieux de musiques amplifiées. Pourtant, aucun rapprochement n'est encore signalé, malgré leur nombre intéressant de points communs dans les finalités et les missions d'accompagnement réalisées. Historiquement, le secteur des musiques amplifiées s'est construit « seul », et s'il s'ouvre depuis plusieurs années à son environnement (entre autres

²⁰⁸ CONSEIL DES ENTREPRISES, EMPLOYEURS ET GROUPEMENTS DE L'ECONOMIE SOCIALE. *Missions du CEGES*. [En ligne]. http://www.ceges.fr/home_cadre.php (page consultée le 11 juillet 2005).

²⁰⁹ *Idem*.

²¹⁰ Voir annexe 5.

grâce à l'action de la Fédurok) et même aux problématiques de l'économie solidaire, il n'a jamais noué de liens directs avec des acteurs extérieurs concernant ces questions.

Bruno Colin, directeur de l'association OPALE, estime qu'il serait intéressant de prendre contact avec des représentants d'autres structures relevant de l'économie solidaire, afin d'organiser un temps de rencontre et d'échange entre les lieux de musiques amplifiées et, par exemple, des régies de quartier, des Sociétés Coopératives Ouvrières de Production (SCOP) ou des organisations de solidarité internationale Nord-Sud²¹¹. Les rapprochements ainsi effectués sur le terrain seraient plus importants qu'un engagement national, puisque basés sur un lien social réel entre des organisations d'économie solidaire et des lieux de musiques actuelles qui « font de l'économie sociale et solidaire sans le savoir »²¹² sur un même territoire géographique.

2.3.2. Contribuer à rapprocher les lieux avec l'économie sociale et solidaire ?

2.3.2.1. Quelques pistes à envisager

Dans le cadre de notre mission à la Fédurok, nous avons mené une réflexion ayant pour thème « les rapports et les enjeux communs entre les musiques actuelles et amplifiées et les réseaux de l'économie sociale et solidaire ». Cette réflexion s'est développée selon deux axes. Le premier et principal axe consistait en un apport de connaissances en direction des adhérents autour de l'économie sociale et solidaire, sous plusieurs formes. Le second, plus difficile, revenait à susciter ou relancer des liens avec les acteurs et instances du mouvement. Après plusieurs recherches, entretiens et une mission de stage de cinq mois à la Fédurok, nous avons distingué quelques pistes de rapprochement à envisager pour l'avenir.

Les CRES nous semblent les meilleures « portes d'entrée » vers l'économie sociale et solidaire pour les lieux de la Fédurok. L'importance du territoire et de l'action en région semblant s'accroître, il serait pertinent de rencontrer localement l'organe le plus représentatif de l'économie sociale. Un partenariat entre un lieu et sa CRES pourrait prendre forme à l'occasion de certains dispositifs, comme le dispositif d'appui aux micro-projets associatifs, dont des associations de musiques amplifiées (les lieux Fédurok mais aussi tout le tissu associatif environnant) pourraient bénéficier. Profitant d'une nouvelle dynamique en région, la CRES Pays de la Loire s'intéresse particulièrement aux structures de l'économie sociale peu ou pas représentées, comme le sont en général les acteurs des musiques amplifiées et de la culture.

La représentation des associations de musiques amplifiées à la CPCA est en projet. Les modalités de cette représentation restent à définir, et deux pistes se présentent aujourd'hui. La

²¹¹ Voir annexe 5.

²¹² *Idem.*

première est une approche par la Fédurok, qui pourrait rejoindre la COFAC malgré d'importantes différences culturelles. La seconde possibilité serait une entrée par l'Union Fédérale d'Intervention des Structures Culturelles (UFISC) qui rassemble plusieurs fédérations du spectacle vivant partageant avec la Fédurok des problématiques de non lucrativité et de « tiers secteur » artistique et culturel. L'UFISC rejoindrait la CPCA en tant que 17^e coordination. Dans les deux cas de figure, la présence à la CPCA permettrait une réelle participation au secteur associatif et un échange de connaissances et de réflexions non négligeable avec des représentants d'autres secteurs économiques.

Enfin, la Fédurok devrait poursuivre plus avant les relations qu'elle entretient avec la recherche et les problématiques de positionnement économique, en rapport avec l'économie sociale et solidaire. Une coopération entre chercheurs et acteurs de terrain est un moyen intéressant de prendre un certain recul par rapport à l'activité quotidienne, ce qui pourrait aussi apporter de nouvelles pistes de réflexion collective. La coopération avec le Centre de Recherche et d'Information sur la Démocratie et l'Autonomie (CRIDA) sur les questions d'économie plurielle est une piste concrète qu'il faudrait poursuivre étant donné l'intérêt mutuel des deux parties à plusieurs points de vue. L'extension de la réflexion et de la recherche à l'échelle européenne et internationale est une piste ambitieuse qui serait sans doute extrêmement riche mais qui demanderait d'y consacrer beaucoup de temps et de cibler très précisément certains objectifs.

2.3.2.2. Les limites techniques et culturelles à un tel rapprochement

Nous distinguons deux types de limites dans le rapprochement des lieux de musiques amplifiées avec le mouvement de l'économie sociale et solidaire : les limites d'ordre technique et celle d'ordre culturel.

Mettre en œuvre un rapprochement effectif avec les tenants de l'économie sociale et solidaire requiert plusieurs conditions qui peuvent faire défaut à la Fédurok à l'heure actuelle. C'est une mission qui nécessite sans doute une personne à temps plein, possédant déjà des connaissances en matière d'économie sociale et solidaire et qui comprenne les enjeux généraux qui caractérise le secteur des musiques amplifiées. L'organisation présente de la Fédurok met en évidence une certaine surcharge de travail pour les quatre salariés permanents, qui n'ont techniquement pas le temps de prendre en charge à eux seuls cette réflexion. Il faudrait peut-être solliciter un ou plusieurs membres du conseil d'administration pour s'y investir, mais leur fonction principale de direction dans les lieux limite aussi leur capacité à mener cette mission. Au vu de l'actualité très dense du secteur pour l'année 2005, une prise en charge intégrale par la Fédurok semble compromise. En ce qui concerne le rapprochement au niveau local, les équipes des lieux devront elles aussi dégager un temps précieux pour entrer en contact avec les chambre régionales de l'économie sociale ou d'autres acteurs locaux. La grande hétérogénéité des CRES et les contextes particuliers à chaque lieu ne facilitent pas un rapprochement significatif sur l'ensemble du territoire.

Des limites que nous désignerons comme « culturelles » viennent compliquer la donne de deux façons distinctes. La première est sectorielle, elle concerne l'ensemble des structures culturelles de nature associative et sans but lucratif. Au regard des différents témoignages et observations que nous avons recueillis, le secteur culturel est celui qui présente les plus grandes difficultés d'intégration au mouvement d'économie sociale et solidaire. La construction historique des réseaux d'économie sociale s'est faite sans les acteurs culturels tout en les incluant dans leur domaine d'application, au point qu'un réel clivage se dessine aujourd'hui entre la culture et les autres secteurs. Les causes de cette ambiguïté sont diverses et relèvent à la fois de la conceptualisation que de l'organisation pratique. Jean-Philippe Magnen, conseiller municipal à la Mairie de Nantes et membre du conseil de Nantes Métropole, estime que « le secteur culturel est conceptuellement plus proche de l'économie solidaire que de l'économie sociale »²¹³, ce qui se vérifie dans la faible implication des structures culturelles dans les CRES. A l'inverse, les CRES réunissent aussi des représentants de grandes banques coopératives et de mutuelles d'assurances qui semblent bien éloignées des réalités associatives que rencontrent les acteurs culturels sans but lucratif. En matière organisationnelle, le secteur culturel apparaît « peu ou pas assez organisé »²¹⁴ aux yeux de certains acteurs de l'économie sociale, et donne l'impression de manquer de volonté collective à s'ouvrir aux autres. En conséquence, le secteur culturel jouit d'une image assez isolée et repliée sur soi²¹⁵, explique Jean-Philippe Magnen, que des engagements concrets en local dépassant le simple intérêt conceptuel pour l'économie solidaire pourraient changer radicalement.

Nous avons constaté précédemment les limites de l'approche par l'économie sociale en illustrant la singularité des lieux de la Fédurok dans le paysage culturel associatif. Ainsi, dans notre optique de rapprochement, les lieux de musiques amplifiées semblent eux-même atypiques dans un secteur culturel qui apparaît relativement isolé aux yeux des acteurs de l'économie sociale. Leurs relations avec le secteur marchand et l'industrie du disque d'une part, et les partenariats très développés qu'ils entretiennent avec les pouvoirs publics d'autre part les coupent de la plupart des acteurs associatifs d'inspiration culturelle que sont les cafés littéraires ou les compagnies de danse. De plus, le secteur des musiques amplifiées semble plus structuré que la plupart des autres secteurs culturels de nature associative. Il reste à déterminer si cette différence peut être transcendée en un enrichissement mutuel, auquel cas la réflexion portant sur l'économie sociale et solidaire devrait être portée collectivement dans le secteur culturel. Suite au colloque des 1, 2 et 3 juin organisé à Nantes par l'association Ecossolies, un mouvement de rassemblement interdisciplinaire s'est constitué pour réfléchir à l'inscription des questions culturelles à l'agenda social et solidaire. Il reste à savoir si cette initiative sera portée durablement et avec succès par les initiateurs de cette réflexion.

²¹³ Voir annexe 5.

²¹⁴ *Idem.*

²¹⁵ *Ibid.*

Partie 3

La recherche d'un positionnement économique

3. PARTIE 3 : LA RECHERCHE D'UN POSITIONNEMENT ECONOMIQUE

Les deux premières parties nous ont permis de présenter dans leur contexte la Fédurok et les lieux qui y adhèrent, puis d'interroger l'économie sociale et solidaire pour tenter de mieux comprendre l'économie de lieux non lucratifs, majoritairement associatifs et ne répondant pas aux cadres d'analyse où seuls l'Etat et le marché se partagent l'activité économique. Leurs points communs avec le mouvement de l'économie sociale et solidaire sont nombreux et pertinents, mais avant d'engager ou non un rapprochement avec acteurs et instances concernées, il nous paraît primordial d'identifier plus clairement les réalités économiques des lieux de la Fédurok. C'est dans cette logique d'approfondissement que nous avons réalisé une enquête de terrain pour confronter certains concepts théoriques à la réalité des pratiques, et dégager ainsi quelques pistes de réflexion.

3.1. La méthodologie de l'enquête

3.1.1. Hypothèses de travail

Par un travail d'enquête, nous avons choisi de vérifier les deux hypothèses énoncées dans l'introduction, à savoir :

- Les lieux de la Fédurok présentent, par leurs diverses activités, un caractère avéré d'utilité sociale qui les différencie des autres acteurs du secteur des musiques amplifiées.
- Les lieux de la Fédurok se retrouvent réellement dans une « troisième voie » entre le secteur public et le secteur privé lucratif, positionnement qui est clairement partagé par les équipes des lieux et amené à être soutenu auprès des différents partenaires.

3.1.2. L'enquête par entretien

Pour mener à bien notre travail d'enquête, nous avons décidé d'utiliser la méthode des entretiens semi-directifs, à usage complémentaire²¹⁶.

La forme semi-directive permet de situer l'entretien dans le contexte « naturel » du discours, en laissant l'interviewé s'exprimer assez librement et en privilégiant l'écoute. La qualité des données recueillies est soumise à la bonne définition d'un guide d'entretien, qui liste et organise les thèmes à traiter lors de la rencontre. Les entretiens mettent en évidence les

²¹⁶ BLANCHET, Alain et GOTMAN, Anne. *L'enquête et ses méthodes : l'entretien*. Paris : Nathan, 1992. p. 47-50

pratiques et les représentations des interviewés, afin d’appréhender un système pratique, alliant le « comment » au « pourquoi ».

Si l’entretien semi-directif ciblé est la base de l’enquête, il n’intervient qu’après un travail de recherche documentaire conséquent et des entretiens exploratoires avec des acteurs variés autour de questions soulevées par notre problématique²¹⁷. D’autres formes d’enquêtes ont été envisagées, mais elles se sont vite révélées trop coûteuses ou trop difficiles à mettre en place compte-tenu du temps disponible et de la grande étendue géographique que couvrent les lieux étudiés.

3.1.3. Typologie, population et échantillon

L’enquête concerne les lieux de musiques amplifiées de la Fédurok. A titre exploratoire, nous avons ajouté un adhérent à la Fédération des Scènes de Jazz et de Musiques Improvisées (FSJMI).

La population de référence est composée dans la mesure du possible, pour chaque lieu étudié, du directeur, du président et d’un bénévole de l’association.

La sélection de l’échantillon est déterminante pour la bonne conduite et la faisabilité de l’enquête. Afin de trouver un compromis entre le temps imparti et l’obtention de résultats significatifs, nous avons décidé d’interviewer le triptyque directeur/président/bénévole dans six lieux Fédurok, représentatifs des différentes trajectoires propres à l’histoire de la fédération.

Avec 58 lieux adhérents à la fédération, cet échantillon nous paraît raisonnable pour valider ou infirmer les hypothèses de travail.

Le mode d’échantillonnage est inspiré de la typologie des lieux Fédurok établie lors des deux premières éditions du Tour de France, le travail d’observation permanente et partagée du réseau réalisé entre 1999 et 2002²¹⁸. La diversité des initiatives y avait été analysée, et l’enquête avait démontré l’existence de « trois grandes générations » de projets :

- La génération des militants bâtisseurs (42.2% des lieux) : des initiatives associatives privées menées par des « personnalités » au parcours divers et souvent bien éloigné des questions de gestion. Nés avant les années 1990, ces lieux se sont développés à partir d’engagements militants ou sur le terrain de l’éducation populaire.

²¹⁷ Voir les synthèses de ces entretiens en annexe 5.

²¹⁸ LA FEDUROK. *Le Tour de France de la Fédurok : observation permanente et partagée d’un réseau*. 36 pages. Rapport de synthèse 1999-2002 : Nantes : 2003.

- La génération de la convergence des volontés (55.6% des lieux) : la rencontre des besoins entre une collectivité publique locale et un tissu associatif privé et militant. Caractéristique du début des années 1990, elle s'organise sous forme de délégations de service public ou de conventions de mission. Des moyens financiers, immobiliers ou techniques sont mis à disposition des projets par un jeu de partenariats formalisés.
- La nouvelle génération (2.2% des lieux) : initiée et contrôlée exclusivement par les collectivités locales. Ces initiatives d'origine publique font appel à des chefs de projet souvent issus des premières générations, mais répondent à une logique de service collectif d'intérêt général. Cette nouvelle génération, encore très minoritaire, s'affirme depuis les années 2000.

Pour la réalisation de l'enquête nous avons choisi d'étudier trois lieux de la première génération et également trois lieux de la deuxième. Nous avons laissé de côté la nouvelle génération pour deux raisons. D'une part, elle représente un très faible poids dans la typologie des lieux (2.2%), et d'autre part, il n'existe que très peu d'informations à leur sujet au moment où l'enquête est réalisée. Il sera intéressant, dans quelques années, de constater l'évolution de ces lieux en les comparant avec les représentants des deux générations précédentes.

Pour améliorer la qualité des données à recueillir et rester fidèle à la diversité de la Fédurok, nous avons décidé d'affiner la typologie en incluant des lieux à l'histoire et à la configuration territoriale différentes. Parmi les militants bâtisseurs, nous avons choisi un lieu issu des mouvements d'éducation populaire, et deux lieux d'initiative privée de la « contre-culture » identifiée au chapitre 2.1., l'un en milieu urbain et l'autre en milieu rural. Nous avons donc une représentation assez complète de cette première génération de lieux. Pour les lieux de convergence, nous avons sélectionné trois structures ayant chacun une histoire particulière forte. A titre de comparaison, nous avons choisi d'étudier une scène de jazz dans une grande agglomération et dont le fonctionnement est proche des critères d'adhésion formulés par la Fédurok, afin de rester dans les mêmes logiques socio-économiques.

<i>Catégorie</i>	<i>Nom du lieu</i>	<i>Descriptif</i>
Militant bâtisseur	L' Antipode à Rennes (Maison des Jeunes et de la Culture de Cleunay)	MJC fondée en 1967, le lieu actuel a ouvert en 1998 et se situe en agglomération rennaise.
Militant bâtisseur	Le Confort Moderne à Poitiers (Association l'Oreille est Hardie)	Association créée en 1979, située en agglomération poitevine.
Militant bâtisseur	Le Run ar Puns à Châteaulin (Run ar Puns Association)	Association créée en 1978, située en milieu rural, à quelques kilomètres de Châteaulin.

Initiative publique	Le Chabada à Angers (ADRAMA/Le Chabada)	Association créée en 1988, située en agglomération angevine.
Initiative publique	Le Manège à Lorient (Association Musiques d'Aujourd'hui au Pays de Lorient)	Association créée en 1993, située en agglomération lorientaise.
Initiative publique	La Cave à Musique à Mâcon (Association Luciol)	Association créée en 1991, située en centre-ville mâconnais.
Scène de jazz	Le Pannonica à Nantes (Association Nantes Jazz Action)	Association créée en 1994, située en centre-ville nantais.

Au total, ce sont 22 personnes qui ont participé à l'enquête, soit quatre de plus que le chiffre mathématique de 18 entretiens, notamment grâce à quelques interviews « groupées » imprévues et enrichissantes.

3.1.4. Préparation et conduite des entretiens

3.1.4.1. La préparation des entretiens

L'enquête a fait l'objet d'une préparation importante en amont. Une fois les hypothèses définies, le mode d'enquête arrêté et l'échantillon déterminé, nous avons mené un double travail préparatoire : la sollicitation des personnes et la réalisation du guide d'entretien.

Nous avons été très agréablement surpris par l'intérêt porté par les personnes contactées à ce travail d'enquête, qui ont spontanément accepté un entretien malgré un emploi du temps très chargé pour certains, et le nombre de sollicitations diverses que les lieux reçoivent. Dans la plupart des cas, il a été possible d'organiser les trois entretiens prévus à la suite, à l'occasion d'une visite dans le lieu. Le cas échéant, nous avons pu réaliser les entretiens manquants hors les murs. Nous avons constaté avec plaisir le vif intérêt que le thème de l'enquête a suscité chez les interviewés, ainsi que la gentillesse des personnes qui ont accepté de se prêter au jeu.

Concernant le guide d'entretien, nous l'avons séparé selon deux thèmes principaux correspondant aux hypothèses à vérifier : les caractères d'utilité sociale et la définition d'un positionnement économique. Le premier thème est composé de cinq sous-thèmes correspondant aux cinq dimensions de la notion d'utilité sociale, d'après les travaux synthétisés par l'économiste Jean Gadrey²¹⁹. Pour le second, nous avons identifié quatre sous-thèmes : ressources marchandes et non marchandes, la réciprocité, la non lucrativité et

²¹⁹ GADREY, Jean. *L'utilité sociale des organisations de l'économie sociale et solidaire : une mise en perspective sur la base de travaux récents*. 136 pages. Rapport de synthèse pour la DIES et la MIRE, programme de recherche « l'économie sociale en région » : Paris : 2004.

l'identification d'une troisième voie. Quelques questions servent d'appui pour chaque sous-thème, mais une grande souplesse est laissée à l'utilisation de ce guide qui n'a nullement pour but d'être un questionnaire directif. C'est ainsi que quelques questions n'ont pas été posées dans certains entretiens, quand elles ne paraissaient pas pertinentes.

Au départ de l'enquête, nous avons prévu un guide différent pour les bénévoles, étant donné le caractère assez technique de plusieurs questions. Néanmoins, nous avons préféré raisonner par sous-thèmes et conserver une trame unique dont les questions s'adaptent aux interviewés. En effet, certains bénévoles se sont révélés extrêmement qualifiés pour répondre à des questions que nous pensions réserver aux directeurs des lieux. La version finale du guide comporte 26 questions et peut être consultée en annexe²²⁰.

Enfin, pour perdre le moins de temps possible et aller directement à l'essentiel, nous avons mené un travail de recherche préalable sur chaque lieu enquêté. Étant donné l'amplitude des thèmes à traiter, nous avons préféré épargner aux interviewés toute question inutile.

3.1.4.2. La conduite des entretiens

Les personnes ont été interrogées selon deux modes d'accès indirects²²¹ : soit par rencontre *in situ*, sur le lieu en question ; soit à l'occasion de l'assemblée générale de juillet dans l'agglomération lilloise, ou d'un passage de l'interviewé dans les locaux de la Fédurok à Nantes. Chaque entretien a été enregistré par dictaphone suite à l'accord des interviewés afin de rendre l'entretien plus naturel. Après réécoute extensive des entretiens, une grille synthétique²²² reprenant l'essentiel des échanges a été alimentée, en y intégrant certains extraits du discours qui nous paraissaient indispensables. Les entretiens ont duré entre une demi-heure et près de deux heures, avec une moyenne d'environ une heure.

3.1.5. Limites et difficultés rencontrées

Il existe deux limites principales à une telle enquête. La première concerne la population à interviewer. En effet, pour une enquête concernant les pratiques et les représentations des individus dans une perspective d'économie « plurielle », il apparaît gênant de n'interroger que trois personnes par lieu. Il semble bénéfique, pour ce genre d'enquête, de comparer les discours de l'ensemble des catégories de personnes travaillant dans les lieux afin de constater d'éventuels écarts d'appréciation. Pour des contraintes temporelles et matérielles, nous ne pouvons malheureusement pas entreprendre une enquête aussi étendue, qui nécessiterait d'interroger les salariés ou les usagers, par exemple. Nous devons toutefois intégrer ce biais dans l'étude des résultats et en tenir compte pour l'analyse.

²²⁰ Voir annexe 6.

²²¹ BLANCHET, Alain et GOTMAN, Anne. 2000. *op. cit.*

²²² Voir annexe 7.

La deuxième limite tient à la neutralité de l'enquêteur. En répondant à un stagiaire de la Fédurok, les personnes interviewées ne se sont pas trouvées dans une configuration neutre. L'image associée à la fédération chez les enquêtés a pu biaiser une partie de leur discours et entraîner quelques blocages. Il convenait, pour réduire les risques liés à cette limite, de rappeler l'objet de la recherche et le cadre de l'enquête, en se positionnant en tant qu'étudiant chercheur et non comme « chargé de mission » pour le compte de la fédération.

Nous n'avons pas rencontré de difficulté majeure, puisque seulement un entretien n'a pu avoir lieu. De plus, l'enquête a été très bien accueillie par les représentants des lieux étudiés, ce qui a grandement facilité le déroulement de notre travail.

3.2. Les concepts théoriques investis dans l'enquête

3.2.1. Utilité sociale

Le concept d'utilité sociale apporte un éclairage très intéressant sur la nature des activités économiques des associations. Elle permet potentiellement, selon Jean Gadrey, de « tracer une frontière entre l'économie sociale et solidaire (ou une partie de cette économie) et les deux autres grandes formes institutionnelles que sont l'économie privée lucrative et l'économie publique »²²³, puisque le simple désintéressement ne semble plus une condition suffisante pour opérer cette distinction. Convention socio-politique de plus en plus invoquée en France, sa définition reste mouvante et évolutive : d'origine fiscale, elle a désormais une plus grande portée dont les critères doivent être, selon Bernard Eme, « le produit d'une négociation entre acteurs »²²⁴ plutôt que le fruit d'une définition unique et donnée d'avance. Afin de « tester » l'utilité sociale des lieux de musiques amplifiées, nous avons retenu les cinq dimensions issues des travaux de synthèse menés par Jean Gadrey²²⁵, avec la volonté de confronter ces dimensions à la réalité de notre enquête sur le terrain.

3.2.1.1. Composante économique²²⁶

Cette dimension prend en compte deux sous-ensembles de critères pour les activités d'utilité sociale, tous de nature économique. Le premier concerne la capacité des structures d'économie sociale à créer ou faire économiser des coûts économiques : délivrer des services de qualité à un coût inférieur pour la collectivité, réduire indirectement des coûts économiques privés ou publics ou contribuer indirectement à l'amélioration du taux d'activité ou de formation professionnelle. Ce sous-ensemble met en concurrence les structures d'économie sociale aux structures publiques et privées lucratives, et tente donc d'identifier

²²³ GADREY, Jean. 2004. *op. cit.*, p. 45.

²²⁴ EME, Bernard. Définir l'utilité sociale par des débats publics. *Alternatives Economiques*, septembre 2003, Hors-série pratique : l'utilité sociale, n°11, p. 47.

²²⁵ GADREY, Jean. 2004. *op. cit.*, p. 65-81.

²²⁶ *Idem.*, p. 65-68.

leurs avantages en termes purement économiques. Le second sous-ensemble mesure l'incidence des structures sur le dynamisme économique et social de leur territoire et sur la qualité de vie de ses habitants. Nous retrouvons ici les techniques utilisées pour justifier l'intervention publique en faveur de grands festivals culturels dans les années 1980.

3.2.1.2. Lutte contre l'exclusion et les inégalités, développement humain et durable

Trois sous-ensembles forment cette dimension à forte consonance sociale : la contribution des structures à réduire l'exclusion, la pauvreté et la misère, la solidarité à l'échelle internationale et enfin le développement durable dans son aspect environnemental. Si le premier concerne directement l'action sociale « traditionnelle » et s'éloigne nettement des considérations économiques, les deux autres sont encore peu investies et contiennent des critères d'avenir, dont la portée est résolument transnationale. Pour notre enquête, la notion d'action sociale sera intéressante à confronter aux lieux car elle semble source de malentendus dans la construction historique du secteur.

3.2.1.3. Lien social de proximité et démocratie participative

Comme son intitulé l'indique, cette dimension comprend deux sous-ensemble distincts. Le premier renvoie aux notions de lien social et de réciprocité communautaire, essentielles dans une lecture d'économie plurielle, mais très délicates à mesurer concrètement. Le second sous-ensemble mesure la capacité des structures à organiser un dialogue participatif avec toutes les parties prenantes au projet, comme les bénévoles, les usagers ou les représentants des collectivités locales. Pour les lieux de musiques amplifiées, cette dimension nous semble globalement intéressante étant donné l'inscription forte des lieux sur leur territoire et le recours quasi systématique au travail bénévole.

3.2.1.4. Innovation sociale et solidaire

Cette dimension, sans doute l'une des plus ardues à apprécier, détermine la capacité des structures d'économie sociale et solidaire à créer des innovations institutionnelles, organisationnelles ou en lien avec le secteur d'activité dans lequel elles se situent. Le fait d'évaluer la capacité de l'économie sociale et solidaire à innover est encore largement ignoré, celle-ci étant généralement associée aux avancées technologiques de l'économie industrielle. Les lieux de la Fédurok, par leur souci de répondre à de nouveaux besoins de société, seront a priori concernés par cette dimension.

3.2.1.5. Utilité sociale interne

Enfin, cette dimension de l'utilité sociale s'intéresse aux « externalités » positives que pourraient avoir certains fonctionnements internes à la structure, comme la gestion désintéressée, la forte participation bénévole, les processus démocratiques ou une forme de professionnalisme associatif. Même si le transfert vers l'extérieur de principes de

fonctionnement éthiques est assez contestable, cette dimension sera l'occasion d'analyser plus en détail la vie associative et démocratique au sein des lieux étudiés.

3.2.2. Réciprocité

Nous avons abordé le concept de réciprocité avec Karl Polanyi et l'approche plurielle de l'économie²²⁷. Défini comme l'un des trois principes de comportement économique chez l'homme, la réciprocité désigne des prestations entre individus qui « ne prennent sens que dans la volonté de manifester un lien social entre eux ». La réciprocité est le mode de distribution majoritaire dans l'économie non monétaire, qui complète une économie monétaire (marchande et non marchande) pour appréhender l'ensemble des échanges économiques. Mais comment définir la réciprocité et justifier son unicité par rapport aux autres principes de comportement que sont le marché et la redistribution ?

Pour Laurent Gardin, « le principe de réciprocité est basé sur le fait élémentaire qu'est le don »²²⁸. De nombreux travaux anthropologiques portant sur des sociétés primitives ont constaté des phénomènes de don et contre-don permanents entre les individus. Affinant la théorie, chère à Adam Smith, sur la propension naturelle de l'*homo œconomicus* à échanger biens et services, le don fait intervenir d'autres mécaniques que la rationalité mathématique et le prisme de l'intérêt particulier. Mais le don ne suffit pas à expliquer la particularité de la réciprocité : de nombreux auteurs dont Marcel Mauss ont en effet assimilé réciprocité et redistribution dans le don, en l'opposant à l'intérêt. D'autres, comme Alain Caillé, soulignent l'ambiguïté qui entoure le don et le principe de marché en questionnant le caractère désintéressé du don²²⁹. La spécificité du concept de réciprocité ne peut être totalement appréciée en se référant au don. Elle réside davantage dans le fait que la distribution réciprocaire intervient dans le cadre de « structures symétriquement ordonnées »²³⁰ telles que la famille, la parenté, le voisinage ou le village. La proximité de la réciprocité la différencie nettement de la redistribution, celle-ci passant obligatoirement par une autorité centrale pour la régulation des biens et des services. Enfin, ce sont la gratuité et la liberté d'exécution de la réciprocité qui la différencient du marché, où les échanges sont régulés par l'intermédiaire de la monnaie et encadrés par contractualisation.

3.2.3. Non lucrativité

Mêlant des considérations fiscales et éthiques, l'absence de lucrativité est une caractéristique historiquement utilisée en France par l'économie sociale pour différencier ses structures de

²²⁷ POLANYI, Karl. *La Grande Transformation : aux origines politiques et économiques de notre temps*. Paris : Gallimard, 1983. p. 71-86.

²²⁸ GARDIN, Laurent. Réciprocité. In : CATTANI, Antonio David, LAVILLE, Jean-Louis et al.. *Dictionnaire de l'autre économie*. Paris : Desclée de Brouwer, 2005. p. 419-420.

²²⁹ *Idem.*, p. 421-423.

²³⁰ *Ibid.*

l'entreprise privée commerciale. Selon Marthe Nyssen, l'ensemble des initiatives privées non lucratives sont regroupées dans la notion de tiers secteur, qui diffère selon l'approche anglo-saxonne (où la non lucrativité correspond à la non redistribution des profits) ou continentale (où le tiers secteur se confond avec l'économie sociale, que nous avons abordée précédemment)²³¹. Dans les deux cas, la non lucrativité des organisations agit comme une sorte de garantie de bonne conduite qui « confirme le caractère philanthropique des actions entreprises, rassurant du même coup les partenaires de l'association et favorisant leur engagement pour participer au fonctionnement »²³².

En France, les organismes sans but lucratif ont bénéficié de larges exonérations fiscales depuis l'adoption de la loi 1901, selon laquelle toute association s'engage dans une démarche désintéressée, sans rechercher de profit. Suite à de nombreuses modifications de société apparues dans la seconde moitié du XX^e siècle, cette non lucrativité « automatique » de l'association a été remise en cause de manière croissante, que ce soit par les tutelles publiques que par les entreprises privées. L'instruction fiscale de 1998 relative à la fiscalité des associations a concrétisé ce changement profond en proposant de nouveaux critères d'appréciation de la lucrativité des associations, « afin de garantir le respect du principe d'égalité devant les charges publiques et d'éviter des distorsions de concurrence »²³³. Les associations ne répondant pas à ces critères sont depuis soumises aux impôts commerciaux.

