Agôn

Revue des arts de la scène

6 | 2013

La Reprise

Reprises de spectacles et valorisation de la production artistique

Daniel Urrutiaguer

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/agon/2738>

DOI : 10.4000/agon.2738

ISSN : 1961-8581

Éditeur

Association Agôn

Référence électronique

Daniel Urrutiaguer, « Reprises de spectacles et valorisation de la production artistique », *Agôn* [En ligne], 6 | 2013, mis en ligne le 27 février 2014, consulté le 20 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/agon/2738> ; DOI : 10.4000/agon.2738

Ce document a été généré automatiquement le 20 avril 2019.

Association Agôn et les auteurs des articles

Reprises de spectacles et valorisation de la production artistique

Daniel Urrutiaguer

- 1 La mission d'intérêt général du service public théâtral consiste à articuler le soutien à la production d'œuvres d'art de haute qualité, à l'inverse des facilités commerciales comme l'énonce l'arrêt Léoni du Conseil d'État en 1944 pour justifier l'exploitation d'un théâtre en régie par une commune¹, et une acculturation artistique dans le cadre d'un projet de démocratisation culturelle. Ce dernier est pensé en lien avec la construction d'un État-nation protecteur et culturellement homogène. Le décret n° 59-889 du 24 juillet 1959 a fixé au ministère des Affaires Culturelles, nouvellement créé, la mission d'abord « de rendre accessibles les œuvres capitales de l'humanité, et d'abord de la France, au plus grand nombre de Français ». La fonction de patrimonialisation artistique était ainsi désignée comme l'axe structurant des allocations de subventions.
- 2 La doctrine du développement culturel a été initialement proposée en contre-modèle par la Fédération nationale des collectivités territoriales dans les années 60 sans qu'elle parvienne à la formation d'une alternative organisationnelle opérationnelle². Cette doctrine d'action, fondée sur l'intérêt porté au dialogue interculturel entre les artistes et la diversité de la population sur un territoire, semble avoir été consacrée par le décret n° 82-394 du 10 mai 1982. Celui-ci fixe une nouvelle priorité au Ministère de la Culture et de la Communication (MCC), avant celle de la préservation du patrimoine culturel : celle de « permettre à tous les Français de cultiver leur capacité d'inventer et de créer, d'exprimer librement leurs talents et de recevoir leur forme artistique de leur choix ». La valorisation institutionnelle de la reprise de spectacles, induite par une logique de patrimonialisation, n'est cependant pas remise en cause radicalement. Un nouveau registre de justifications de l'intervention publique culturelle, fondé sur les retombées économiques des investissements artistiques, est évoqué par Jack Lang dans son discours à la conférence de l'UNESCO à Mexico en 1982. Il a été largement développé ensuite par la rhétorique des « industries créatives³ » à partir des années 90. En suivant ce paradigme, centré sur la

comparaison des avantages et des coûts économiques, le soutien aux artistes les plus renommés est bien plus rémunérateur en termes d'attractivité territoriale que le versement de subventions pour des créations artistiques en résonance avec la diversité des cultures locales.

- 3 L'imbrication accrue des logiques du marché et du service public théâtral, dans le cadre d'une explosion démographique des entreprises du spectacle vivant⁴, articule la nécessité de créations pour élargir le rayonnement de la reconnaissance professionnelle et l'intérêt économique de la reprise d'œuvres consacrées. La définition économique d'une reprise de spectacle s'appuie sur un périmètre temporel qui peut être très variable. La DRAC offre la possibilité d'une aide à la reprise d'un spectacle « qui a bénéficié d'une aide de l'État et qui a connu par la suite une interruption d'exploitation d'au moins une saison ». La notion peut s'appliquer à toute tournée discontinuée d'un spectacle. La nouvelle exploitation du spectacle suppose en effet un effort de montage, surtout s'il y a des changements dans la distribution. La reprise de spectacles s'inscrit donc dans une stratégie de construction d'un répertoire.
- 4 Cet article propose dans un premier temps une compréhension de la dynamique de valorisation des œuvres artistiques par une analyse des interactions partenariales entre les compagnies et les établissements culturels, marquées par une intensification de la concurrence. La présentation de ce cadre analytique permettra ensuite de fournir des éclairages sur la question des reprises de spectacles dans le répertoire des entreprises théâtrales, qui sera nourrie par des enquêtes que j'ai menées ou coordonnées. Enfin une réflexion pourra être proposée autour des liens entre la logique de patrimonialisation induite par le fait social des reprises de spectacles et les mécanismes de cotation artistique.

