

AGENCE OFFICIELLE DE PROMOTION INTERNATIONALE

*Wallonie-Bruxelles Théâtre/Danse*

W-B · T/D

ETAT DE LA DIFFUSION INTERNATIONALE  
DES ARTS DE LA SCÈNE  
DE LA FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES

**PRÉAMBULE**

**MÉTHODOLOGIE**

**ÉTAT**

# TABLE DES MATIÈRES

**THÉÂTRE**

**DANSE**

**CIRQUE, ARTS FORAINS ET ARTS DE LA RUE**

**THÉÂTRE JEUNE PUBLIC**

**PROPOSITIONS**

3/33

# PRÉAMBULE

---

Le relevé portant sur l'état de la diffusion internationale des compagnies arts de la scène de la Fédération Wallonie-Bruxelles est réalisé par l'agence Wallonie-Bruxelles Théâtre/Danse pour la troisième année consécutive.

Ce relevé détermine les *orientations stratégiques* de l'agence et lui permet d'implémenter des dispositifs qui répondent aux difficultés rencontrées par nos compagnies dans leurs activités d'exportation.

La volonté de l'agence était de parvenir à déterminer des dispositifs de soutien sur base non pas d'intuitions mais sur base de données quantitatives et qualitatives fiables.

Ce relevé permet bien d'étayer les éléments de connaissance que nous avons sur la question de la diffusion internationale de nos productions arts de la scène et permet de lancer des actions ciblées. Il met en évidence l'urgence de *professionnaliser le secteur*, l'impératif de "*montée en compétences*". En effet, les entreprises d'exportation impliquent nécessairement que nos compagnies soient organisées de manière structurée et que leur mode de fonctionnement reposent sur des compétences liées aux enjeux de la diffusion internationale.

Le relevé a donc vocation à *professionnaliser l'accompagnement* mis en oeuvre par l'Agence et ultimement, *la professionnalisation des pratiques de mises en marché des compagnies* de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

## REMARQUES MÉTHODOLOGIQUES

- *Des données nouvelles*, ont cette année, été récoltées: elles portent sur le recours au mécénat et au soutien du secteur privé et sur l'apport de co-production internationale;
- WBT/D a adressé via les départements du Service général des Arts de la Scène et son fichier de contact, un questionnaire auprès de plus de 150 compagnies oeuvrant en Fédération Wallonie-Bruxelles;
- La récolte des données s'avèra extrêmement difficile. Elle est tributaire des équipes des compagnies et du temps qu'elles peuvent affecter à des demandes externes;
- Ce sont au total **59 compagnies** qui ont répondu au questionnaire soumis:

- le taux le plus faible de réponse - eu égard à la taille du secteur - est celui relatif au cirque/arts de la rue/ arts forains;

# Ce taux peut être considéré comme un *indicateur à la fois du manque de visibilité et de reconnaissance de l'agence au sein du secteur* mais aussi de la "maturité professionnelle" des compagnies de ce secteur. On le constatera, c'est dans ce secteur que la structuration des compagnies y est encore la plus "artisanale";

# Pour des raisons évidentes, une majorité de compagnies "répondantes" assurent une activité à l'internationale. Répondent celles qui se sentent concernées pas le champ du questionnaire;

# De facto, *les résultats obtenus sont ceux des compagnies dont l'activité à l'export est la plus prononcée*, conséquemment les faibles exportations de certains secteurs pourraient encore être plus marquées sur un relevé basé dès lors sur une panel plus large. En outre, comme le démontrera le relevé, les *cinq compagnies les plus exportatrices* de chaque secteur repris, *représentent souvent à elles la majorité des exportations de tout le secteur*;

# Le relevé en attestera: la question de la structure de nos compagnies, de leur structure hiérarchique et fonctionnelle, détermine le taux de réponse au questionnaire. Plus les organigrammes sont indéterminés, moins les compagnies disposent des moyens pour répondre à une demande qui implique une structure professionnelle.

## ETAT

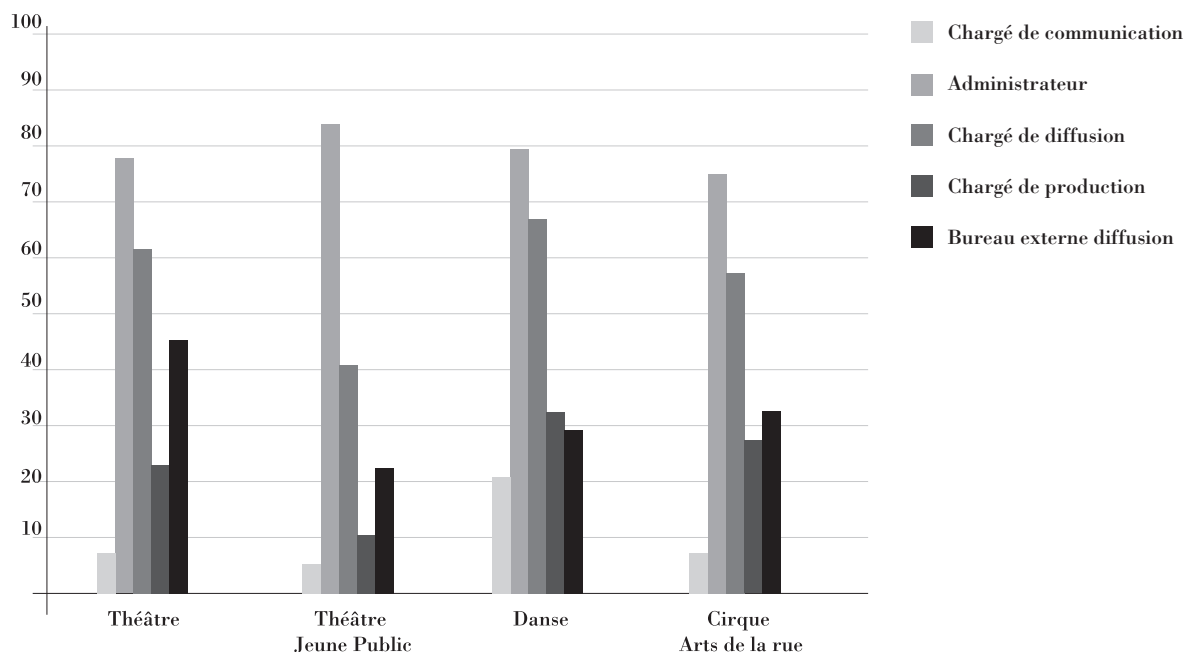
Sur l'année civile 2013:

- Ce sont donc - tous secteurs confondus - : **127 pièces, 1 562 représentations** qui se sont exportées dans **584 lieux**

L'activité de nos compagnies à l'étranger représente:

- 51 % de l'activité du secteur théâtre
- 64 % de l'activité du secteur danse
- 54 % de l'activité du secteur cirque, arts de la rue, arts forains
- 36 % de l'activité du secteur théâtre jeunes-publics
- Les **TOP 5 des compagnies les plus exportatrices** – hormis pour le secteur danse – **engagent à eux seuls plus 60 % de toutes les exportations de leurs secteurs respectifs**. Pour le secteur danse, ce top engrange 57 % des exportations du secteur;
- **La France demeure le pays cible de nos exportations** – hormis pour le secteur danse – ce pays représente plus de 70 % des exportations de nos productions. Pour le secteur danse, la France représente une part de marché de 30 % de ses exportations.

## POINT SUR LA SITUATION DES COMPAGNIES



## REMARQUES

1. Ce qui caractérise les réponses récoltées à la rubrique “organigramme” des compagnies est avant tout la mode du “Free style”. Pour le dire moins prosaïquement, une *totale indétermination des statuts, des rôles et fonctions y est constatée.*
2. La structuration des compagnies est différente de l’une à l’autre, aucun organigramme de référence ne se dégage au travers des questionnaires enregistrés.
3. *Le poste de chargé de production est totalement sous-représenté* dans les déclarations enregistrées.
4. Quel que soit le secteur, les *postes de chargé(e)s de diffusion et de production sont scindés, non formalisés et sous-représentés:*
  - 4.1. Commençons donc par une bonne nouvelle! Des emplois sont à créer: ceux de chargé(e) s de production et de diffusion;
  - 4.2. Les données récoltées sur les organigrammes des compagnies et sur la sous-représentation des postes clés sont particulièrement intéressantes et révélatrices de la manière dont se pose l’enjeu de la diffusion pour une majorité des compagnies oeuvrant en FWB. Cet enjeu apparaît comme non lié à celui de la production:
    - # 4.2.1. Les pièces produites en FWB n’intègrent pas d’emblée la dimension de la diffusion;
    - # 4.2.2. Les données récoltées sur la représentation des postes de chargé(e)s de production et de diffusion est à mettre en corrélation évidemment avec le très faible taux de co-production internationale engagé dans les productions FWB mises en marché. Plus l’organigramme d’une compagnie apparaît défini, plus les résultats à l’export sont bons;
    - # 4.2.3. Ces données sur la représentation de ces postes sont également à mettre en corrélation avec le fait que les pièces mises en marché sont essentiellement des productions produites sur les deux dernières saisons. (Absence de stratégie sur le long terme – pas de création de “répertoire” )

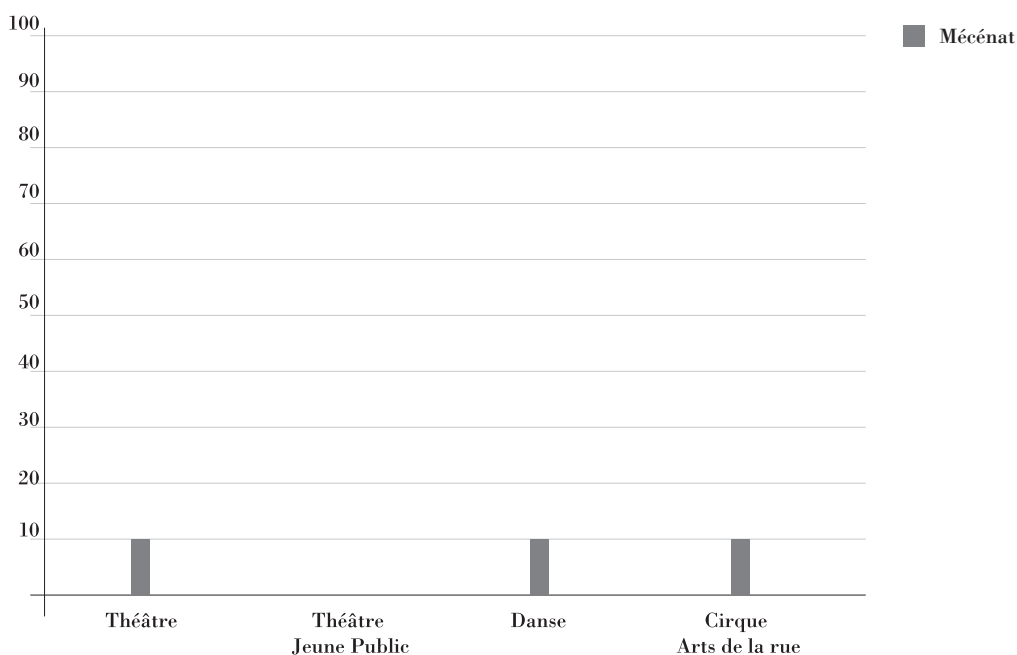
5. Les mises en production et en diffusion sont assurées dans une majorité de cas par des agents – les “administrateurs” – dont la fonction première n’est évidemment pas celle-là.
6. La taille moyenne d’une compagnie est de 2 personnes, ce qui induit que les deux permanents assurent l’intégralité des tâches incombantes à une compagnie: production, diffusion, communication, comptabilité ...