De manière synthétique, l'appréciation « fiscale » de la non lucrativité se réalise désormais en trois étapes²³⁴ :

- Examiner si la gestion de l'organisme est désintéressée ; si la gestion est intéressée, l'organisme est nécessairement soumis aux impôts commerciaux.
- Si la gestion est désintéressée, examiner si l'organisme concurrence le secteur commercial ; s'il ne concurrence pas le secteur commercial, l'organisme n'est pas imposable.
- S'il concurrence le secteur commercial, examiner si l'organisme exerce son activité selon des modalités de gestion similaires à celles des entreprises commerciales.

Pour cela, il convient d'étudier dans l'ordre décroissant : le « Produit » proposé par l'organisme, le « Public » qui est visé, les « Prix » qu'il pratique et la « Publicité » qu'il met en

²³¹ NYSSSEN, Marthe. Tiers secteur. In : CATTANI, Antonio David, LAVILLE, Jean-Louis et al.. *Dictionnaire de l'autre économie*. Paris : Desclée de Brouwer, 2005. p. 499.

²³² COLIN, Bruno. Sociétés à but non lucratif, une question de statut ? *Culture et Proximité*, juin 1997, n°4, p. 55.

²³³ DIRECTION GENERALE DES IMPOTS. *Instruction du 15 septembre 1998 : IS. Dispositions diverses. collectivités autres que les sociétés. organismes sans but lucratif*. [En Ligne]. <http://www2.impots.gouv.fr/associations/boi/boi4-h-5-98.htm> (Page consultée le 19 juillet 2005).

²³⁴ *Idem*.

œuvre (règle des « 4 P » issue du marketing). Ce n'est que s'il exerce son activité selon des méthodes similaires à celles des entreprises commerciales que l'organisme sera soumis aux impôts commerciaux de droit commun.

L'appréciation du produit et du public font directement appel au concept d'utilité sociale défini plus haut, puisque le seul désintéressement n'est plus un critère suffisant. L'instruction fiscale évoque très clairement ce lien entre les deux notions, en mentionnant qu'« est d'utilité sociale l'activité qui tend à satisfaire un besoin qui n'est pas pris en compte par le marché ou qui l'est de façon peu satisfaisante »²³⁵. Cette définition très réductrice de l'utilité sociale a le mérite de laisser une certaine liberté d'appréciation aux autorités fiscales et aux associations. A ce titre, mentionnons que les lieux de musiques amplifiées ont obtenu du Ministère de l'Economie et des finances la rédaction d'une fiche technique²³⁶ prenant plus particulièrement en compte leurs spécificités. Sans cet aménagement, il est possible que les lieux associatifs soient tous soumis d'office aux impôts commerciaux aujourd'hui.

3.3. Etude des résultats et analyse²³⁷

3.3.1. Une utilité sociale caractérisée

Après avoir effectué et analysé les 18 entretiens de notre enquête, nous pouvons affirmer que la première hypothèse est vérifiée, à savoir que les lieux enquêtés présentent manifestement un caractère d'utilité sociale. Parmi les cinq dimensions utilisées, les trois premières sont les plus marquées : les lieux présentent un intérêt économique et social fort sur le territoire de leur localisation, et s'attachent à défendre un projet artistique et culturel éclectique et novateur centré autour du public et sensible à ses réalités sociales. Ce sont des lieux de convivialité où le bénévolat est majoritairement présent et souvent indispensable. En revanche, les deux dernières dimensions semblent moins correspondre aux réalités des lieux, même si la question de la démocratie interne a été très discutée.

Au lieu d'analyser chaque dimension de manière linéaire, nous avons préféré dégager les thèmes qui nous paraissent essentiels, par leur fréquence d'apparition dans le discours des interviewés et les problématiques importantes qu'ils soulèvent.

3.3.1.1. La difficile évaluation de l'impact économique et social

Si la quasi-totalité des personnes interviewées perçoivent clairement l'intérêt économique et social des lieux, peu sont en mesure d'évaluer concrètement les « plus-values » correspondantes. Pour l'aspect économique, quelques directeurs et administrateurs évoquent

²³⁵ *Ibid.*

²³⁶ MINISTERE DE L'ECONOMIE ET DES FINANCES. *Fiche technique relative à la lucrativité des associations exploitant des lieux de spectacles vivants*. 2 pages. Document officiel : Paris : 2000. Voir annexe 4.

²³⁷ Voir grille synthétique des entretiens en annexe 7.

les retombées positives de l'activité générée par le lieu sur son territoire. D'une part, la réputation d'une salle de concert peut avoir des effets bénéfiques pour l'image d'une ville et le chiffre d'affaires des commerces situés à proximité (hôtels, restaurants) ; d'autre part, le lieu lui-même crée des emplois à plein temps et une activité économique régulière. Des mesures empiriques de ces retombées n'ont pourtant jamais eu lieu dans les lieux enquêtés, ou du moins jamais de manière approfondie. Si l'intérêt de telles mesures n'est pas partagé par tous, elles semblent en tous les cas très difficiles à mettre en place techniquement.

L'impact social des lieux est très important aux yeux des interviewés, même indispensable selon certains. On y réalise des actions de « sensibilisation » ou d'« éducation musicale » sous la forme d'un « lieu d'accueil » « ouvert au plus grand nombre ». De plus, le projet « répond à une demande forte » notamment de jeunes, mais c'est bien l'ouverture et l'« intérêt général » qui sont mis en avant par les interviewés. Davantage encore que pour l'aspect économique, l'impact social des lieux est extrêmement difficile à chiffrer. C'est pourtant une nécessité d'évaluer les retombées sociales du lieu quand celui-ci perçoit des subventions publiques reconnaissant sa dimension d'intérêt général. Ce sont surtout des estimations d'ordre qualitatif qui sont réalisées, nécessitant un travail de dialogue intensif avec les financeurs publics afin de les convaincre de l'intérêt social du lieu.

Ainsi, la question de l'évaluation des retombées économiques et sociales des lieux reste problématique. Elle pourrait devenir une exigence au vu de l'importance significative que prennent les fonds publics dans le budget de chaque structure. Raisonner en termes de coûts collectifs économisés pourrait être intéressant dans la mesure où l'on pourrait par exemple vérifier le caractère indispensable d'un lieu en simulant sa disparition.

3.3.1.2. Une dimension sociale indirecte, par « ricochet »

L'impact social évoqué ci-dessus est partagé par la grande majorité des personnes interrogées, mais il semble qu'une sorte de malaise entoure le rôle social des lieux de musiques amplifiées étudiés. Si les personnes se félicitent des plus-values sociales découlant du projet artistique et culturel, comme par exemple la sensibilisation artistique de jeunes de banlieue ou la mixité sociale du public d'un concert, elles estiment que « les objectifs sociaux ne sont pas prioritaires dans le projet ». En réalité, la dimension sociale des lieux est indirecte parce qu'elle est induite et envisagée par la dimension artistique. « Faire du social » n'est pas une finalité pour les lieux de musiques amplifiées : ils n'en ont ni les compétences ni les moyens. Certains interviewés se méfient des actions culturelles en direction de « publics défavorisés », qui sont souvent inadaptées et mal reçues. En revanche, comme l'explique un administrateur, « la composante sociale tient à l'éclectisme musical et à l'ouverture du lieu au plus grand nombre ». La découverte artistique et l'accessibilité du lieu seraient donc ses deux versants sociaux. Ainsi, très peu de lieux pratiquent de discrimination positive, que ce soit à l'embauche, pour leur projet artistique et culturel ou leur politique tarifaire.

A propos de la politique tarifaire, l'ensemble des personnes interviewées soulignent la volonté du lieu de proposer des prix d'entrée bas afin de mettre en pratique cette volonté d'ouverture au plus grand nombre. Dès lors, les tarifs restent bien inférieurs à la concurrence mais ont tendance à augmenter substantiellement depuis deux ou trois ans. C'est la hausse considérable des coûts de production d'un spectacle qui sont imputables à cette augmentation tarifaire, ce qui pose des problèmes économiques et éthiques. Augmenter encore les tarifs risque d'exclure une partie du public, mais les stabiliser ou les diminuer nécessitent un concours public plus important afin d'atteindre l'équilibre financier. Plusieurs interviewés ont mentionné l'importance psychologique et symbolique du prix de vente des billets. Tous semblent rejeter l'idée de concerts gratuits qui banalisent le spectacle et masquent les coûts correspondants. Les tarifs pratiqués doivent, tout en restant abordables, refléter la qualité du spectacle et responsabiliser le public dans son achat culturel.

3.3.1.3. L'importance de la proximité et du territoire

La notion de lien social de proximité a été validée lors de nombreux entretiens, et l'inscription des lieux sur leur territoire semble être une caractéristique commune à tous. L'aspect le plus marquant est la relation entre un lieu et le tissu associatif local autour des musiques amplifiées. Agissant volontairement ou non comme pôles visibles, structurés et dédiés à ces musiques sur un territoire donné, les lieux sont devenus des références pour les autres acteurs du milieu musical. Ainsi, les associations qui organisent des concerts, éditent des magazines, font tourner des groupes locaux trouvent auprès des lieux une aide logistique et technique, des conseils, un accompagnement, une scène où jouer... Ce rôle structurant répond à une demande forte de la part des associations, et se justifie notamment par la reconnaissance et les subventions que reçoivent les lieux pour remplir des missions d'intérêt général. Il arrive aussi que plusieurs lieux se concertent régulièrement pour coordonner leur programmation artistique ou organiser un événement régional commun.

Hormis les associations de musiques amplifiées, les lieux échangent également avec des acteurs variés situés dans la ville, le département ou la région de leur localisation. On y retrouve d'autres acteurs culturels comme des collectifs d'artistes, mais aussi des maisons de quartier, des associations caritatives ou encore des établissements scolaires. L'« ouverture » des lieux est un terme qui revient très souvent. La nature des échanges entre ces différentes structures est souvent non monétaire : la plupart des prestations fournies sont gratuites ou réalisées sous forme de troc. Par exemple, de nombreux lieux mettent à disposition leur savoir-faire technique pour organiser des manifestations sans demander le paiement des heures correspondantes.

Enfin, la proximité avec les élus est une composante très forte de la politique culturelle locale. Les relations qu'entretiennent les directeurs de lieux avec les collectivités locales (et surtout la ville) comptent pour beaucoup dans la bonne marche de l'association. Si la plupart des individus interrogés s'estiment écoutés et satisfaits de leurs élus, certains ont de grandes

difficultés à leur faire comprendre l'importance des missions réalisées au sein des lieux. La dimension politique est très forte à l'échelon territorial et s'apparente à une relation de confiance qui influence grandement la réussite d'un projet artistique et culturel sur plusieurs années.

3.3.1.4. Professionnalisation versus projet d'éducation populaire

Le thème du bénévolat s'est révélé très intéressant dans notre enquête parce qu'il a mis en exergue deux profils types d'associations. Chaque lieu enquêté se positionne de manière plus ou moins marquée dans l'un ou l'autre de ces profils, et certains sont manifestement dans une période de transition de l'un vers l'autre. Le premier type d'associations ne fait peu ou pas appel au travail bénévole. Ce sont des associations « fermées » engagées dans une logique de professionnalisation où le travail salarié et stable est une priorité. Le second type s'y oppose radicalement puisque ce sont des associations « ouvertes » qui recourent à une équipe régulière de bénévoles dont les effectifs varient entre 15 et 70. Les tâches sont très variées et les personnes interrogées affirment que l'équilibre de l'association repose sur le bénévolat, qui occupe donc une place centrale. Ces associations ne sont pas pour autant dépourvues d'une équipe salariée professionnelle, qui encadre les contributions volontaires.

Ainsi, ces deux idéaux-types mettent en évidence deux façons d'envisager le même métier. Tandis que le premier favorise une logique de création d'emploi, le second s'apparente à un projet d'éducation populaire où la participation de tous est la bienvenue. Cette ouverture est bénéfique pour la qualité d'accueil et le dynamisme de l'association, et permet indirectement de réduire la masse salariale, tout en créant une véritable communauté autour de l'équipe salariée et du lieu. Cependant, ces structures sont plus fragiles car elles deviennent dépendantes d'une implication bénévole régulière et ne pourraient assurer leurs missions en cas d'absentéisme massif. D'autre part, c'est souvent dans ces associations que les salariés dépassent le plus leurs horaires de travail et s'apparentent à la figure du « salarié-bénévole » identifiée au chapitre 1.3., qui demande un fort investissement personnel sans rétribution financière particulière. Sur les six structures de la Fédurok que nous avons visitées, une est clairement du premier type, deux du deuxième et les trois autres sont en transition du premier vers le deuxième, ayant récemment ouvert leur association à une large participation bénévole.

3.3.1.5. La démocratie associative à l'épreuve

Démocratie interne et statut associatif sont souvent liés en théorie, comme par exemple dans la définition des principes fondateurs de l'économie sociale²³⁸. Dans notre enquête, nous avons constaté comment se déroulait la vie associative des lieux, et nous avons même eu la chance d'assister à une assemblée générale dans l'un des cas. D'une manière générale, les

²³⁸ DEFOURNY, Jacques. Economie sociale. In : CATTANI, Antonio David, LAVILLE, Jean-Louis et *al.* *Dictionnaire de l'autre économie*. Paris : Desclée de Brouwer, 2005. p. 233.

lieux fonctionnent avec un conseil d'administration qui se réunit très souvent, et dont les membres représentent les différentes parties prenantes de l'activité. Ainsi, il est fréquent que des élus ou des représentants des bénévoles assistent au conseil et participent à la prise de décision. A ce titre, la formation de collèges électoraux est intéressante, à condition qu'elle ne gonfle pas artificiellement le nombre d'administrateurs autour de la table. Concernant l'assemblée générale, les cas sont bien plus hétérogènes que ce soit en terme de fréquence ou de fréquentation. Un fonctionnement réellement démocratique correspond systématiquement à une bonne organisation où chacun sait ce qu'il a à faire, où les rôles ne se mélangent pas. Le rôle du directeur et de l'équipe salariée est d'ailleurs déterminant dans l'équilibre démocratique. Nous avons senti chez bon nombre d'administrateurs une réelle volonté de « laisser l'équipe faire son travail » sans empiéter sur ses domaines de compétences.

Néanmoins, dans cinq lieux sur six, les personnes interviewées ont évoqué certaines difficultés concernant l'exercice de la démocratie participative, ou du moins des améliorations à apporter. La première difficulté réside dans l'absentéisme des participants. Plusieurs interviewés ont rapporté une fréquentation assez faible ou en baisse des assemblées générales. Les causes sont sans doute un essoufflement du militantisme originel qui n'est pas forcément porté par les adhérents ou utilisateurs les plus jeunes. Ces lieux se sont construits dans l'adversité, mais maintenant qu'ils bénéficient d'une reconnaissance stable, il y a moins de raison de « se battre » pour leur survie. Un effet de routine peut se manifester dans la prise de décision, surtout si les effectifs connaissent un faible turnover. Une autre difficulté provient de la complexité des décisions prises lors du conseil d'administration. Les questions financières, fiscales et juridiques peuvent rebuter certains participants et devenir une affaire de spécialistes. Expliquer clairement à tous les décisions et les enjeux correspondants demande beaucoup de pédagogie de la part des administrateurs. Une troisième difficulté pourrait correspondre au temps nécessaire pour animer une vraie démocratie participative. Cela implique des conseils d'administration bien plus longs et ralentit d'autant la prise de décision. Il ne faudrait pas non plus tomber dans ce qu'un directeur appelle le « piège démagogique » en impliquant systématiquement toutes les parties prenantes sans qu'elles en ressentent le besoin particulier. En somme, l'exercice de la démocratie au sein des lieux enquêtés est une démarche très intéressante qui connaît cependant ses limites ; il revient aux dirigeants d'apprécier les besoins et les motivations de leur entourage pour adapter leur gestion aux attentes.

3.3.2. Un positionnement encore peu clair

L'enquête a permis de connaître les représentations des personnes interviewées concernant le positionnement économique de leur structure. Certes, quelques traits caractéristiques font l'unanimité, mais l'identification d'une « troisième voie » de développement et sa définition demeurent très délicats. La seconde hypothèse de l'enquête n'est donc pas validée car rien ne semble clairement partagé et revendiqué à ce sujet. Néanmoins, des pistes intéressantes et des

doutes légitimes ont été évoqués par plusieurs individus, que nous avons décidé de traiter par entrées thématiques.

3.3.2.1. Un autofinancement marchand assumé

Contrairement à ce que le sens commun pourrait faire penser, la part marchande des activités réalisées par les lieux (la billetterie et le bar étant les deux ressources majeures) est totalement assumée par les personnes interviewées. Même si un directeur avoue qu'il subsiste « certains blocages vis-à-vis de l'argent », tous ont compris la nécessité de dégager une part substantielle d'autofinancement pour le bon fonctionnement de leur structure. Ils rejettent en revanche un modèle purement commercial qui ferait primer la rentabilité des activités au détriment du projet artistique et culturel ; en somme, l'enjeu est de connaître le fonctionnement du monde marchand afin d'« utiliser les mêmes armes » que lui pour mener à bien des missions d'intérêt général. La part marchande des activités régresse chaque année et s'élève désormais à moins de la moitié du budget annuel de chaque lieu. Elle représente pourtant une « garantie d'indépendance » et donne au lieu une « marge de manœuvre » que n'offrent pas les subventions publiques. Paradoxalement, des ressources marchandes stables et importantes représentent un gage de santé financière pouvant « rassurer » les tutelles publiques et servir à obtenir certaines subventions. Les lieux ont donc tout intérêt à conserver une part non négligeable d'autofinancement via leurs activités marchandes.

La professionnalisation des structures et les impératifs de gestion auraient-ils eu raison de l'utopie associative évoquée au chapitre 2.1., à l'origine de l'émergence des lieux de la Fédurok ? Nous pensons plutôt que ces initiatives sont arrivées à une phase de maturité et de réalisme. Conscientes de leur environnement et des conditions d'exercice de leur activité, les équipes se sont adaptées en intégrant les lois du marché dans leur fonctionnement, sans pour autant dénaturer leur projet artistique et culturel ou abandonner leur volonté de servir l'intérêt général. A ce propos, un directeur a évoqué les méfaits de ce qu'il désigne comme du « romantisme misérabiliste » selon lequel les moyens financiers obtenus corrompent l'élan initial. En somme, les lieux ont véritablement « pluralisé » leur économie en intégrant des ressources marchandes, des subventions publiques et, pour la quasi-totalité, une participation bénévole et une forte vie associative.

3.3.2.2. L'équilibre entre fonds publics et fonds privés

Nous venons de rappeler que la part d'autofinancement dans le budget des lieux est en régression depuis plusieurs années. Nous avons vu au chapitre 1.3. que cette baisse s'expliquait d'une part par l'augmentation sensible des subventions publiques et d'autre part par le fait que l'autofinancement a atteint son niveau maximal dans la plupart des lieux. En effet, il ne semble plus possible de dégager de nouvelles recettes par la billetterie, déjà soumise à une forte pression par l'augmentation des coûts de production, et la capacité des salles étant limitée. La part d'autofinancement semble donc vouée à diminuer inexorablement,

ce qui pose la question épineuse de l'équilibre économique entre fonds publics et fonds privés.

La majorité des directeurs s'accordent à dire que « l'équilibre parfait » entre autofinancement et subventions n'existe pas, mais certains s'inquiètent de devenir progressivement des formes d'entreprises para-publiques. D'où la nécessité de conserver une pluralité de financements. Le mécénat a été abordé pendant quelques entretiens, mais aucune expérience encourageante n'a eu lieu jusqu'à présent au sein du réseau Fédurok. Un directeur de lieu a expérimenté le caractère volatile du mécénat en France, obtenant une année seulement un partenariat intéressant qui s'est évanoui sans prévenir un an après. S'il constitue en théorie une alternative intéressante aux subventions publiques, le mécénat à la française reste peu développé et les grands groupes qui le pratiquent ne ciblent quasiment jamais la culture et encore moins le milieu des musiques amplifiées.

3.3.2.3. L'entraide réciproque comme nécessité

Le bénévolat et l'engagement militant de l'équipe salariée sont les deux manifestations nettes du principe de réciprocité au sein des lieux de musiques amplifiées. A la lumière de l'enquête, le bénévolat apparaît souvent comme indispensable à l'activité des lieux qui y ont recours. Les contributions bénévoles permettent de réaliser des tâches que l'équipe ne peut prendre en charge et participent à la qualité d'accueil et à l'identité distinctive du lieu. Une fois engagés dans ce fonctionnement, les lieux ne peuvent rompre et de pencher vers une équipe totalement salariée. L'aide bénévole devient une nécessité.

La même dépendance s'applique aussi aux dépassements d'horaires constatés dans quasiment tous les lieux enquêtés. Comme l'explique un administrateur, « il y en a toujours eu et il y en aura toujours » dans ces associations où « la passion est le moteur » de l'activité. Ces dépassements ont souvent des effets adverses : ils sont contraires au droit du travail, et constituent une forme de « dévotion » à l'association qui peut être dangereuse. Le « salarié-bénévole » dont le militantisme déborde la cadre contractuel voit son activité professionnelle empiéter sur sa vie privée. La fatigue et le stress ne sont que les conséquences les plus banales d'un fonctionnement en sur-régime. L'entraide au sein de l'équipe semble absolument nécessaire pour pallier ces difficultés, notamment par le principe de récupération d'heures : l'équipe s'organise de façon à équilibrer les efforts en recherchant un degré de polyvalence important entre salariés. La contrepartie de cette organisation souple peut être une définition plus floue des fonctions et des responsabilités, source potentielle de conflits et de mal-être.

La réciprocité est sans doute le principe de comportement qui prévaut à l'intérieur des équipes salariées et bénévoles. La notion d' « entraide réciprocaire » nous semble correspondre à une réalité commune aux lieux fonctionnant en sur-régime. Il reste à savoir si cette entraide perdurerait sans une forme d'adversité ou si nous assisterions plutôt à une organisation du travail plus gestionnaire et hiérarchisée.

3.3.2.4. Une définition incertaine du caractère non lucratif

Nous avons relevé lors de notre enquête cinq conceptions différentes de la non lucrativité. Cette diversité souligne d'emblée la complexité sémantique du terme et sa difficile appropriation par les personnes rencontrées.

La première conception renvoie à la notion d'intérêt général ; dans l'exercice d'activités non lucratives, « l'argent gagné doit être réinvesti dans la machine », « pour l'intérêt général ». C'est une manière d'affirmer que « les bénéfices restent dans l'association » pour nourrir le projet artistique et culturel. Une seconde conception est voisine de celle-ci, mais elle définit la non lucrativité par ce qu'elle n'est pas. Il s'agirait alors de « s'interdire le partage des résultats de l'entreprise, à des fins personnelles » ou encore de « refuser le partage personnel des bénéfices ». Un directeur résume : « aucune personne physique ne peut retirer de bénéfices directs d'une activité non lucrative ». La troisième définition qui est ressortie de l'enquête a été formulée par certains bénévoles comme le fait d' « atteindre l'équilibre budgétaire », « le zéro ». Cette vision particulière ressemble à une transposition hasardeuse de la définition anglo-saxonne du *non profit sector*²³⁹ où les structures ne devraient réaliser « aucun profit ». La quatrième conception rappelle la loi 1901 relative au contrat d'association²⁴⁰, dans le sens où le but de la structure est autre que celui de partager des bénéfices. Les interviewés parlent de « ne pas mener une action pour faire des bénéfices », d'une activité développée « sans que le but du jeu soit de dégager des marges importantes » ou du « fait de ne pas avoir pour objectif principal de faire de l'argent ». Enfin, une dernière conception souligne le caractère volontaire de la démarche non lucrative. Un directeur de structure évoque le « choix affirmé de se démarquer d'une activité commerciale » ou encore le « choix fiscal » que représente la non lucrativité, en référence à l'instruction du 15 septembre 1998.

Ces cinq catégories arbitrairement créées ont le mérite de montrer qu'un travail de clarification reste à mener dans les structures pour que l'ensemble des parties prenantes comprenne la signification du caractère non lucratif.

3.3.2.5. Une troisième voie floue qui reste à définir

Lorsque nous avons abordé une hypothétique « troisième voie » de développement lors des entretiens, les interviewés ont manifesté une multitude de réactions et de commentaires. Cette mosaïque de réponses témoigne de l'hétérogénéité d'un tel concept à l'heure actuelle mais aussi de l'intérêt que lui portent les directeurs, administrateurs et bénévoles des lieux visités.

²³⁹ NYSSSEN, Marthe. Tiers secteur. In : CATTANI, Antonio David, LAVILLE, Jean-Louis et al.. *Dictionnaire de l'autre économie*. Paris : Desclée de Brouwer, 2005. p. 499-503.

²⁴⁰ LEGIFRANCE (Le service public de l'accès au droit). *Loi du 1 juillet 1901 relative au contrat d'association : version consolidée au 2 août 2003*. [En ligne]. <http://www.legifrance.gouv.fr/texteconsolide/AAEBG.htm> (Page consultée le 11 juillet 2005).

Parmi les réactions les plus sceptiques, un directeur avoue que les problématiques d'un tiers secteur et de l'économie sociale et solidaire sont dignes d'intérêt mais qu'elle n'ont pas vraiment d'écho empirique. Il doute que l'utilisation de ces notions puisse apporter des solutions pratiques. Un autre directeur estime que s'il y a engagement dans une troisième voie, il ne s'agit pas d'un choix économique délibéré de la part des lieux. Peut-on alors parler d'appartenance au mouvement d'économie sociale et solidaire « par défaut » ? Une administratrice a fait remarquer que les lieux se situaient à la frontière de plusieurs modèles et c'est ce qui les rendait aussi réactifs et performants malgré l'adversité. Modéliser un entre-deux qui s'oppose déjà à deux modèles économiques pourrait dès lors être dangereux et faire perdre aux lieux leur marge de manœuvre et une part de liberté. Par ailleurs, plusieurs interviewés ont mentionné les concours publics croissants dans l'économie des lieux : tendraient-ils davantage vers un service public délégué plutôt que vers une troisième voie bien distincte de l'économie publique ? Enfin, de nombreux directeurs et administrateurs ont rappelé que le fonctionnement économique des lieux était très difficile à comprendre pour le public mais aussi pour une partie de l'équipe salariée et des bénévoles.

Des réactions plus optimistes et enthousiastes ont également fait surface durant notre enquête. Un administrateur décrit l'originalité économique des lieux de la Fédurok comme des « lieux laboratoires » et expérimentaux permettant de proposer des activités économiquement risquées et artistiquement très intéressantes. Cet aspect expérimental renvoie notamment au caractère utopique des lieux qui a permis leur naissance et leur développement. Pour certains, une troisième voie de développement se caractérise par un renouveau des fonctionnements et une innovation permanente. Les limites visibles des modèles marchands et administrés de la culture et leur incapacité à prendre certains risques artistiques soulèvent de nombreuses interrogations parmi les acteurs interviewés ; en ce sens, une « autre façon de faire » semble avoir de l'avenir face à deux modèles qui s'essouffent et se rejoignent parfois dans leurs limites. Enfin, les plus optimistes ont évoqué l'éventualité d'un « secteur indépendant de la musique » qui associerait les lieux de diffusion, les labels indépendants, les radios associatives et certains artistes. Ce secteur pourrait rencontrer de nombreuses problématiques communes avec l'économie solidaire.

3.4. Quelques pistes de réflexion

En croisant les résultats de l'enquête avec des connaissances théoriques et les spécificités des lieux de musiques étudiés, nous sommes en mesure de proposer quelques pistes de réflexion pouvant aboutir à une définition plus claire de leur positionnement économique. Il est évident que ces pistes méritent un approfondissement que nous ne pouvons malheureusement pas entreprendre dans cette étude. Il s'agit donc de poser les bases d'un travail de plus longue haleine, en se limitant aux lieux associatifs de musiques amplifiées pour lesquels nous avons dégagés trois axes principaux.

3.4.1. Entreprendre autrement ?

L'analyse des lieux associatifs de musiques amplifiées révèle le caractère entrepreneurial de ces structures. Historiquement, elles ont été impulsées par une génération de militants décidés à créer des espaces d'expression pour les musiques rock et leurs dérivées, qui ne disposaient d'aucun droit de cité concret jusqu'à présent. L'élan utopique, l'innovation et la volonté de créer des structures viables sont caractéristiques du profil de l'entrepreneur. Or, ces lieux se sont développés autour des concepts de non-lucrativité et s'apparentent aujourd'hui à des porte-drapeaux de l'utilité sociale dans le secteur économique des musiques amplifiées. Y aurait-il un paradoxe entre deux facettes de la même réalité ? Si nous considérons l'acception commune de l'entrepreneuriat, il y a effectivement une aberration à vouloir fonder une entreprise innovante en prenant des risques économiques sans rechercher la maximisation d'un profit personnel. Le sens actuel de l'« entreprendre » paraît cependant très marqué par la théorie libérale et occulter le sens originel du terme dans la théorie économique classique. Dans un document pour le Centre d'Etudes de l'Emploi, Marie-Christine Bureau²⁴¹ rappelle que le projet d'Adam Smith opposait en quelque sorte la dynamique d'accumulation monétaire à celle de l'entreprise économique, créatrice de biens et de services. Les disciples et successeurs de Smith ont sans doute déformé sa théorie « en raison d'une insistance sur la propriété comme fondement du droit sur le marché »²⁴², ce qui explique l'amalgame actuel entre entrepreneuriat et recherche de but lucratif.

Une autre forme d'entreprendre serait donc profondément sous-évaluée, à une époque où la recherche et l'innovation économiques riment souvent avec le *capital venture* et les *start-ups*. Pourtant, rappelle Marie-Christine Bureau, la théorie économique justifie « l'existence des *non profit organizations*, en particulier dans les activités à fort contenu d'innovation où l'incertitude sur l'appréciation de la qualité est inévitable ». Rien n'est fait pour encourager ou faciliter cette forme d'entreprendre dans les cadres administratifs et juridiques que nous connaissons aujourd'hui. Pourtant, l'idée d'un entrepreneuriat plus collectif et non lucratif remonte à l'associationnisme ouvrier et aux racines du mouvement d'économie sociale et solidaire. Alain Lipietz rappelle à juste titre que « l'éducation populaire, comme les instances représentatives du mouvement [associatif] (le CNVA, la CNPA), ainsi que le laboratoire d'idées du mouvement, la FONDA, tenteront de maintenir la religion ou la mystique d'« entrepreneuriat collectif solidaire » de l'associationnisme »²⁴³ durant les années 1960-1970. Le mouvement coopératif est lui aussi très impliqué dans le rapport entre l'activité économique et le but social, historiquement cloisonnés en France²⁴⁴. La création d'un

²⁴¹ BUREAU, Marie-Christine. *Le statut de l'entrepreneuriat artistique et culturel : une question d'économie politique*. Document de travail du Centre d'Etudes de l'Emploi, n°8 : Paris : 2001. p. 22.

