



JOURNÉE PROFESSIONNELLE

LA COOPÉRATION TERRITORIALE DANS LA CRÉATION MUSICALE JEUNE PUBLIC

MARDI 14 DÉCEMBRE 2021 - 6MIC À AIX-EN-PROVENCE

RAMDAM

6MIC L'ONDE D'APRÈS
PROGRAMME DE LA FORMATION 2021

TOUS EN SONS!
FESTIVAL DE MUSIQUE JEUNESSE

TABLE RONDE

Quelle coopération territoriale autour de la musique jeune public ?

INTERVENANTS

- Marine TERMES, Déléguée générale de la Cie Comme je l'entends
- Bernard MAAREK, Président des JMFrance PACA
- Kevin STOUQUE, Chargé de mission Musique, Département des Bouches-du-Rhône
- Pascal RAOUST, Conseiller Culturel Musiques, Ville de Marseille
- Laurence HEBRARD, Co-Directrice du 6MIC
- Nicolas LAFITTE, Directeur artistique du Festival TOUS EN SONS !
- Camille SOLER, Coordinatrice de RamDam

>> ÉCOUTER LA CONFÉRENCE

SYNTHÈSE DES ÉCHANGES

Présentation d'un projet de coopération territoriale : le cas de "Marelle", par la Cie Comme je l'entends

Pour qui, avec qui et comment fait-on de la musique? C'est le point de départ du projet "Marelle / que les corps modulent !". Cette création musicale et scénique contemporaine d'enfants de 8 à 12 ans, est une commande du Festival Musica d'une création faite exclusivement par des enfants.

Le dispositif sonore et plastique offre un terrain de jeu propice à la création d'un orchestre de sons et de matières, où "le geste crée le son". La dimension gestuelle convoque l'association entre acteurs de la danse, de la musique et groupes d'enfants sur 5 territoires où se dérouleront 2 à 5 représentations : Strasbourg avec Musica en Décembre 2022, puis Marseille avec Tous en sons, Dijon et Caen.

Le montage du projet s'organise sur 15 ateliers pendant 3 à 6 mois dont une semaine immersive pendant les vacances scolaires sur chaque territoire.

La volonté de la Cie est de faire circuler le projet sur plusieurs territoires et de permettre aux enfants qui y résident de se produire auprès d'un large public.

Pour construire un réseau partenarial sur chaque territoire, l'équipe passe par les structures de diffusion qui vont elles-mêmes proposer le projet à leurs partenaires (centres chorégraphiques, festivals, publics et Collectivités locales) et solliciter les soutiens auxquels elles sont éligibles pour le projet Marelle.

SYNTHÈSE DES ÉCHANGES

Les actions des Jeunesses Musicales de France - Région PACA

Bernard Maarek, président des JMFrance en région PACA rappelle la volonté des Jeunesses Musicales de France d'animer des territoires qui n'ont pas ou peu de propositions artistiques à l'adresse du jeune public. L'exemple des Bouches du Rhône est à part, car il compte un nombre d'acteurs culturels importants pour la musique jeune public. C'est pourquoi il a été créé un Groupe de travail, portant sur les questions de repérage, d'émergence, d'accompagnement des équipes artistiques et du partage des ressources artistiques nationales et régionales.

Les dispositifs au sein du Département des Bouches-du-Rhône

Kévin Stouque, Chargé de mission musique au Département des Bouches-du-Rhône, précise que le Département ne propose pas de dispositif spécifique jeune public, mais porte un regard attentif à la mise en réseau des partenaires entre eux, sur l'écosystème local d'un projet.

En revanche, l'aide à la diffusion, à la résidence, le dispositif "Provence en scène" ou encore l'appel à projets "Ensemble en Provence" font partie intégrante des actions du Département en faveur de l'émergence artistique et de l'accès à la culture pour tous. Il rappelle l'existence de la carte E-pass Jeune sur laquelle chaque structure peut proposer ses programmes.