Nous en faisons l’hypothèse: les compagnies, faute d’un cadre opérationnel stable et structuré, ne sont pas à même, dans une très grande majorité, de développer des stratégies sur le “long terme” – comme la recherche de coproduction, le dégagement de résidence à l’étranger, l’intégration dans les réseaux – ce sont pourtant précisément ces stratégies sur le long terme qui sont les seules à permettre aux compagnies d’optimiser leurs exportations.

Les cadres fonctionnels des compagnies arts de la scène FWB ne constituent absolument pas des cadres favorables au développement de stratégies de long-terme comme les stratégies liées aux enjeux de la diffusion internationale. A ce stade, nos compagnies ne sont pas encore assimilables à des micros-entreprises.

Nos compagnies travaillent donc sous un mode “artisanal”. Pour reprendre Alfred Chandler ( Stratégie et structure aux Editions d’Organisation, Paris, 1989), il existe une relation étroite entre la stratégie et la structure d’une entreprise, la première déterminant la seconde.

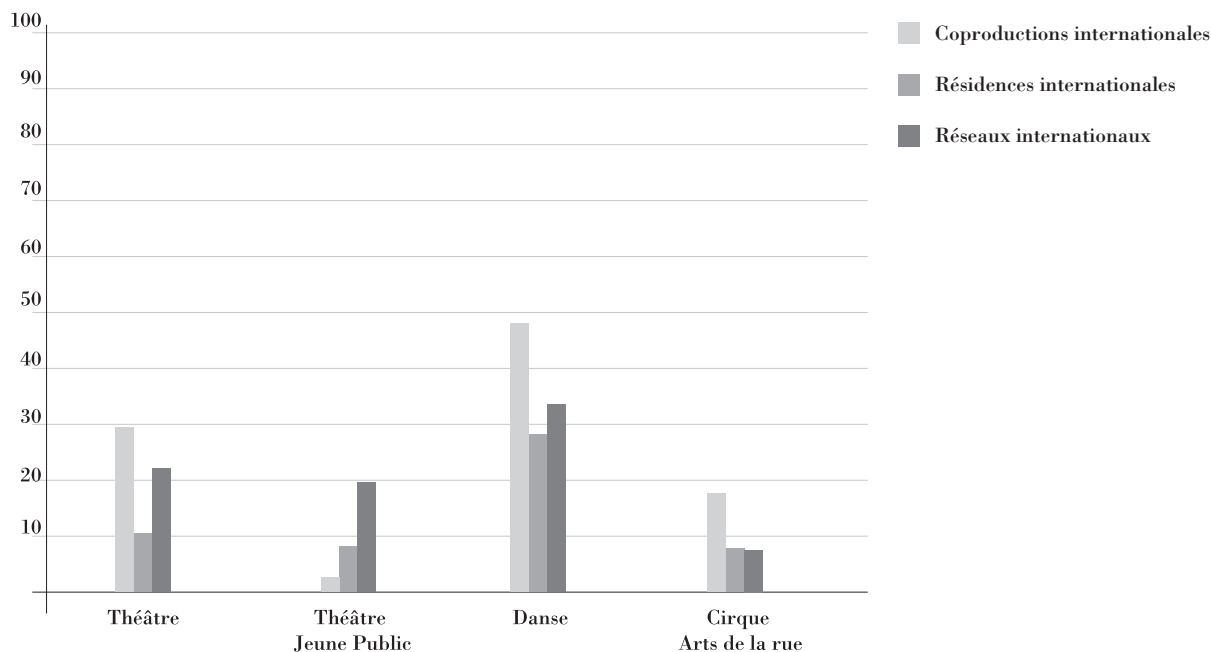
## POINT SUR LA QUESTION DU MÉCÉNAT





## REMARQUE

1. A nouveau, les données récoltées forcent à l'optimisme! Qu'il s'agisse de mécénat d'entreprises privées, de fondations ou de particuliers via par exemple le crowdfunding, les données recencées font apparaître qu'en la matière tout demeure à faire et ce dans tous secteurs confondus.



## OBSERVATIONS SUR LES COPRODUCTIONS

1. Le secteur dont l'activité à l'export est la plus significative, à savoir le secteur danse est le seul secteur où les productions mises en marché à l'internationale sont constituées via des coproductions internationales: 71 % des pièces qui tournent en intègrent. Ces coproductions ne s'avèrent pas l'apanage des seules compagnies contrat-programmées ou conventionnées.

C'est aussi le secteur, où évidemment, on retrouve la présence la plus importante de chargé(e)s de production & de diffusion ainsi que le taux le plus important de résidence à l'étranger.

2. Les compagnies reprises dans les TOP 5 des différents secteurs sont également celles qui intègrent le plus d'apports de co-producteurs étrangers dans leurs productions.
3. Les co-productions internationales émanent essentiellement d'opérateurs français.
4. Le secteur du Théâtre Jeunes-Publics a le taux le plus faible de coproductions internationales. Il est celui également où le panel des compagnies s'avère être les plus "conventionnées". Ses productions sont également moins "sur-titrées" que celles du secteur Théâtre adulte.

*La dimension “coproduction internationale” s’avère constituer un bon indicateur de l’état de maturité et de structuration d’un secteur.* Le degré de coproduction est corrélé positivement à l’intégration des compagnies dans des réseaux et à leur intégration dans des logiques de résidence.