Les partenariats entre les compagnies et les établissements culturels

- 5 Les spectacles vivants se différencient fortement, à la fois dans leur montage et dans leurs modalités de représentations, qui sont tributaires pour chacune d'elles des caractéristiques du plateau de jeu, de la salle et notamment des réactions des spectateurs⁵. Lucien Karpik résume les traits de la singularité des produits en général par la conjonction de leur multi-dimensionnalité, de leur incommensurabilité et de l'incertitude radicale sur leur qualité. L'auteur en déduit l'impératif de la construction de dispositifs de jugement de goût afin d'établir des relations de confiance par des repères destinés à favoriser les échanges sur le marché⁶. Max Weber justifie l'existence d'un marché « dès que, ne serait-ce que d'un côté, une majorité de candidats à l'échange entrent en concurrence pour des chances d'échange⁷ ». En s'appuyant sur la vision complémentaire de Georges Simmel⁸, à la suite de Pierre François⁹, la concurrence peut être caractérisée comme une lutte indirecte par les efforts parallèles de plusieurs parties pour capter des opportunités d'échange auprès d'une tierce personne.
- 6 Dans le cas du spectacle vivant, les dispositifs de jugement pour encadrer les échanges sont liés à deux types de marchés. D'une part, en amont de la chaîne de valeur, les marchés-réseaux de production mettent en relation concurrentielle les compagnies et les établissements culturels, avec le soutien inégal des administrations publiques, pour financer le montage des œuvres tout en organisant les premières séries de

représentations. Des partenariats récurrents lient en principe des directions d'établissement et de compagnies à la suite de la consolidation de relations de confiance. Celles-ci peuvent découler de l'appréciation de la valeur esthétique de spectacles antérieurs par le(s) programmateu(r)s qui attribue(nt) ainsi un pouvoir de création pertinent au(x) metteur(s) en scène de la compagnie. Elles dépendent plus généralement de la réputation professionnelle de la compagnie, qualifiée par les appréciations de la valeur esthétique de la production par les prescripteurs de jugements les plus influents. Il s'agit surtout des journalistes culturels de la presse écrite ou audiovisuelle nationale, des experts des collectivités publiques, notamment des comités de sélection des DRAC (Directions régionales des affaires culturelles), et des leaders d'opinion parmi les programmeurs et les artistes. Les accords de coproduction monétaire, en industrie ou en compétences lient plusieurs parties pour le montage de spectacles coûteux et risqués.

- 7 D'autre part, en aval, chaque lieu de spectacles gère un micro marché monopoliste de diffusion¹⁰ par ses choix de programmation et de dispositifs d'action culturelle. Ces derniers sont destinés à proposer des actions de sensibilisation ou des relations créatives entre des artistes et des spectateurs ou des habitants par des rencontres, des lectures, l'animation d'ateliers de pratique artistique, voire des créations partagées. Les partenariats occasionnels se traduisent par la programmation ponctuelle de spectacles d'une compagnie par un établissement culturel. Ceux-ci se rapprochent d'une transaction marchande à l'inverse du partenariat durable, qui suit une logique de gouvernance bilatérale impliquant fortement les deux parties dans leurs engagements mutuels¹¹. La réception du public des théâtres influence la formation du niveau de notoriété de la compagnie.
- 8 Les partenariats dans les marchés-réseaux de production se déclinent de plus en plus souvent sous la forme de conventions de résidence, catégorisées et encouragées par la circulaire 2006-001¹². On distingue ainsi les résidences de diffusion territoriale, qui impliquent le plus les compagnies dans l'action culturelle, les résidences de création et les associations d'artistes sur une durée de deux ou trois ans. L'échange se construit autour des apports de l'établissement à la création de spectacles d'une compagnie, qui sont généralement programmés par la structure partenaire, et des contributions de la compagnie à l'ancrage territorial de l'établissement auprès de la population locale par sa prise en charge de dispositifs d'action culturelle.
- 9 La logique artistique entend garantir une relative déconnexion entre les marchés-réseaux de production et les marchés de diffusion en accordant une primauté à l'appréciation par les pairs de l'originalité et de l'authenticité des créations. Même si la très large majorité des artistes reconnaissent dépendre de l'existence d'un public pour la qualité d'une représentation¹³, le nombre de spectateurs ne devrait pas interférer sur les choix de programmation, qui sont appelés à se centrer sur l'évaluation de la pertinence artistique des spectacles créés. Il s'agit de valoriser la prise de risque dans le processus de création artistique en rejetant la prise en compte d'anticipations sur les désirs des spectateurs. L'appropriation des innovations artistiques par un public élargi requiert en effet un temps long. Christian Le Guillochet, ancien directeur du Lucernaire, rappelle ainsi un dialogue avec Eugène Ionesco lors des représentations de sa pièce *Les Chaises* : quatre personnes étaient présentes par jour lors des deux premiers mois d'exploitation, puis trois pendant le troisième mois à la suite d'une maladie de sa femme¹⁴... À l'inverse d'une logique managériale tournée vers l'optimisation du remplissage des jauges, la logique

artistique privilégie ainsi l'esprit d'innovation esthétique par la création de nouveaux spectacles.