SYNTHÈSE DES ÉCHANGES

Dialogue Ville - Département - Région

Pascal Raoust, Conseiller culturel Musiques, responsable du Pôle de développement des territoires et des publics à la Ville de Marseille rappelle que la région PACA est riche en projets de coopération. La Région PACA, le Département des Bouches-du-Rhône et la Ville de Marseille sont en constant dialogue et agissent comme "facilitateurs" répond Kevin Stouque dans la mise en relation des acteurs professionnels du territoire et dans le soutien à la création.

Il indique que la Ville de Marseille est un territoire idéal de coopération pour la création musicale jeune public, avec la présence d'un nombre important d'opérateurs culturels (Babel Minots, Tous en Sons etc.) dont les Musées font partie.

Un réseau de coopération territoriale : RamDam et le Conseil départemental de Seine-Saint-Denis

Emilie Houdebine, Présidente de RamDam évoque la mise en oeuvre en 2022 d'un fonds de soutien à la création territoriale en Seine-Saint-Denis, impliquant un réseau de 8 structures partenaires oeuvrant dans le domaine de la musique jeune public. Cet exemple de coopération implique une Collectivité territoriale.

Camille Soler, Coordinatrice de RamDam indique qu'un diagnostic semble être le préalable requis à une politique de coopération territoriale, à réaliser en dialogue avec les acteurs de terrain.

SYNTHÈSE DES ÉCHANGES

Observations et échanges avec le public

Le jeune public est souvent associé au prisme de l'action culturelle et moins à celui de la création, alors qu'il s'agit d'une écriture particulière nécessitant un temps de travail important et donc des moyens aussi conséquents que toute autre forme de création. Il ne s'agit pas de considérer la création musicale comme un "nouveau genre" artistique, mais plutôt de considérer ses spécificités d'adresse et son modèle économique.

Pascal Raoust observe que les demandes d'aide à la création auprès de la ville de Marseille portent principalement sur les musiques savantes et le jeune public. Ce constat prouve la demande et le besoin de soutien des créations musicales jeune public. Les professionnels présents s'accordent sur un besoin de légitimité des créateurs face aux nombreux dispositifs d'aide.

Bien qu'un projet de coopération entre différentes échelles de collectivités ne soit pas à l'ordre du jour, le développement d'appels à projets spécifiques, d'un label ou mention "création jeune public" serait plus que bénéfique à la reconnaissance et l'identification de la créativité de la musique jeune public.

WORLD CAFÉ

Imaginer entre pairs un projet de coopération territoriale autour de la création musicale jeune public.

ENJEU 1

DÉVELOPPER LES PUBLICS :

Un festival travaille avec différentes structures qui ont chacune leurs protocoles de billetterie, ce qui peut brouiller les pistes des publics intéressés. Comment harmoniser sa billetterie pour une meilleure fidélisation et circulation des publics familiaux ?

PARTICIPANTS

- Nicolas LAFITTE : Festival Tous en sons !
- Nathan RINAUDO : Ville de Marseille
- Emilie HOUDEBINE : Co-fondatrice et Présidente de RamDam / Traffix Music
- Lucile CASSÉ : Espace Nova Velaux
- Mathilde TÊTE : Cie des Nouveaux Disparus

FACILITATRICE

- Camille SOLER : Coordinatrice de RamDam

LES OBJECTIFS

- **Harmoniser la billetterie pour une meilleure fidélisation et circulation des publics :**

La billetterie comprend la **commercialisation** (service de communication, nombre de spectateurs potentiel, zone géographique, nombre et diversité des spectacles, taille des salles, etc), le **reporting** (organisation comptable et suivi avec les partenaires) et le **contrôle d'accès** (flux des publics). Il est nécessaire pour l'entrepreneur de spectacles d'analyser ses besoins selon ces 3 domaines pour améliorer l'efficacité de la billetterie.

- **Rappel du contexte du festival Tous en sons :**

Le festival de musique jeunesse Tous en sons programme cette année 14 spectacles dont 50 artistes et 30 représentations et se déploie à Aix-en-Provence, à Marseille, et dans plusieurs villes du département des Bouches-du-Rhône et de la région PACA.

L'équipe du festival gère une partie de la billetterie de son offre artistique. Elle s'effectue au cas par cas, en fonction des contraintes des partenaires, des enjeux pour chacun, empêchant ainsi l'harmonisation de l'offre, aussi bien en termes d'expérience de l'utilisateur que de politique tarifaire.