²⁴² *Idem*.

²⁴³ LIPIETZ, Alain. *Pour le tiers secteur : l'économie sociale et solidaire : pourquoi et comment*. 1^{ère} éd. Paris : La Découverte : La Documentation française, 2001. p. 92.

²⁴⁴ GARDIN, Laurent et CLEMENT, Hélène. *L'entreprise sociale*. Paris : Thierry Quinqueton, 1999. p. 7-11.

nouveau statut de Société Coopérative d'Intérêt Collectif en juillet 2001 répond à cette réflexion intense sur la reconnaissance d'une autre façon d'entreprendre.

Dans des activités à forte composante relationnelle comme la culture, Jean-Louis Laville estime que « la création de nouveaux services publics, conformément à la façon de faire dominante depuis l'instauration de l'Etat-Providence, est loin d'être aussi évidente que ne le pensent ceux qui en sont partisans », en précisant par ailleurs que « ce n'est pas non plus un simple flux de petites entreprises qui peut développer tout ce champ »²⁴⁵. Ni les pouvoirs publics, ni les entreprises privées lucratives ne semblent donc capable de développer seuls de nouvelles activités dans le champ culturel. Paradoxalement, il semble que les associations œuvrant dans ce secteur aient beaucoup de mal à devenir des entreprises ou du moins à être considérées comme telles. Il est urgent de consolider et de faire reconnaître l' « entreprendre autrement » qui caractérise les lieux de la Fédurok.

3.4.2. L'économie de marché et ses ambiguïtés

3.4.2.1. Economie de marché contre secteur à but non lucratif

De même qu'il apparaît nécessaire de considérer à sa juste valeur une façon solidaire d'entreprendre, décroïsonner le secteur à but non lucratif du reste de l'économie serait bénéfique à un grand nombre d'initiatives situées « hors cadres » comme le sont notamment les lieux associatifs de musiques amplifiées. Ces structures remettent en cause la notion de tiers secteur puisqu'elles sont liées d'une part à l'Etat et d'autre part à l'économie de marché, tout en conservant des spécificités qui les singularisent. Le rapport à l'économie de marché est très intéressant car source d'ambiguïté pour les lieux de la Fédurok. Structures non lucratives et sans capital, elles ont pourtant une influence déterminante sur la carrière des artistes qu'elles diffusent et s'insèrent durablement dans l'équilibre du secteur économique des musiques amplifiées. Nous avons mis en évidence la part marchande de leurs activités tout en montrant leur fragilité chronique. Face à des salles de concerts lucratives et à des producteurs privés en position de négociation forte, les lieux associatifs souffrent parfois de leur manque de moyens et peinent à faire reconnaître le versant social de leur projet, incarné par les activités d'accompagnement.

Le cœur du problème se situe peut-être dans l'incapacité manifeste qu'il y a à entreprendre des activités viables sans rechercher à maximiser son profit. En d'autres termes, les lieux sur lesquels portent notre étude doivent choisir entre la forme commerciale et abandonner ainsi toute activité peu rentable et d'intérêt général, ou la forme associative et renoncer à une certaine assise économique, à des moyens financiers adaptés... Comme le souligne Bruno Colin, les porteurs de projets « créent des structures à double face, c'est à dire réalisent un

²⁴⁵ LAVILLE, Jean-Louis. *Une troisième voie pour le travail*. Paris : Desclée de Brouwer, 1999. p. 149.

montage où l'activité se voit gérée en partie par une association, en partie par une société commerciale »²⁴⁶. Mais ce genre de montage est insuffisant puisque « la diffusion de spectacles vivants est en elle-même assimilable à une activité commerciale »²⁴⁷, et tend à complexifier encore plus la gestion des activités.

Pourquoi faut-il choisir entre l'économie de marché et une alternative « sans marché » ou du moins en diminuant au minimum les effets néfastes qu'on lui impute ? Il semble y avoir d'un côté les partisans d'un libéralisme économique sans pitié et de l'autre les opposants à la « marchandisation » de la société. N'existe-il pas un juste milieu ? L'idée d'une économie plurielle mêlant ressources marchandes, non marchandes et non monétaires est la base d'une nouvelle approche de l'économie contemporaine. L'économie de marché n'y est pas considérée comme néfaste en soi : c'est l'interprétation excessive des prérogatives libérales par ses thuriféraires, en poussant leur logique au bout, qui produit les désordres que nous connaissons.

3.4.2.2. Economie de marché contre capitalisme : la maison de Braudel

Fernand Braudel²⁴⁸ apporte à cet égard un éclairage très intéressant. Si l'économie signifie mot à mot la loi de la maison, Braudel décompose la « maison économie » en trois étages qui correspondent chacun à une hiérarchie d'échanges différents. Au rez-de-chaussée correspond la vie matérielle et quotidienne des individus, dont l'importance est décisive puisque les deux étages supérieurs repose sur l'appétence des individus à consommer biens et services. Les deux étages seraient des formes différentes d'une « économie dite de marché » : la première concernerait les « échanges quotidiens du marché et les trafics locaux ou à faible distance »²⁴⁹. Ceux-ci sont réguliers, sans surprise, transparents et accessibles à tous. La seconde forme, dernier étage de la maison, est appelée capitalisme par Braudel et renvoie à un contre-marché constitué d'une poignée de marchands qui « échappent aux règles et aux contrôles habituels ». Le processus capitaliste implique des accumulations de capitaux considérables prenant forme dans le « commerce au loin » qui rompt les relations traditionnelles entre le producteur et le consommateur final. Pour résumer, Braudel distingue clairement l'économie de marché du capitalisme, ce dernier représentant une évolution de l'économie de marché qui se serait affranchie des règles, des frontières et de l'accessibilité du marché à tous.

²⁴⁶ COLIN, Bruno. Sociétés à but non lucratif, une question de statut ? *Culture et Proximité*, juin 1997, n°4, p. 55.

²⁴⁷ *Idem.*

²⁴⁸ BRAUDEL, Fernand. *La dynamique du capitalisme*. Paris : Les éditions Arthaud, 1985. p. 43-79.

²⁴⁹ *Idem.*, p. 54.

Marie-Christine Bureau, Bernard Gomel et Nicolas Schmidt ont réactivé les enseignements de Braudel pour les associations de musiques amplifiées que nous étudions²⁵⁰. Ces structures semblent se situer à l'interface entre la vie matérielle et l'économie de marché, ayant des « contacts très réduits avec l'étage capitaliste ». Selon les auteurs, elles « permettent l'accès au contrat et à la validation sociale par le salariat d'activités profondément enracinées dans le quotidien » et « rétablissent le lien direct entre les artistes et le public »²⁵¹, faisant échec à un contre-marché qui pourrait être symbolisé par l'industrie du disque. Ces associations ont donc un pied dans l'économie de marché, tout en conservant leur fonctionnement sans but lucratif.

La notion d'une « économie non lucrative de marché » semble faire écho au sein de l'UFISC, qui représente au niveau national un vaste ensemble de structures non lucratives du spectacle vivant dont les lieux de musiques amplifiées. Si ce terme a le mérite de caractériser le fait que certaines structures réalisent des opérations marchandes sans poursuivre de but lucratif, il est peu rigoureux et peut prêter à confusion. Il reste un long travail d'approfondissement à effectuer autour de ces notions.

3.4.3. Nouveau statut ou label d'utilité sociale ?

3.4.3.1. La création d'un nouveau statut

Pour donner vie à une économie de marché non lucrative qui consacre et encourage un entrepreneuriat plus collectif, l'élaboration d'un nouveau statut juridique représente une solution attractive. Un statut adapté viendrait combler le vide qui semble exister en France entre l'association et l'entreprise commerciale, où « aucun statut juridique ne reconnaît l'entreprise sociale spécifiquement »²⁵². L'enjeu est double, d'après Bruno Colin, puisqu'il « ne se situe pas uniquement sur le plan technique de la réduction des déficits économiques, mais aussi sur celui, plus idéologique, de la nécessité d'accompagner des mouvements citoyens de coopération et de solidarité »²⁵³.

Dans son rapport à Martine Aubry concernant l'opportunité d'un nouveau type de société à vocation sociale, Alain Lipietz évoque les deux projets de nouveau statut d'entreprises « à but social » de l'époque : l'Entreprise à But Socio-économique proposée par le mouvement Le Relais, et l'Entreprise d'Utilité Sociale, Environnementale et Culturelle (EUSEC), du député Guy Hascoët²⁵⁴. Selon Lipietz, ces deux types de structure ne représentent qu'une « “flexibilisation” de la SCOP, lui étendant les prérogatives fiscales de l'association,

²⁵⁰ BUREAU, Marie-Christine, GOMEL, Bernard et SCHMIDT, Nicolas. *Les associations de musiques actuelles, partenaires du programme nouveaux services – emplois jeunes*. Document de travail du Centre d'Etudes de l'Emploi : Paris : 2004. p. 16-17.

²⁵¹ *Idem*.

²⁵² GARDIN, Laurent et CLEMENT, Hélène. 1999. *op. cit.*, p. 29.

²⁵³ COLIN, Bruno. 1997. *op. cit.*, p. 55.

²⁵⁴ LIPIETZ, Alain. *Pour le tiers secteur : l'économie sociale et solidaire : pourquoi et comment*. 1^{ère} éd. Paris : La Découverte : La Documentation française, 2001. p. 111-125.

et lui apportant des fonds propres publics »²⁵⁵. Un autre projet prend forme pendant la rédaction du rapport Lipietz, initié par le mouvement coopératif français, qui exprime le souhait d'« ouvrir la possibilité du multipartenariat, tout en renvoyant à une structure externe la responsabilité d'une procédure d'agrément donnant droit au label et à une singularité fiscale »²⁵⁶. C'est la préfiguration de la SCIC ou Société Coopérative d'Intérêt Collectif, statut adopté par le Parlement le 28 juin 2001, et publié par la loi n°2001-624 du 17 juillet 2001. Son application pratique est rendue possible par décret le 21 février 2002.

Les SCIC sont définies légalement comme des sociétés anonymes ou des sociétés à responsabilité limitée à capital variable régies par le code du commerce. Elles ont pour objectif la production ou la fourniture de biens et de services d'intérêt collectif, qui présentent un caractère d'utilité sociale eu égard au territoire sur lequel elles souhaitent s'implanter²⁵⁷. Deux points nous semblent très importants. D'abord, la SCIC doit présenter un caractère d'utilité sociale sur le territoire (géographique ou selon la filière d'activité) de son implantation, sans qu'il y ait une définition précise et hiérarchisée de ce que l'on entend par utilité sociale. Ensuite, un agrément préfectoral d'une durée initiale de cinq ans renouvelables est indispensable à la validité de la structure.

Plus de quatre ans après le vote du Parlement, 64 SCIC sont déclarées et seulement trois sont œuvrent dans le champ culturel. De plus, la SCIC repose largement sur le concept d'utilité sociale qui n'est encore défini ni par la loi, ni par d'autres textes officiels. Le statut semble rencontrer plusieurs « freins » qui ont été rapporté et analysé lors du colloque du 27 juin 2005 organisé par l'Avise à Paris, et dont voici les plus marquants :

- L'association reste souvent plus avantageuse que la SCIC alors que cette dernière était censée apporter des solutions pour consolider économiquement une activité sans but lucratif. C'est particulièrement vrai en matière de subventions et d'emplois aidés, où les SCIC n'ont pas accès à toutes les mesures en faveur des associations. De plus, les SCIC, en tant que sociétés commerciales, sont toutes imposables.
- D'autre part, l'entreprise commerciale « classique » semble elle aussi plus pratique que la SCIC car le positionnement de cette dernière est encore méconnu et suscite la confusion ou la méfiance de la part d'acteurs privés comme publics. Le cas des appels d'offres semble particulièrement défavorable aux SCIC en concurrence avec le privé lucratif. De plus, la gestion du multisociétariat propre à la SCIC peut présenter une réelle complexité supplémentaire que la société commerciale évite.

²⁵⁵ *Idem.*

²⁵⁶ *Ibid.*

²⁵⁷ MARGADO, Alix. La SCIC, une coopérative encore en devenir. *Revue des études coopératives, mutualistes et associatives (RECMA)*, février 2005, n°295, p. 38-49.

- Il semble y avoir une difficile transition entre la logique de projet (mettre sur pied la SCIC) et une logique d'entreprise pérenne. Une fois la SCIC fondée, il s'agit de stabiliser l'activité et de gérer la structure en tenant compte de sa nature commerciale et de l'hybridation de ses ressources ; un équilibre encore difficile à trouver étant donné les cadres administratifs et juridiques actuels.
- Enfin, la SCIC est centrée autour de deux notions que nous avons étudiées, mais qui ne possèdent encore aucune définition officielle : la non lucrativité et l'utilité sociale. Ni le texte de loi ni son décret ne proposent de conditions d'évaluation précises de ces notions, laissant une grande liberté d'interprétation aux personnes chargées de délivrer les agréments.

La SCIC, encore jeune, n'a pas véritablement fait ses preuves dans le secteur culturel. Il faut sans doute laisser quelques années à ce nouveau statut avant de constater un échec, en espérant que sa création puisse susciter un débat national d'envergure. L'émergence de ce nouveau type de société demeure une excellente occasion d'expérimenter de nouvelles façons d'entreprendre une activité économique, même si elle ne semble pas correspondre pour l'instant aux lieux associatifs de musiques amplifiées, pour deux raisons majeures. D'une part, la SCIC n'apporte pas d'avantages concrets aux lieux en matière d'accès à des fonds propres consolidés. D'autre part, il n'est pas certain qu'un multipartenariat incluant des représentants des collectivités territoriales soit pertinent pour améliorer les problèmes de fragilité économique des lieux, et faciliter un fonctionnement déjà compliqué par la mixité de leurs ressources.

3.4.3.2. Un label d'utilité sociale ?

A l'issue de nombreuses rencontres avec les acteurs de l'économie sociale et solidaire, Alain Lipietz rapporte qu'il « n'est pas apparu vraiment opportun de créer un “nouveau type de personne morale” pour incarner l'entreprise à but social et à financement mixte, constitutive du tiers secteur de l'économie sociale et solidaire, en tout cas pas sous la forme d'une structure juridique distincte des formes actuelles de l'économie sociale »²⁵⁸. La solution préconisée par le député vert correspond à quelques modifications des statuts juridiques actuels et surtout à la création d'un label d'utilité sociale qui distinguerait clairement l'entreprise à but social des autres. Concrètement, il propose de « ménager un espace, désigné par un label commun, essentiellement à l'intérieur du champ de l'actuelle économie sociale, mais avec une extension possible dans le secteur privé, espace défini par une charte portant à la fois sur les buts sociaux et l'organisation interne »²⁵⁹. Ainsi, l'attribution du label pourrait être octroyée à des entreprises commerciales respectant les principes d'une charte commune.

²⁵⁸ LIPIETZ, Alain. 2001. *op. cit.*

²⁵⁹ *Idem.*

Cela permettrait par exemple d'inclure les entreprises de commerce équitable, souvent établies en SARL ou en SA. Les structures labellisées pourraient bénéficier d'avantages fiscaux comme l'accès à des fonds propres rémunérés, la déduction fiscale pour le financement de l'économie solidaire, des abattements de cotisations sociales...

Plus encore que pour l'attribution du statut de SCIC, le label d'utilité sociale que nous décrivons repose sur un système d'agrément dont l'obtention entraîne des conséquences très importantes pour l'avenir de toute structure candidate. Le principe de l'agrément évite la complexification des réglementations, mais il « renvoie à la subjectivité des décideurs qui jugeront de l'opportunité d'accorder ou non telle ou telle habilitation à une personne morale, à laquelle on demandera d'avoir déjà fait ses preuves »²⁶⁰. Il est donc indispensable de contrôler scrupuleusement la composition d'un tel jury pour la crédibilité du label. Alain Lipietz suggère pour sa part que le contrôle de conformité soit effectué « a priori par les pairs, et le pouvoir de veto par le représentant de l'Etat, dans un délai limité »²⁶¹.

Problématique, le choix du système d'agrément nous paraît plus simple encore que l'élaboration des conditions d'éligibilité au label. S'il reconnaît l'utilité sociale d'une structure, il n'y a toujours pas de définition officielle de cette notion. Une loi-cadre qui reconnaisse clairement les dimensions de l'utilité sociale et les critères permettant de la mesurer devrait accompagner tout projet de label, faut de quoi son attribution n'aurait aucune base légale. Jusqu'à présent, ni le projet de label d'utilité sociale ni une définition légale de l'utilité sociale n'ont eu lieu.

3.5. L'ouverture de la réflexion en France et en Europe

La Fédurok s'est engagée dans plusieurs processus de réflexion et de coopération qui dépassent les musiques amplifiées. Les problématiques qui ressortent de l'enquête de terrain et les pistes de réflexion abordées plus haut se retrouvent dans des secteurs d'activités entiers et même au-delà des frontières nationales.

3.5.1. Des musiques amplifiées au spectacle vivant

3.5.1.1. Le SMA et le partenariat avec la FSJMI

La Fédurok partage de nombreuses problématiques avec la Fédération des Scènes de Jazz et de Musiques Improvisées (FSJMI). Cette dernière regroupe aussi des structures de diffusion et d'accompagnement de forme non lucrative, mais pour une esthétique musicale différente. Leur volonté de travailler ensemble au niveau local (mutualisation entre lieux situés sur le même territoire) comme au niveau national (revendications et négociations communes) a

²⁶⁰ COLIN, Bruno. 1997. *op. cit.*, p. 62.

²⁶¹ LIPIETZ, Alain. 2001. *op. cit.*

abouti à la création le 19 avril 2005 du Syndicat National des petites et moyennes structures non lucratives de Musiques Actuelles (SMA).

L'objectif de sa création est l'affirmation d'un « espace intermédiaire et alternatif » rassemblant « des initiatives privées relevant d'une *économie non lucrative de marché*, revendiquant une hybridation des financements (économie mixte associant un soutien des pouvoirs publics et des ressources propres provenant d'actes commerciaux) pour servir des activités d' *utilité sociale* dans le champ du spectacle vivant des musiques actuelles » ²⁶². Nous reconnaissons clairement les thématiques évoquées dans notre étude, et la volonté de se doter d'une capacité de négociation que ne permet par une fédération. L'outil syndical donne ainsi aux structures représentées, qui peuvent être des lieux mais aussi des festivals, des collectifs d'artistes et des associations diverses, une entrée dans les conventions collectives du secteur. Des modalités de coopération sont prévues avec les organisations professionnelles intéressées au niveau national, mais une activité régionale est aussi envisagée au sujet notamment de l'attribution des licences d'entrepreneurs du spectacle.

La création du SMA démontre la capacité de la Fedurok à entreprendre de nouvelles méthodes pour faire avancer la structuration du secteur, sur une base mutuelle avec la FSJMI. La mention explicite d'une « économie non lucrative de marché » rejoint tout à fait nos observations au chapitre 3.4., et le caractère opérationnel d'un syndicat professionnel permettra sans doute de porter cette notion à un ensemble important de partenaires, y compris le Ministère de la Culture.

3.5.1.2. Vers un secteur indépendant de la musique ?

Le marché des musiques amplifiées, comme étudié au chapitre 1.1., fait intervenir une grande variété d'acteurs économiques à chaque étape de production musicale que sont la création, la diffusion, la reproduction et la distribution. Nous avons vu que les deux dernières étapes étaient marquées par une extrême concentration du marché, avec une poignée d'acteurs qui en contrôlent la grande majorité. Ainsi, la reproduction discographique est dominée par quatre grandes maisons de disques tandis que les grandes surfaces alimentaires et spécialisées se taillent la part du lion dans la distribution. Aussi dominantes soient-elles, ces super-structures sont concurrencées par une multitude d'acteurs « indépendants » qui survivent en occupant des niches de marché inexploitées par les majors car économiquement peu viables.

Limitées financièrement, ces petites structures (labels, disquaires spécialisés) sont essentielles à la diversité de l'offre musicale et à la découverte de nouveaux talents pouvant ensuite être signés dans une major et distribués à grande échelle. Les indépendants prennent ainsi des

²⁶² LA FEDUROK. *Syndicat national des petites et moyennes structures non lucratives de musiques actuelles : communiqué*. [En ligne]. <http://www.la-fedurok.org/docs/BulletinAdhesionSMA.pdf> (Page consultée le 25 août 2005).

risques économiques réels qui profitent non seulement aux artistes mais aussi aux grands groupes de reproduction et de distribution, pour lesquels ils « sous-traitent » l'innovation, en quelque sorte. A l'heure actuelle, aucun système de redistribution ne compense ce travail de découverte, laissant les indépendants dans une grande fragilité économique.

« L'indépendance s'organise », affiche la page de garde de CD1D.com²⁶³, un site mutualisé et non lucratif où plusieurs labels indépendants mettent en vente leurs disques à des prix très compétitifs car sans intermédiaire marchand. Cette initiative utilise les nouvelles technologies pour développer des solutions alternatives au fonctionnement actuel du marché. Plus intéressant encore, il semble qu'un rapprochement se dessine entre les acteurs non lucratifs et indépendants de l'ensemble du secteur des musiques amplifiées. Ainsi, une réunion de travail a eu lieu au Printemps de Bourges le 20 avril 2005 entre les lieux de la Fédurok et de la FSJMI, les radios associatives de la Féarock (Fédération des Radios Associatives Rock) et des labels de disque indépendants. A l'issue de débats animés et d'échanges d'expériences significatives, les participants ont affirmé la nécessité de défendre ensemble un modèle de développement différent de celui proposé par l'industrie de la musique et les médias. Des mutualisations locales et nationales ont été évoquées, ainsi qu'un effort de cohésion et de solidarité au sein d'un hypothétique « secteur indépendant de la musique ». Trois axes de réflexion ont été proposés à la fin de la réunion :

- Définir l'éthique et les valeurs communes à défendre pour un « monde de la musique » indépendant ;
- Mettre en place des opérations et des outils communs ;
- Déterminer les implications politiques et économiques d'un modèle de développement indépendant.

3.5.1.3. L'UFISC et les problématiques des structures non lucratives du spectacle vivant

L' Union Fédérale d'Intervention des Structures Culturelles²⁶⁴, fondée le 26 janvier 2000 par quatre fédérations et syndicats du spectacle vivant dont la Fédurok, est une association qui se positionne clairement dans le champ non lucratif et alimente ainsi une réflexion partagée dans l'ensemble du secteur des arts du spectacle. Selon ses statuts, elle a pour missions principales de soutenir et défendre les intérêts collectifs de ses membres en les représentant auprès des autorités concernées. L'objectif de l'UFISC est de faire reconnaître d'une part « la place déterminante de l'acte artistique dans la société » et d'autre part « la possibilité [...] de

²⁶³ CD1D. *Cd1d.com, l'indépendance s'organise*. [En ligne]. <http://www.cd1d.com> (Page consultée le 21 juin 2005).

²⁶⁴ LA FEDUROK. *Statuts de l'UFISC, Union Fédérale d'Intervention des Structures Culturelles*. [En ligne]. <http://www.la-fedurok.org/docs/StatutsUFISC121004.rtf> (Page consultée le 25 août 2005).

fonctionner de manière à la fois professionnelle et sans finalité lucrative »²⁶⁵. Aujourd'hui, l'union compte huit organisations adhérentes, représentant plusieurs centaines de structures non lucratives sur l'ensemble du territoire français et dans les domaines des arts de la rue, des musiques actuelles (musiques amplifiées, jazz et musiques improvisées), du théâtre, du cirque et de la danse.

La motivation originelle des organisations fondatrices était de réagir de manière solidaire à l'instruction fiscale du 15 septembre 1998²⁶⁶ et sa remise en cause de la non lucrativité des structures associatives du spectacle vivant. Après des négociations fructueuses auprès du Ministre de l'Economie et des Finances, l'UFISC a obtenu en septembre 2000 la rédaction d'une fiche technique précisant les conditions d'exonération des impôts commerciaux, faisant intervenir les notions de non lucrativité, de gestion désintéressée et même d'utilité sociale²⁶⁷.

Après l'obtention d'un aménagement de l'instruction fiscale, l'UFISC s'est maintenue et a investi de nouveaux domaines de travail tels que l'emploi, les dispositions juridiques ou les conditions d'exercices des activités et professions du spectacle vivant. Encore mal identifiée par toutes les autorités concernées par ces travaux, l'UFISC a entrepris la rédaction d'un manifeste permettant de se positionner clairement dans le secteur et de définir les valeurs et les réalités socio-économiques des structures qu'elle représente. Nous avons eu l'opportunité de participer à l'ébauche de ce texte fédérateur, dont la version finale devrait être disponible avant la fin de l'année. De nombreuses similitudes existent avec le préambule du SMA, dont la création a suscité un vif intérêt auprès des organisations membres de l'union. Ainsi, les notions d'économie non lucrative de marché et d'un « entreprendre autrement » sont particulièrement sensibles au sein des débats de l'UFISC. Grâce à sa représentativité, l'UFISC pourrait être capable de porter ces revendications avec plus de force encore que la Fédurok.

3.5.2. Initiatives sans but lucratif dans les musiques amplifiées en Europe

3.5.2.1. Les enjeux d'une réflexion à l'échelle européenne

La deuxième partie de notre mission avait pour objet de « donner une meilleure lisibilité des initiatives proches de la Fédurok dans l'Union Européenne ». Il s'agissait de contribuer à rechercher des réseaux et initiatives de musiques amplifiées dont les valeurs et les activités mises en œuvre correspondent à celles de la fédération.

²⁶⁵ *Idem.*

²⁶⁶ DIRECTION GENERALE DES IMPOTS. *Instruction du 15 septembre 1998 : IS. Dispositions diverses. collectivités autres que les sociétés. organismes sans but lucratif.* [En Ligne]. <http://www2.impots.gouv.fr/associations/boi/boi4-h-5-98.htm> (Page consultée le 19 juillet 2005).

²⁶⁷ MINISTERE DE L'ECONOMIE ET DES FINANCES. *Fiche technique relative à la lucrativité des associations exploitant des lieux de spectacles vivants.* 2 pages. Document officiel : Paris : 2000. Voir annexe 5.

Occasionnellement, la Fédurok a rencontré des acteurs européens et canadiens à l'occasion de colloques ou de séances de travail. Faute de temps et à cause des distances géographique et culturelle qui les séparent de notre secteur national, ces explorations hors des frontières n'ont jamais été poussées plus avant par la fédération. Certains adhérents sont entrés en contact par eux-mêmes avec des structures basées à l'étranger et oeuvrant dans le secteur, essentiellement sur des questions de diffusion et pour la promotion d'artistes.

A l'heure du débat sur la gouvernance européenne et de l'élargissement de l'Union à plus de 25 membres, il nous semble important d'étendre la réflexion sur le positionnement économique des lieux de la Fédurok à l'échelle communautaire. Les enjeux sont nombreux : mieux savoir l'état des pratiques chez nos voisins, échanger des informations et des connaissances, affirmer l'importance d'initiatives sans but lucratif dans le secteur, mieux comprendre les enjeux politiques européens dans le domaine de la culture... Nous ne sommes qu'aux prémices d'une telle réflexion, aussi nous n'allons aborder que des pistes pouvant aboutir à la réalisation d'un panorama bien plus complet par la suite.

Dans un premier temps, nous présenterons sommairement le secteur sans but lucratif en Europe, en prenant appui sur les études menées par Edith Archambault en lien avec l'Université Johns Hopkins et de la branche Statistiques des Nations Unies. Ensuite, nous présenterons les résultats de notre recherche en mettant en avant les difficultés rencontrées et les organisations semblant correspondre au profil recherché.

3.5.2.2. Les structures à but non lucratif en Europe : quatre modèles

Le secteur sans but lucratif en France est principalement constitué des quelques 880 000 associations qui emploient plus d'un million de salariés, soit plus de 5% de la population active et autant que l'agriculture ou l'ensemble des industries de consommation. Si les coopératives et les mutuelles font partie, au même titre que les associations, de l'économie sociale, cette notion est problématique à l'international. Dans le manuel édité en 2003 par les Nations Unies et l'Université Johns Hopkins²⁶⁸, les coopératives « à la française » sont écartées des organismes sans but lucratif dans le système des comptabilités nationales, parce qu'elles distribuent une partie des excédents à leurs membres. Cette condition « discriminante » s'applique aussi aux mutuelles qui font de même. Aussi discutable que cette catégorisation puisse paraître, elle est cohérente d'un point de vue global.

Le secteur sans but lucratif européen est essentiellement associatif, du moins pour les besoins de l'étude comparative. Edith Archambault, professeur à l'Université de Paris I Sorbonne et chercheuse au CNRS, a participé au programme Johns Hopkins de comparaison internationale

²⁶⁸ UNITED NATIONS. *Handbook on Non-Profit Institutions in the System of National Accounts*. 316 pages. Manuel : New York City : Johns Hopkins University Center for Civil Society Studies and the Economic Statistics Branch of the United Nations Statistics Division, 2003.

du secteur sans but lucratif en assurant la collecte des données pour la France et un traitement à l'échelle communautaire²⁶⁹. A la lumière des premiers résultats de l'enquête, l'Europe semble très hétérogène en matière de secteur sans but lucratif, que ce soit en terme d'emploi (qui représente entre 0,9% de l'emploi total en Slovaquie et 12,5% aux Pays-Bas) ou la part des financements publics (de 21% en Slovaquie à 78% en Irlande). Pour classifier cette diversité, Edith Archambault propose quatre modèles « idéal-typiques » du secteur sans but lucratif en Europe que nous présenterons sommairement.

- Le modèle rhénan (corporatiste)

Ce sont des organisations puissantes, anciennes et institutionnalisées dans le système d'Etat providence. En conséquence, les financements publics sont importants et le secteur sans but lucratif remplit des missions « para publiques ». La religion joue encore un très grand rôle dans le secteur, comme les organisations syndicales et professionnelles. Les pays concernés sont l'Allemagne, l'Autriche, la Belgique et les Pays-Bas.

- Le modèle anglo-saxon (libéral)

Version européenne du modèle américain, le modèle anglo-saxon trouve ses racines dans le volontarisme et la philanthropie charitable. L'importance symbolique du bénévolat est très forte et se vérifie dans la grande participation populaire aux *charities*. Le financement est très diversifié : contrats avec les collectivités territoriales, dons importants, ressources privées plurielles... La concurrence entre communautés ou religions concerne une grande partie du secteur. Les deux pays suivant ce modèle sont le Royaume-Uni et l'Irlande.

- Le modèle scandinave (socio-démocrate)

La participation de l'Etat étant très forte dans les pays scandinaves, les organisations du secteur sans but lucratif complètent ses lacunes par « subsidiarité inversée » et agissent en groupes de pression. Au service de leurs membres plutôt que de la collectivité, elles ont recours à une forte participation des usagers alors que les fonds publics restent limités. L'influence religieuse est très réduite. Ce modèle concerne la Suède, la Norvège, la Finlande et le Danemark.