Vers une intensité accrue de la concurrence

- 10 La relative stabilisation des financements publics¹⁵, orientée plutôt vers une baisse à l'avenir, suscite une réduction de la marge disponible pour l'artistique¹⁶ en raison d'une progression des subventions publiques moins rapide que celle des coûts fixes des établissements culturels, notamment pour la masse salariale des permanents¹⁷. Par conséquent, des ressources propres supplémentaires doivent être dégagées pour maintenir le même volume de programmation et/ou le théâtre en ordre de marche doit être réduit. Les directions des établissements culturels sont ainsi incitées à amoindrir leur prise de risque dans la programmation et à s'orienter vers une diversification de celle-ci afin d'introduire une péréquation des risques grâce à la prise en compte de la segmentation de la demande de spectacles. La recherche de « valeurs sûres » se heurte à l'incertitude sur l'appréciation des spectacles, qui requiert une expérience personnelle de la représentation, mais elle conduit logiquement à accentuer l'attrait des reprises de spectacles. La logique de rationalisation budgétaire, mise en œuvre notamment par les indicateurs quantitatifs de la LOLF (Loi Organique des Lois de Finance) à partir de 2006, renforce la connexion entre les deux stades de marchés puisque le remplissage des jauges devient un critère décisif de bonne gestion d'un établissement culturel.
- 11 Parallèlement, la concentration des retombées de la reconnaissance de la valeur esthétique des spectacles sur la personne des porteurs de projets incite au contraire à créer des compagnies. La recherche de gains en réputation corporative fait intérioriser une nécessité de créer de nouveaux spectacles afin de capter plus facilement l'attention des prescripteurs de jugement que par des reprises. L'originalité des créations est en effet un critère d'appréciation implicitement partagé par les leaders d'opinion professionnels. De plus, le foisonnement de l'offre artistique est favorisé par le régime d'assurance chômage des intermittents du spectacle, qui apporte un complément de revenu presque équivalent à celui du salaire pour les personnes indemnisées¹⁸. Celui-ci limite la pluriactivité extra-artistique en permettant l'existence d'un vivier de main d'œuvre qualifiée disponible pour s'engager sur des projets. Les négociations salariales entre les employeurs du spectacle et leurs salariés intègrent ce complément si le seuil des heures déclarées pour l'indemnisation est atteint. Cela a entraîné une hyper flexibilité des relations de travail avec une réduction spectaculaire de la durée moyenne des contrats, passée de 19 jours en 1987 à 4 jours en 2007, et des rémunérations annuelles moyennes en euros constants de l'ordre de 33 % entre 1989 et 2007¹⁹. Le déséquilibre accru avec les capacités de diffusion, notamment du réseau des établissements labellisés à un niveau national, conduit les administrations publiques à exiger un allongement des séries de représentations en contrepartie de leurs aides. Ainsi, les directeurs des établissements culturels sont devenus la composante largement majoritaire des commissions consultatives des experts des DRAC²⁰. Ces pressions institutionnelles et économiques poussent ainsi plus récemment à allonger les tournées par des reprises de spectacles.
- 12 Le goulet d'étranglement entre la production et les capacités de diffusion des spectacles conduit à un durcissement des relations de partenariat entre les compagnies et les établissements culturels. Ces derniers, tout comme les prescripteurs de jugement de goût, sont sur-sollicités par les propositions des compagnies, filtrées d'abord selon leur degré

de réputation corporative puis la perception de leur capacité d'innovation artistique. Le pouvoir de marché des établissements culturels est ainsi renforcé dans un contexte où la distribution des spectacles est encore peu organisée collectivement. Un rapport de l'Office national de la Diffusion Artistique (ONDA) avait déjà dégagé en 2006 les sources de la mésentente entre les deux parties, basées sur les tensions qui découlent d'objectifs productifs différents. Les compagnies accordent une priorité à la qualité du montage de leur spectacle tandis que les établissements culturels souhaitent qu'elles s'impliquent plus dans la conduite de leur projet d'entreprise. Celui-ci suppose une articulation entre la programmation artistique et la recherche d'un renforcement de l'ancrage du lieu auprès de la population locale²¹.