## OBSERVATIONS SUR LES RÉSIDENCES

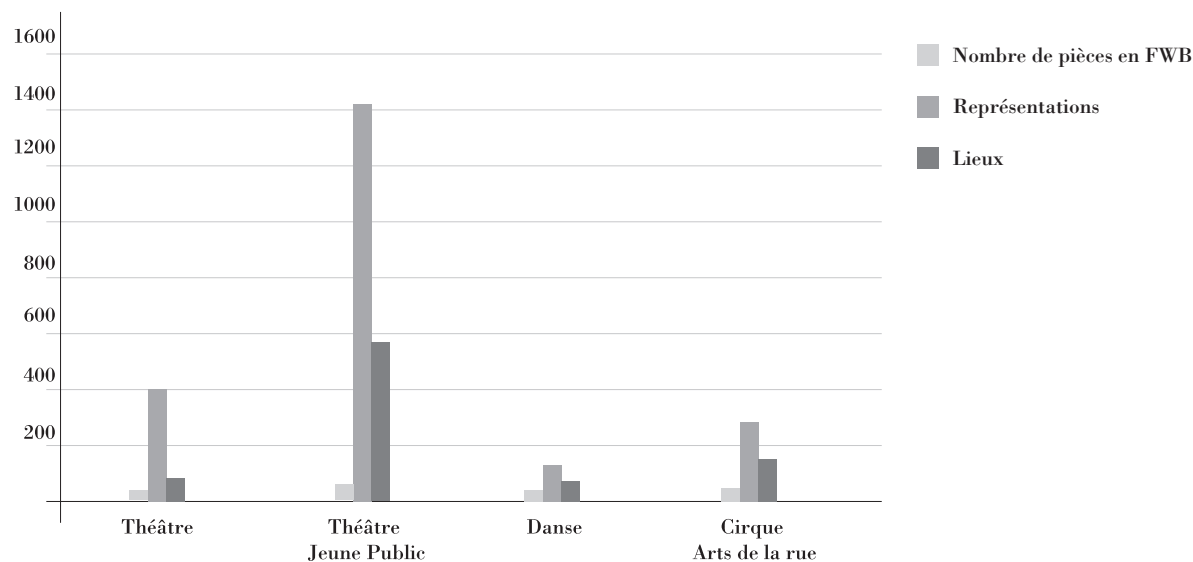
1. A nouveau, le secteur qui circule le plus à l’international est celui où le nombre de résidences menées à l’étranger lors du processus de production est le plus élevé, soit le secteur danse.
2. *Effets cumulés*: les secteurs où les chargé(e)s de production & de diffusion sont les moins représentés sont de facto les secteurs où les résidences et les co-productions sont les plus marginalisées dans les créations mises en marché.

## OBSERVATIONS SUR LES RÉSEAUX

1. La participation la plus importante aux réseaux internationaux est également enregistrée par le secteur danse, soit le secteur travaillant le plus avec des chargé(e)s de production & de diffusion.
2. A la question “Selon vous, quels sont les facteurs ou difficultés essentielles susceptibles d’entraver la diffusion de votre travail à l’étranger”, une majorité de compagnies a identifié: la difficulté à dégager des marges financières et l’identification des réseaux. Cela se révèle en effet dans le taux de participation des compagnies aux réseaux internationaux et aux participations aux marchés et salons à l’étranger.

Nous avons pu mesurer à l’aune des déclarations enregistrées, *l’absence de connaissance des réseaux européens et mondiaux par nos compagnies.* Au delà de la non implication dans un réseau donc, la question qui s’avère cruciale est bien celle de leur reconnaissance.

## POINT SUR LA NATURE DES EXPORTATIONS



## OBSERVATIONS SUR LA NATURE DES EXPORTATIONS

1. Nos compagnies se diffusent à l'étranger sur un nombre très faible de représentations par programmation, en moyenne, **2 représentations par lieux d'accueil à l'étranger. On peut en déduire que nos exportations se concentrent essentiellement sur des programmations en Festival** et non en cours de saison. Il conviendra à la faveur du prochain rapport de mesurer la "fidélité" des partenaires étrangers: nos compagnies retournent – elles chez les mêmes partenaires pour présenter leurs nouvelles productions? Ces partenaires deviennent-ils des coproducteurs.
2. Elles circulent essentiellement avec des **productions "récentes"**. La stratégie de "marque" visant à l'**exploitation du répertoire est peu mise en oeuvre**, hormis pour les compagnies du secteur danse, où 14 % seulement des compagnies tournent avec une seule production.
3. Les équipes en tournée sont en moyenne assez importantes (5 personnes en moyenne tous secteurs confondus), hormis pour le secteur "cirque, arts de la rue, arts forains" .

Faute de se positionner sur une stratégie de mise en marché sur base d'une valorisation d'une gamme assimilable à la notion de répertoire, nos compagnies circulent avec peu de productions et des récentes dans une majorité de cas. Ceci a pour effet de raccourcir la durée de vie d'une production. On le sait les festivals – qui sont la cible majoritaire apparemment de nos exportations – misent sur l'effet "création" ce qui cumule encore la faible exploitation des répertoires de nos compagnies et l'implémentation de stratégies de long terme. Ceci, il faudra le vérifier, pourrait être un indicateur également du degré de fidélité des partenaires étrangers. En effet, un partenaire cible, privilégié, serait plus à même par exemple de valoriser le répertoire d'une compagnie qu'un partenaire uniquement séduit par une nouvelle production.