- Le modèle méditerranéen (émergent)

Le secteur sans but lucratif y est moins développé. Contrairement au modèle anglo-saxon, ce n'est pas la charité mais la solidarité mutualiste et coopérative sur laquelle repose le secteur. Les traditions familiales, paroissiales et rurales demeurent importantes, alors que les

²⁶⁹ ARCHAMBAULT, Edith. Y a-t-il un modèle européen du secteur sans but lucratif ? *Revue des études coopératives, mutualistes et associatives (RECMA)*, novembre 2001, n°282, p. 64-83.

fondations et le bénévolat associatif sont rares. Les financements sont variés, mais plus faibles que dans les autres modèles. On y retrouve l'Italie, l'Espagne, le Portugal et la Grèce.

Où se situe la France dans ce paysage schématique ? Elle serait au carrefour des quatre modèles, selon Edith Archambault, en empruntant certaines caractéristiques à chacun : l'importance des financements publics du modèle rhénan, les partenariats avec les collectivités locales de l'anglo-saxon, la subsidiarité inversée du scandinave et l'émergence plus récente du méditerranéen. La relative complexité du cas français illustre la « simplicité » des modèles présentés, qui restent des idéaux dont les frontières sont largement perméables.

3.5.2.3. Des difficultés rencontrées...

Rechercher en Europe des réseaux partageant les valeurs de la Fédurok n'est pas chose aisée. D'une part, il y a la barrière de la langue et de l'usage des mots. Même dans les pays francophones, les acteurs n'utilisent pas les mêmes mots pour dire la même chose, ce qui peut être problématique dans une démarche de recherche. D'autre part, il y a les sources utilisées pour la recherche. Internet était la seule source gratuite et facile d'accès, mais les biais sont nombreux. L'un des plus flagrants est le poids de la communication et de la hiérarchisation des résultats de recherche... Les réseaux qui nous intéressent, qui ne sont ni commerciaux ni parapublics, ne sont pas souvent les mieux référencés.

Les recherches méritent d'être poursuivies beaucoup plus loin, mais un premier constat semble se dessiner : les musiques amplifiées n'ont pas ou très peu de relations avec le secteur sans but lucratif dans nombre de pays européens. Cette absence de liens est plus flagrante dans les pays qui entrent dans les modèles anglo-saxon et méditerranéen exposés plus haut.

Très populaires et répandues au Royaume-Uni, les musiques amplifiées paraissent totalement insérées dans le champ marchand. L'intervention des pouvoirs publics en matière culturelle et musicale est assez réduite et concerne uniquement des formes d'art prestigieuses comme les orchestres philharmoniques. Il existe une certaine opacité autour des lieux de diffusion de musiques amplifiées : leur fonctionnement économique est privé et essentiellement commercial. Les notions d'accompagnement seraient a priori totalement inexistantes dans le secteur. En ce qui concerne les pays méditerranéens, les mêmes remarques s'appliquent globalement, et il a été encore plus difficile de trouver de l'information sur d'éventuels réseaux de musiques amplifiées.

En se référant à la modélisation d'Edith Archambault, les modèles anglo-saxons et méditerranéens semblent donc peu propices au développement d'initiatives sans but lucratif dans le secteur des musiques amplifiées. Contrairement à ce qui s'est développé progressivement en France depuis les années 1980, les financements publics en faveur des formes de culture émergentes et alternatives sont faibles voire inexistantes dans ces modèles. Tout semble fait pour que les musiques amplifiées se développent uniquement dans une

logique commerciale, où la diffusion d'artistes professionnels est au centre du système. Pour autant, les musiques amplifiées existent et se développent dans des milieux et des réseaux « underground », informels, en toute logique extrêmement confidentiels. Pour résumer, les initiatives semblent exister – surtout au Royaume-Uni – mais sont beaucoup moins visibles qu'en France. Les rapprochements avec ces structures dans ces pays semblent peu probables pour le moment.

3.5.2.4. ... aux rapprochements effectifs

Favorisées par la langue commune, les recherches en pays francophones se sont révélées plus fructueuses, essentiellement en Belgique. Non seulement les musiques amplifiées font l'objet d'un certain engouement dans ce pays, mais il semble y avoir des liens plus évidents avec le secteur sans but lucratif. Plusieurs acteurs travaillant en réseau ont été contactés et certains ont répondu positivement à notre appel à « mieux se connaître ». Les trois retours les plus concrets nous sont donc venus de Belgique :

- La Fédérook

Il s'agit d'une association sans but lucratif (ASBL) située dans la province belge du Luxembourg dont l'objet est d'y promouvoir les musiques amplifiées. L'activité de l'association se décline selon trois axes. Le premier est l'aide aux groupes de musique, pour lesquels elle fournit des contacts, des conseils et du matériel pour encoder leurs concerts sur le site de la Fédérook. Elle accompagne aussi les organisateurs de concerts en aidant notamment les jeunes associations à démarrer ou en leur fournissant des espaces publicitaires. Enfin, la Fédérook propose au public de souscrire à une carte de membre contre laquelle elle négocie des tarifs réduits et fournit de nombreuses informations à ses adhérents.

L'association joue donc un rôle de communication et d'animation entre les différents acteurs du milieu. Avec deux personnes à temps plein, elle fonctionne sur fonds propres mais espère obtenir bientôt des subventions publiques régulières pour embaucher une troisième personne. Elle projette de mettre en place des formations en direction des groupes et des organisateurs, ce qui rappelle fortement les activités d'accompagnement engagées par les lieux de la Fédérook. Enfin, citons que la Fédérook participe à des programmes facilitant l'échange transfrontalier de groupes européens, mais elle n'a pour l'instant aucun lien direct avec la Fédérook contrairement à ce que son nom voisin pourrait prêter à penser. Ces deux fédérations n'agissent pas selon les mêmes objectifs mais partagent visiblement de nombreuses valeurs communes, ainsi que des influences historiques comparables.

- Smart

L'association sans but lucratif Smart, située à Bruxelles, a une portée socioprofessionnelle puisqu'elle propose à ses adhérents plusieurs services visant à sécuriser leurs activités. La première branche de Smart consiste en un secrétariat social et assurance contre les accidents

du travail spécifiques aux métiers artistiques. Ce versant social s'apparente à une mutuelle et permet de financer l'association qui fonctionne elle aussi sans subventions. L'argent ainsi dégagé permet de développer des activités de conseil, de management, d'information et de représentation en direction des adhérents. L'objectif général de l'association, outre les services rendus aux membres, est de susciter une prise de conscience du grand public et du monde politique à propos de l'importance économique, sociale et culturelle des activités artistiques.

L'association emploie une douzaine de personnes et développe ses services sur l'ensemble du territoire belge. Elle gère les intérêts de 9200 affiliés et occupe environ 20% de son marché. Parmi les chantiers investis actuellement, nous retrouvons de nombreuses problématiques que partage la Fédurok : structurer et professionnaliser le secteur, militer pour la reconnaissance de son importance socioprofessionnelle, réfléchir au statut fiscal de ses membres... Prochainement, Smart compte internationaliser son expertise en développant des procédures simplifiées pour la circulation d'artistes au sein de l'Union Européenne. A cette occasion, il sera sans doute intéressant pour la Fédurok de reprendre contact avec l'association belge.

- Centritudes

Centritudes est une agence conseil en développement culturel situé dans la région du Centre, autour de la Louvière. Elle a pour objectif de renforcer la coordination culturelle et le développement régional et local amorcés par le Centre culturel régional, sous forme d'études, de conseils et de concertations de projets. Le développement de la région Centre est le dénominateur commun de toutes les activités entreprises. Centritudes fonctionne en partenariat avec les communes, les centres culturels, les maisons de jeunes, les centres d'expression et de créativité, certains musées, l'enseignement artistique et culturel, etc. Cinq personnes y travaillent à temps plein, et l'agence reçoit quelques subventions de la région et de la commune.

Un des projets majeurs de l'agence est la création de la Maison des Musiques Emergentes. Il concerne dans un premier temps une étude de faisabilité pour la création d'un espace qui permettra aux musiciens amateurs de se professionnaliser. Porté par Centritudes, ce projet alliera des partenaires belges et européens et bénéficiera d'un financement du Fonds Social Européen sous la forme du dispositif Equal. La Maison des Musiques Emergentes s'apparente vraisemblablement à un lieu de la Fédurok de la dernière génération, puisqu'elle projette de proposer des studios de répétition et d'enregistrement de qualité, des ateliers de formation artistique et administrative en direction des groupes ou un système d'échange de groupes avec d'autres lieux partenaires.

Didier Caille et Nicolas Dieu, respectivement directeur et responsable des projets de Centritudes, ont été contactés puis invités à l'Assemblée Générale de la Fédurok des 6, 7 et 8 juillet 2005. La rencontre a été très bénéfique pour tous et les échanges d'expériences et de

visions à propos de la place d'un secteur non lucratif des musiques amplifiées ont été nombreux. Il nous semble pertinent de pouvoir renouveler ce type d'expériences afin de mutualiser de l'information et comprendre les spécificités du modèle français en faisant intervenir un regard extérieur. Les collègues français et belges ont gardé le contact et seront peut-être amené à se rencontrer à nouveau bientôt.

Il ne s'agit là que d'une modeste esquisse de ce qui pourrait être un travail de grande ampleur permettant sans doute une meilleure approche des fonctionnements économiques propres aux musiques amplifiées. Inclure également les structures nord-américaines pourrait compléter le panorama et mettre en évidence les difficultés des petites et moyennes structures face à une augmentation rapide des coûts de production et des prix d'entrée, tendance a priori très appuyée aux Etats-Unis.

CONCLUSION : DES LIEUX LABORATOIRES DANS UNE ECONOMIE PLURIELLE

Les lieux associatifs de musiques amplifiées évoluent dans un secteur économique qui traditionnellement oppose le secteur marchand au secteur public. Comme nous l'avons identifié dans une première partie, c'est sans doute le clivage qui caractérise le mieux les musiques amplifiées en France. Ni entreprises privées à but lucratif, ni équipements publics ou parapublics, les lieux qui nous intéressent – représentés par la Fédurok – investissent ce que certains appellent une « voie du milieu » ou une « troisième voie », pour bien distinguer leur singularité. Rechercher ce qui fait cette singularité d'un point de vue économique nous a permis d'établir deux constats. Les lieux sont des structures « fragilement durables » caractérisées par une richesse des activités et des équipes, associées à des financements problématiques et une précarité de l'emploi. Mais ces lieux sont aussi des objets économiques mal identifiés et difficiles à cerner en raison d'un positionnement hors-cadre sous bien des rapports.

La problématique au cœur de notre étude consistait justement à clarifier le positionnement économique des lieux de la Fédurok en prenant appui sur les courants de l'économie sociale et solidaire. Le rapprochement entre les deux « univers » semblait pertinent a priori pour plusieurs raisons : le statut associatif des lieux de la Fédurok, l'importance de certaines valeurs éthiques, l'utilisation d'un vocabulaire parfois similaire, l'aspiration à davantage de reconnaissance... L'apport de l'économie sociale est révélateur car il démontre les similitudes entre l'émergence des musiques amplifiées et l'histoire associationniste française, ainsi que des principes de gestion communs. L'apport de l'économie solidaire permet de compléter cette analyse par deux observations cruciales. D'une part, il y a clarification de la singularité des lieux de la Fédurok en utilisant le concept d'économie plurielle, qui souligne l'importance de la dimension non monétaire dans leur fonctionnement. D'autre part, c'est grâce à une hybridation des ressources que ces lieux développent leurs projets et se consolident. La voie du milieu identifiée dans notre raisonnement initial n'est donc pas coupée des secteurs marchands et publics. C'est justement en empruntant certains éléments des deux modèles que les lieux fonctionnent, en réactivant le principe de solidarité démocratique et en favorisant la dimension politique de leur projet.

Si l'économie sociale et solidaire offre un éclairage théorique très intéressant, nous avons constaté une absence remarquable de liens concrets entre les lieux associatifs de musiques amplifiées et les acteurs et instances du mouvement « social et solidaire ». Il y a certaines possibilités pouvant aboutir à un rapprochement des deux parties, peut-être par certaines CRES et au niveau national avec la CPCA. Il reste à faire le premier pas, ce qui semble difficile dans l'immédiat étant données les priorités de la Fédurok et les différences culturelles qui séparent encore le « secteur culturel » du reste de l'économie sociale et solidaire.

Nous avons souhaité vérifier deux hypothèses de travail par une enquête de terrain auprès de six lieux de la Fédurok. Tout d'abord, nous interrogeons l'application du concept d'utilité sociale aux lieux associatifs de musiques amplifiées, ce qui s'est avéré très juste pour trois des cinq dimensions relevées par Jean Gadrey. Cependant, l'évaluation socio-économique de leur action reste difficile, et le versant social demeure problématique dans les projets artistiques et culturels. La deuxième hypothèse n'a pas été vérifiée puisque à l'issue de nos 18 entretiens, aucune définition partagée d'un positionnement clair des lieux étudiés n'est ressortie. L'enquête a néanmoins démontré plusieurs sentiments partagés par les personnes interviewées. Il ne semble pas y avoir d'équilibre idéal entre fonds publics et privés, mais nous avons constaté un attachement à l'autofinancement marchand qui permet de conserver l'identité et la solidité financière de la structure. Si le concept de réciprocité est unanimement indispensable à l'activité, celui de non lucrativité n'a pas été compris de la même façon par tous, et la définition d'une hypothétique troisième voie a entraîné des réactions nuancées. Peut-être faut-il formuler le problème différemment, et ne plus faire référence au concept de « tiers secteur », trop fermé sur lui-même sans pour autant correspondre au ressenti des personnes interviewées.

Le caractère expérimental et d'innovation des associations de musiques amplifiées en font des lieux « laboratoires » où les équipes entreprennent de nombreuses activités dont la diffusion de concerts n'est plus que la partie émergée de l'iceberg. Ces lieux proposent une forme d'entrepreneuriat originale en diversifiant leurs ressources et en poursuivant un but non lucratif. La nécessité de reconnaître et d'encourager davantage ces expériences est urgente, dans un secteur économique touché de plein fouet par la crise du disque où l'appauvrissement de l'offre et la banalisation de l'objet remettent en question son fonctionnement.

C'est peut-être en s'appuyant sur les notions d'entreprendre autrement et d'économie plurielle qu'ils ont les moyens de faire comprendre leur particularité à leurs divers interlocuteurs. Cette réflexion est d'ores et déjà enclenchée dans le secteur par la création du SMA, outil syndical affichant clairement les notions d'utilité sociale, d'économie mixte et de non lucrativité. Elle s'étend aussi au spectacle vivant dans ses disciplines les plus variées via l'UFISC. Elle établit peut-être les prémices de ce qui pourrait être un secteur indépendant de la musique, sollicitant artistes, labels de disque, radios, lieux et distributeurs. L'étendue de la réflexion s'inscrit dans la logique de travaux internationaux visant à étudier le secteur sans but lucratif et ses différentes formes. Il pourrait s'avérer extrêmement enrichissant d'adapter ce genre d'étude comparative au secteur des musiques amplifiées pour mieux comprendre les particularités du modèle français, mais aussi pour déterminer les conséquences des grandes transformations qui touchent la filière musicale dans son ensemble.

Liste des sigles

LISTE DES SIGLES

CEGES : Conseil des Entreprises, employeurs et Groupements de l'Economie Sociale.

CNAR : Centre National d'Appui et de Ressources.

CNVA : Conseil National de la Vie Associative.

COFAC : COordination des Fédérations et Associations de Culture et de communication.

CPCA : Conférence Permanente des Coordinations Associatives.

CRES : Chambre Régionale de l'Economie Sociale.

DIES : Délégation Interministérielle à l'Innovation Sociale et à l'Economie Sociale.

DMTDS : Direction de la Musique, du Théâtre, de la Danse et du Spectacle.

FNCC : Fédération Nationale des Collectivités territoriales pour la Culture.

FONJEP : FONds de coopération de la Jeunesse et de l'Education Populaire.

FSJMI : Fédération des Scènes de Jazz et de Musiques Improvisées.

GEMAP : Groupement des Entrepreneurs de Musiques Actuelles et Populaires.

INJEP : Institut National de la Jeunesse et de l'Education Populaire.

MJC : Maison des Jeunes et de la Culture.

NSEJ : Nouveaux Services Emplois-Jeunes.

OPALE : Organisation pour Projets ALternatifs d'Entreprises.

SARL : Société A Responsabilité Limitée.

SCIC : Société Coopérative d'Intérêt Collectif.

SCOP : Société Coopérative Ouvrière de Production.

SMA : Syndication national des petites et moyennes structures non lucratives de Musiques Actuelles.

UFISC : Union Fédérale d'Intervention des Structures Culturelles.

Bibliographie

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages théoriques et généraux

BRAUDEL, Fernand. *La dynamique du capitalisme*. Paris : Les éditions Arthaud, 1985. 121 pages. (Champs). ISBN 2-08-081192-4.

BUREAU, Marie-Christine et al.. *Les emplois-jeunes dans la culture : usages et enjeux d'une politique de l'emploi*. Paris : La Documentation française, 2001. 383 pages. ISBN 2-11-004-978-2.

CATTANI, Antonio David, LAVILLE, Jean-Louis et al.. *Dictionnaire de l'autre économie*. Paris : Desclée de Brouwer, 2005. 564 pages. ISBN 2-220-05534-5.

DONNAT, Olivier. *Les pratiques culturelles des Français : enquête 1997*. Paris : La Documentation française, 1998. 359 pages. ISBN 2-11-003991-4.

GARDIN, Laurent et CLEMENT, Hélène. *L'entreprise sociale*. Paris : Thierry Quinqueton, 1999. 51 pages. (Les Notes de l'Institut Karl Polanyi). Pas d'ISBN.

LAVILLE, Jean-Louis (sous la direction de). *L'économie solidaire : une perspective internationale*. Nouvelle édition. Paris : Desclée de Brouwer, 2000. 343 pages. (Sociologie économique). ISBN 2-220-04788-1.

LAVILLE, Jean-Louis et VAILLANCOURT, Yves. Associations et Etat : l'hypothèse solidaire. In : LECLERC, Henri (préface), sous la coordination de Jérôme Pellissier. *A but non lucratif : 1901 – 2001 : cent ans de liberté d'expression*. Paris : Fischbacher, 2001. 252 pages. ISBN 2-7179-1901-5.

LAVILLE, Jean-Louis. *Une troisième voie pour le travail*. Paris : Desclée de Brouwer, 1999. 217 pages. (Sociologie économique). ISBN 2-220-04588-9.

LIPIETZ, Alain. *Pour le tiers secteur : l'économie sociale et solidaire : pourquoi et comment*. 1^{ère} éd. Paris : La Découverte : La Documentation française, 2001. 155 pages. (Cahiers libres). ISBN 2-7071-3452-X.

POLANYI, Karl. *La Grande Transformation : aux origines politiques et économiques de notre temps*. Paris : Gallimard, 1983. 419 pages. (Bibliothèque des sciences humaines). ISBN 2-070-21332-3.

ROUSTANG, Guy, LAVILLE, Jean-Louis et al.. *Vers un nouveau contrat social*. Nouvelle édition. Paris : Desclée de Brouwer, 2000. 184 pages. (Sociologie économique). ISBN 2-220-04806-3.

SAGOT-DUVAUROUX, Dominique. Des carences du marché aux carences de l'Etat : quelle politique culturelle aujourd'hui ? In : LES EDITIONS DE BERCY. *Financement et gestion de la culture aux Etats-Unis et en France*. Paris : Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie, 2004. p. 204-213. (Collection Colloques). ISBN 2-11-094435-8.

TCHERNONOG, Viviane. Les associations culturelles dans le secteur associatif français : données de cadrage. In : MOULINIER, Pierre (sous la dir. De). *Les associations dans la vie et la politique culturelles : regards croisés*. Paris : Ministère de la culture et de la communication, Département des études et de la prospective, 2001. 139 pages. ISBN 2-11-092089-0.

TEILLET, Philippe. Eléments pour une histoire des politiques publiques en faveur des « musiques amplifiées ». In : POIRRIER, Philippe (sous la direction de). *Les collectivités locales et la culture : les formes de l'institutionnalisation, XIXe-XXe siècles*. Paris : La Documentation Française, Comité d'Histoire du Ministère de la Culture – Fondation Maison des Sciences de l'Homme, 2002. p. 361-393. ISBN 2-11-005086-1.

VIENNEY, Claude. *L'économie sociale*. Paris : La Découverte, 1994. 125 pages. (Repères). ISBN 2-707-12337-4.

Autres ouvrages

BERTHELOT, Philippe. De la nécessaire structuration globale du champ des musiques amplifiées. In : GEMA (Groupe d'étude sur les musiques amplifiées). *Politiques publiques et musiques amplifiées : les actes des premières rencontres nationales des 18, 19 et 20 octobre 1995 à Agen*. Toulouse : Géma, 1997. p. 144-149. ISBN 2-911866-00-2.

BERTHELOT, Philippe. Dix ans de Fédurok, ou l'émergence du monde du milieu ! In : IRMA (Centre d'Information et de Ressources pour les Musiques Actuelles). *L'Officiel de la Musique 2005*. Paris : IRMA, 2004. p. 72. ISBN 2-907366-80-7.

BLANCHET, Alain et GOTMAN, Anne. *L'enquête et ses méthodes : l'entretien*. Paris : Nathan, 1992. 125 pages. (Collection 128). ISBN 2-09-190652-2.

DOUSTE-BLAZY, Philippe. Discours de clôture. In : GEMA (Groupe d'étude sur les musiques amplifiées). *Politiques publiques et musiques amplifiées : les actes des premières rencontres nationales des 18, 19 et 20 octobre 1995 à Agen*. Toulouse : Géma, 1997. p. 187-188. ISBN 2-911866-00-2.

GUIBERT, Gêrôme. *Les nouveaux courants musicaux : simples produits des industries culturelles ?* Nantes : Mélanie Seteun, 1998. 127 pages. ISBN 2-913169-02-3.

IRMA (Centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles). *Tout savoir de la scène au disque*. Paris : Irma, 2004. 168 pages. ISBN 2-907366-79-3.

MIGNON, Patrick, DAPHY, Eliane et BOYER, Régine. *Les lycéens et la musique*. Paris : Institut National de Recherche Pédagogique, 1986. 96 pages. (Collections rapports de recherches). Pas d'ISBN.

MIGNON, Patrick. Evolution de la prise en compte des musiques amplifiées par les politiques publiques. In : GEMA (Groupe d'étude sur les musiques amplifiées). *Politiques publiques et musiques amplifiées : les actes des premières rencontres nationales des 18, 19 et 20 octobre 1995 à Agen*. Toulouse : Géma, 1997. 192 pages. ISBN 2-911866-00-2.

TOUCHE, Marc. Musique, vous avez dit musiqueS ? In : CHROMA. *Les Rencontres du Grand Zebrock 1998*. Paris : Chroma, 1998, p. 13-15. Pas d'ISBN.

VAN COLEN, Flavie. *Education populaire et musiques amplifiées : analyse des projets de onze lieux de musiques amplifiées*. Paris : INJEP, Le Clavier, 2003. 78 pages. ISBN 2-11-094016-6.

Articles de presse et revues

ARCHAMBAULT, Edith. Y a-t-il un modèle européen du secteur sans but lucratif ? *Revue des études coopératives, mutualistes et associatives (RECMA)*, novembre 2001, n°282, p. 64-83.

BATIFOULIER, Francis. Le paradoxe associatif : l'articulation risquée des valeurs, des logiques et des pouvoirs. *Le Nouveau Mascaret*, 1^{er} semestre 2000, n°59/60, p.76-97.

BERTHELOT, Philippe et GEMBARSKI, Stéphanie. L'implication progressive des lieux de musiques actuelles et amplifiées dans les processus éducatifs et de transmission. In : CEFEDM (Centre de formation des enseignants de la musique) Rhône-Alpes. *Enseigner la musique n°8*. Lyon : CEFEDM, 2005. p. 47-61.

BERTHELOT, Philippe. L'édito : reconnaissance culturelle ? *La Gazette Magique*, décembre 1994, n° 1, p. 1.

COLIN, Bruno. Sociétés à but non lucratif, une question de statut ? *Culture et Proximité*, juin 1997, n°4, p. 53-62.

EME, Bernard. Définir l'utilité sociale par des débats publics. *Alternatives Economiques*, septembre 2003, Hors-série pratique : l'utilité sociale, n°11, p. 47-49.

JEANTET, Thierry. Une économie sociale unique et indivisible ? *Revue des études coopératives, mutualistes et associatives (RECMA)*, juillet 2001, n°281, p. 30-38.

LAVILLE, Jean-Louis et SAINSAULIEU, Renaud. Les fonctionnements associatifs. *Revue des études coopératives, mutualistes et associatives (RECMA)*, janvier-mars 2003, n°44-1, p. 65-70.

LAVILLE, Jean-Louis. Vers une économie sociale et solidaire ? *Revue des études coopératives, mutualistes et associatives (RECMA)*, juillet 2001, n°281, p. 39-53.

LEYSHON, Andrew. Time-space and digital compression : software formats, musical networks, and the reorganization of the music industry. *Environment and Planning A*, 2001, volume 33, 1, p. 49-77.

MARGADO, Alix. La SCIC, une coopérative encore en devenir. *Revue des études coopératives, mutualistes et associatives (RECMA)*, février 2005, n°295, p. 38-49.

MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION. La musique en amateur. *Développement culturel (Bulletin du DEP)*, juin 1995, n°107, p. 1-3.

TCHERNONOG, Viviane. Ressources, financements publics et logiques d'action des associations. *Revue des études coopératives, mutualistes et associatives (RECMA)*, novembre 2001, n°282, p. 42-63.

TEILLET, Philippe. Alternatives et débats dans l'histoire des politiques en faveur des musiques amplifiées/actuelles. In : LA FEDUROK. Deuxièmes rencontres nationales Politiques publiques et musiques amplifiées/actuelles : les actes. *La Scène : le magazine professionnel des spectacles*, avril 1999, Hors série, p. 12-15.

VEILLAULT, Didier. L'édito : I love rock'n roll! *La Gazette Magique*, septembre 1994, n° 0, p. 1.

Travaux universitaires et rapports d'études

BUREAU, Marie-Christine, GOMEL, Bernard et SCHMIDT, Nicolas. *Les associations de musiques actuelles, partenaires du programme nouveaux services – emplois jeunes*. 119 pages. Document de travail du Centre d'Etudes de l'Emploi : Paris : 2004.

BUREAU, Marie-Christine. *Le statut de l'entrepreneuriat artistique et culturel : une question d'économie politique*. 22 pages. Document de travail du Centre d'Etudes de l'Emploi, n°8 : Paris : 2001.

COMMISSION NATIONALES DES MUSIQUES ACTUELLES. *Rapport de la commission nationales des musiques actuelles à Catherine Trautmann, Ministre de la Culture et de la Communication*. 281 pages. Rapport : Paris : 1998.

COQUEBERT, Antoine. *Le financement de l'industrie du disque*. 60 pages. Rapport établi à la demande du Ministère de la culture : Paris : 2004.

CULTURE & PROXIMITE. *Consolidation des NSEJ dans les réseaux musiques actuelles*. 102 pages. Rapport final : Paris : 2003.

CULTURE & PROXIMITE. *Les nouveaux services de la culture : Musiques d'aujourd'hui au pays de Lorient*. 19 pages. Monographie : Paris : 2000.

FRANCOIS-PONCET, Marie-Thérèse et WALLACH, Jean-Claude. *Commission musiques amplifiées : rapport général*. 26 pages. Rapport : Agen : 1999.

GADREY, Jean. *L'utilité sociale des organisations de l'économie sociale et solidaire : une mise en perspective sur la base de travaux récents*. 136 pages. Rapport de synthèse pour la DIES et la MIRE, programme de recherche « l'économie sociale en région » : Paris : 2004.

GEMAP. *Contribution pour des pratiques amateurs dans les musiques actuelles, amplifiées et populaires*. 4 pages. Texte de synthèse : Paris : 2004.

GUIBERT, Gêrôme et MIGEOT, Xavier. *Les dépenses des musiciens de musiques actuelles : éléments d'enquêtes réalisées en Pays de la Loire et Poitou-Charentes*. 10 pages. Rapport d'étude socio-économique : Nantes : 1998.

GUIBERT, Gêrôme. *Scènes locales, scène globale : pour une sociologie économique des producteurs de musiques amplifiées en France*. 539 pages. Thèse de doctorat 3^{ème} cycle : Sociologie : Nantes : 2004.

LUCAS, Jean-Michel. *Diversité culturelle et politiques publiques : la fausse conversion française !* 25 pages. Rapport faisant suite au colloque « Politiques publiques et économie sociale et solidaire » du mercredi 1^{er} juin 2005 : Nantes : 2005.

MINISTERE DE L'ECONOMIE ET DES FINANCES. *Fiche technique relative à la lucrativité des associations exploitant des lieux de spectacles vivants*. 2 pages. Document officiel : Paris : 2000.

OBSERVATOIRE DE LA MUSIQUE. *Le marché du CD audio : 3^e trimestre 2004*. 15 pages. Annexes de rapport : Cité de la Musique : Paris : 2004.

OBSERVATOIRE DE LA MUSIQUE. *Les marchés de la musique enregistrée (CD audio, DVD musical et musique en ligne)*. 56 pages. Rapport : Cité de la Musique : Paris : 2004.

UNITED NATIONS. *Handbook on Non-Profit Institutions in the System of National Accounts*. 316 pages. Manuel : New York City : Johns Hopkins University Center for Civil

Society Studies and the Economic Statistics Branch of the United Nations Statistics Division, 2003.

UPFI (Union des producteurs phonographiques français indépendants). *Pour un plan orsec en faveur de l'industrie musicale : manifeste des producteurs indépendants pour une réelle diversité musicale*. 22 pages. Document officiel : Paris : 2004.

Travaux réalisés par la Fédurok

BOISTARD, Eric. *Rapport moral et rapport d'activité de la Fédurok en 2003*. 12 pages. Rapport : Nantes : 2004.

LA FEDUROK. *Historique de la Fédurok*. 7 pages. Nantes : 2005.

LA FEDUROK. *Le Tour de France de la Fédurok : observation permanente et partagée d'un réseau*. 36 pages. Rapport de synthèse 1999-2002 : Nantes : 2003.

LA FEDUROK. *Règlement intérieur de la Fédurok*. 6 pages. Règlement intérieur fixant les modalités d'application des statuts : Nantes : 1994 (modifiés par assemblée générale extraordinaire le 8 mars 2005).

LA FEDUROK. *Rencontres de Poitiers. Les équipements de musiques amplifiées : quelles missions avec quels partenariats ?* Poitiers : 1997.

LA FEDUROK. *Statuts de l'association Fédurok*. 6 pages. Statuts officiels : Nantes : 1994 (modifiés par assemblée générale extraordinaire le 8 mars 2005).

Documents électroniques

CD1D. *Cd1d.com, l'indépendance s'organise*. [En ligne]. <http://www.cd1d.com> (Page consultée le 21 juin 2005).

CONFERENCE PERMANENTE DES COORDINATIONS ASSOCIATIVES. *Présentation de la CPCA*. [En ligne]. <http://cpca.asso.fr/a%20propos/a%20propos.html> (page consultée le 11 juillet 2005).