- 13 Les entretiens avec les administrateurs et directeurs artistiques des compagnies, menés dans le cadre de l'enquête sur leurs territoires et leurs ressources en France que j'ai coordonnée avec Philippe Henry, convergent dans le constat des difficultés accrues pour pérenniser un réseau de production et des négociations plus ardues pour les cessions de spectacles. Les bilans d'activité, les comptes de résultats et les Déclarations Annuelles des Données Sociales (DADS) obtenus pour l'échantillon des 51 études de cas sur la période 2007-2009 permettent de préciser la nature de la crise de diffusion. Entre 2008 et 2009, le nombre de représentations par compagnie a augmenté paradoxalement plus rapidement qu'entre 2007 et 2008 tandis que la progression du nombre de représentations par spectacle s'est même poursuivie, certes à un rythme ralenti. Par contre, les recettes par représentation ont baissé d'environ 40 % entre 2007 et 2009. Un peu plus de la moitié de cette diminution est imputable à la réduction de la masse salariale artistique et technique par représentation, ce qui traduit une adaptation des compagnies à la demande croissante de « formes légères » de la part des établissements culturels avec des distributions plus restreintes. L'autre moitié reflète une concurrence par les prix pour vendre les spectacles ainsi que des contrats de coréalisation moins rémunérateurs²².

La place des reprises dans le répertoire des entreprises artistiques

- 14 En reprenant une hypothèse de Di Maggio et Sternberg²³, Xavier Castañer et Lorenzo Campos postulent que les dirigeants des entreprises artistiques ayant une formation managériale sont moins innovateurs dans leurs choix de programmation que ceux qui ont reçu exclusivement une formation artistique²⁴. Le label institutionnel le plus prestigieux concerne les théâtres nationaux et les centres dramatiques nationaux. Comme ces établissements sont dirigés par des artistes, à une exception près, tandis que les scènes nationales le sont essentiellement par des programmeurs sans activité artistique, on pourrait s'attendre à ce que les programmations des premiers soient plus ouvertes aux auteurs contemporains que les secondes. L'examen des répertoires moyens de ces structures que j'avais effectué en 1995, 1996 et 1997, montre l'inverse²⁵. La comparaison par le Centre National du Théâtre des programmations des différents types de structures labellisées au début des années 2000 dégage un résultat similaire²⁶.
- 15 Les contraintes économiques jouent un rôle plus décisif que les sensibilités individuelles. La part plus importante des pièces classiques dans le répertoire des théâtres et centres dramatiques nationaux (TN, CDN), malgré un quota minimal de trois créations d'auteurs vivants de langue française pour le mandat triennal des directeurs de CDN, s'explique

notamment par les risques de la production mono-disciplinaire. En effet, les scènes nationales ont une mission d'abord tournée vers une diffusion pluridisciplinaire avec une programmation diversifiée où les séries de représentations du même spectacle sont très limitées. Les pertes sur certaines représentations de pièces contemporaines peuvent être compensées par des gains sur des spectacles plus médiatisés. Par contre, les TN et les CDN doivent amortir le montage de leurs spectacles par des séries longues de représentations au siège du théâtre et en tournée. Les pièces des auteurs classiques consacrées par la culture scolaire sont *a priori* plus attractives auprès du grand public et constituent une opportunité quasiment certaine de densifier les sorties scolaires, devenues la principale source d'un public collectif pour les théâtres subventionnés.

- 16 Le poids de la contrainte d'équilibre budgétaire pour des entreprises non lucratives ne constitue pas le seul déterminant de la composition du répertoire des établissements labellisés de production. On peut supposer que les artistes directeurs sont aussi motivés par une confrontation à des œuvres classiques majeures afin de construire une lecture scénique personnalisée, susceptible de jouer sur leur niveau de réputation corporative et leur notoriété. Une mise en scène d'une pièce classique peut ainsi se révéler particulièrement innovante. Certains auteurs vivants réussissent à obtenir une reconnaissance médiatique attractive mais ils sont plutôt joués dans les réseaux des théâtres privés, potentiellement plus rémunérateurs quant aux droits patrimoniaux en raison de séries de représentations à la durée indéterminée, en fonction des flux de fréquentation, avec des prix moyens d'entrée environ trois fois supérieurs à Paris.
- 17 Les compagnies sont amenées à construire un répertoire fondé sur une articulation entre des créations et des reprises de spectacles. Les tournées sont espacées dans le temps, ce qui pose un problème récurrent de disponibilité de la distribution initiale pour la reprise du spectacle. Les engagements de certains intermittents du spectacle sur d'autres projets obligent à des remplacements qui alourdissent la masse salariale par l'allongement de la durée des répétitions et peuvent remettre en question la faisabilité budgétaire de la reprise en l'absence d'aide publique. La qualité du spectacle peut être transformée par ces changements, potentiellement déstabilisateurs pour la pérennité du partenariat avec les établissements acheteurs.
- 18 Dans sa comparaison de la programmation d'un CDN, d'une scène nationale et d'un théâtre municipal au cours de la saison 2001-2002, Isabelle Assassi montre que les créations de spectacles sont largement dominantes quand les compagnies ont été à l'initiative du choix soit en raison de leur renommée, soit grâce à la relation de confiance nouée avec le programmateur. Quand l'origine de la décision provient du théâtre, les reprises de spectacles sont plus nombreuses. Quand l'orientation du choix est « proactive » avec la volonté de l'établissement d'introduire de nouveaux talents, la balance entre créations et reprises est équilibrée. Par contre une orientation « stratégique », marquée par la recherche d'une péréquation des risques en prenant en compte les attentes du public, induit une large domination des reprises sur les créations²⁷. Bien qu'on ne dispose pas de données générales sur l'évolution de la part des reprises dans le répertoire des lieux de spectacle, on peut supposer que le renforcement du pouvoir de marché de ces derniers face à la multitude des compagnies accentue la part des décisions « stratégiques » au profit des reprises.
- 19 Les données de l'échantillon qualitatif de l'enquête sur les territoires et les ressources des compagnies apportent un éclairage sur la portée économique des reprises de spectacles pour celles-ci. L'exploitation des données des 51 études de cas a permis de dégager une