LES OUTILS

- **Etude de marché / échange de pratiques :**

En premier lieu, réaliser une veille des usages, échanger avec des professionnels de la billetterie sur les enjeux techniques, et faire une étude de marché sur des logiciels de billetterie accessibles semble indispensable. Des outils accessibles comme Weezevent ou Mapado sont évoqués : ils ne nécessitent pas de dédier un poste entier à une gestion de billetterie complexe et permettraient peut-être de gagner du temps en amont, pendant et après le festival sur la logistique pure de billetterie.

- **Choisir une solution de billetterie & discuter avec ses partenaires**

En fonction des besoins déterminés, le festival va pouvoir acquérir un nouvel outil de gestion adapté à son fonctionnement parmi les nombreuses solutions de billetterie existantes.

Il s'agira alors de proposer à ses partenaires une nouvelle grille tarifaire, scolaire et tout public, sur la base de laquelle la question de quotas pourrait être discutée. En effet, selon les usages, il pourrait être envisagé de permettre à la salle partenaire de vendre elle-même une partie des billets parmi son offre, ce qui faciliterait les usages de ses publics et leur découverte du festival.

Il est essentiel de s'accorder avec les partenaires sur un cahier des charges précis, et d'être en dialogue régulier pour une bonne gestion des jauges de chaque salle.

ENJEU 2

ACCOMPAGNER LA CRÉATION :

L'équipe d'un festival accompagne tout au long de l'année les équipes artistiques en création pour les diffuser à l'occasion de son événement. Comment fédérer et développer ses partenaires pour s'engager ensemble dans la co-production ?

PARTICIPANTS

- Bernadette BOMBARDIERI : Pôle jeune public de la Sacem
- Emilie RUAH : Le Sonambule
- Laurence HEBRARD : 6MIC
- Cyril BARBIN : Co-administrateur et coordinateur PIM (Pôle Info Musique)
- François VIGNERON : Directeur du CFMI Aix-en-Provence
- Andy BURLE : Chargé d'actions culturelles Nomad'Café / Babel Minots
- Cannelle POIRIER : En stage à RamDam

FACILITATRICE

- Anaïs DELPHIN : Chargée de vie associative RamDam

LES PARTENAIRES : QUI SONT-ILS ?

- Diffuseurs : salles
- Collectivités territoriales
- Sociétés civiles, OGC (Organisme de gestion collective)
- Les publics : partenaires potentiels dans la création
- Centres sociaux, lieux d'éducation populaire
- Les entreprises locales comme espaces de travail

LES MOYENS

- Moyens financiers
- Moyens logistiques
- Partage de compétences

La communication est essentielle dans la valorisation du projet, et afin de toucher et fédérer un large public autour du dispositif.

Utiliser les différents réseaux sociaux permettrait de s'adresser au jeune public et de l'impliquer dans les instances de décision aux côtés des partenaires professionnels par le biais d'un appel à participation.

COMMENT ? LES ÉTAPES DU PROJET DE COOPÉRATION

- **Créer un Comité de repérage en amont du festival**

1. Le Comité est composé de partenaires implantés sur tout un territoire. Un temps fort professionnel est organisé pour établir une convention et débiter un pré-repérage.

2. Un appel à candidatures va permettre de sélectionner une ou plusieurs créations pour mener dans un second temps l'organisation de la co-production, d'accueil en résidence par les différents partenaires et permettre une création déployée sur le territoire.

3. Afin de valoriser l'action du festival, la première diffusion du spectacle se déroulera dans le cadre de son exploitation et bénéficiera d'un label pour donner une visibilité et une identification au dispositif.

4. Enfin, un temps de présentation des projets sélectionnés et du dispositif se tiendra à la fin du festival pour toucher de nouveaux partenaires potentiels.

SPECTACLES

SPECTACLES MUSICAUX JEUNE PUBLIC



Petit Prince Slam

(55min – à partir de 7 ans),
Tomislav Matosin et Fabrice Daboni

Tout Neuf

(40min – à partir de 6 ans),
Cie Minute Papillon



MERCI
à tous les participants
ainsi qu'aux équipes
du Festival Tous en sons
et du 6MIC !