CONSEIL DES ENTREPRISES, EMPLOYEURS ET GROUPEMENTS DE L'ECONOMIE SOCIALE. *Missions du CEGES*. [En ligne]. http://www.ceges.fr/home_cadre.php (page consultée le 11 juillet 2005).

CULTURE & PROXIMITE. *Emplois-jeunes culture : établir la situation économique de l'association culturelle*. [En ligne]. <http://www.culture-proximite.org/4medias/basedoc/pdf/repmethod/economie/CDC1.pdf> (Page consultée le 21 juin 2005).

CULTURE & PROXIMITE. *Equilibre économique d'une activité de concerts musiques actuelles*. [En ligne]. <http://www.culture-proximite.org/4medias/basedoc/pdf/repmethod/economie/CDC4.pdf> (Page consultée le 21 juin 2005).

DIRECTION GENERALE DES IMPOTS. *Instruction du 15 septembre 1998 : IS. Dispositions diverses. collectivités autres que les sociétés. organismes sans but lucratif*. [En ligne]. <http://www2.impots.gouv.fr/associations/boi/boi4-h-5-98.htm> (Page consultée le 19 juillet 2005).

HARRIBEY, Jean-Marie. *L'économie sociale et solidaire, un appendice ou un faux-fuyant ?* [En ligne]. <http://www.france.attac.org/a1168> (page consultée le 11 juillet 2005).

IFPI (International Federation of the Phonographic Industry). *IFPI publishes global music market shares*. [En ligne]. <http://www.ifpi.org/site-content/press/20040616a.html> (Page consultée le 13 juillet 2005).

LA FEDUROK. *Editorial : La Concertation Nationale pour le développement des Musiques Actuelles*. [En ligne]. <http://www.la-fedurok.org/> (Page consultée le 13 août 2005).

LA FEDUROK. *Présentation de la Fédurok*. [En ligne]. http://www.la-fedurok.org/01fedurok/01_present.asp (Page consultée le 23 juin 2005).

LA FEDUROK. *Règlement intérieur de la Fédurok*. [En ligne]. http://www.la-fedurok.org/01fedurok/06_reglement.asp (Page consultée le 27 août 2005).

LA FEDUROK. *Statuts de l'UFISC, Union Fédérale d'Intervention des Structures Culturelles*. [En ligne]. <http://www.la-fedurok.org/docs/StatutsUFISC121004.rtf> (Page consultée le 25 août 2005).

LA FEDUROK. *Structuration et mode de fonctionnement technique de la Fédurok*, [En ligne]. http://www.la-fedurok.org/01fedurok/02b_fonction.asp (Page consultée le 23 juin 2005).

LA FEDUROK. *Syndicat national des petites et moyennes structures non lucratives de musiques actuelles : communiqué*. [En ligne]. <http://www.la-fedurok.org/docs/BulletinAdhesionSMA.pdf> (Page consultée le 25 août 2005).

LEGIFRANCE (Le service public de l'accès au droit). *Loi du 1 juillet 1901 relative au contrat d'association : version consolidée au 2 août 2003*. [En ligne]. <http://www.legifrance.gouv.fr/texteconsolide/AAEBG.htm> (Page consultée le 11 juillet 2005).

MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION. *Budget 2005 de la Culture et de la Communication*. [En ligne].

<http://www.culture.gouv.fr/culture/min/budget2005/budget2005.pdf> (Page consultée le 13 juillet 2005).

MINISTERE DE LA JEUNESSE, DES SPORTS ET DE LA VIE ASSOCIATIVE. *Délégation Interministérielle à l'Innovation Sociale et à l'Economie Sociale*. [En ligne]. <http://www.jeunesse-sports.gouv.fr/vieasso/dies.asp> (page consultée le 11 juillet 2005).

MINISTERE DE LA JEUNESSE, DES SPORTS ET DE LA VIE ASSOCIATIVE. *L'Institut national de la Jeunesse et de l'Education populaire*. [En ligne]. http://www.associations.gouv.fr/article.php3?id_article=288 (page consultée le 11 juillet 2005).

MINISTERE DE LA JEUNESSE, DES SPORTS ET DE LA VIE ASSOCIATIVE. *Le conseil national de la vie associative*. [En ligne]. http://www.associations.gouv.fr/article.php3?id_article=112 (page consultée le 11 juillet 2005).

SNEP (Syndicat national de l'édition phonographique). *Les ventes de disques en France en 2004*. [En ligne]. http://www.disqueenfrance.com/actu/ventes/vente2004_4.asp (Page consultée le 21 juin 2005).

Annexes

ANNEXES

Annexe 1 : Statuts de la Fédurok

TITRE I : GENERALITES

Article 1 : Dénomination

Il est fondé entre les adhérents aux présents statuts une association, régie par la loi du 1er juillet 1901 relative aux associations, ayant pour titre: « FEDUROK » Fédération de lieux de musiques amplifiées / actuelles.

Article 2 : Siège social

Son siège social est fixé à Nantes, 11 rue des Olivettes. Il peut être transféré par décision du Conseil d'Administration, soumise à l'approbation de l'Assemblée Générale.

Article 3 : Durée

L'association est fondée pour une durée illimitée. La dissolution ne peut être prononcée et réalisée qu'en vertu des dispositions des articles 26 et 27 des présents statuts.

Article 4 : Objet

L'association a pour objet, dans l'esprit du Préambule :

- la reconnaissance et la structuration du secteur des musiques amplifiées / actuelles ;
- la défense des droits ainsi que des intérêts matériels et moraux, tant collectifs qu'individuels de ses membres au regard de leurs analyses et besoins ;
- le développement des pratiques artistiques et culturelles dans le domaine des musiques amplifiées/actuelles et des formes d'expression qui s'y rattachent.

TITRE II : COMPOSITION DE L'ASSOCIATION

Article 5 : Le Président fondateur

M. Didier Veillault est le Président fondateur de l'Association.

Article 6 : Les membres

L'association est composée de trois catégories de membres :

Les membres actifs délibérants : Il s'agit de personnes morales de droit privé sans finalité lucrative, assumant la responsabilité pleine et entière de la mise en œuvre de projets

artistiques et culturels basés sur la diffusion et/ou l'accompagnement d'initiatives artistiques et culturelles, au sein d'un équipement dont elles assurent la gestion.

Dans le cas de perte de gestion provisoire d'un équipement, les membres actifs délibérants concernés conservent leur qualité de membre.

Les membres actifs consultatifs :

1/ Il s'agit de régies personnalisées dotées de l'autonomie morale et financière (établissements publics locaux), dont le projet artistique et culturel repose sur une activité de diffusion et/ou d'accompagnement d'initiatives artistiques et culturelles qui passe par la gestion d'un équipement.

2/ Les personnes morales, de droit privé, sans finalité lucrative et les collectivités territoriales qui s'engagent dans la conception et la réalisation d'un équipement de musiques amplifiées/actuelles (lieux en préfiguration).

Les membres associés : Il s'agit de personnes morales de droit privé ou public dont l'activité est complémentaire et/ou convergente à l'objet et aux activités de l'association. Ces membres associés, peuvent être des «réseaux départementaux ou régionaux», qui sont des regroupements départementaux ou régionaux ayant une personnalité juridique de droit privé sans finalité lucrative, responsable et indépendante.

Indépendamment du type de structure, l'adhésion doit répondre aux critères énoncés dans le règlement intérieur.

L'adhésion implique l'acceptation et le respect des présents Statuts et du règlement intérieur de l'association.

L'adhésion résulte du versement d'une cotisation annuelle non remboursable dont le montant est fixé chaque année par l'Assemblée Générale, sur proposition du Conseil d'Administration.

Tout nouvel adhérent devra être agréé par l'Assemblée Générale sur proposition du Conseil d'Administration.

Article 7 : Radiation

La qualité de membre de l'association se perd :

- par disparition de la personne morale ;
- par la démission notifiée par lettre RAR au Président de l'association ;
- pour non-paiement de la cotisation dans les délais prévus par le Règlement Intérieur ;

- par la radiation prononcée par le Conseil d'Administration à la majorité absolue pour refus de remplir les engagements résultant des Statuts et du Règlement Intérieur.

L'intéressé peut faire appel dans un délai d'un mois suivant cette notification par le CA. La Commission de Conciliation définie par le Règlement Intérieur présentera alors ses conclusions à l'AG suivante.

TITRE III : ADMINISTRATION DE L'ASSOCIATION

Article 8 : Conseil d'Administration - Désignation

L'association est administrée par un Conseil composé de personnes physiques exerçant un pouvoir de décision au sein des personnes morales adhérentes. Le Conseil est élu pour 2 ans par l'Assemblée Générale à la majorité absolue des membres présents ou représentés. Les mandats de tous les membres élus sont renouvelables.

Article 9 : Conseil d'Administration - Composition

Le Conseil d'Administration se compose au maximum de 11 administrateurs élus. Un poste est réservé à un représentant avec voix consultative, désigné par les membres actifs consultatifs.

Article 10 : Bureau - Composition - Réunion

Le CA élit un bureau chargé de la mise en œuvre des décisions du CA et de la gestion de l'association. Il est constitué de :

- 1 Président ;
- 1 Vice-Président ;
- 1 Trésorier ;
- 1 Secrétaire.

Au maximum 3 adjoints pourront être élus au Bureau si le Conseil d'Administration le juge nécessaire.

Le Bureau se réunit autant de fois qu'il est nécessaire, sur convocation du Président. Il ne pourra délibérer que si le quorum de quatre administrateurs présents est atteint. Les décisions sont prises à la majorité des membres présents ou représentés. La voix du Président est prépondérante en cas d'égalité.

Article 11 : Conseil d'Administration - Réunion

Le Conseil d'Administration se réunit au moins une fois par trimestre et en tout état de cause chaque fois qu'il est convoqué par son Président ou sur la demande de plus du tiers de ses membres. Un membre du Conseil absent et dûment excusé peut se faire représenter par un autre membre du Conseil ou par un représentant dûment mandaté. Un membre présent ne peut être détenteur que d'un pouvoir. Le Conseil ne peut valablement délibérer que s'il est composé d'au moins cinq administrateurs présents. En cas de partage égal des voix ; celle du Président est prépondérante. Les décisions du Conseil sont prises à la majorité absolue des membres présents ou représentés.

Article 12 : Conseil d'Administration - Attribution

Le Conseil d'Administration gère les affaires de l'association et se prononce sur toutes conventions, protocoles, procès, contestations et circonstances qui la concernent. Le Conseil règle les modalités de fonctionnement de l'association. Le Conseil peut s'adjoindre la collaboration de techniciens ou d'experts publics ou privés. Le Conseil autorise son Président à passer en son nom toutes conventions et tous actes intéressant l'association, après accord du Conseil. Le Conseil engage le Directeur et, sur proposition du Directeur, le personnel nécessaire au fonctionnement administratif de l'association. Tout membre du Conseil d'Administration qui n'aura pas assisté à trois réunions consécutives sans raisons valables et motivées sera considéré comme démissionnaire du CA.

Article 13 : Conseil d'Administration - Gratuité

Aucun membre du Conseil ne pourra être rémunéré pour l'exercice de ses fonctions d'administrateur. Toutefois, il pourra recevoir le remboursement des frais qu'il aura engagés pour l'accomplissement des mandats et missions qui lui auront été confiés par le Conseil ou qui découleront de sa charge. Tout cas particulier de rémunération non liée à l'exercice des fonctions d'administrateur doit faire l'objet d'une autorisation préalable du Conseil statuant dans les conditions de l'article 9, l'intéressé ne prenant pas part au vote .

Article 14 : Assemblée Générale - Composition

L'Assemblée Générale se réunit au moins une fois par an sur convocation du Conseil d'Administration, adressée au moins 15 jours à l'avance ou à la demande écrite d'au moins la moitié de ses membres. Elle doit se composer au minimum du tiers de ses membres titulaires du droit de vote présents. Sont titulaires du droit de vote les membres à jour de leur cotisation à l'ouverture de la réunion. Chaque membre dispose d'une voix. Les membres qui n'assistent pas à l'Assemblée Générale peuvent se faire représenter par un tiers, chacun ne pouvant détenir plus de 2 pouvoirs non cessibles.

Article 15 : Assemblée Générale - Délibération

L'ordre du jour est établi par le Conseil d'Administration. Il comporte obligatoirement l'étude des questions inscrites à la demande des adhérents. La demande d'une question doit être adressée au Président au minimum 8 jours avant la réunion de l'Assemblée Générale. Le Président présente, en son nom et avec l'approbation du Conseil, un rapport moral soumis à vote. L'Assemblée Générale approuve les comptes de l'exercice clos, discute et valide les propositions de budget présentées par le trésorier et le rapport d'activité présenté par le directeur. L'Assemblée Générale procède au renouvellement du Conseil d'Administration et délibère sur les questions inscrites à l'ordre du jour. Les décisions et résolutions sont adoptées à la majorité des voix des membres titulaires du droit de vote, présents ou représentés, la voix du Président est prépondérante en cas de partage égal des voix.

Article 16 : Assemblée Générale extraordinaire

L'Assemblée Générale extraordinaire se réunit sur convocation du Conseil, adressée 30 jours à l'avance ou à la demande écrite du tiers de ses membres titulaires du droit de vote. Elle doit comprendre plus de la moitié des adhérents de l'association présents ou représentés, pour délibérer valablement. Les décisions et résolutions sont adoptées à la majorité des voix des membres titulaires du droit de vote, présents ou représentés. Si le quorum n'est pas atteint, une deuxième Assemblée Générale doit se tenir dans un délai maximum d'un mois ; les décisions sont alors prises quel que soit le nombre des présents ou représentés

Article 17 : Pouvoirs du Président

Le Président, sous réserve des pouvoirs que les présents statuts attribuent aux Assemblées Générales et au Conseil d'Administration, et dans la limite de l'objet social, est investi des pouvoirs les plus étendus pour agir au nom de l'association. Il représente l'association dans tous les actes de la vie civile. Il a qualité pour ester en justice, au civil comme au pénal au nom de l'association en tant en demande qu'en défense. Il administre les procédures de convocation aux différentes réunions statutaires. Il préside et s'assure du bon déroulement des réunions. En cas d'empêchement, ces pouvoirs sont assurés par le Vice-Président. Dans l'intérêt de l'association, il peut déléguer expressément et par écrit (par courrier ou P.V. de CA) l'une ou l'autre de ses attributions à un administrateur.

Article 18 : Rôle du secrétaire

Le Secrétaire valide la rédaction des procès-verbaux.

Article 19 : Commissions spécialisées

Le Conseil peut nommer une ou plusieurs commissions techniques présidées par un administrateur auxquelles pourront participer des personnalités non membres de l'association. Le président de chaque commission devra rendre compte devant le Conseil.

Article 20 : Règlement Intérieur

Un Règlement Intérieur complète les Statuts. Il a force de loi pour tous les membres de l'association. Toute modification au Règlement Intérieur ne peut être votée que par une Assemblée Générale Extraordinaire.

TITRE IV : GESTION FINANCIERE DE L'ASSOCIATION

Article 21 : Ressources

Les ressources de l'association se composent :

- des cotisations de ses membres ;
- des subventions qui peuvent lui être accordées par les collectivités privées ou publiques et notamment l'Etat ;
- du revenu de ses biens et placements financiers ;
- des sommes perçues en raison des services rendus par l'association ;
- et de toutes les autres ressources autorisées par la loi.

Article 22 : Cotisations

Le montant des cotisations dues annuellement est fixé chaque année par le Conseil d'Administration et validées par l'Assemblée Générale. Elles sont recouvrées sur avis du Trésorier.

Article 23 : Rôle du Trésorier

Le Trésorier vérifie le recouvrement des cotisations et de toutes les sommes dues ou acquises. Il présente à l'Assemblée Générale un rapport financier validé par le Conseil d'Administration. Les sommes appartenant à l'association seront déposées dans un établissement bancaire désigné par le Conseil d'Administration. Le dépôt et le retrait des sommes ainsi que les opérations sur titres ne peuvent être effectuées qu'avec la signature du Trésorier ou du Président ou par délégation à un mandataire salarié désigné par le CA.

Article 24 : Responsabilité des adhérents

Le patrimoine de l'association répond seul des engagements contractés en son nom et aucun des membres ne pourra en aucun cas, en être rendu responsable.

TITRE V : TRANSFORMATION ET DISSOLUTION

Article 25 : Modifications des Statuts ou du Règlement Intérieur

Les Statuts et le Règlement Intérieur ne peuvent être modifiés qu'en Assemblée Générale extraordinaire sur proposition du Conseil d'Administration ou à la demande de la moitié des membres dont l'Assemblée Générale est composée, soumise au Conseil d'Administration au minimum un mois avant la réunion de cette assemblée.

Article 26 : Dissolution

La dissolution ne peut être prononcée qu'en Assemblée Générale extraordinaire, sur proposition du Conseil d'Administration ou à la demande de la moitié des membres dont l'Assemblée Générale est composée, soumise au Conseil d'Administration au minimum un mois avant la réunion de cette assemblée.

Article 27 : Liquidation

En cas de dissolution volontaire, statutaire, ou prononcée par justice, l'Assemblée Générale désigne un ou plusieurs commissaires chargés de la liquidation des biens de l'association. Les commissaires procèdent à la liquidation et à la dévolution de l'actif net en conformité à la législation en vigueur.

Article 28 : Attribution de juridiction

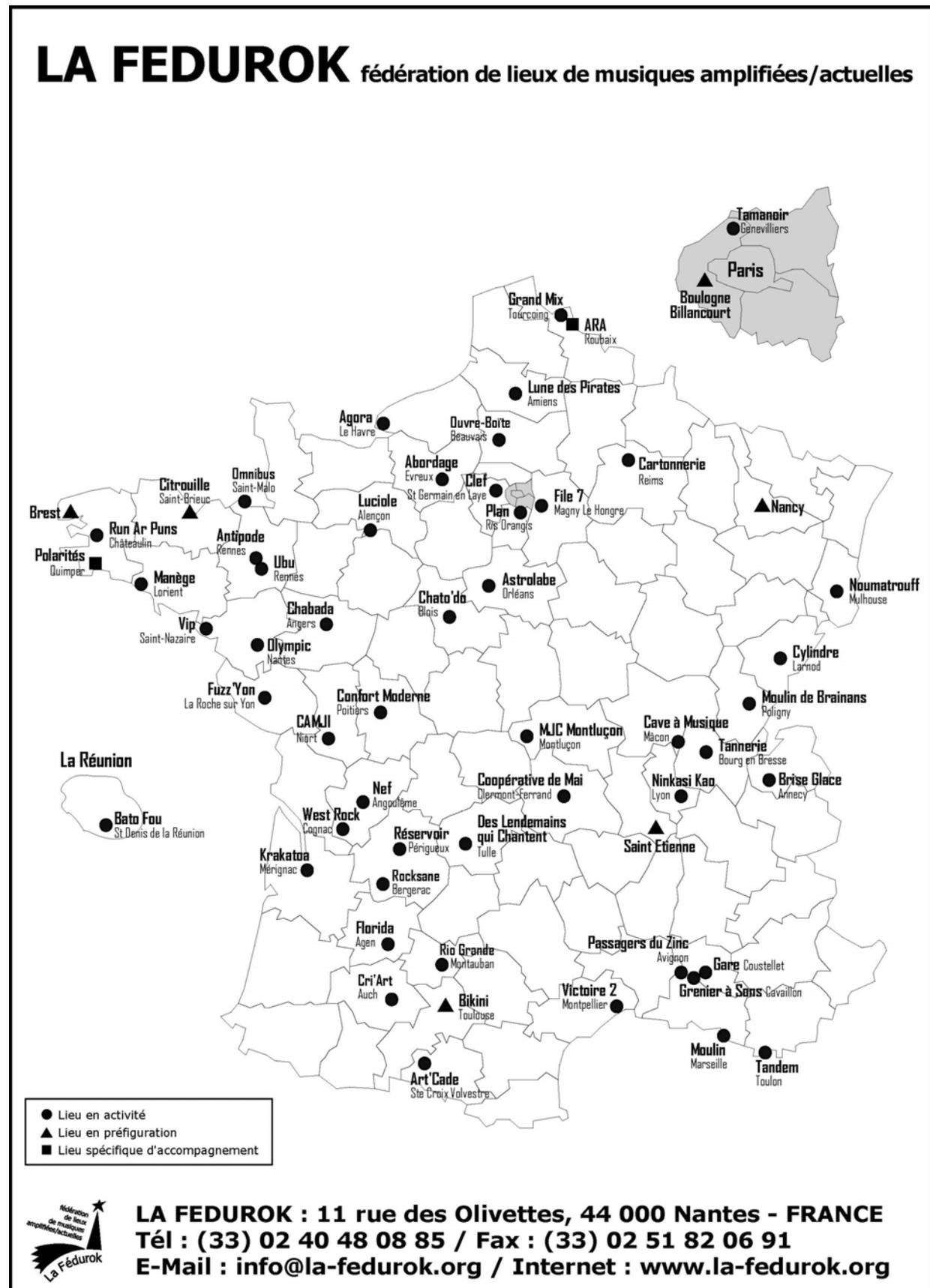
Tous les litiges et contestations survenant entre l'association et ses membres sont de la compétence exclusive des tribunaux du siège de l'association.

Annexe 2 : Bilan et compte de résultat 2004 de la Fédurok

	Au	31/12/2004	31/12/2003	
	Durée	12 mois	12 mois	
	Brut	Amort. & Prov.	Net	
			Net	
BILAN ACTIF ET PASSIF (EUROS)				
ACTIF IMMOBILISE				
Immobilisations incorporelles	848	848	-	154
Immobilisations corporelles	17 432	14 064	3 366	2 392
Immobilisations financières	152	-	152	152
TOTAL (I)	18 432	14 913	3 519	2 699
ACTIF CIRCULANT				
Stock et en-cours				
Avances & acomptes versés s/cdes				
Créances exploitation				
Clients & cptes rattachés	2 117		2 117	451
Autres créances	18 050		18 050	57 364
Capital sousc. & appel. non versé				
Valeurs mobilières placement				
Disponibilités	46 152		46 152	27 784
COMPTES REGULARISATION ACTIF				
Charg. constatées d'avance	427		427	2 248
TOTAL (II)	66 746		66 746	87 849
Charg. à répartir / plus. exer.				
TOTAL ACTIF (I-II)	85 179	14 913	70 266	90 549
CAPITAUX PROPRES				
Capital (dont versé :)				
Ecart de réévaluation				
Réserves				
Réserve légale				
Réserves réglementées				
Autres réserves				
Report à nouveau			23 548	11 524
RESULTAT DE L'EXERCICE (Bénéfice ou Perte)			688	12 023
Subventions d'investissement				441
TOTAL (I)			22 859	23 989
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES				
Provisions pour risques et charges				
TOTAL (II)				
DETTES				
Emprunts et dettes assimilées				
Avces et aptes reçus s/commandes en cours				
Dettes fournisseurs et comptes rattachés			19 037	13 023
Dettes fiscales et sociales			27 017	27 709
Autres Dettes			24	
Produits Constatés d'Avance			1 327	25 827
COMPTES REGULARISATION PASSIF				
TOTAL (III)			47 406	66 559
TOTAL PASSIF (I+II+III)			70 266	90 549

	Au	31/12/2004	31/12/2003
	Durée	12 Mois	12 Mois
	France	Exportation	Total
PRODUITS D'EXPLOITATION			
Ventes de marchandises			
Production vendue (biens)			
Production vendue (services)			3 400
CHIFFRES D'AFFAIRES NET	7 141	7 141	3 400
Production stockée			
Production immobilisée			
Subventions d'exploitation		189 813	192 251
Reprises s/prov. et amort., transferts de charges		932	26 211
Autres produits		33 891	28 913
TOTAL		(I) 231 779	250 776
CHARGES D'EXPLOITATION			
Achats de marchandises			
Variation de stocks (marchandises)			
Achats de matières premières et autres approvisionnements			
Variation de stocks (matières et autres approvisionnements)			
Autres achats et charges externes		102 594	105 350
Impôts, taxes et versements assimilés		4 582	3 585
Salaires et traitements		85 945	91 752
Charges sociales		37 103	35 684
Dotations aux amortissements s/immobilisations		1 444	2 917
Dotations aux provisions s/immobilisations			
Dotations aux provisions s/actif circulant			
Dotations aux provisions pour risques et charges			
Autres charges		1 085	347
TOTAL		(II) 232 756	239 637
1- RESULTAT D'EXPLOITATION		(I-II) - 978	11 139
OPERATION EN COMMUN			
Bénéfice attribué, perte transférée		(III)	
Perte supportée, bénéfice transféré		(IV)	
PRODUITS FINANCIERS			
De participations			
Autres valeurs mob., créances d'actif immob.			
Autres intérêts et produits assimilés			
Reprises s/provisions et transferts de charges			
Différence positive de change			
Produits nets s/cessions valeurs mob. de placement			
TOTAL		(V)	-
CHARGES FINANCIERES			
Dotations aux amortissements et aux provisions			
Intérêts et charges assimilées			541
Différence négatives de change			
Charges nettes s/cessions valeur mob. placement			
TOTAL		(VI)	541
2- RESULTAT FINANCIER		(V-VI)	- 542
3 - RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS		(I-II+III-IV+V-VI) -	978 10 597
PRODUITS EXCEPTIONNELS			
Sur opérations de gestion			
Sur opérations en capital		1 352	1 425
Reprises s/provisions et transferts de charges			
TOTAL		(VII) 1 352	1 425
CHARGES EXCEPTIONNELLES			
Sur opérations de gestion		152,00	
Sur opérations en capital		910	
Dotations aux amortissements et aux provisions			
TOTAL		(VIII) 1 063	-
4- RESULTAT EXCEPTIONNEL		288	1 425
Participation des salariés		(IX)	
Impôts sur les bénéfices		(X)	
PRODUITS	(I+III+V+VII)	233 131	252 202
CHARGES	(II+IV+VIII+IX+X)	233 820	240 178
5- BENEFICE OU PERTE	(Produits - Charges)	- 688	12 023

Annexe 3 : Carte de France des lieux Fédurok



Annexe 4 : Fiche technique relative à la lucrativité des associations exploitant des lieux de spectacles vivants

La présente fiche concerne les associations qui développent une activité culturelle et artistique dans un lieu de spectacles vivants. Elle ne traite pas des bars qui constituent une activité lucrative soumise aux impôts commerciaux.

Etape n° 1 : L'association doit être gérée de façon désintéressée

Sous réserve de l'application des mesures de tolérance précisées par l'instruction 4 H-5-98, la gestion doit être désintéressée. Les dirigeants, de droit ou de fait, doivent exercer leurs fonctions à titre bénévole.

Le recours à un directeur salarié, qui peut participer à titre consultatif au conseil d'administration, n'est pas de nature à remettre en cause le caractère désintéressé de la gestion de l'organisme dès lors que le conseil d'administration détient un pouvoir de nomination et de révocation du directeur et en fixe la rémunération. Néanmoins, en raison de la spécificité de l'activité artistique, il est admis que le directeur dispose d'une grande liberté pour la gestion de l'organisme, notamment en matière d'orientation artistique, sans que la gestion désintéressée soit remise en cause.

Inversement, lorsque le directeur, membre ou non du conseil d'administration, se substitue à lui pour la définition des orientations majeures de l'activité de l'organisme, sans contrôle effectif de ce conseil, ou fixe lui-même sa propre rémunération, il sera considéré comme dirigeant de fait entraînant par là même la gestion intéressée de l'organisme.

Etape n° 2 : L'association concurrence-t-elle un organisme du secteur lucratif ?

La zone géographique au sein de laquelle est appréciée la concurrence dépend de la notoriété des artistes accueillis. Ainsi, la concurrence pourra s'apprécier dans un cadre régional voire interrégional lorsque les artistes ont une notoriété nationale et dans un cadre local lorsque les artistes accueillis sont des artistes sans notoriété.

L'existence de la concurrence doit également s'apprécier au regard de la prépondérance de l'activité. Ainsi une association, qui exploite un lieu de spectacle disposant d'un bar qui n'est ouvert que lorsque des artistes se produisent, ne concurrence pas, pour son activité d'accueil de spectacles musicaux, un bar qui fonctionne quotidiennement et accueille en fin de semaine des artistes afin de fournir une animation musicale à ses clients.

Etape n° 3 : Conditions de l'appréciation de la "lucrativité" de l'activité de l'association dans le cas d'une situation de concurrence avec un organisme du secteur lucratif

Afin de vérifier qu'une association réalise une activité non-lucrative bien qu'elle soit en concurrence avec des entreprises du secteur lucratif, il convient d'analyser le produit offert, le

public visé, le prix pratiqué et les méthodes commerciales mises en oeuvre. Ces critères qui constituent un faisceau d'indices sont classés en fonction de l'importance décroissante qu'il convient de leur accorder.

a) Produit :

Une association pourra se distinguer d'une entreprise commerciale dès lors que :

- sa principale activité ne réside pas dans la simple mise à disposition d'un lieu de spectacle à des artistes;
- elle propose essentiellement, dans le cadre d'un projet global artistique et culturel identifié, des créations artistiques qui ne sont pas diffusées habituellement dans les circuits commerciaux de par leur caractère innovant ou expérimental ou leur très faible notoriété ;
- elle accueille principalement des artistes amateurs ou professionnels sans moyens financiers et dont le projet artistique ou la notoriété personnelle est à établir. Ces artistes trouvent souvent au sein de ces associations l'occasion unique de produire et de diffuser leurs oeuvres ;
- elle développe et organise des activités socioculturelles ou d'action culturelle dans le cadre d'un projet culturel et artistique identifié où la mission d'éducation du public est clairement signalée avec un travail en particulier en direction de populations spécifiques telles que scolaires, rurales ou des quartiers défavorisés ;
- elle fonctionne grâce au soutien de bénévoles qui ont une participation active dans le fonctionnement du lieu de spectacle.

b) Public :

Les spectacles proposés peuvent s'adresser à tout type de public.

Néanmoins, l'implantation locale d'une association et les actions qu'elle peut mener auprès de personnes en difficulté, issues de quartiers défavorisés ou de zones rurales sous-équipés et mal pourvus en offre culturelle et artistique, tant en leur permettant d'assister aux spectacles et aux animations proposées que de participer à l'organisation même des activités permettent de considérer que ce critère est rempli.

c) Prix :

Les prix proposés doivent être dans tous les cas inférieurs d'au moins un tiers au prix proposé par les organismes du secteur concurrentiel et peuvent être modulés en fonction de la situation

des spectateurs. Ce critère devra être strictement respecté même lorsque la salle accueille, même ponctuellement, des artistes de renommée nationale ou internationale.

d) Publicité :

Le recours à la publicité constitue un simple indice de lucrativité de l'activité. Au demeurant, les associations peuvent porter à la connaissance du public l'existence des spectacles qu'elles organisent sans que soit remise en cause leur non-lucrativité à condition que les moyens mis en oeuvre ne puissent s'assimiler à de la publicité par l'importance et le coût de la campagne de communication.

© *Ministère de l'Économie et des Finances - 09/2000*

Annexe 5 : Synthèse des entretiens exploratoires

Maud Ropars, chargée de mission à la CRES Pays de la Loire.