typologie fondée sur le centre de gravité territorial de la diffusion des spectacles, qui s'est révélée plus discriminante que les différenciations selon le niveau de budget, le genre artistique ou la composition de la direction selon les analyses en composantes principales. Quatre groupes principaux peuvent être distingués. Les compagnies régionales diffusent presque exclusivement leurs spectacles dans la région du siège social, les transrégionales situent leur région d'appartenance administrative au premier rang tout en explorant de façon significative l'espace national et international. Les compagnies multirégionales diffusent d'abord dans l'espace national et/ou international tout en situant la région du siège social au second rang tandis que les excentrées placent celle-ci au dernier rang²⁸.

Tableau 1 - La part des reprises dans le total des représentations entre 2007 et 2009 (en %)

Régionales	Transrégionales	Multirégionales	Excentrées	Ensemble
33,1	40,8	48,2	56	45,1

- 20 Dans la catégorisation de l'étude, un spectacle est classé comme repris s'il a été créé depuis au moins un an. Le tableau 1 indique une relation proportionnelle entre la part des reprises dans la production des compagnies et leur capacité à excentrer la diffusion en dehors de la région du siège social. La comparaison de la part des reprises selon le territoire de diffusion -- régional, national ou international -- avec la répartition géographique de l'ensemble des représentations confirme cette observation. Même pour les compagnies régionales, la part dans l'espace national est plus élevée pour les reprises (4,9 % contre 2,6 % pour l'ensemble de leur diffusion). L'espace national est sur-représenté pour les compagnies transrégionales tandis que l'espace international l'est plus que l'espace national pour les compagnies multirégionales et excentrées. Les tournées de spectacles déjà créés contribuent ainsi à élargir le rayonnement national et international des compagnies.

Tableau 2 - La part des reprises dans les représentations des compagnies diffusées par les établissements culturels labellisés entre 2007 et 2009 (en %)

Régionales	Transrégionales	Multirégionales	Excentrées	Ensemble
0,5	23,1	31,3	68,8	37,4

- 21 Une différenciation des lieux de diffusion a été opérée selon le prestige de leur statut. Le tableau 2 restitue la part des représentations des spectacles repris qui ont été diffusés dans les établissements culturels de production ou de diffusion labellisés par le MCC ainsi que les festivals internationaux ou nationaux. Les deux autres niveaux distingués dans l'étude concernent les établissements culturels de ville, les festivals régionaux ainsi que le *off* d'Avignon d'une part, les lieux à vocation non artistique d'autre part. La part des reprises dans la diffusion des spectacles dans les établissements labellisés est corrélée très positivement avec la capacité d'excentration en dehors de la région du siège social. La corrélation dégagée par l'enquête entre la diffusion dans les réseaux des établissements labellisés et le rayonnement national et international des compagnies est donc accentuée

par les tournées de spectacles repris. Des liens associent ainsi celles-ci aux gains en réputation corporative des compagnies.

Quels liens entre la patrimonialisation de spectacles et leur valorisation ?