12/33

# THÉÂTRE

---

## PANEL DE 13 COMPAGNIES

- 7 compagnies bénéficient d'une convention
- 6 compagnies aidées aux projets
- 100 % des compagnies sondées ont mené une activité à l'étranger

## ORGANIGRAMME DES COMPAGNIES

- équipe moyenne: 3 personnes
- chargé de communication: 7 %
- administrateur: 77 %
- chargé de diffusion: 62 %
- chargé de production: 23 %
- recours à un bureau externe de diffusion/production: 46%

## MÉCÉNAT / CROWDFUNDING

- 1 bénéficiant de l'apport d'un mécène privé

## COPRODUCTIONS INTERNATIONALES

- soit: 29 % de coproductions internationales
- 100 % des compagnies qui en bénéficient sont conventionnées
  - 78 % de coproductions émanent de France
  - 22 % des coproductions émanent de Suisse
- La compagnie Artara représente 33 % des coproductions du secteur, 50 % de ses créations intègrent des coproductions internationales

## PRODUCTIONS AYANT BÉNÉFICIÉ D'UNE RÉSIDENCE À L'ÉTRANGER

- soit: 10 % de résidences: France, Espagne, Canada

## **PARTICIPATION DANS LES RÉSEAUX INTERNATIONAUX**

- soit: 23 % de participation dans les réseaux

## **PROFIL DES PIÈCES DIFFUSÉES**

- pièces diffusées à l'étranger: 31 pièces pour 215 représentations dans 92 lieux
- en moyenne à l'étranger, les compagnies tournent avec : 2 pièces
  - 38 % des compagnies tournent avec plus de trois pièces
  - 38 % des compagnies tournent avec 1 pièce
- 32 % des pièces qui tournent sont créées sur les deux saisons précédentes
- Moyenne de personnes en tournée: 6
  - 42 % des pièces tournent avec une distribution de plus de 6 personnes
- Nombre de représentations par lieux: 2
- 52 % des pièces mises en marché disposent d'un sur-titrage

## **DIFFUSION FWB**

- pièces diffusées en FWB: 32 pièces pour 205 représentations dans 69 lieux :
- en moyenne en FWB, les compagnies tournent avec 1 pièce
- Nombre de représentations par lieux: 3
- 51 % des représentations de nos compagnies "Théâtre" se déroulent à l'étranger

## **STRATÉGIE**

- 77% des compagnies déclarent pratiquer une baisse de cachet pour une diffusion internationale
- 54 % des compagnies déclarent "adapter" leurs créations à une diffusion internationale
- 39 % des compagnies déclarent avoir participé à un marché
- 76 % des compagnies déclarent affecter un budget aux supports promotionnels de mise en marché

## **PAYS D'EXPORTATION**

- 74% des exportations en France
- 6 % dans les Doms-Tom
- 3% en Suisse & Espagne
- des dates sont dégagées en Russie, Pays-Baltes, USA et Royaume-Unis

## DIFFICULTÉS À L'EXPORT

“Selon vous, quels sont les facteurs ou difficultés essentielles susceptibles d’entraver la diffusion de votre travail à l’étranger (cochez 3 items par ordre d’importance 1,2,3)”

1. Difficultés à dégager des marges financières pour “investir” dans l’exportation de vos spectacles
2. Difficultés à identifier et rejoindre un réseau du spectacle vivant à l’échelle européenne ou internationale
3. Difficultés à financer les échanges avec les partenaires potentiels

## LE TOP 5 RÉALISE 79 % DES EXPORTATIONS DU SECTEUR

1. **CHALIWATÉ**
  - a. Qui réalise 26 % des exportations (en terme de représentations) de tout le secteur
  - b. 44 % de son activité se déroule à l’étranger
2. **ARTARA / FABRICE MURGIa**
  - a. Qui réalise 15 % des exportations de tout le secteur
  - b. 67 % de son activité se déroule à l’étranger
3. **LE CORRIDOR**
  - a. Qui réalise 14 % des exportations de tout le secteur  
\* le nombre de représentations inclus les 20 représentations de série à Avignon au Théâtre des DOMS
  - b. 56 % de son activité se déroule à l’étranger
4. **VICTOR B**
  - a. Qui réalise 12 % des exportations de tout le secteur
  - b. 49 % de son activité se déroule à l’étranger
5. **UTOPIA**
  - a. Qui réalise 12 % des exportations de tout le secteur
  - b. 38 % de son activité se déroule à l’étranger  
\* la compagnie a été partenaire d’une opération de mise en marché de type “FOCUS” au Théâtre de Vanves en France en collaboration avec le Théâtre les Tanneurs

16/33



# DANSE

---

## PANEL DE 14 COMPAGNIES

- 2 bénéficient d'une convention
- 4 d'un contrat programme
- 1 compagnie est "artiste associé au Centre chorégraphique de Charleroi Danses"
- 7 bénéficient d'aides aux projets ou en auto-production
- 100 % des compagnies répondantes ont mené une activité à l'étranger

## ORGANIGRAMME DES COMPAGNIES:

- équipe moyenne: 2 personnes
- chargé de communication: 21 %
- un administrateur: 79 %
- un chargé de diffusion: 65 %
- un chargé de production: 35 %
- recours à un bureau externe de diffusion/production: 29%

## MÉCÉNAT / CROWDFUNDING

- 1 bénéficie du support d'un mécène particulier

## COPRODUCTIONS INTERNATIONALES

- 18 coproductions sur 38 pièces
- soit: 47 % de coproductions internationales
  - 40 % de coprod émanent de France
  - sinon: Allemagne, Suisse, Portugal, Espagne, Tchéquie
- 71 % des productions les plus diffusées bénéficient de coproductions internationales

## PRODUCTIONS AYANT BÉNÉFICIÉ D'UNE RÉSIDENCE À L'ÉTRANGER

- 29 % de résidences: France, Canada, Brésil

## **PARTICIPATION DANS LES RÉSEAUX INTERNATIONAUX**

- 36 % de participation dans les réseaux

## **PROFIL DES PIÈCES DIFFUSÉES**

- pièces diffusées à l'étranger: 38 pièces pour 203 représentations dans 113 lieux
- en moyenne à l'étranger, les compagnies tournent avec : 3 pièces
  - 29 % des compagnies tournent avec plus de trois pièces
  - 14 % des compagnies tournent avec une pièce
- 47 % des pièces qui tournent sont créées sur les deux saisons précédentes
- Moyenne de personnes en tournée: 7
- Nombre de représentations par lieux: 2