Lieu : Chambre Régionale de l'Economie Sociale, Nantes. Durée : 1h.

Chantiers actuels de la CRES Pays de la Loire

La CRES se trouve actuellement dans un processus d'ouverture, afin d'accueillir davantage de membres qui représentent tous les acteurs de l'économie sociale. Profitant de la nouvelle dynamique en région Pays de la Loire, la CRES s'intéresse particulièrement aux structures de l'économie sociale peu ou pas représentées, comme le sont les acteurs des musiques amplifiées et de la culture en général.

Deux chantiers ont été délégués à la CRES Pays de la Loire récemment et font l'objet du travail de Maud Ropars. On notera que ces deux chantiers s'adressent exclusivement aux associations, ce qui contredit l'idée reçue que les chambres de l'économie sociale ne s'occupent que des mutuelles et des coopératives...

Le premier chantier concerne l'accompagnement de structures associatives via les dispositifs locaux d'accompagnement (DLA). Etant reconnu C2RA pour la région Pays de la Loire, la CRES a vu ses moyens humains et financiers augmenter pour le dossier des DLA, et effectue donc un travail important d'analyse des projets, de conseil et de mise en relation avec des prestataires. Fait important en région Pays de la Loire: 16% des structures diagnostiquées par la CRES et 17% des structures accompagnées sont des structures culturelles. Pourtant, Maud Ropars estime que les DLA sont encore méconnus et peu développés, dans le sens où de nombreuses associations culturelles pourraient en bénéficier avant l'arrêt du dispositif.

Le second chantier s'intitule « dispositif d'appui aux micro-projets associatifs » sur les Pays de la Loire. Il s'agit d'un dispositif européen qui s'adresse aux projets qui ne peuvent pas prétendre à une aide directe du Fonds Social Européen. Apparemment, il s'agit d'un fonds pouvant atteindre 23 000 euros sur 3 ans au maximum. Contrairement à la majorité des fonds communautaires, il serait très rapide et facile d'accès. « Au bout de 15 jours, les structures reçoivent généralement le premier chèque » précise Maud Ropars. Peu médiatisé, ce dispositif pourrait lui aussi intéresser les adhérents de la Fédurok, notamment les lieux les plus fragiles et innovants.

Peut-être qu'une piqûre de rappel à propos de ces deux dispositifs dans la prochaine Fédu-Info pourrait être bénéfique. Ces dispositifs concernent tous les lieux, et même s'ils ne sont pas directement pris en charge par la CRES de chaque région, les lieux peuvent prendre contact avec leur CRES pour avoir davantage d'infos. La CRES Pays de la Loire pourrait peut-être nous faire une présentation plus détaillée si ça intéresse un nombre conséquent de lieux.

Que peuvent faire la CRES et la Fédurok ensemble ?

Les débats de l'atelier CNAR Culture à l'AG de mars ont apporté des enseignements intéressants qui m'ont été confirmés par Maud Ropars. On assiste effectivement à une grande hétérogénéité régionale au niveau des CRES. Certaines sont très ouvertes vers les structures culturelles, l'économie solidaire et l'environnement, tandis que d'autres tendent à favoriser le classique triptyque « mutuelles – coopératives – associations ». Il y a donc sans doute un travail à faire d'abord avec la tête de réseau que représente la Fédurok. De plus, la Fédurok pourrait bénéficier d'un accompagnement de la part de la CRES si elle en fait la demande.

Une participation de la Fédurok dans le fonctionnement de la CRES Pays de la Loire pourrait être très profitable aux deux entités : d'une part, la CRES répond à ses exigences de représentativité de l'économie sociale sous ses formes les plus diverses, et peut s'enrichir de l'actualité et des chantiers menés par la Fédurok, relevant de thématiques telles que le positionnement économique des lieux, leur utilité sociale etc. D'autre part, la Fédurok pourrait participer à la vie de la CRES (assemblées générales, ateliers...), obtenir de nombreuses informations pour ses adhérents, rencontrer les acteurs de l'économie sociale et solidaire sur la région et ainsi augmenter sa lisibilité dans les réseaux.

Ecosolies

Ce festival de l'économie sociale et solidaire de grande ambition devait avoir lieu en juin cette année, mais pour des raisons financières, il est reporté en juin 2006. Destiné à être une grande fête de l'économie sociale et solidaire sous toutes ses formes, il s'adresse aux professionnels et surtout au grand public et espère ainsi améliorer la lisibilité d'acteurs qui proposent une approche alternative de l'économie. Co-organisées par la CRES Pays de la Loire, les Ecosolies seraient une excellente occasion pour la Fédurok de présenter les réalités de ses adhérents et de rencontrer un très grand nombre d'acteurs de l'ESS. Gardons donc cette date de juin 2006 dans nos cahiers !

Des idées reçues à dépasser

Durant notre entretien, nous avons été rejoints par Fabienne Madec-Guillemois, secrétaire générale de la CRES Pays de la Loire. Sa rencontre a été fructueuse car nous avons échangé des idées à propos de deux « idées reçues » entre la CRES et le secteur « culturel » représenté par la Fédurok :

1) A la question « pourquoi n'y a-t-il aucun représentant des structures culturelles au sein de la CRES, alors qu'elles représentent un poids très important dans l'associatif en Pays de la Loire ? », Fabienne Madec-Guillemois a répondu que le secteur lui apparaissait « peu ou pas assez organisé », et que d'autres initiatives avait pris leur place historiquement (insertion, sport...), parce que les acteurs culturels n'ont pas non plus cherché à rejoindre la CRES.

2) D'autre part, lorsque j'ai évoqué la représentation que les adhérents avaient des CRES (au regard de l'AG de mars), à savoir des institutions représentant « les mutuelles et les coopératives avant tout » et bien éloignées des réalités associatives, Mme Madec-Guillemois a vivement réagi ! Non seulement la CRES a toujours soutenu et représenté le milieu associatif, mais la quasi-totalité des dispositifs pris en charge par la CRES (DLA, appui aux micro-projets) actuellement sont en direction des seules associations !

Deux idées préconçues de part et d'autres ont donc été abordées et mis à mal. En présentant les actions de la Fédurok, ainsi que les chantiers de l'UFISC, le projet de ForuMA et de syndicalisation, la CRES a constaté que la fédération avait accompli des choses très intéressantes et matière de structuration du secteur.

Jean-Philippe Magnen, conseiller municipal à la Mairie de Nantes, Chargé de l'animation socioculturelle et du commerce équitable. Membre du conseil de Nantes Métropole.

Lieu : Mairie, Nantes. Durée : 35 minutes.

Selon, J-P. Magnen, l'économie solidaire est un projet politique fort, avant tout : une vision du développement économique et social qui prône un certain nombre de valeurs. Pour la Mairie de Nantes, l'économie solidaire s'inscrit sur le territoire et les initiatives sont soutenues par la Mairie selon un certain nombre de valeurs et leur déclinaison en pratique (emploi généré, lien social, rassemblement d'acteurs).

La grande force de l'économie solidaire : la maïeutique (art de faire accoucher les idées). Avant d'être reconnue par des statuts ou par des domaines d'activités particuliers, l'économie solidaire est une vision du développement différente de l'économie capitalistique.

Comment impulser et soutenir les initiatives de l'économie solidaire ?

La Mairie de Nantes a repéré les projets avec une grille de repérage ; il a été fait un choix collectif d'une approche (lien entre économie solidaire et insertion par l'économie) et de quatre secteurs thématiques :

- 1) Services de proximité à la personne (évolution démographique, nouveaux besoins forts auxquels la force publique seule ne peut répondre seule face au privé capitalistique) ;
- 2) Environnement (transports alternatifs, énergies renouvelables) ;
- 3) Solidarité internationale et commerce équitable ;
- 4) Culture.

Le groupe culture est coordonné par Marie Rolland de la Luna, en lien avec Vincent Priou de Trempôle. La tendance a malheureusement été de favoriser largement la diffusion à la création. Comment soutenir la création aujourd'hui ? Travail de Marie Rolland. Dans le cadre des Ecosolies, l'ensemble des acteurs culturels répondant de l'économie solidaire sera sollicité.

Rendez-vous en juin 2005 : colloque préparatif aux Ecosolies entre élus et acteurs. Actuellement, il y a une très faible mobilisation des élus sur ces thématiques. Concrètement, il s'agit pour les élus de voir les projets et pour les acteurs de prendre conscience de l'implication des politiques.

La culture très peu représentée dans les instances de l'économie sociale (CRES).

Selon J-P. Magnen, le milieu culturel est plus proche par nature de l'économie solidaire que de l'économie sociale. Comme l'économie solidaire n'est pas représentée au sein de la CRES Pays de la Loire, et qu'il y a une distinction forte et peu d'envie d'en parler... les choses risquent de ne pas bouger. Choc culturel ? Toutefois, l'échange peut être intéressant et améliorera sans doute la lisibilité de la Fédurok à tous les égards. Il est intéressant donc de passer un peu de temps à construire ces rapprochements. Le milieu culturel a aussi une certaine image « isolée » et qui ne prend pas beaucoup de temps pour participer au dialogue avec les autres acteurs de l'économie sociale. C'est dommage. Il faudrait s'engager au niveau local concrètement pour dépasser le simple intérêt conceptuel.

Dans les années 1970, les deux piliers de l'économie solidaire que furent les cafés-concerts et les crèches parentales, foyers sont liés à la culture et au service de proximité.

Un projet commun à bâtir entre l'économie solidaire et les lieux de musiques amplifiées. Peut-être par l'événementiel ? Exemple du festival Made in Brasil à Dijon qui unit musique et solidarité internationale. A Nantes, participation de la Fédurok aux Ecosolies ?

Utilité sociale : un outil à appliquer aux lieux de musiques amplifiées ?

Peut être intéressant d'aider les lieux à repérer en quoi certaines de leurs activités relèvent de l'utilité sociale, et comment cela se décline.

- 1) Montrer comment une activité (exemple : accompagnement, pratiques amateurs) fait économiser de l'argent à la société
- 2) Comment le lien social de proximité est développé par les activités de diffusion, etc.

Travailler sur le système de valeurs. Etablir des critères puis des indicateurs. Après, la Fédurok et ses lieux pourraient très bien être aidée et accompagnée dans cette réalisation.

Attention à l'opposition entre marchand et non-marchand !

Il est erroné de croire que l'économie solidaire est contre le marchand. Ce qui est mis en cause, c'est la capitalisation financière des activités économiques (des industries culturelles par exemple). Il y a un problème de vocabulaire à dépasser. Parlons plutôt d'économie non-lucrative de marché.

Le projet de manifeste de l'UFISC centré autour de l'économie non-lucrative de marché intéresse beaucoup J-P. Magnen, qui travaille actuellement beaucoup sur cette notion. Dépasser les idées reçues « le marché et la culture sont impossibles à concilier ». Important pour le manifeste UFISC : lister les valeurs qui guident l'action des lieux représentés par les fédérations. Processus participatif et analytique (lié à l'évaluation d'utilité sociale des activités).

Bruno Colin, directeur de OPALE.

Lieu : Organisation pour Projets ALternatifs d'Entreprises, 45 rue des 5 diamants, Paris 13.
Durée : environ 100 minutes.

Economie solidaire et musiques amplifiées.

Deux axes de réflexion pour définir la perspective d'économie solidaire des lieux de musiques amplifiées, selon B. Colin :

- 1) Une hybridation des financements.
- 2) Une co-construction de l'offre et de la demande avec le public visé.

C'est cette deuxième thématique qui présente la plus grande difficulté de compréhension et d'adaptation.

Un temps de rencontre avec des représentants d'autres mouvements relevant de l'économie solidaire permettrait un échange très intéressant d'idées et de connaissances (démocratie participative, organisation interne...), en vue de résorber certaines ambiguïtés. Idées de structures à contacter :

- les régies de quartier (CNLRQ) ;
- les SCOP ;
- les organisations de solidarité internationale Nord-Sud.

Peut-être est-il trop tôt pour un tel rapprochement ?

La difficile question de la représentation aux seins des organes de l'ESS.

La Conférence Permanente des Coordinations Associatives (CPCA) est l'organisme représentatif des associations le plus visible. Sa branche particulière, la Coordination des Fédérations et Associations de Culture et de communication (COFAC), représente-t-elle un intérêt pour la Fédurok et les lieux de musiques amplifiées ?

De plus, risque de disparition pure et simple des structures de l'économie solidaire au profit de celles de l'économie sociale.

Pratiquer sur le territoire et dans les faits des initiatives relevant de l'économie solidaire est plus important que de simplement appartenir à un regroupement de l'économie solidaire.

Travailler à la création de lien social.

Une grande partie des adhérents de la Fédurok font de l'économie sociale et solidaire « sans le savoir » => accompagnement artistique, formation, éducation, etc.

Peut-on envisager un interlocuteur permanent dans chaque lieu pour les questions d'économie sociale et solidaire ? Formation nécessaire.

Utilité sociale.

OPALE soutient la représentation et les tableaux d'analyses de Jean Gadrey.

Intéressant de décliner les tableaux aux lieux de musiques amplifiées de la Fédurok (à faire).

Force sans égal de l'initiative culturelle pour l'épanouissement social et culturel des populations. Emulation formidable par la création collective, qui mérite d'être appréciée. Dimension d'éducation populaire.

B. Colin distingue deux dimensions de l'utilité sociale des lieux de musiques amplifiées, à séparer pour les analyser :

- 1) L'accompagnement artistique de groupes, dans une optique de professionnalisation.
- 2) Le lien social de proximité créé, la réduction des inégalités des publics.

Le danger vient de la première dimension, ou « l'artistique » prime sur l'économique, le social et le développement. Mais cette dimension est impossible à évacuer car elle est majeure chez les acteurs impliqués.

Dominique Sagot-Duvaurox, professeur d'économie.

Lieu : Domicile personnel, Nantes. Durée : environ 45 minutes.

L'économie des associations culturelles.

Les associations du secteur culturel sont de fait des organisations d'économie sociale, par leurs statuts.

Elle s'inscrivent dans un monde de l'économie de la culture où le marché et la logique commerciale ne sont pas prioritaires.

La forme associative est pourtant souvent considérée comme un état « par défaut » afin de gérer au mieux l'activité (subventions, fiscalité etc).

Les friches et nouvelles initiatives qu'étudie F. LEXTRAIT dans son ouvrage Nouvelle époque de l'action culturelle : ces initiatives sont revendicatives de l'association, non seulement comme mode de gestion mais aussi comme ensemble de valeurs et d'ambitions. La perspective d'économie solidaire est bien ancrée dans nombre de ces initiatives.

Les musiques amplifiées : un secteur bien développé, professionnalisé, ayant un rôle très intense dans la structuration de ce secteur culturel non-lucratif.

La difficile mise en problématique du tiers secteur culturel.

La définition d'un tiers secteur culturel est bien souvent négative : elle s'explique par ce que ni le secteur marchand ni les institutions publiques peuvent assurer. La réflexion sur un espace de libertés, d'initiatives est occulté par cette solution « de secours » qui vient après les deux voies traditionnelles privé / public.

Des initiatives comme les coopératives de diffuseurs (Co-errances) ou les mutuelles de spectateurs sont à mettre en relation avec ce tiers secteur. Mais la forme juridique n'est pas non plus une priorité : ce sont les activités et la recherche de sens qui compte.

Annexe 6 : Guide d'entretien de l'enquête

Présentation du contexte

- 1) Pouvez-vous me présenter synthétiquement votre parcours individuel et professionnel ?
- 2) Votre structure est née en [...] de l'initiative de [...]. Qu'est-ce que cela signifie concrètement aujourd'hui d'après vous ?

Les caractères d'utilité sociale

Utilité sociale à forte composante économique

- 3) En quoi votre lieu représente-il un intérêt pour la collectivité ?
- 4) Dans quelle mesure pensez-vous que vos activités font économiser des coûts sociaux à la collectivité (risques auditifs, alcool, sensibilisations diverses...) ?
- 5) Comment s'inscrit votre lieu sur son territoire, et voyez-vous des incidences de vos activités sur le dynamisme et l'attractivité de ce territoire ?
- 6) Quelles relations entretenez-vous avec le tissu associatif sur votre territoire ?

Lutte contre l'exclusion et les inégalités, développement humain et développement durable

- 7) Agissez-vous en direction de publics défavorisés ? Si oui, quelles actions menez-vous et vers quels publics ?
- 8) Quelle est votre politique tarifaire en billetterie ? Quelles différences par rapport à une salle de concert privée lucrative ? Comment justifiez-vous ces éventuelles différences ?
- 9) Parmi l'équipe salariée et bénévole, y a-t-il des personnes en grande difficulté sociale (chômeurs de longue durée, travailleurs handicapés...) ?

Lien social de proximité et démocratie participative

- 10) Observez-vous au sein de votre lieu un certain rapprochement de personnes auparavant isolées ? Si oui, qualifiez-le.
- 11) Parlez-moi du bénévolat dans votre lieu. Quelles sortes de contributions apportent les bénévoles à l'activité du lieu ?
- 12) Sollicitez-vous régulièrement la participation de toutes les parties prenantes de votre association (bénévoles, salariés, usagers, financeurs, membre de droits, élus...) ? A l'inverse, participez-vous concrètement à la vie collective locale en dehors de l'association ?

Innovation sociale et solidaire

13) Quelles ont été les innovations dont vous êtes le plus fier ? Concrètement, quelle portée ont-elles eu ? Comment évaluer leurs résultats ?

Utilité sociale interne avec des effets possibles de « contagion » externe

14) Procédez-vous à de la mutualisation directe d'informations, de compétences ou de risques avec d'autres acteurs de votre territoire ? Au niveau régional ? National ? A l'étranger ?

15) Comment se porte la démocratie associative dans votre lieu ? Y'a-t-il parfois des limites, des blocages ?

16) Comment la formation des salariés / bénévoles est-elle prise en compte chez vous ? Y a-t-il des échanges d'expériences à l'interne ? Faites-vous appel à l'extérieur pour assurer la formation professionnelle de votre équipe ?

La définition d'un positionnement économique

Marchand et non-marchand

17) Comment considérez-vous la part « marchande » de vos activités (billetterie, recettes du bar, location de studios...) ? Est-ce un mal nécessaire ou plutôt une garantie d'indépendance vis-à-vis des pouvoirs publics ?

18) Quels rapport entretenez-vous avec vos partenaires publics (subventions, conventions triennales, relations avec les élus, avec l'administration...) ?

L'importance de la réciprocité dans le lieu

19) Outre le bénévolat, y a-t-il dans votre lieu des formes de participation non rémunérées ou non prises en compte ? Heures supplémentaires, « coups de main » des salariés ?

20) Pratiquez-vous certaines formes d'échanges non monétarisés, comme l'échange réciproque de services avec certains acteurs, voisins etc. ?

Le rapport à la non lucrativité

21) Quelle est votre définition personnelle de la non lucrativité ?

22) Comment peut-on concilier non lucrativité, qualité de l'offre culturelle et rentabilité du lieu ?

23) Quelle utilisation faites-vous des éventuels excédents / bénéfices dégagés en fin d'exercice ?

Une troisième voie entre secteur public et secteur privé lucratif ?

24) Comment vous situez-vous par rapport à une salle privée qui ne ferait que de la « location » pour des concerts ? Faites-vous valoir vos différences ? Si oui comment et envers qui ?

25) Pensez-vous représenter une solution intermédiaire entre une logique privée et une logique parapublique ? Pourquoi ? Si oui, comment décrivez-vous cet espace constitué par les lieux Fédurok par exemple ?

26) Comment faire valoir le positionnement particulier de votre lieu ? Quels enjeux voyez-vous dans cette reconnaissance ?

Annexe 7 : Grille synthétique des entretiens de l'enquête

Entretiens réalisés au Confort Moderne, Poitiers (première génération).

Thèmes de l'entretien	Directeur	Bénévole	Président
<p>Thème 1 : Les caractères d'utilité sociale</p> <p><i>Sous-thème A</i> <i>Composante économique</i></p>	<p>La construction du lieu a représenté la fin d'une « galère » pour les porteurs du projet et une mission de service public pour la collectivité locale.</p> <p>Impact social difficile à évaluer et très diversifié. Etudes ponctuelles sur les retombées économiques. Rayonnement important mais déclinant (multiplication de l'offre de diffusion de musiques actuelles).</p> <p>La petite salle n'est quasiment plus mise à disposition des associations locales, pour non-conformité sonore. De plus, la concentration de l'argent public vers le Confort attire certaines frustrations des autres associations. Demande énorme à laquelle la collectivité ne peut répondre. Le Confort lutte contre cette dérive et continue à aider des associations locales.</p>	<p>Un lieu ouvert qui permet l'accès à de la culture « hors des sentiers battus » et de découverte, pour des tarifs raisonnables. Le lieu fait vivre une économie locale (imprimeurs, luthiers etc.). Phénomènes de « bandes » à Poitiers : plus facile d'entrer au Confort quand on connaît quelqu'un de la bande (bénévoles, associations, équipes, artistes...).</p> <p>Quelques problèmes d'accessibilité du lieu, historiquement. Il faut montrer une réelle volonté pour être intégré. Une certaine animosité de certaines associations ou artistes qui se plaignent d'un esprit de « clanisme ».</p>	<p>« Faire découvrir, éveiller la curiosité et mettre en relation des individus et un contenu artistique ».</p> <p>En tant qu'organisme subventionné, le Confort Moderne se doit de toucher un grand nombre de publics : « obligation de rendement » vis-à-vis des tutelles publiques, plus ou plus explicite.</p> <p>Les relations avec les associations qui veulent organiser des concerts sont perfectibles. La fermeture de la petite salle implique une plus grande sélectivité des concerts accueillis, et des coûts plus élevés (grande salle)... D'où certaines tensions.</p>
<p><i>Sous-thème B</i> <i>Lutte contre l'exclusion et les inégalités</i></p>	<p>Les tarifs bas permettent un grand accès à la culture, même si le lieu souhaite limiter les concerts gratuits ou à prix cassés. Actions en zone rurale vers les collégiens, avec des crédits du département.</p> <p>Les recrutements ne se font pas sur critères sociaux, mais une attention est portée à la qualité des conditions de travail de tous les salariés. Accueil de stagiaires en difficulté d'orientation.</p>	<p>Les tarifs restent bas même s'ils tendent à augmenter (coûts de production). La bourse spectacle de la ville de Poitiers offre une réduction très importante à une certaine catégorie de spectateurs.</p> <p>Implication en tant que musicien amateur dans une action envers les collégiens au Confort Moderne.</p>	<p>Contrainte forte de maintenir des tarifs bas, qui est davantage éthique que nécessaire (pas de concurrence directe à Poitiers).</p> <p>Le but est de rendre le lieu accessible à un large public mais pas d'aller « chercher » des publics plus défavorisés que d'autres.</p>
<p><i>Sous-thème C</i> <i>Lien social de proximité, démocratie participative</i></p>	<p>Trente bénévoles, réguliers. Le Confort tente de conquérir une vraie dimension associative, suite au passé « fermé » de l'association. Difficultés à recruter pour le conseil d'administration ! Les changements sont difficiles et longs à réaliser...</p> <p>Accueil du comité de quartier dans les locaux. Participation au conseil du quartier, au conseil de développement de Poitiers, ...</p>	<p>Meilleure intégration des bénévoles depuis quelques années (convivialité, repas communs). Pas de représentation au CA, dont le rôle effectif n'apparaît pas très nettement.</p> <p>Peu de nouvelles rencontres parmi les bénévoles, qui se connaissent souvent depuis longtemps. Deux grandes catégories : les musiciens amateurs qui fréquentent le lieu, et les étudiants.</p>	<p>Un lieu « qui a fait des petits » depuis 20 ans : autour de l'association s'est développée une sorte de communauté d'artistes, de musiciens amateurs, de publics...</p> <p>Les membres de l'équipe peuvent assister au CA. Les bénévoles le pourraient, mais la réflexion sur leur intégration n'a pas été poussée plus avant. Peut-être n'y a-t-il pas de besoin réel à ce sujet?</p>
<p><i>Sous-thème D</i> <i>Innovation sociale</i></p>	<p>Le Barathon : manifestation de découverte artistique envers le grand public, très gros succès chaque année. Nécessite la synergie d'un grand nombre de bénévoles et d'associations.</p>	<p>Sur tout de l'événementiel qui dynamise le lieu et fait sortir des murs les bénévoles.</p>	<p>(Pas de réponse)</p>
<p><i>Sous-thème E</i> <i>Utilité sociale interne</i></p>	<p>Mutualisation et entraide avec les acteurs locaux (artistes, associations...). Tentative de construire des échanges au niveau régional et national. Difficultés constatées, des efforts restent à faire.</p>	<p>Les échanges entre bénévoles et salariés sont limités. Pas de formation particulière pour les bénévoles.</p>	<p>Depuis 3 ans, un nouveau conseil d'administration s'est constitué (une dizaine de nouveaux individus) avec l'ouverture de l'association. Nécessite du temps et de l'énergie.</p>

Thème 2 : Positionnement économique			
<p><i>Sous-thème A</i> <i>Marchand et non marchand</i></p>	<p>Part d'autofinancement en baisse depuis 2 ans : inquiétude, car il s'agit de la part manifeste de l'emprise du lieu sur sa population. Garantie d'autonomie et d'indépendance artistique. Il reste certains blocages vis-à-vis de l'argent au sein de l'association. 60% de subventions, en croissance. Les relations sont bonnes avec la collectivité publique, meilleures que par le passé. « On coûte pas cher » pour la collectivité : seulement 1,5% du budget culturel de la ville. Demande urgente de réhabilitation du lieu, pas encore prise en compte.</p>	<p>Question de l'équilibre entre les subventions et l'autofinancement difficile à appréhender. L'idéal serait d'avoir un maximum de subventions pour prendre davantage de risques pour la programmation. Cette liberté est réduite par les contrôles publics qui s'imposeraient.</p>	<p>La priorité : rester autonome vis-à-vis des partenaires publics et privés. La baisse de la part de l'autofinancement a une conséquence ambiguë : les pouvoirs publics y sont sensibles et ne souhaitent pas accorder plus de fonds à une association qui dégage peu de ressources elle-même ! Rapports plutôt bons, compréhension mutuelle avec la ville : le lieu n'est pas « en grand peril » notamment par son ancienneté.</p>
<p><i>Sous-thème B</i> <i>Réciprocité</i></p>	<p>Impossibilité de respecter le cadre réglementaire pour les salariés : dépassements d'heures très importants et non rémunérés. Problème de fonctionnement. Les période d'activités intenses sont vécues passionnellement et peuvent avoir des effets négatifs sur les salariés ! Entrée importante entre structures du réseau Fédurok.</p>	<p>(Pas de réponse)</p>	<p>Grand chantier actuel : l'organisation professionnelle implique de créer un nouvel organigramme, de mieux répartir le temps de travail et d'évaluer les réels besoins. Il y a « obligation de faire plus » de 35 heures car l'activité est trop importante. La récupération des heures n'est pas tout le temps possible. Le surinvestissement des salariés maque un besoin de personnel supplémentaire !</p>
<p><i>Sous-thème C</i> <i>Non lucrative</i></p>	<p>« S'interdire l'utilisation à des fins personnelles des résultats de l'entreprise ». Cela n'interdit pas de faire des bénéfices (c'est le cas depuis 3 ans). Réinvestissements dans l'objet associatif. Gestion du bar sous forme de SARL. Les recettes permettent de « soulager » l'association en finançant certaines charges et travaux communs.</p>	<p>« L'argent gagné est réinvesti dans la machine ». L'intérêt n'est pas de faire plus pour gagner plus, mais pour développer les activités. Besoin d'avoir de très bons gestionnaires pour le fonctionnement. Il faut des salles non lucratives comme le Confort Moderne, pour permettre une prise de risque musical et sortir des sentiers battus.</p>	<p>« On dépense de l'argent pour le projet : on souhaite atteindre l'équilibre pour que le projet fonctionne ». La non lucrativité peut fragiliser la structure et la programmation artistique. Certaines formes de chantage sont pratiquées par des producteurs extérieurs, sans tenir compte de la fragilité</p>
<p><i>Sous-thème D</i> <i>Une troisième voie ?</i></p>	<p>Une catégorisation « entre deux » ne correspond pas forcément à une volonté des acteurs. Un « tiers secteur culturel » n'est pas si évident que ça, c'est une notion à laquelle les gens s'attachent mais qui ne se retrouve pas dans la manière empirique de faire les choses, dans le secteur. Il va être intéressant de voir ce que ces notions vont provoquer en interne de la Fédurok, entre autre avec le positionnement marqué du SMA.</p>	<p>60-70% de concours public c'est beaucoup : très proche du modèle de développement public ou parapublic. Si la mairie arrête les subventions, le lieu n'existe plus ! Difficile de parler alors de troisième voie clairement identifiable...</p>	<p>Il faut essayer, expérimenter, tester de nouveaux systèmes de fonctionnement. C'est au niveau des frontières que l'on peut innover et pérenniser des structures déjà extrêmement encadrées. Cet équilibre mixte est de mieux en mieux compris par les pouvoirs publics mais encore ignorés par le grand public.</p>

Entretiens réalisés à l'Antipode, Rennes (première génération).