- 22 L'imbrication accrue des logiques du marché et du service public se manifeste par la recherche d'une organisation d'événements « exceptionnels » au sein de la programmation des établissements culturels afin de capter l'attention des médias et d'un public élargi. Parallèlement la mondialisation culturelle se traduit par une accélération de la circulation internationale de produits audiovisuels, d'informations surabondantes qui n'entraînent pas mécaniquement une uniformisation culturelle tandis que la révolution numérique suscite des flux d'échanges horizontaux entre de nombreux internautes. Les besoins d'individualisation en réponse aux forces de massification urbaine dans les sociétés contemporaines stimulent une curiosité cognitive et sensible à l'égard des racines historiques de la formation de communautés nationales ou régionales, ce qui nourrit notamment un désir largement partagé de fréquenter des expositions thématiques dans les musées. Ces derniers s'ouvrent à une programmation de spectacles ou à la présence d'artistes pour animer des expositions. Ces inflexions dans les opportunités de financement de la création de spectacles influencent en partie les démarches artistiques. Le droit de la propriété intellectuelle, qui a été étendu par la jurisprudence aux mises en scène et aux chorégraphies, ainsi que le désir des créateurs de laisser une trace historique de leurs œuvres incitent de plus en plus d'artistes à s'engager dans une démarche de patrimonialisation en complément de leurs créations. Par exemple, la disparition de Dominique Bagouet, à l'âge de 41 ans en 1992, a poussé de nombreux directeurs de compagnies chorégraphiques à noter leurs chorégraphies de danse contemporaine pour permettre leur reprise.
- 23 Une évolution particulièrement significative concerne le mouvement des performances. Initié par des expérimentations comme celles de la musique bruitiste des futuristes au début du XXe siècle, ce courant est devenu plus reconnu à partir des années 60-70 sous l'impulsion d'artistes qui remettent en question radicalement la création de personnages et d'une narration. Ceux-ci revendiquent la reconnaissance d'une valeur esthétique spécifique pour leur présence vivante face à un public. En reprenant la démarche d'Antonin Artaud tournée vers une abolition des frontières entre l'art et la vie, l'expérimentation repose sur l'intensité de l'engagement corporel et vocal des performeurs, qui peut aller jusqu'à l'automutilation, afin de susciter des réactions fortes dans l'audience. Erika Fischer-Lichte accorde ainsi aux performances un pouvoir ré-enchanteur de transformation des consciences. Le jeu de rétroactions artistiques, suscité par la coprésence corporelle des performeurs et des spectateurs dans un rapport de proximité improvisé, génère selon elle des expériences liminales ayant pour but une transformation sociale par la suggestion de rapports plus interactifs avec le monde et une métamorphose somatique, physiologique et affective²⁹.
- 24 Le caractère éphémère des performances mis en avant par leur principe directeur initial a été remis en cause dans un premier temps par l'enregistrement vidéo des séquences d'événements. Cette mémorisation audiovisuelle participe à la construction de la notoriété médiatique de l'artiste. La porosité avec les mécanismes marchands est poussée

plus en avant par la construction d'une mémoire muséale des performances. L'exposition de Marina Abramović organisée au Museum of Modern Art de New York en 2010 sous le titre « Marina Abramović: The Artist is Present » est marquée par une logique de patrimonialisation afin d'asseoir sa légitimité artistique. En effet, sept performances marquantes de l'artiste ont été reprises et incarnées par des jeunes gens, formés au cours d'un stage de trois jours en vase clos. Parallèlement, la performeuse a réalisé un tour de force mental et physique avec le maintien d'une immobilité assise en soutenant un long échange de regards, souvent émotionnellement chargé, avec une personne du public à tour de rôle chaque jour pendant les deux mois et demi de l'exposition. Sa volonté initiale de rupture avec le manque d'originalité de la culture de masse et les effets de mode est ici couronnée par une consécration muséale. Le phénomène d'attribution d'une valeur esthétique et monétaire intrinsèque à la signature d'un artiste connu, qui engage ici sa corporéité, est amplifié par l'activation de la mémoire des performances. On peut y voir comme Isabelle Barbéris et Martial Poirson l'illustration d'une création de valeur par l'assimilation de l'artiste à une marque³⁰.

- 25 Le premier emploi du mot « marque » au XVe siècle désigne un « signe mis sur un objet pour le rendre reconnaissable, pour marquer la propriété³¹ ». Le marketing reprend cette définition en soulignant les enjeux de la communication pour les entreprises car la marque représente un contrat de consommation basé sur des promesses de satisfaction pour les acheteurs. Le maintien des croyances de ces derniers dans les qualités des produits associés à la marque suppose le partage de valeurs avec le producteur ou le distributeur, et des innovations continues afin d'entretenir la perception d'avantages compétitifs, qui justifient un prix plus élevé³². L'identification d'un artiste à une marque correspond à une consécration de sa notoriété, qui lui attire une disposition à payer plus élevée en raison des assurances perçues par les spectateurs sur leur satisfaction au cours de l'expérience de la représentation. Les reprises de spectacles qui ont impressionné les esprits au moment de leur création participent à l'entretien du capital de marque de l'artiste. Mais cette relation n'est pas mécaniquement linéaire. La reprise de spectacles historiques comme *Einstein on the Beach* de Robert Wilson soulève *a priori* une forte curiosité et donc une demande élevée. Mais l'artiste doit continuer à inventer de nouveaux spectacles pour maintenir une croyance dans la pertinence et la cohérence symbolique de son pouvoir de création.
- 26 L'étude de David Maddison sur les reprises dans les théâtres de Broadway nuance aussi ce point de vue. Cet économiste a observé que le rapport entre les reprises et les créations de nouveaux spectacles à Broadway a sensiblement progressé³³. Les données de 1960 à 2001 pour le théâtre et de 1960 à 1987 pour les comédies musicales indiquent une probabilité d'exploitation plus longue pour les reprises que pour les créations. Cela traduit le développement d'attitudes plus hostiles au risque de la part des investisseurs. Cependant les tests économétriques en termes de dominance stochastique ne montrent pas que la stratégie des reprises de spectacles a été plus profitable que celle des créations ni la relation inverse³⁴.
- 27 Dans le séminaire sur l'incertitude de la valeur en 2012-2013, Luc Boltanski oppose deux circuits économiques : d'une part, la production de séries d'objets obsolètes jusqu'à l'épuisement de la demande, qui est créatrice de valeur pour les biens désirés mais aussi de nombreux déchets dévalués ; d'autre part, l'économie patrimoniale de la collection. Celle-ci organise une valorisation de certains objets aux différences jugées pertinentes dans un ensemble clos et ordonné sans aucune nouvelle production³⁵. Cette typologie