## **DIFFUSION FWB**

- pièces diffusées en FWB: 28 pièces pour 116 représentations dans 56 lieux
- en moyenne en FWB, les compagnies tournent avec 1 pièce
- Nombre de représentations par lieux: 2 représentations par lieux
- 64 % des représentations de nos compagnies "Danse" se déroulent à l'étranger

## **STRATÉGIE**

- 79% des compagnies déclarent pratiquer une baisse de cachet pour une diffusion internationale
- 50 % des compagnies déclarent "adapter" leurs créations à une diffusion internationale
- 43 % des compagnies déclarent avoir participé à un marché
- 43 % des compagnies déclarent affecter un budget aux supports promotionnels de mise en marché

## **PAYS D'EXPORTATION**

- 35 % des exportations en France
- 9% en Chine
- 8 % au Brésil
- 6% en Allemagne
- 3 % au Canada
- Marché US touché
- Marché Asie
- Reste de l'UE avec peu de dates en UK

## DIFFICULTÉS À L'EXPORT

“Selon vous, quels sont les facteurs ou difficultés essentielles susceptibles d'entraver la diffusion de votre travail à l'étranger (cochez 3 items par ordre d'importance 1,2,3)”

1. Difficultés à dégager des marges financières pour “investir” dans l'exportation de vos spectacles
2. Difficultés à financer les échanges avec les partenaires potentiels
3. Difficultés à appréhender les circuits et les lieux de diffusion

## LE TOP 5 RÉALISE 57 % DES EXPORTATIONS DU SECTEUR

### 1. *ZOO / THOMAS HAUERT*

- a. Qui réalise 21 % des exportations (en terme de représentations) de tout le secteur
- b. 86 % de son activité se déroule à l'étranger

### 2. *DAME DE PIC*

- a. Qui réalise 13 % des exportations de tout le secteur
- b. 71 % de son activité se déroule à l'étranger

### 3. *T.R.A.N.S.T.I.S.C.A.P.E.*

- a. Qui réalise 9 % des exportations de tout le secteur
- b. 76 % de son activité se déroule à l'étranger

### 4. *MOSSOUX-BONTÉ*

- a. Qui réalise 7 % des exportations de tout le secteur
- b. 68 % de son activité se déroule à l'étranger

### 5. *AS PALAVRAS*

- a. Qui réalise 7 % des exportations de tout le secteur
- b. 63 % de son activité se déroule à l'étranger

20/33

# CIRQUE/ ARTS DU CIRQUE, FORAIN

---

## **PANEL DE 12 COMPAGNIES**

- 4 bénéficient d'une convention
- 1 d'un contrat programme
- 7 d'aides aux projets ou en auto-production
- 17 % des compagnies répondantes n'ont pas eu d'activité à l'export

## **ORGANIGRAMME DES COMPAGNIES**

- équipe moyenne: 2 personnes
- chargé de communication: 8 %
- un administrateur: 75 %
- un chargé de diffusion: 58 %
- un chargé de production: 25 %
- recours à un bureau externe de diffusion/production: 33%

## **MÉCÉNAT / CROWDFUNDING**

- 1 bénéficie du support d'une Fondation privée

## **DES PRODUCTIONS INTÉGRANT DES COPRODUCTIONS INTERNATIONALES**

- 17 % de coproductions internationales: exclusivement France

## **PRODUCTIONS AYANT BÉNÉFICIÉ D'UNE RÉSIDENCE À L'ÉTRANGER**

- 8 % de coproductions internationales: France et Italie

## **PARTICIPATION DES COMPAGNIES DANS LES RÉSEAUX INTERNATIONAUX**

- 8 % de participation dans les réseaux

## PROFIL DES PIÈCES DIFFUSÉES

- pièces diffusées à l'étranger: 18 pièces pour 329 représentations dans 102 lieux
- en moyenne à l'étranger, les compagnies tournent avec : 1 pièce
  - 17 % des compagnies tournent avec plus de deux pièces (soit deux compagnies), pas d'exploitation du répertoire
  - 41 % des pièces qui tournent sont créées sur les deux saisons précédentes
- Moyenne de personnes en tournée: 2
- Nombre de représentations par lieux: 3

## DIFFUSION FWB

- pièces diffusées en FWB: 24 pièces pour 274 représentations dans 149 lieux :
- en moyenne en FWB, les compagnies tournent avec 2 pièces
- Nombre de représentations par lieux: 2
- 54 % des représentations de nos compagnies "cirque, arts de la rue, forains" se déroulent à l'étranger

## STRATÉGIE

- 33% des compagnies déclarent pratiquer une baisse de cachet pour une diffusion internationale
- 58 % des compagnies déclarent "adapter" leurs créations à une diffusion internationale
- 67 % des compagnies déclarent avoir participé à un marché (Chalon, Fringe)
  
- 83 % des compagnies déclarent affecter un budget aux supports promotionnels de mise en marché

## PAYS D'EXPORTATION

- 96 % des exportations se font en France
- 2% en Suisse
- 1 % en Italie
- reste: dates marginales en UE

## DIFFICULTÉS À L'EXPORT

“Selon vous, quels sont les facteurs ou difficultés essentielles susceptibles d’entraver la diffusion de votre travail à l’étranger (cochez 3 items par ordre d’importance 1,2,3)”

1. Difficultés à dégager des marges financières pour “investir” dans l’exportation de vos spectacles
2. Difficultés à identifier et rejoindre un réseau du spectacle vivant à l’échelle européenne ou internationale
3. Difficultés à financer les échanges avec les partenaires potentiels