Thèmes de l'entretien	Directeur	Bénévole	Président
<p>Thème 1 : Les caractères d'utilité sociale</p> <p><i>Sous-thème A</i> <i>Composante économique</i></p>	<p>Liens conventionnels avec la ville et la DRAC (double convention) : service aux populations et dynamiques locales sur le domaine culturel et social. Prolongation de service public, en avant-garde des politiques culturelles publiques.</p> <p>Lieu ouvert au tissu associatif : accompagnement, hébergement... Liens avec des associations variées : maisons de quartiers, musiques actuelles, parents d'élèves...</p>	<p>L'Antipode fait venir des gens sur Cleunay (le quartier où se situe l'Antipode) et fait vivre les commerces du coin. Son image est très bonne.</p>	<p>Complément Antipode / MJC intéressant. Sollicitation de la ville pour dynamiser culturellement le quartier et la ville de Rennes. Certains projets sont conduits localement par l'Antipode.</p>
<p><i>Sous-thème B</i> <i>Lutte contre l'exclusion et les inégalités</i></p>	<p>Pas d'action dirigées particulièrement vers des publics défavorisés. Le but est de rendre l'ensemble des activités durablement accessibles au plus grand nombre.</p> <p>Les tarifs restent bas mais augmentent sensiblement avec la hausse des coûts. Pas de tarifs « discriminatoires ». Rappel de l'importance symbolique du prix : les concerts gratuits dépossèdent le public d'une part de son pouvoir de décision et d'opinion.</p> <p>4 salariés : 3 emplois-jeunes et 1 CEC, et mutualisation de certains emplois avec la MJC (accueil, comptabilité, hygiène).</p> <p>Accueil de jeunes en difficulté en stage à l'Antipode, pour leur donner une expérience ludique et intéressante du monde du travail.</p>	<p><i>(Pas de réponse)</i></p>	<p>Volonté d'ouverture primordial, au-delà de la métropole rennaise. L'Antipode attire déjà des publics qui viennent de loin (Grand Ouest).</p> <p>Difficulté à baisser les tarifs « tout seul » : seules de nouvelles subventions pourraient baisser ou même maintenir les prix. Volonté de proposer des spectacles accessibles à tous.</p> <p>L'embauche de personnes en difficulté sociale a eu lieu occasionnellement.</p>
<p><i>Sous-thème C</i> <i>Lien social de proximité, démocratie participative</i></p>	<p>80 bénévoles réguliers (dont 30 très impliqués) qui sont aussi des spectateurs du lieu. Brassage des profils : salariés, demandeurs d'emploi, étudiants. « Ils sont tout le temps ensemble ». Des rencontres régulières pour les tenir informés du projet sont organisées. Influence des valeurs d'éducation populaire.</p> <p>Volonté d'intégrer les adhérents, les usagers et les bénévoles comme une force essentielle du projet.</p> <p>Conseil d'administration de 15 personnes : 3 collègues (membres de droit, membres associés et membres élus). Des bénévoles y sont présents. L'Antipode participe activement à la vie de plusieurs associations : collège de Cleunay, association départementale Musique et Danse...</p>	<p>Excellente ambiance entre bénévoles. Relations complémentaires et amicales avec l'équipe salariée, notamment pour l'organisation de temps forts associatifs (exemple de la Fiest'Antipode, une manifestation entièrement organisée par les bénévoles).</p> <p>La participation au CA de bénévoles est très bien ressentie : investissement réel dans le projet et son développement, et sentiment d'être écouté.</p> <p>Les bénévoles se voient à l'extérieur de l'Antipode et organisent des activités en dehors de leur implication associative. L'équipe aide aussi à organiser la Fête des Bénévoles tous les ans.</p>	<p>Sans les bénévoles, pas de projet ! Les 80 bénévoles ont aussi un savoir-faire qui permet des prestations de qualité : « c'est presque des pros ».</p> <p>La passion commune pour l'Antipode les unit. Le bénévolat est pourtant en régression en France : danger pour plus tard ?</p> <p>Ouverture du lieu vers les autres structures culturelles de la ville. Il est difficile de quantifier ces rapprochements entre les personnes.</p>
<p><i>Sous-thème D</i> <i>Innovation sociale</i></p>	<p><i>(Pas de réponse)</i></p>	<p><i>(Pas de réponse)</i></p>	<p>La production d'un disque d'un artiste local (Benoît Morel) avec les enfants du quartier. Cette expérience portée par l'Antipode et ses bénévoles a permis une grande émulation positive, tout en étant très bien organisée.</p>

<p><i>Sous-thème E</i> <i>Utilité sociale interne</i></p>	<p>Vie associative riche tant sur le plan local que national. Formations musicales, techniques (son, lumière, production) en direction des bénévoles. Pour les salariés, appel à des professionnels extérieurs pour la formation.</p>	<p>Formations régulières très appréciées, avec plusieurs niveaux de qualification. Important pour assister le personnel technique lors de concerts. Tout est assuré en interne, de manière ludique.</p>	<p>La démocratie à l'interne est portée par l'envie de « laisser l'équipe faire son travail ». L'équipe et les administrateurs ont un rôle bien défini et respecté. Faute de temps, « on pourrait faire mieux » pour améliorer la démocratie.</p>
<p>Thème 2 : Positionnement économique</p> <p><i>Sous-thème A</i> <i>Marchand et non marchand</i></p>	<p>51% des recettes en autofinancement : très important pour garantir une marge de manœuvre pour le fonctionnement de l'Antipode. Pas d'équilibre « idéal » entre subventions et autofinancement. Les aides à l'emploi ont augmenté la part des subventions dans les ressources. Aucune aide du Ministère Jeunesse et Sports. Gros travail de formulation du projet associatif auprès de la municipalité : effort payant.</p>	<p>L'autofinancement ne suffit pas ! La culture pour tous suppose des subventions pour assurer des tarifs raisonnables et une offre de spectacles variée. Possibilité d'organiser des concerts d'amateurs grâce aux fonds publics. Les élus doivent se rendre compte de ce qui est fait et déployé par le projet de l'Antipode.</p>	<p>Volonté de maîtriser le projet associatif. Eternel débat entre la culture privée et la culture publique (exemple du théâtre). L'équilibre à trouver est difficile. Pourquoi pas le mécénat, si les emplois sont en danger par exemple ? La MJC / Antipode est un « équipement de quartier » et remplit donc des missions de service public. Politique culturelle de la ville très développée, bonnes relations avec les partenaires publics et cohérence du projet associatif avec les objectifs fixés.</p>
<p><i>Sous-thème B</i> <i>Réciprocité</i></p>	<p>Coups de mains et heures supplémentaires non indemnisés sont très fréquents chez les salariés (petits travaux, entretien...). Bien vécu mais fatiguant et empiète sur la vie privée.</p>	<p>Les salariés prennent sur leur temps personnel pour former les bénévoles, à l'occasion de la Fiest'Antipode par exemple.</p>	<p>Les salariés ne comptent pas leur temps et leur énergie. Vigilance : il faut leur « renvoyer l'ascenseur », ne serait-ce que pour reconnaître cet investissement.</p>
<p><i>Sous-thème C</i> <i>Non lucrative</i></p>	<p>« Les bénéfices restent dans l'association et doivent servir le projet ». Décision de ne pas être soumis aux impôts commerciaux (malgré des déductions de TVA estimées à 10,000 euros, et de provisionner pour la pérennité des emplois (contre l'avis du commissaire aux comptes).</p>	<p>(Pas de réponse)</p>	<p>Non lucrative = non profit. « Les comptes doivent s'équilibrer à la fin de l'année ».</p>
<p><i>Sous-thème D</i> <i>Une troisième voie ?</i></p>	<p>La question de l'intérêt général est au centre des préoccupations de l'Antipode. Peu de MJC à la Fédération : statut difficile à relier aux musiques actuelles a priori (poids de la sectorisation entre la culture et le socioculturel). L'entre-deux représenté par les lieux Fédurok : pas un modèle en soi. Il est important d'avoir une base de valeurs et règles fondamentales en commun. Le rapport avec le secteur marchand est particulièrement délicat car ses limites ne sont pas bien définies. Exemple du cinéma (réseaux Art et Essai) à suivre pour la structuration ?</p>	<p>Modèle difficile à tenir... L'obtention de subventions compense l'incertitude liée aux activités « marchandes » du lieu (billetterie, bar). La prise de risque implique de trouver un juste milieu. Le plus associatif (par rapport au service public) : beaucoup plus de dialogue et de travail collectif. Les notions de plaisir et d'ouverture sont prioritaires. Un modèle indépendant est en train de se développer : cela passe par l'« éducation » des personnes.</p>	<p>Gros travail à fournir pour faire connaître les spécificités de l'Antipode au public, aux adhérents : « les gens ne savent pas du tout comment on fonctionne ». Notion de public-consommateur à dépasser. Effort de communication à fournir pour clarifier le positionnement du lieu. La communication efficace sur ce qu'est l'Antipode doit intervenir avant toute réflexion collective sur son positionnement économique. Croyance personnelle dans ce genre de « tiers secteur » devant les limites de l'Etat et du privé lucratif (exemple du conflit des intermittents). Il y a encore beaucoup de chemin à parcourir !</p>

Entretiens réalisés au Run ar Puñs, Châteaulin (première génération).

Thèmes de l'entretien	Directeur	Bénévole	Président
<p>Thème 1 : Les caractéristiques d'utilité sociale</p> <p><i>Sous-thème A</i> <i>Composante économique</i></p>	<p>La création du lieu il y a 27 ans répondait à un manque patent de lieux conviviaux dédiés au rock. Un lieu « public » commercialement peu viable : but d'amener les clients du bar à découvrir et apprécier des courants musicaux originaux et émergents.</p> <p>Pas de quantification des retombées économiques. « On n'est pas très bon en terme d'exploitation d'image ». Les retours sont pourtant positifs, et le lieu a sans doute un impact économique et culturel important.</p> <p>Territoire rural : peu d'associations locales. Mais partenariats nombreux sur le département. Coopération avec Maison Pour Tous, les Restos du Cœur, Secours Populaire... L'image « sex, drugs & rock'n'roll » reste un problème pour développer certains partenariats !</p>	<p>Intérêt artistique et « patrimonial » très important pour la musique. C'est un lieu de réflexion, pas seulement de consommation, qui a une histoire longue et « mythique ».</p> <p>Les retombées économiques sont certaines pour l'hôtellerie et la restauration car le lieu est assez isolé. Relations commerciales avec les imprimeries, les éditeurs de disque locaux...</p> <p>Partenariats avec d'autres associations à Châteaulin mais aussi Quimper, Brest...</p>	<p>Un lieu qui propose des rendez-vous nocturnes réguliers à une population rurale demandeuse : outre les concerts, la discothèque du Run permet aux visiteurs de se créer une vraie culture musicale.</p> <p>Il existe peu d'initiatives associatives en musiques actuelles sur le territoire de Châteaulin. Rôle de centre de ressources, de référence pour répondre aux sollicitations de groupes locaux et du département.</p>
<p><i>Sous-thème B</i> <i>Lutte contre l'exclusion et les inégalités</i></p>	<p>Construction historique bien différente de l'approche « socioculturelle » : les objectifs sociaux ne sont pas prioritaires dans le projet. Des actions caritatives interviennent de temps en temps, notamment l'événement « Les Rockeurs ont du Cœur » (collecte de jouets, recettes du bar reversées à des associations...).</p> <p>Moyenne de 10 80 euros par soirées. Evolution marquée depuis 2-3 ans où les tarifs étaient de 8 euros. La question de la concurrence ne se pose pas : il y a des complémentarités (festivals) mais aucun lieu ne propose une offre similaire sur le Finistère.</p>	<p>La dimension sociale existe en permanence mais pas de manière explicite. La participation régulière à des actions de solidarité illustre la volonté de lutter contre les inégalités qui anime l'équipe comme les bénévoles.</p> <p>Effacement devant l'augmentation des tarifs de concerts (tendance nationale). Difficile de lutter contre la hausse des coûts de production, il faut rémunérer les techniciens aussi ! Problème de la concurrence effrénée que se livrent les producteurs privés indépendants, même en local.</p>	<p>Augmentation, des prix constatée mais pas aussi marquée que dans d'autres lieux. Une référence en terme d'accueil des artistes, de qualité, de proximité : le lieu est connu et beaucoup d'artistes et managers l'apprécient pour ses qualités distinctives.</p> <p>La gratuité est nuisible : il faut faire comprendre au public le coût d'un concert !</p> <p>La donnée sociale du lieu tient à son éclectisme musical et son ouverture au plus grand nombre. Importance sociale de l'activité bar. Mais le social ou l'insertion, « c'est pas notre métier » et le lieu n'a pas d'antécédent d'éducation populaire.</p>
<p><i>Sous-thème C</i> <i>Lien social de proximité, démocratie participative</i></p>	<p>Lieu ouvert 5 jours par semaine toute l'année, qui crée des liens sur le territoire de Châteaulin.</p> <p>Une quinzaine de bénévoles actifs, impliqués sur l'organisation de la diffusion à tour de rôle. Ces bénévoles sont essentiels pour le fonctionnement et pour la réputation d'accueil du lieu. Le mélange entre professionnels et bénévoles est essentiel.</p> <p>L'association est une association ouverte depuis 2002 : on constate depuis un rapprochement fort entre personnes auparavant isolées les unes des autres.</p> <p>Quatre collèges au CA : membres de soutien, membres actifs, membres de droit et membres associés. Les bénévoles se répartissent dans les deux premières catégories.</p>	<p>L'engagement bénévole est militant : il faut un renouvellement de l'équipe bénévole, avec des jeunes, pour continuer le projet. « A chacun sa participation à la vie publique » : création de lien social. Un esprit collectif caractérise l'action bénévole (équipe réduite à 15 personnes), les tâches sont réparties et la convivialité est une priorité.</p> <p>L'implication des bénévoles est variable : par amitié, par choix politique, par attrait pour le secteur musical... Mais ces volontés convergent grâce au projet de l'association.</p>	<p>Le Run ar Puñs s'est construit autour de l'entraide et des « coups de main » d'amis. Cette première génération de bénévoles a été confrontée à un renouvellement vers 1998, où plusieurs jeunes ont rejoint l'aventure.</p> <p>Le lieu se situe en milieu rural : c'est un lieu de rencontre et de rassemblement, alternatif et unique en son genre sur le territoire.</p> <p>Le conseil d'administration sous forme de collèges variés est intéressant.</p> <p>Participation du président à la représentation du secteur au niveau national, et pas dans des associations locales.</p>

<p><i>Sous-thème D</i> <i>Innovation sociale</i></p>	<p>(Pas de réponse)</p>	<p>L'instauration de la catégorie des membres de soutien : une initiative qui a dynamisé la vie associative ! Pour seulement 10 euros par an, les membres de soutien bénéficient d'avantages et se sentent très impliqués dans le projet.</p>	<p>(Pas de réponse)</p>
<p><i>Sous-thème E</i> <i>Utilité sociale interne</i></p>	<p>Mutualisations croissantes sur le territoire, en vue de former un « réseau départemental ». La démocratie a ses limites : les décisions à prendre en CA sous soumission à un cahier des charges très « financier ». De plus, le secteur des musiques amplifiées est complexe et difficilement abordable d'emblée par les bénévoles : écart entre les porteurs du projet et la base de l'association. Les bénévoles apprennent « sur les tas », et les deux salariés ont suivi des formations en rapport avec le secteur.</p>	<p>La formation pour bénévoles est informelle, mais le bénévole n'a pas non plus une charge professionnelle très avancée techniquement. « Pourquoi être formé ? ». Outre l'accueil et les coups de mains, le reste des tâches est assuré par les salariés : le but n'est pas se concurrencer.</p>	<p>La démocratie se porte bien en terme de volonté et de discussion. Certaines limites tiennent à la complexité du milieu des musiques actuelles, qui n'est pas abordable et compréhensible par toutes les parties prenantes de l'association. Les décisions sont donc prises démocratiquement, sans que tous les votants ne comprennent les enjeux. Le Run ar Puñs est une entreprise de très petite taille, presque familiale.</p>
<p>Thème 2 : Positionnement économique</p>			
<p><i>Sous-thème A</i> <i>Marchand et non marchand</i></p>	<p>L'autofinancement représente environ 45% des ressources, proportion en baisse constante. Pendant longtemps, le lieu n'a fait que de la diffusion, « le secteur marchand du projet ». Depuis que des sections d'accompagnement et d'aide sont mises en place : participation des pouvoirs publics. Reconnaissance lente de la part des pouvoirs publics. Déclat : label café-musiques dans les années 1990, qui a amené l'association à obtenir des subventions régulières. Dépendance problématique vis-à-vis des fonds du Ministère. A un niveau local, le projet est soutenu par quelques élus (pas la majorité), intéressés par le rayonnement du lieu. Le fait que l'association se soit développée dans un lieu privé et autour d'un bar est ambigu : méfiance des pouvoirs publics. Le bar doit générer assez pour entretenir le lieu dans son ensemble : situation de plus en plus difficile ! Nécessité de trouver une nouvelle articulation.</p>	<p>Les ressources marchandes de l'association sont faibles (billetterie). Ce n'est plus l'axe majeur de développement. Seule la participation financière des collectivités permettra la survie d'initiatives artistiques à but non lucratif comme le Run ar Puñs, ce qui relève avant tout de l'intérêt général. Cela fait partie des politiques culturelles locales, et ce genre de structures est beaucoup moins coûteux que les scènes nationales par exemple. De plus, diminuer les subventions envers le Run n'aurait que des conséquences néfastes sur le territoire. Les relations avec les élus municipaux sont correctes mais demandent un travail continu et soutenu : les couleurs politiques changent localement ! La charisme de Jakez est très important pour assurer cette continuité. Le contact avec le conseil général est très favorable, et celui avec le conseil régional doit être investi plus avant depuis le changement de couleur des dernières élections. Avec l'Etat : « on ne sait pas de quel pied danser ».</p>	<p>Les subventions ont fortement augmenté mais le nombre de partenaires publics également : le risque de dépendance est limité par cette diversité. La part déclinante de l'autofinancement reste nécessaire afin de garantir une politique tarifaire stable. Un équilibre durable doit rester établi : l'autofinancement est très important pour prouver aux partenaires publics que le lieu fonctionne bien lui-même. La reconnaissance du lieu par les collectivités locales s'est faite tardivement (années 1990). La mairie a réalisé qu'elle ne pourrait rivaliser avec le Run et a préféré soutenir son activité. L'appréciation du lieu reste variable selon les membres du conseil municipal. Seuls certains le défendent avec conviction. Bonnes relations avec le département.</p>
<p><i>Sous-thème B</i> <i>Réciprocité</i></p>	<p>A l'occasion de certaines manifestations, une certaine forme de troc a pu être pratiquée.</p>	<p>Subtilité : les salariés sont très engagés dans l'association, on peut parler ici de « professionnels militants » qui partagent avec les bénévoles un engagement personnel dans les activités du Run ar Puñs.</p>	<p>A propos des dépassements d'horaires : « il y en a toujours eu et il y en aura toujours ». Les responsabilités et la passion qui caractérisent les salariés au Run demandent d'assumer une charge de travail très importante. La mise en place de planning et de récupération d'heures de travail permet de réduire cette surcharge, qui est plutôt bien vécue.</p>
<p><i>Sous-thème C</i> <i>Non lucrative</i></p>	<p>« Aucune personne physique ne peut retirer de bénéfices directs d'une activité non lucrative » : c'est la différence entre l'association et le bar au Run ar Puñs. L'investissement est la priorité : les recettes du bar (lucratif) sont réinvesties dans le</p>	<p>Un espace comme le Run ar Puñs participe à la transmission d'un pan de la culture mondiale : sa marchandisation croissante est un signe de déclin de la diversité artistique de la société. Les excédents doivent être réinvestis pour</p>	<p>Considération essentiellement fiscale et monétaire. Il y a peut-être une forme de lucrativité dans l'activité du lieu (le bar) qui est acceptable tant que tout est centré autour du lieu et que les bénéfices sont réinvestis dans le projet.</p>

	bâtiment pour l'intérêt de l'association.	développer le lieu (créer des locaux de répétition, améliorer le confort d'écoute) et soutenir l'accompagnement d'artistes.	Un état d'esprit différent règne dans une entreprise non lucrative : l'activité est développée sans que le but du jeu soit de dégager des marges importantes.
<i>Sous-thème D Une troisième voie ?</i>	Entre lieu privé et lieu institutionnel : le projet artistique développé par l'association, quasi expérimental, ne pourrait jamais être pris en charge par une boîte privée ou ne structure para-publique. Les lieux d'initiative publique (régies) en musiques amplifiées coïncident mal avec un projet artistique fort. Certaines délégations de service public, a contrario, s'apparentent à des « boîtes de diffusion ». L'évolution du Run ar Puñs est duale : essor du projet associatif et crise de l'activité de bar. Difficile d'envisager les changements à opérer selon cette évolution : crainte de subir une augmentation systématique des subventions publiques.	Le lieu a une âme du fait de son origine associative et militante d'une part, et de sa longue histoire de récentes d'initiative publique dans lesquelles « on sent un fonctionariat culturel très lourd à porter ». Le Run ar Puñs se démarque de la concurrence sauvage qui caractérise les structures commerciales. « Tant qu'il y aura des militants, on arrivera toujours à faire quelque chose ». La viabilité de ce modèle de développement est portée par un engagement collectif qui doit se renouveler. Part d'utopie : préférons une multitude de petits lieux où la qualité et le bien-être priment à une poignée de grandes structures froides et impersonnelles.	A côté d'une activité commerciale « normale », l'intérêt d'un tiers-secteur est de proposer des activités qui ne sont pas viables économiquement. En croisant les recettes marchandes et les subventions publiques, un lieu comme le Run ar Puñs sert l'intérêt général mais garde son indépendance artistique propre. Optimisme pour l'avenir de ce genre d'initiatives économiques mixtes dans les musiques actuelles : il y a de gros efforts à fournir pour le faire comprendre au grand public. Développer l'alternative au modèle de l'industrie de la musique, entre le tout marchand et le tout institutionnel qui montrent leurs dérives.

Entretiens réalisés au Manège (association MAPL), Lorient (deuxième génération).

Thèmes de l'entretien	Directeur	Bénévoles	Président, Administrateurs
Thème 1 : Les caractères d'utilité sociale			
<i>Sous-thème A Composante économique</i>	Partenariat avec le Pays de Lorient depuis 10 ans, au départ pour la réduction des nuisances sonores. Depuis, le Manège répond aux besoins de petites communes comme de la ville de Lorient (ingénierie, sonorisation...) Retombées économiques quantifiées : emploi direct (15 personnes sous contrat) et indirect généré, concerts et retours d'artistes locaux ayant émergé au niveau national, restauration, hôtellerie... Relations étroites avec le tissu associatif local (une dizaine) : mise à disposition du lieu, productions déléguées...	Un lieu accessible, pas élitiste, qui permet au plus grand nombre de faire des découvertes musicales à des tarifs très intéressants. Emulation autour de l'association : certains effets positifs constatés sur l'environnement des groupes aidés et accompagnés.	Le Manège a permis la création d'une dynamique culturelle locale pour les musiques amplifiées. Outre la création d'emplois directs, la structure a permis de mieux préparer des artistes à la professionnalisation. Grande écoute de la part des pouvoirs publics locaux : c'est une chance ! Le lien avec les associations locales pourrait être encore grandement amélioré.
<i>Sous-thème B Lutte contre l'exclusion et les inégalités</i>	Echec relatif des actions envers les quartiers (peut-être un manque de savoir-faire + communautarisme fort). Tarifs 30% moins cher que la concurrence. Trois catégories selon la production des concerts (privée, en interne, par des associations locales). Inadéquation constatée néanmoins entre la hausse des coûts de production et la relative paupérisation du public concerné. Parmi les 15 salariés : 8 CES, 6 emplois jeunes, 1 CEC.	<i>(Pas de réponse)</i>	Le Manège vis-à-vis du « socioculturel » : en tenir compte, mais ce n'est pas la finalité du lieu ! Attention à ne pas ghettoïser le lieu en simple centre culturel pour publics en difficulté. Un développement durable est nécessaire : si l'économie solidaire n'est pas encore une réalité dans le secteur, il faut prendre en compte certaines expériences, sans être naïf et ignorer les difficultés de transposition.

<p><i>Sous-thème C</i> <i>Lien social de proximité, démocratie participative</i></p>	<p>« Famille » autour de la musique et du Manège : brassage intéressant entre générations (12 à 63 ans) et catégories sociales, notamment depuis l'ouverture au bénévolat en 2000. Influence de cette mixité sur les courants musicaux programmés. Le café culturel au sein du lieu organise de nombreuses soirées de débats : public varié et renouvelé. Participation à la vie associative locale : co-création d'une concertation des lieux de spectacle vivant sur le territoire de Lorient (12 lieux).</p>	<p>Epanouissement de certains bénévoles et salariés constatés. L'association a créé des amitiés et relations durables parmi les bénévoles. Bon renouvellement de l'équipe, mixte socialement. Mai 2005 : modification des statuts. Pour la 1ère fois, les bénévoles obtiennent le droit de vote aux AG et sont représentés au CA par 2 d'entre eux.</p>	<p>L'équipe de bénévoles est appréciée et répond suffisamment aux besoins de l'association. Le bénévolat dans son acception large (de l'élu au CA au personnel de sécurité) est une « école de formation » très noble pour le développement personnel et dans une communauté. Le CA actuel de 27 est très difficile à gérer (quorum jamais atteint, lenteur des décisions...) et on constate un « effet de ronronnement » : tout va bien ! Il faut garder une dynamique associative et activiste. L'entreprise culturelle qu'est devenu le Manège ne peut plus se gérer à 27.</p>
<p><i>Sous-thème D</i> <i>Innovation sociale</i></p>	<p>1995 : un conseil d'administration de 27 personnes physiques, réparti selon 3 collèges (les artistes, les associations locales et les pouvoirs publics). Seul lieu de la Fédurok en partenariat direct avec une communauté d'agglomération. Prise en compte du territoire et de l'intercommunalité très forte.</p>	<p>2005 : La représentation des bénévoles au conseil d'administration, et leur droit de vote aux assemblées générales.</p>	<p>Face à la crise qui frappe le secteur de la musique, il faut trouver et mettre en place de nouvelles solutions : aide des nouvelles technologies, rapprochement entre acteurs ayant la même éthique etc.</p>
<p><i>Sous-thème E</i> <i>Utilité sociale interne</i></p>	<p>La concertation territoriale des lieux de spectacle a permis de passer d'une guerre commerciale à une meilleure coopération, ensemble et avec les pouvoirs publics (demandeurs de savoirs). Un « vrai » conseil d'administration désormais : élections régulières, représentation de l'ensemble des parties prenantes. « Tout se dit ». Cela dit, effectif faible aux assemblées générales : difficile de réunir les musiciens utilisateurs des studios ! Les jeunes sont plus « consommateurs » qu'usagers, ils ne s'intéressent pas à la structure malgré les efforts. Projet de formation des bénévoles au Brevet Nationale de Secourisme pour les prochains mois. Autres formations en direction des usagers et des techniciens...</p>	<p>Aujourd'hui, une équipe d'une quarantaine de bénévoles est active, selon trois catégories : le noyau dur, les réguliers et les occasionnels. Diverses tâches : loges, accueil, ménage... Les bénévoles sont désormais impliqués dans les processus de décision : soulagement, enthousiasme. Quelques formations sont dispensées aux bénévoles : son, lumière, sécurité... Elles sont assurées par des acteurs extérieurs. Attentes en matière de secourisme.</p>	<p>Constat d'une baisse importante de la vie associative : peu de monde aux AG, alors que les besoins et les envies sont là. Un besoin urgent de dynamiser la démarche collective du Manège. Rappel de l'importance que revêt l'expérience acquise « sur le tas », très formatrice dans le secteur.</p>
<p>Thème 2 : Positionnement économique</p>			
<p><i>Sous-thème A</i> <i>Marchand et non marchand</i></p>	<p>Environ 70% de subventions et d'aides publiques pour 30% d'autofinancement. Baisse des ressources marchandes (billetterie et bar) car les coûts augmentent et le public se précarise. Les fonds publics compensent cette tendance. Très bons rapports avec les collectivités locales et les quelques partenaires privés locaux. Marge de manœuvre étroite : la salle du Manège est limitée à 350 places, on ne peut pas y développer des concerts très rentables. Certains concerts co-produits dans une autre salle sont parfois organisés, pour dégager quelques revenus, en faisant attention à ne pas altérer l'image de l'association ! « La diffusion n'est qu'un accessoire » : toutes les autres activités prennent de l'ampleur, comme les fonds</p>	<p>La part des activités marchandes leur semble résiduelle, afin de parvenir à l'équilibre financier en fin d'exercice (« aucun bénéfice »). L'activité est considérée comme non-rentable par nature. « Heureusement qu'il y a les subventions ! », pour maintenir des tarifs abordables, de l'accompagnement et une programmation innovante. Elles sont considérées comme « normales » et pas assez suffisantes.</p>	<p>Historiquement, le secteur des musiques amplifiées s'est construit avec l'industrie de la musique. La priorité a été la diffusion d'artistes depuis les années 1980, bien que le modèle dominant « marchand » ait été vivement combattu dans les propos. L'installation de partenariats avec les pouvoirs publics n'a pas « coupé ce cordon » entre les lieux et l'industrie musicale. Aujourd'hui, on assiste à un blocage du secteur vis-à-vis de la diffusion : « on n'arrive plus à faire émerger des artistes sans faire appel à l'industrie musicale ». Face aux limites de ce modèle de développement, les lieux de type Fédurok s'interrogent : transition</p>

	publics correspondants. Le mécénat n'est pas une solution adaptée à cette activité : mauvaise image mutuelle, lieu pas assez « prestigieux » etc.		vers l' « accompagnement » comme activité prioritaire ?
<i>Sous-thème B Réciprocité</i>	Les dépassements d'horaires et autres ambiguïtés ont fait l'objet d'un audit en 2000 : l'activité professionnelle avait pris le pas sur la vie privée des salariés ! Un aplatissement a eu lieu (passage aux 35 heures des salariés, profils de postes, grilles de salaires), ce qui a permis une responsabilisation et une meilleure ambiance de travail.	Les « coups de main » sont fréquents à l'occasion de certains événements comme la Fête de la Musique. L'association renouvelle aussi régulièrement ses bénévoles, il y a un bon fonctionnement du bouche à oreille en la matière. Peu d'échanges non monétaires réalisés au dehors de l'association.	<i>(Pas de réponse)</i>
<i>Sous-thème C Non lucrative</i>	Non lucrative du Manège : « les bénéfices dégagés sont réinjectés pour l'intérêt général, et non séparés entre intérêts particuliers ». Le statut juridique n'est pas déterminant : « ce sont les valeurs de ceux qui portent la structure qui comptent ». Concilier non lucrative et rentabilité est possible : « il faut attaquer le champ marchand avec ses propres armes ». L'économie de marché doit être investie, mais en y ajoutant ses valeurs et des objectifs d'intérêt général.	La non lucrative est perçue comme « le fait de ne pas avoir pour objectif principal de faire de l'argent ». Une petite confusion entre le désintéressement et le fait de ne pas dégager de bénéfice... Les excédents dégagés pendant un concert doivent servir à rattraper les pertes de concerts déficitaires : notion d'équilibre continu à maintenir.	La conciliation des principes de non lucrative et de rentabilité d'un lieu est problématique et de plus en plus difficile à réaliser. On observe aujourd'hui « les limites du mouvement alternatif français de la musique ».
<i>Sous-thème D Une troisième voie ?</i>	« L'avenir de nos lieux est dans une mixité publique et privée ». L'équilibre varie selon les lieux et il n'est pas facile de le garder... Mais cette 3 ^{ème} voie se pérennise en France ! « Le politique est soluble dans le marché » : il vaut mieux comprendre comment le marché fonctionne pour mieux évoluer et développer son activité. Il y a toujours des opportunités à saisir (comme dans le disque) en comprenant les règles du marché. L'idéal serait d'obtenir une forme de retour sur investissement de la part du champ marchand, pour le travail de découverte et d'aide à l'émergence pratique par les lieux comme le Manège. Très compliqué à négocier et faire accepter...	La comparaison avec la concurrence « privée lucrative » est effectuée avec le Cabaret Nova, une salle de diffusion gérée en SARL à Lorient. La comparaison s'avère difficile car la diffusion est la seule activité du lieu, et sa programmation est différente (musiques amplifiées, mais surtout des groupes connus susceptibles de bien marcher). Le statut SARL n'enlève pas forcément l'éthique et la volonté d'ouverture, mais les tarifs s'en ressentent forcément. L'intervention publique est encore trop faible, et réservée à une culture élitiste (opéra...). Inquiétudes pour l'avenir, mais confiance dans la capacité de l'association à se pérenniser.	Une nouvelle génération va arriver dans le secteur et doit apporter des idées neuves, notamment en lien avec le « tiers-secteur » économique. Des réflexions sont à mener avec les autres acteurs du secteur : labels de disques indépendants, radios, artistes. Il y a une révolution en cours dans le secteur de la musique qui mérite d'être investie, afin de développer un modèle indépendant durable. Besoin d'élargir la réflexion à un cadre européen, transnational.