intéressante ouvre une hypothèse pour interpréter la complexité des liens entre la patrimonialisation de pièces de théâtre et leur valorisation.

- 28 Le monde de l'art théâtral se réfère sans doute à ces deux types de circuit économique. Les reprises de spectacles participent à une nouvelle production de représentations, qui requièrent l'expérience de la consommation pour leur appréciation. Une reproduction muséale d'un spectacle sans s'adapter aux évolutions des comportements sociétaux et des valeurs risque de susciter des déceptions dépréciatives. Les effets de surprise émotionnelle et intelligible sont nécessaires pour la valorisation contemporaine de tout spectacle. Un second niveau de valorisation pourrait cependant porter sur les noms des artistes consacrés, jugés dignes par les experts professionnels pour la pertinence de leurs démarches et de leurs discours à entrer ou être maintenus dans le patrimoine artistique.

Conclusion

- 29 L'intensification de la concurrence sur les marchés-réseaux de production de spectacles, dans un contexte de rationalisation budgétaire des administrations publiques, crée ainsi des forces d'incitation à la minimisation des risques sur les micro-marchés de diffusion par la programmation de reprises de pièces à succès. Les reprises de spectacles s'inscrivent dans une stratégie d'exploitation d'un répertoire, qui favorise l'allongement des tournées des compagnies au profit d'une meilleure cotation sous certaines conditions. En effet, la valorisation d'une équipe artistique dépend des croyances institutionnelles et marchandes dans son pouvoir de création d'œuvres singulières et authentiques. Par conséquent, les gains de notoriété induits par une logique de patrimonialisation des noms de créateurs nécessitent, pour leur pérennisation, la poursuite d'innovations esthétiques, reconnues par les pairs et les publics.

BIBLIOGRAPHIE

Assassi, Isabelle. "The Programming Strategies and Relationships of Theatres: An Analysis Based on the French Experience", *International Journal of Arts Management*, vol. 9, n° 3, 2007, Spring, p. 50-64.

Barberis, Isabelle, Poirson, Martial. *L'économie du spectacle vivant*, Paris, PUF, 2013.

Castaner, Xavier, Campos, Lorenzo. "The Determinants of Artistic Innovation: Bringing in the Role of Organizations", *Journal of Cultural Economics*, vol. 26, n° 1, p. 29-52.

Chamberlin, Edward, *The Theory of Monopolistic Competition*, Cambridge, Harvard University Press, 1933.

Charpin, Jean-Michel, et al. *Rapport sur le bilan du plan de professionnalisation du secteur du spectacle vivant et enregistré*, Paris, IGF-IGAS-IGAC 2008.

Chougnnet, Jean-François, et Poirrier, Philippe, (dir.). « L'effort public pour la culture », *Pratiques et politiques de la scène*, Paris, La Documentation Française, 2010, p. 39-51.