## TOP 5

### 1. *CHEMINS DE TERRE*

- a. Qui réalise 30 % des exportations (en terme de représentations) de tout le secteur
- b. 84 % de son activité se déroule à l’étranger

### 2. *COMPAGNIE UN DE CES QUATRE*

- a. Qui réalise 17 % des exportations de tout le secteur
- b. 50 % de son activité se déroule à l’étranger

### 3. *ROYALES MARIONNETTES ÉGALITÉ AVEC THÉÂTRE DU SURSAUT*

- a. Qui réalise 12 % des exportations de tout le secteur
- b. 30 % de son activité se déroule à l’étranger (Royales)
- c. 27 % de son activité se déroule à l’étranger (Sursaut)

### 4. *COMPAGNIE CIRCONCENTRIQUE*

- a. Qui réalise 8 % des exportations de tout le secteur
- b. 68 % de son activité se déroule à l’étranger (Sursaut)

### 5. *SIX FAUX NEZ*

- a. Qui réalise 7 % des exportations de tout le secteur
- b. 68 % de son activité se déroule à l’étranger (Sursaut)

24/33



# THÉÂTRE JEUNE PUBLIC

---

## PANEL DE 20 COMPAGNIES

- 9 bénéficient d'un contrat programme
- 4 d'un agrément
- 7 d'aides aux projets

## ORGANIGRAMME DES COMPAGNIES

- équipe moyenne: 2 personnes
- chargé de communication: 5 %
- administrateur: 85 %
- chargé de diffusion: 41 %
- chargé de production: 10 %
- recours à un bureau externe de diffusion/production de diffusion/production: 25%

## MÉCÉNAT / CROWDFUNDING

- 0 %

## PRODUCTIONS INTÉGRANT DES COPRODUCTIONS INTERNATIONALES

- 2,5 % de coproductions internationales: Italie

## PRODUCTIONS AYANT BÉNÉFICIÉ D'UNE RÉSIDENCE À L'ÉTRANGER

- 7 % de résidence: Guyanne, Suisse, Burkina Faso, Québec  
( 1 compagnie contrat-programmée a réalisé deux résidences  
sur le même projet)

## PARTICIPATION DES COMPAGNIES DANS LES RÉSEAUX INTERNATIONAUX

- 20 % de participation dans les réseaux

## **PROFIL DES PIÈCES DIFFUSÉES**

- pièces diffusées à l'étranger: 40 pièces pour 815 représentations dans 277 lieux
- en moyenne à l'étranger, les compagnies tournent avec 2 pièces
  - 30 % des compagnies tournent avec plus de deux pièces
  - 20 % des compagnies tournent avec plus de quatre pièces (toutes sont contrat programmées)
- 52 % des pièces qui tournent sont créées sur les deux saisons précédentes
- Moyenne de personnes en tournée: 6
- Nombre de représentations par lieux: 3
- 17 % des pièces mises en marché bénéficient d'un sur-titrage

## **DIFFUSION FWB**

- pièces diffusées en FWB: 58 pièces pour 1417 représentations dans 554 lieux :
- en moyenne en FWB, les compagnies tournent avec 1 pièce
- Nombre de représentations par lieux: 3
- 36 % des représentations de nos compagnies "théâtre jeunes-publics" se déroule à l'étranger

## **STRATÉGIE**

- 35% des compagnies déclarent pratiquer une baisse de cachet pour une diffusion internationale
- 20 % des compagnies déclarent "adapter" leurs créations à une diffusion internationale
- 0 % des compagnies déclarent avoir participé à un marché
- 70 % des compagnies déclarent affecter un budget aux supports promotionnels de mise en marché

## **PAYS D'EXPORTATION**

- 88 % des exportations se font en France
- 3% dans les Doms Toms
- 2 % en Allemagne et en Espagne
- 1 % aux Pays-Bas
- 1 % en Suisse
- dates d'une compagnie au Burkina Faso

## DIFFICULTÉS À L'EXPORT

“Selon vous, quels sont les facteurs ou difficultés essentielles susceptibles d’entraver la diffusion de votre travail à l’étranger (cochez 3 items par ordre d’importance 1,2,3)”

1. Difficultés à appréhender les circuits et les lieux de diffusion
2. Manque de connaissance sur les pratiques de la diffusion ayant cours dans les autres pays
3. Difficultés à dégager des marges financières pour “investir” dans l’exportation de vos spectacles

## TOP 5: LE TOP 5 RÉALISE 63 % DE L'EXPORTATION DU SECTEUR

### 1. *TOF THÉÂTRE*

- a. Qui réalise 17 % des exportations (en terme de représentations) de tout le secteur
- b. 62 % de son activité se déroule à l’étranger

### 2. *COMPAGNIE 3637*

- a. Qui réalise 13 % des exportations de tout le secteur
- b. 66 % de son activité se déroule à l’étranger

### 3. *COMPAGNIE KARYATIDES*

- a. Qui réalise 12 % des exportations de tout le secteur
- b. 65 % de son activité se déroule à l’étranger

### 4. *THÉÂTRE DE LA GUIMBARDE*

- a. Qui réalise 11 % des exportations de tout le secteur
- b. 21 % de son activité se déroule à l’étranger

### 5. *COMPAGNIE ARTS ET COULEURS*

- a. Qui réalise 10 % des exportations de tout le secteur
- b. 52 % de son activité se déroule à l’étranger

28/33

# PROPOSITIONS

---

Le rapport permet de mettre en évidence les obstacles à l'export rencontrés par nos compagnies:

- déficit de formation
- déficit de professionnalisation
- déficit d'accompagnement
- déficit de moyens financiers
- déficit de mises en réseaux

Des mesures destinées à répondre aux déficits rencontrés peuvent être implémentées au niveau de l'agence WBT/D:

1. *contribuer à la professionnalisation des secteurs et la montée en reconnaissance et compétences.*

Rares sont les compagnies et les institutions qui se voient comme des micros - entreprises disposant d'un capital à exploiter et à faire fructifier. Rares sont celles qui définissent un horizon commercial et une stratégie référente. A l'heure actuelle, les structures et organigrammes des compagnies ne constituent pas des cadres adéquats pour mener à bien des stratégies de mises en marché internationales.