Entretiens réalisés au Chabada, Angers (deuxième génération).

Thèmes de l'entretien	Directeur du projet culturel	Directeur administratif
<p>Thème 1 : Les caractères d'utilité sociale</p> <p><i>Sous-thème A</i> <i>Composante économique</i></p>	<p>Le Chabada représente une nouvelle proposition de lieu culturel sur Angers qui réunit démocratie (groupes locaux, genres pointus) et démocratisation (têtes d'affiche, ouverture grand public) culturelles. On se démarque du modèle institutionnel de la culture, notamment en terme de coûts, relativement modestes en comparaison d'équipements de la culture « savante » (théâtre, opéra...).</p> <p>Les chiffres de fréquentation sont un indicateur supplémentaire de l'intérêt que représente désormais le lieu pour la collectivité. Pas de mesure des retombées économiques.</p> <p>Ouverture au monde associatif : environ 25 associations locales sont aidées par le Chabada. Volonté d'accueillir et d'accompagner des initiatives associatives en musiques actuelles.</p>	<p>La création du Chabada en 1994 est une réponse à une demande réelle (30 000 spectateurs par an) : « on n'est pas des créateurs de besoins ». Le lieu n'a pas vraiment de concurrence directe sur le territoire angevin aujourd'hui.</p> <p>Pas d'études sur l'impact économique.</p> <p>Prévention auditive : effets bénéfiques sur le long terme. Mais pas d'impact mesurable aujourd'hui.</p> <p>Les relations avec l'associatif remontent avant la création du Chabada : maintenant, les associations qui veulent organiser des concerts ont une infrastructure et de l'assistance qu'elles peuvent solliciter. Lieu conçu pour les concerts : très agreable pour les artistes et le public.</p>
<p><i>Sous-thème B</i> <i>Lutte contre l'exclusion et les inégalités</i></p>	<p>La dimension sociale du projet n'apparaît jamais directement. Les pratiques culturelles du lieu induisent des effets sociaux positifs (accueil d'artistes, aide aux associations, aux maisons de quartiers), mais aucun objectif social en tant que tel ne fait partie du projet.</p> <p>L'aspect social a donc volontairement été écarté pour affirmer qu'un projet culturel autour du rock pouvait être légitime en tant que tel, et non comme un « instrument socioculturel ». Volonté de développer l'action culturelle et la sensibilisation dans le projet du Chabada.</p> <p>Tarifs moins cher que la production privée. Ils conviennent à un public qui sort souvent et met moins d'argent dans chaque concert. Les tarifs diffèrent selon l'artiste : les têtes d'affiche sont plus chères que les découvertes, qui ne sont pas rentables pour l'association. Important de tenir compte des effets psychologiques d'un prix.</p>	<p>L'action culturelle est une dimension un peu nouvelle de l'association : elle s'exprime au mieux dans le cadre de résidences d'artistes (accueil, perfectionnement, moyens accordés...).</p> <p>Pas de politique directement en faveur de publics défavorisés : « ça peut être discriminatoire ». Il vaut mieux encourager ces publics à être traités normalement, en tenant compte des attentes de tous dans la programmation musicale. Il n'y a pas d'identité artistique défavorisée ».</p> <p>Certains actions envers les scolaires ont lieu occasionnellement.</p> <p>La tarification tient compte du type de public auquel on s'adresse, selon les concerts. Les coûts de production augmentent chaque année, sous le poids des producteurs privés essentiellement. Des tarifs trop bas et la gratuité décrédibilisent la qualité d'un concert.</p>
<p><i>Sous-thème C</i> <i>Lien social de proximité, démocratie participative</i></p>	<p>Bénévolat uniquement sollicité pour des actions de communication (tracage, affiches...). Pas de recours régulier dans le fonctionnement de l'association. Si le lieu est né d'un militantisme local, la volonté de le professionnaliser s'est imposée rapidement.</p> <p>Du lien social s'est créé avec les associations locales : les accompagnements réalisés touchent un large public le temps d'une soirée ou d'un projet. Un réseau de musiciens s'est créé et soudé localement, et le Chabada y a contribué.</p> <p>Aucune représentation des collectivités publiques, des publics ou des associations au conseil d'administration.</p>	<p>La logique de professionnalisation du lieu s'est attachée à créer et stabiliser des emplois salariés plutôt que de recourir à un fonctionnement bénévolote fort.</p> <p>Le Chabada est un grand centre d'intérêt : existence d'une certaine « vie de réseau » autour du lieu, à laquelle prennent part les artistes locaux, certains professionnels du secteur et des personnes qui travaillent ponctuellement pour l'association (les « vacataires »).</p> <p>Les temps forts associatifs ne font pas appel à un large panel représentatif des parties prenantes.</p>
<p><i>Sous-thème D</i> <i>Innovation sociale</i></p>	<p>(Pas de réponse)</p>	<p>Première mission : pouvoir accueillir des artistes dans les meilleures conditions. Etre à la fois accueillant et professionnel.</p>
<p><i>Sous-thème E</i> <i>Utilité sociale interne</i></p>	<p>Limites à la démocratie associative : les adhérents sont les personnes qui louent les locaux de répétition. Cette situation « bizarre » limite l'efficacité des assemblées générales, qui regroupent donc très peu de participants (10-15 personnes). Echecs passés de faire participer le public à la vie associative.</p>	<p>La démocratie associative ne fonctionne pas bien. Les adhérents ne sont que des utilisateurs des locaux de répétitions... mais le lieu fonctionne bien comme ça. Réactiver cette vie associative est possible, mais personne ne semble vouloir changer la façon dont est géré le Chabada... Ne pas tomber dans un « piège démagogique » du jour au lendemain : tenir compte de l'histoire.</p>

	Volonté de professionnalisation : formation régulière de l'équipe.	L'initiative associative de départ était d'obtenir des locaux de répétition et une salle de diffusion. Une fois cet équipement obtenu en 1994, et au vu des excellentes relations avec la ville, le militantisme originel n'a peut-être plus raison d'être...
Thème 2 : Positionnement économique		
<i>Sous-thème A Marchand et non marchand</i>	En associant la SARL (bar), l'autofinancement représente environ 47%. Les mises à disposition ne sont pas valorisées dans ce chiffre. Le « mythe » de l'indépendance est toujours tenace : le lieu remplit une mission de service public avec de l'argent public, il faut gérer au mieux cet argent avec responsabilité. Le Chabada est un projet né de la base, qui a mis la pression sur la collectivité pour qu'elle accepte ce projet. Depuis, les rapports avec la ville sont excellents (méthode de travail anticipative et transparente). La confiance est grande. Pas d'équilibre idéal entre ressources marchandes et non-marchandes : l'utilisation de l'argent public doit être sérieuse et réfléchie à l'avance.	A partir d'une certaine année d'activité, on a constaté une impossibilité à augmenter les recettes marchandes : « on est au maximum de l'autofinancement ». Le développement de nouvelles missions se fera donc essentiellement par les concours publics. La mixité des financements permet des tarifs abordables malgré la hausse des coûts, et ne pose aucun souci dans la gestion quotidienne. L'origine militante de l'association correspond à une époque : « les temps ont changé ». Les villes sont maintenant à l'origine des nouveaux lieux. L'institutionnalisation relative qu'a vécu le Chabada n'a pas freiné la créativité artistique du lieu et des artistes locaux. « Parmi les lieux en relation directe avec la ville, on a beaucoup de chance d'avoir des élus aussi impliqués et confiants dans le projet ».
<i>Sous-thème B Réciprocité</i>	Avec la mise en place effective des 35 heures de travail hebdomadaires, l'association a régularisé au mieux les pratiques de « débordement d'horaires » non déclarés. Cela va dans le sens de la professionnalisation auquel s'attache la direction. « On ne cultive pas ces excès dans le travail, mais on y est sensible quand cela arrive ».	Par souci de viabilité et de lisibilité de l'activité, la direction essaie au maximum de réduire les heures non déclarées de l'équipe. Certains dépassements ont lieu lors de journées chargées, mais ce n'est pas habituel dans le fonctionnement de l'association. Volonté de respecter le droit social des salariés.
<i>Sous-thème C Non lucrative</i>	Non lucrative : « le choix affirmé de se démarquer d'une activité commerciale, sans rechercher des gains systématiquement. » Les excédents dégagés sur les concerts « têtes d'affiches » permettent à l'association de réaliser des concerts de découverte et des activités déficitaires par nature (vestiaire gratuit, débats, accueil...). Le bar est géré sous forme de SARL fiscalisée et autonome. Un loyer est versé à l'association chaque mois. Des travaux sont pris en charge par la SARL ce qui profite par ricochet à l'association. Les recettes du bar restent limitées.	Rapport à l'instruction fiscale de 1998 : « on s'est battu pendant 2 ans pour obtenir la non lucrative du lieu ». Un vrai conseil d'administration existe au Chabada et prend les grandes décisions de l'association, et la gestion est désintéressée (recherche de l'équilibre comptable, salaires non indexés sur les résultats...).
<i>Sous-thème D Une troisième voie ?</i>	Le secteur des lieux de musiques amplifiées comme le Chabada n'est pas clairement compris. Il s'agit d'un entre-deux qui se trouve intercalé entre deux « camps » représentés chacun par un syndicat professionnel : PRODISS (producteurs privés) et SYNDEAC (culture institutionnelle et subventionnée). Le Chabada ne fait pas le même métier qu'une entreprise privée, mais ne possède pas la même culture que les équipements publics ou para-publics. « Ce n'est pas qu'au nom de notre économie que l'on choisit la voie du milieu ». Le Chabada est aussi un lieu culturel qui croise plusieurs problématiques et valeurs (diversité artistique, place sur le territoire, amateurs, soutien aux associations...) que l'on ne retrouve pas ailleurs. Nouvelle génération de lieux d'initiative publique à grands budgets, dirigés par une équipe professionnelle et d'origine associative : il faut voir les premiers résultats avant de juger négativement. La précarité dans la plupart des lieux reste grande, autant « ne pas se renfermer dans un romantisme misérabiliste ».	La non lucrative correspond aussi à des choix artistiques en cohérence avec l'esprit et la mission du Chabada. La mise à disposition du lieu à des productions privées peut parfois poser problème pour l'image du lieu. Entre le tout privé et le tout subventionné, un lieu comme le Chabada fait donc techniquement partie d'un « tiers secteur ». Sa viabilité est assurée par trois éléments : la prise en compte des publics dans le projet, une programmation en phase avec certaines attentes et des subventions de fonctionnement régulières. L'autonomie financière n'est pas envisageable. Quel avenir pour le secteur des musiques amplifiées ? Un lieu d'origine municipale, comme la Cartonnerie de Reims est un lieu extrêmement bien équipé et fonctionnel, avec des moyens considérables. A partir du moment où le lieu répond à une demande locale et fait l'objet d'un taux de remplissage important, c'est une réussite. On se dirige vers une institutionnalisation proche de certains autres pans de la culture « savante », mais il existera toujours des lieux « underground » qui se développeront en marge. Il ne faut pas diaboliser les moyens accordés par la ville, tout en restant vigilant. L'avenir dira si ces nouveaux projets sont adaptés.

Entretiens réalisés à la Cave à Musique, Mâcon (deuxième génération).

Thèmes de l'entretien	Directeur	Bénévole	Président, Fondateur
<p>Thème 1 : Les caractères d'utilité sociale</p> <p><i>Sous-thème A</i> <i>Composante économique</i></p>	<p>L'intérêt majeur du lieu pour la ville est une certaine tranquillité des relations avec la jeunesse. Contribution à la cohésion sociale locale.</p> <p>La Cave à Musique a une incidence non maîtrisable sur les transports, l'hôtellerie, la restauration... Difficile à quantifier et à valoriser.</p> <p>Beaucoup de relations avec le tissu associatif local : volonté de construction collective dans une logique d'accompagnement d'associations moins « développées » (principe de pépinière).</p>	<p>La Cave à Musique est peut-être le seul lieu d'accueil pour les jeunes, hormis les bars ! Le lieu possède un rayonnement qui dépasse Mâcon et s'étend à plusieurs villes et villages alentours.</p>	<p>Des lieux « indépendants », dont la volonté est de répondre à des besoins d'intérêt général. Rôle social important mais centré autour d'un projet artistique avant tout : volonté d'être une « autre porte d'entrée » que le socioculturel.</p> <p>Retombées économiques difficiles à mesurer. Pour les bars et l'hôtellerie, une étude d'impact serait réalisable pour montrer la contribution de la Cave à l'économie locale. Bonnes relations avec les bars alentours. Rapide calcul : pour 1 euro de subvention reçu, 2,5 euros en retombées économiques sur le territoire.</p> <p>Ouverture sur les autres pratiques culturelles : accueil et aide d'associations de théâtre, de jazz, cinéma d'art et essai... D'autres associations produisent des concerts d'artistes locaux.</p>
<p><i>Sous-thème B</i> <i>Lutte contre l'exclusion et les inégalités</i></p>	<p>Augmentation de 20% des coûts de production artistiques entre 2001 et 2004. Problématique pour les tarifs de concerts. La volonté de conserver des bas tarifs demandent la recherche de nouvelles subventions, ainsi que la négociation « au plus près » avec les artistes et producteurs privés.</p> <p>Certains contrats aidés ont permis d'épauler et de sécuriser des personnes en grande difficulté d'emploi, par cooptation.</p>	<p>(Pas de réponse)</p>	<p>Intérêt « social » indéniable : la Cave a lancé d'elle-même des initiatives en direction des chômeurs (consultation gratuite et guidée d'Internet...), en avance sur les pouvoirs publics ou les associations d'insertion. Mais elle n'a ni les compétences ni les moyens pour agir durablement.</p> <p>Coûts décentés (8-9 euros) qui gardent une cohérence avec le projet de l'association et l'économie du lieu, quels que soient les artistes programmés. Problème : les coûts de production augmentent mais pas la capacité de la salle ! Il est dangereux de se laisser tenter par l'exemple du secteur privé lucratif, et programmer des têtes d'affiche pour financer les découvertes !</p>
<p><i>Sous-thème C</i> <i>Lien social de proximité, démocratie participative</i></p>	<p>Accueil de certains jeunes sans aucun projet artistique, dans une mission d'éducation et de sensibilisation à la musique : dépasse le cadre de la mission. Les membres de l'association se retrouvent pour partager des moments conviviaux, découvrir un secteur d'activité attractif ou tout simplement pour profiter de l'offre culturelle.</p> <p>Les bénévoles se composent en deux groupes : les membres actifs (70) et les membres de soutien (30). « Les bénévoles, c'est Luciol ». Les membres de soutien ne peuvent plus activement aider l'association mais font « acte de soutien » moral envers le projet, et ont aussi le droit de vote. Grande diversité sociale et brassage des bénévoles.</p> <p>Le CA est élu à majorité par les membres (10 élus sur 15).</p>	<p>Parmi les bénévoles, une grande majorité reste attachée au lieu. Il est facile de s'intégrer à la Cave en tant que bénévoles. La convivialité s'exprime entre autres lors des repas organisés avec l'équipe, les artistes les soirs de concert etc.</p> <p>Les bénévoles choisissent les soirées où ils veulent travailler : les rapprochements entre bénévoles se font donc surtout en fonction des goûts musicaux et artistiques de chacun. Ils demeurent indispensables à la qualité de l'accueil de la Cave durant la saison de programmation (de septembre à juin)</p> <p>Bonnes relations entre bénévoles et salariés, dont la différence statutaire tend à s'effacer les soirs de concerts ou pendant les temps forts associatifs.</p> <p>Les bénévoles ont des compte-rendus allégés des conseils administratifs depuis quelques temps,</p>	<p>La Cave permet une relative paix sociale à Mâcon : mélange des publics qui n'existe pas en dehors, essentiellement parmi les jeunes publics.</p> <p>Environ 70 bénévoles actifs (dont un noyau dur de la moitié) nécessaires au bon fonctionnement du lieu : réelle vie associative, depuis sa création en 1992. Grâce aux bénévoles, les salariés peuvent se concentrer sur le cœur du métier associatif. Les bénévoles sont très représentés au CA (membres de soutien et membres actifs).</p> <p>Principe : il y a toujours un salarié responsable pour encadrer l'aide bénévole, dans une logique de distinction entre professionnels et bénévoles. But d'éviter les dérives et les confusions.</p> <p>Participation de la Cave dans les CA des autres associations culturelles locales (jazz, théâtre,</p>

		L'association n'est pas qu'un outil de gestion, il y a une vraie vie associative.	réalisés, par leurs représentants au CA. Leurs suggestions semblent entendues par le CA.	cinéma) : risques de consanguinité ?
<i>Sous-thème D Innovation sociale</i>		Projets « ouverts » qui ont donné une autre dimension à la Cave à Musique, au-delà de la diffusion : éducation artistique (élèves d'école primaire), prévention et santé (risques auditifs)...	<i>(Pas de réponse)</i>	Les locaux de répétition : le projet de construction collective de l'équipement a recueilli l'adhésion de tous les acteurs en présence, avec leur active participation. Organisation déléguée de la Fête de la Musique pendant trois ans, en rassemblant les bars, les artistes locaux, les associations...
<i>Sous-thème E Utilité sociale interne</i>		Principes de partage et d'accompagnement au cœur du projet de l'association. La Cave soutient divers projets sur le territoire, de manière désintéressée. La démocratie se porte bien, mais il pourrait être fait davantage en direction des membres : information, convivialité, formation... L'embauche d'un coordinateur serait un plus. Les salariés font appel à de la formation professionnelle extérieure, et une réunion d'équipe a lieu tous les mardis pour partager les informations. Pour les bénévoles, un travail de réflexion mené au sein du groupe de recherche GRAL (groupe de recherche autour de Lucio).	La démocratie interne se porte bien : pas de pression, ni de dirigisme de la part de certains administrateurs. La formation est informelle : tout s'apprend sur le tas, par l'échange et la pratique.	Le conseil d'administration ne comprend qu'un seul élu municipal : le reste est entièrement associatif. Le directeur du lieu participe au CA en tant qu'informateur, à titre bénévole. La difficulté démocratique : le CA devient une entité « intouchable » par moment. Manque de liens avec l'ensemble des bénévoles. Création d'une entité complémentaire : le GRAL réfléchit à l'avenir de l'association et son fonctionnement. On constate encore certains décalages au sein même du groupe... « La démocratie s'arrête avec la motivation ». La formation n'est pas formalisée à l'interne. Quelques actions de formations pour les salariés, mais rien de spécial pour les bénévoles.
Thème 2 : Positionnement économique				
<i>Sous-thème A Marchand et non marchand</i>		Autofinancement : une garantie d'indépendance vitale pour consolider économiquement les activités non rentables de l'association. La cohérence de l'offre est primordiale : toute l'économie du lieu en dépend. Le mécénat reste ponctuel sur des projets très précis. Le lieu essaie de développer des relations durables avec certains partenaires privés. Relations variables avec les pouvoirs publics : en cas de désistement d'une financeur, la négociation avec les autres devient très tendue. Cela fait partie du jeu.	Les recettes marchandes sont tout à fait justifiées au regard des prestations fournies. Par exemple, les locaux de répétition nécessitent un entretien, un accompagnement qui méritent compensation. Le lieu dispose maintenant, d'une bonne reconnaissance de la ville, qui n'a pas intérêt à le remettre en cause. La Cave est d'intérêt public : elle est en droit de demander des subventions.	« Pour s'en sortir, il faut être au plus possible indépendant ». Fierté : le lieu ne coûte pas cher à la collectivité comparé aux centres dramatiques nationaux. 50% d'autofinancement aujourd'hui. Aucun complexe envers le mécénat bien choisi, si possible. Maîtrise nécessaire des coûts : méfaits des concerts gratuits ou sous-évalués qui perturbent la valeur des spectacles. La volonté des pouvoirs publics est présente mais dans une optique socioculturelle : le lieu a été envisagé comme une réponse aux besoins de jeunes Mâconnais... « Trois ans de retard » des pouvoirs publics, systématiquement. Il faut continuellement un effort important de lobbying et d'explication pour les guider dans leurs décisions, car ils ne comprennent pas les enjeux. Problèmes des subventions : conventions triennales, qui ne prennent en compte les évolutions des coûts qu'en retard.
<i>Sous-thème B Réciprocité</i>		Les salariés de la Cave donnent régulièrement de leur temps, de manière gratuite, pour présenter le projet et rendre des petits services. Ce temps passé a une valeur sociale non prise en compte par	<i>(Pas de réponse)</i>	Une certaine confusion a parfois lieu concernant la limite entre salariés et bénévoles. Certaines personnes ont de « multiples casquettes » de manière volontaire, mais cela ne devrait pas être

			l'économique.		une obligation. Quelques tensions ont émergé. Déassements positifs et dangereux des horaires pour les salariés de l'association : quasiment indispensable pour l'équilibre de la Cave... La passion est le moteur du lieu. Sans cet engagement hors-cadre, jamais ce genre d'initiatives ne pourrait survivre en l'état actuel des choses.
<i>Sous-thème C Non lucrative</i>		« Refuser le partage personnel des bénéfices et préférer les réinvestissements dans l'intérêt collectif de l'association ». La conciliation de la non lucrative et de la rentabilité de l'association dépend uniquement du positionnement éthique et des valeurs que l'on choisit de défendre.		Le plaisir et la découverte sont plus importants que la recherche de profits et de remplissage de la salle par des têtes d'affiche.	La Cave à Musique est une entreprise : il y a une forte responsabilité envers les salariés, les publics. La non lucrative de cette entreprise : « elle n'enrichit personne ». Avoir en permanence en tête l'intérêt général, pour toucher le plus grand nombre. Le lieu ne peut fonctionner que si les bénévoles ne sont pas rémunérés. Les salariés doivent décentement gagner leur vie.
<i>Sous-thème D Une troisième voie ?</i>	L'entre-deux que représente l'activité de la Cave à Musique n'est pas clairement identifiée, ni par les pouvoirs publics, ni par le public du lieu, et pas réellement par l'équipe non plus (sauf de manière intuitive). Difficile de rédiger et d'argumenter ce que serait une « troisième voie » dans les musiques actuelles, en particulier lorsqu'on s'adresse à l'Etat, la DRAC... La Cave à Musique a connu déjà de nombreuses périodes difficiles, mais l'association, s'en est toujours sortie grâce au soutien et à la ferveur des adhérents et des militants. Sa viabilité est assurée grâce à cette passion, et non par une solidarité économique avérée.	Lieu à part : programme différent et émergent, négociation plus serrée avec les artistes, qualité de l'accueil... La motivation de l'équipe et des bénévoles est la force motrice du lieu. Le rôle du directeur et du président se ressent, notamment dans les relations avec les hommes politiques locaux. Cette importance du relationnel est un élément instable pour l'avenir du lieu, qu'il faudra surveiller de près lors d'un éventuel départ des postes de direction et de présidence.		« Des lieux laboratoires » : mise en évidence du caractère expérimental et émergent de la Cave à Musique. Un épiphénomène ? Difficile de prédire l'avenir de ces lieux qui ne constituent pas un modèle en soi et sont difficiles à comprendre. Problèmes : l'offre des lieux de diffusion de musiques actuelles s'est beaucoup développée et la concurrence devient rude, et aucun « retour » des artistes ayant été accompagné par la Cave avant de connaître le succès... Développer un système solidaire, plus efficace que le CNV ? Sans subvention, le lieu ne tournerait pas (structures non viables techniquement). « Lors de nos échanges, on est seul à cheval entre deux modèles ». Besoin d'un monde parallèle, difficilement concevable. Monde de la misère ? L'avenir du lieu passe sans doute par le renouvellement permanent !	

Entretien réalisé au Pannonica, Nantes (scène de jazz).

Thèmes de l'entretien	Directeur
Thème 1 : Les caractères d'utilité sociale	
<i>Sous-thème A Composante économique</i>	« Ca ne coûte quasiment rien à la ville » sur le budget total de la culture. Les artistes locaux et régionaux bénéficient du lieu, et la ville aussi par « rebond ». En pratique, il est impossible de prouver l'intérêt du Pannonica à la ville (pas en terme de fréquentation par exemple). C'est un lieu de résistance indispensable à la diversité culturelle du territoire. Relations significatives avec les associations de jazz dans la région Pays de la Loire : le Pannonica anime un réseau régional (33 scènes) dont il est la seule structure permanente. En deux ans d'existence : nombre de concerts doublé. Travail avec les écoles, les conservatoires, l'école des Beaux Arts...

<i>Sous-thème B Lutte contre l'exclusion et les inégalités</i>	Dimension sociale de « fournir du travail aux artistes et à ceux qui les accompagnent ». Actions de sensibilisation dans les quartiers, pour toucher une population qui ne viendrait pas d'elle-même. Visites organisées du lieu... Caractère nuisible de la gratuité des concerts pour un lieu comme le Pannonica : « ça se mérite », mais volonté de réduire au plus les tarifs. Moyenne de 10 euros sur la saison. Les coûts de production augmentent, comme dans les musiques amplifiées, ainsi que les coûts de transports, d'hôtellerie, de restauration... Embauche régulière de personnes en difficulté professionnelle.
<i>Sous-thème C Lien social de proximité, démocratie participative</i>	Mission de mise en relation des artistes et un public. 2 champs d'intervention : la sensibilisation du public et l'accompagnement artistique des professionnels. Grande proximité des artistes avec le public, pas d'intermédiaires marchands qui faussent le rapport. Une dizaine de bénévoles réguliers, mais la priorité est la professionnalisation et donc d'embaucher des salariés permanents. Les bénévoles sont représentés au CA. Le reste du conseil est composé de personnes de la société civile, dont un représentant des usagers, ainsi que les deux tutelles publiques (Ville et DRAC)
<i>Sous-thème D Innovation sociale</i>	Champ artistique de création, peu médiatisé, de découverte, de découverte, de convivialité. Innovation récente : projet Improvista mené avec un collectif artistique depuis 2 ans. L'organisation de ce « festival » est co-construit par un panel d'artistes qui élaborent ensemble une programmation. Principe de coopération entre artistes : rapprochements effectifs, très bons résultats pour l'instant. Attention à la tradition figée : « ce qu'on fait quand on n'a plus d'idée ».
<i>Sous-thème E Utilité sociale interne</i>	Fonctionnement associatif « classique » (association fermée) : la direction administrative et artistique bénéficie d'une grande liberté de manœuvre. L'auto-formation a lieu en interne pour les salariés, et en externe pour des connaissances précises.
Thème 2 : Positionnement économique	
<i>Sous-thème A Marchand et non marchand</i>	La très faible notoriété des artistes de jazz contemporains élude tout un pan de l'activité marchande : pas de grandes maisons de disque, pas de « producteurs » spécialisés, pas de couverture médiatique... « On ne travaille pas dans la communication à outrance ». Seule la billetterie apporte une part significative de ressources marchandes. Un peu plus de 50% de subventions, varie légèrement chaque année. Relations avec les financeurs : ville de Nantes assez ouverte, c'est une chance et aussi le résultat d'un militantisme auprès des élus. Le soutien de l'Etat a aussi été décisif : « l'Etat a poussé la ville à intervenir aussi ». L'apport en subvention n'est pas énorme, mais la « rentabilité » du Pannonica est très bonne, compte tenu des événements produits et de ses ressources.
<i>Sous-thème B Réciprocité</i>	Les horaires sont très souples : les durées de travail dépassent largement et régulièrement les durées imparties. Un système de récupération autonome d'heures est mis en place. Cela fonctionne bien, les salariés se responsabilisent et organisent leur travail. L'entraide entre salariés est courante, et se propose autant qu'elle se demande. Le Pannonica agit en centre de ressources régional pour le jazz et les musiques improvisées. L'équipe répond à de nombreuses sollicitations d'acteurs des Pays de la Loire. Au niveau national, de nombreux échanges avec les adhérents du réseau de la FSJMI (« on passe très vite au national »)
<i>Sous-thème C Non lucrative</i>	Non lucrative : « ne pas mener une action pour faire des bénéfices ». Davantage un état d'esprit collectif qu'une évidence. Faire en sorte qu'il y ait une transmission effective de l'art, afin qu'il ait une présence permanente dans la société. D'un point de vue comptable, l'association est non assujettie à la TVA. Les recettes propres doivent être complétées par une participation des pouvoirs publics pour permettre l'activité de l'association.
<i>Sous-thème D Une troisième voie ?</i>	Le Pannonica est un lieu qui se veut autonome, riche culturellement et « de résistance ». Cela va à l'encontre de la volonté publique de contrôler et de structurer l'offre culturelle sur un territoire. « A contre courant » de ce qui se pratique actuellement. La différence d'une salle comme le Pannonica vient peut-être du refus d'un modèle capitaliste basé sur le vedettariat et l'illusion du succès... « Ce genre de structures ne peut exister que s'il existe une volonté politique forte ». Le conservatisme culturel propre au politique freine cette reconnaissance. Et quand quelque chose est fait, la communication dépasse bien souvent les actions mises en place sur le terrain. Pérenniser ce « modèle » implique une meilleure connaissance mutuelle des acteurs, et de porter ses valeurs ensemble vers les instances de décision. « Il faut prendre des décisions concrètes et pas seulement débattre »

Titre	<i>Le positionnement économique des lieux associatifs de musiques amplifiées. L'apport de l'économie sociale et solidaire.</i>
Lieu de recherche	La Fédurok (fédération de lieux de musiques amplifiées/actuelles).
Mots clés	Musiques actuelles, musiques amplifiées, spectacle vivant, diffusion de concerts, accompagnement, association, économie sociale, économie solidaire, économie plurielle, réciprocité, utilité sociale, non lucrativité, positionnement économique.
Résumé	Les lieux adhérant à la Fédurok sont des associations qui proposent d'une part la diffusion de concerts de musiques amplifiées et d'autre part un travail, moins visible mais de plus en plus important, d'accompagnement. Dans un secteur économique marqué par les clivages, leur mode de fonctionnement est complexe et « fragilement durable ». Pour identifier et comprendre le positionnement économique de ces structures, l'économie sociale et solidaire propose une lecture intéressante et révélatrice à plusieurs niveaux. Une esquisse de positionnement est ensuite proposée grâce à une enquête de terrain menée dans six structures de la fédération.

Title	<i>The economics of non-profit, popular music venues. Contribution of social and solidarity-based economic theories.</i>
Location	La Fédurok (federation of popular music venues), France.
Keywords	Popular music, rock music, performing arts, concerts, accompanying measures, (non-profit-making) association, social economy, solidarity-based economy, plural economy, reciprocity, social interest, non-profit organizations, economic profile.
Summary	Fédurok's members are non-profit venues whose activities consist of presenting "rock" and popular music concerts, and proposing accompanying measures towards artists, audiences and other non-profit organizations. These complex and fragile organizations manage to survive in an economic sector of sharp contrasts. Why they are able to endure can be explained through social and solidarity-based economic theories which offer an interesting and revealing point of view. This study tries to provide an economic profile of these venues thanks to a survey conducted on the field.