Rares sont les chargé(e)s de production dont les missions sont identifiées.

Rares sont les projets qui sont créés d'emblée avec une réflexion sur leur «diffusion». Les projets se créent sur base - légitime - d'une envie artistique mais qui fait fi souvent des réalités d'exploitation. Les projets se créent de manière « inflationniste » et souvent sans futur.

## MESURES

- La mise en oeuvre par WBT/D d'un programme de formation destiné aux chargé(e)s de production et de diffusion;
- La participation à la mise en oeuvre d'un premier "ordre francophone des chargé(e)s de diffusion et de production" destiné à la reconnaissance d'un métier, d'une expertiste;

- contribuer à la valorisation des postes de chargé(e)s de production et de diffusion: le “producteur” doit pouvoir intervenir dans la réflexion sur la production mise en marché et assumer des discussions sur le calibrage de la pièce: *la pièce est –elle bien pensée, la scénographie est-elle optimale pour une exportation...* ces réflexions doivent absolument s’imposer et ce au niveau de la production du projet. Il est essentiel que la phase diffusion ne soit plus être déconnectée de la phase production d’un projet qu’une compagnie souhaite mettre en marché qu’il soit national comme international.
- La valorisation de la mutualisation des compétences mise au bénéfice des compagnies disposant de peu de moyens – exemple: les opérations Bons Baisers implémentés par WBT/D (B2B).

**2. Contribuer à l’identification des réseaux internationaux de diffusion et de production et stimuler nos participations dans ceux-ci. Il est primordial que nos lieux de production - que sont essentiellement les théâtres - et nos compagnies identifient les réseaux qui existent et y participent.**

Le travail à l’international est un travail de long terme, les relations commerciales s’alimentent d’informel et s’inscrivent dans la durée et dans l’échange. Nos théâtres doivent se positionner comme structures de production et comme partenaires de co-production internationale et ce pour optimiser la mise en marché de leurs productions. L’exportation induit l’importation et pour ce faire, nous devons nous appuyer sur l’étroite collaboration de nos scènes qui dans la balance commerciale ont à valoriser un statut Win/Win, de partenaire à partenaire. Notre attractivité et légitimité à l’export dépendent en grande partie de l’ouverture de nos marchés des arts de la scène.

Un projet voué à une diffusion internationale est un projet bien produit, qui intègre des coproductions internationales qui se murit au gré de résidences en FWB et à l’étranger, qui est mobile et qui se distingue par une recherche artistique singulière.

Que les compagnies indépendantes comme les compagnies « produites » par les structures investissent dans des mises en coproductions est la garantie qu’elles rallongent leurs cycles de vie et internationalisent leurs pratiques et mode de fonctionnement.

Les obstacles rencontrés par les compagnies à leur diffusion internationale sont en partie générés par la nature de l’accompagnement que réservent les institutions de production FWB aux compagnies qu’elles produisent.

## MESURES

- La constitution d'un répertoire de réseaux, de marchés et de salons
- Encourager les opérateurs à nous accompagner dans nos missions de prospection sur des marchés ciblés:
- Réunions trimestrielles de concertation sur les initiatives internationales, instaurer une concertation et un lieu de rencontre entre les théâtres et les compagnies;
- Les opérations "Bons Baisers".

### 3. *Contribuer à l'identification de marchés cibles*

#### MESURES

Travail de coaching direct avec les compagnies, constitution d'un répertoire de lieux "acheteurs" et "coproducteurs".

### 4. *Le soutien à l'élaboration de positionnement des nos compagnies, au développement de stratégies de mise en marché et d'une singularisation de leurs identités*

#### MESURES

Travailler avec elles sur l'idée de valorisation d'une gamme, le concept de "marque", elles sont des marques qui doivent se positionner. Ce travail se fait au travers de nos rendez-vous de "coaching" et au travers de la formation.

### 5. *Le soutien à la consolidation financière des productions FWB mises en marché, agir sur le dégagement de moyens financiers destinés à soutenir les stratégies de long-terme.*

Parmi les compagnies les plus exportatrices un nombre non négligeable de compagnies ne disposent pas nécessairement de soutien structurel émanant du Ministère. Elles n'ont "pas le choix" de stimuler leurs exportations et de dégager des moyens à affecter à la fois à leur production et à leur diffusion. L'agence doit pouvoir leur fournir une réponse adéquate dans leurs recherches de fonds et ne pas réduire sa réponse à une attente de fonds publics.

#### MESURES

- WBT/D en collaboration avec Promethea propose des sessions de formation destinées au soutien à l'élaboration de demande de financement d'entreprises privées – la volonté par ce biais est également de contribuer à professionnaliser les compagnies qui se confrontent à l'élaboration d'un dossier solide et professionnel.
- WBT/D accompagne des projets postés sur des plates-forme de crowdfunding

## **DES MOTS D'ORDRE**

le long-terme, le processus, la mise en réseau, le partenariat, l'entrepreneuriat

## **A BANIR**

L'improvisation...



**RELEVÉ RÉALISÉ PAR**

***Stéphanie Pécourt***

- Directrice de l'Agence WBT/D -

avec l'aide opérationnelle de  
***Sarah Zine et Marie Danjou***

et les lectures attentives de  
***Séverine Latour***