- CNPS, *Emploi et spectacles*. 2010-2011, Paris, CNPS, 2011.
- CNT, *La place des auteurs vivants dans la programmation des théâtres publics en France*, Paris, CNT, 2004.
- Di Maggio, Paul, Sternberg, Kristin. "Why Do Some Theatres Innovate More Than Others? An Empirical Analysis", *Poetics*, n° 14, p. 107-122.
- Dorny, Serge, et al. *Financement du spectacle vivant. Développer, structurer, pérenniser*, Paris, M.C.C., mars 2012.
- Fischer-Lichte, Erika. *The Transformative Power of Performance*, London, New York, Routledge, 2008.
- Francois, Pierre. « Prototype, marché et concurrence : le marché des concerts de musique ancienne », *Presses de Sciences Po*, vol. 45, n° 3, 2004, p. 529-559.
- Gouyon, Marie, PATUREAU, Frédérique. « Tendances de l'emploi dans le spectacle », *Cultures Chiffres 2010-1*, 2010.
- Hottelling, Harold. « Stability in Competition », *The Economic Journal*, vol. 39, March, 1929.
- Kapferer, Jean-Noël. *FAQ : la marque*, Paris, Dunod, 2006.
- Karpik, Lucien. *L'économie des singularités*, Paris, Éditions Gallimard, 2007.
- Le Theule, Marie-Astrid. *Passeurs de création. Gestionnaires des organisations culturelles*, Paris, Vuibert, 2010.
- Maddison, David. "Are There Too Many Revivals on Broadway? A Stochastic Dominance Approach", *Journal of Cultural Economics*, vol. 29, n° 4, November, 2005, p. 325-334.
- Martin, Judith, Janelle, Fabien. *Comment accompagner les artistes ? De la production à la diffusion*, Paris, ONDA, 2006.
- Mervant-Roux, Marie-Madeleine. *L'assise du théâtre. Pour une étude du spectateur*, Paris, CNRS Editions, 1998.
- Pontier, Jean-Marie et al. *Le droit de la culture*, Paris, Dalloz, 1996.
- Simmel, Georges. *Sociologie. Etude sur les formes de sociologie*, Paris, PUF, 1999, 1ère édition 1908.
- Urfalino, Philippe. *L'invention de la politique culturelle*, Paris, La Documentation Française, 1996.
- Urrutiaguer, Daniel, HENRY, Philippe, DUCHENE, Cyril. « Territoires et ressources des compagnies en France », *Cultures Etudes* n° 2012-1, 2012.
- Urrutiaguer, Daniel. *Guide des études théâtrales. Les professions du spectacle vivant*, Paris, Armand Colin, 2012.
- Urrutiaguer, Daniel. "Programme Innovations and Networks of French Public Theatres", *The Service industries Journal*, vol. 24, n° 1, January, p. 37-55.
- Weber, Max. *Economie et société, tome 1 : Les catégories de la sociologie*, 1995, 1ère édition 1921.

NOTES

1. Jean-Marie, Pontier et al., *Le droit de la culture*, Paris, Dalloz, 1996, p. 63.
2. Philippe, Urfalino, *L'invention de la politique culturelle*, Paris, La Documentation Française, 1996, p. 131-159.

3. Ce concept a été introduit par le Premier Ministre travailliste australien Paul Keating, en 1994, dans son opuscule *Creative Nation* pour mettre l'accent sur les contributions des activités créatives au développement de la compétitivité économique par la stimulation de l'économie des connaissances.
4. Selon les données d'Audiens, le nombre d'entreprises du spectacle vivant a triplé entre 1996 et 2007 alors qu'il n'a augmenté que de 63 % pour l'audiovisuel (Marie, Gouyon et Frédérique, Patureau, « Tendances de l'emploi dans le spectacle », *Cultures Chiffres* 2010-1, 2010, p. 5). Selon les Déclarations Annuelles des Données Sociales (DADS) de l'INSEE, la part des établissements du spectacle vivant de moins de cinq salariés est passée de 72 % à 80 % entre 1996 et 2006 contre respectivement 83 % et 73 % pour le spectacle enregistré (Jean-Michel, Charpin et al., *Rapport sur le bilan du plan de professionnalisation du secteur du spectacle vivant et enregistré*, Paris, IGF-IGAS-IGAC 2008, annexe 1, p. 15).
5. Voir Marie-Madeleine, Mervant-Roux, *L'assise du théâtre. Pour une étude du spectateur*, Paris, CNRS Editions, 1998.
6. Lucien, Karpik, *L'économie des singularités*, Paris, Éditions Gallimard, 2007.
7. Max, Weber, *Economie et société*, tome 1 : *Les catégories de la sociologie*, 1995, 1^{ère} édition 1921, p. 410.
8. Georges, Simmel, *Sociologie. Etude sur les formes de sociologie*, Paris, PUF, 1999, 1^{ère} édition 1908, p. 297-303.
9. Pierre, François, « Prototype, marché et concurrence : le marché des concerts de musique ancienne », *Presses de Sciences Po*, vol. 45, n° 3, 2004, p. 529-559.
10. En reprenant les théories économiques d'Edward Chamberlin (*The Theory of Monopolistic Competition*, Cambridge, Harvard University Press, 1933) et d'Harold Hotelling (« Stability in Competition », *The Economic Journal*, vol. 39, March, 1929), on peut considérer que chaque établissement culturel offre une programmation unique et des services spécifiques auprès de son bassin d'attraction mais il est concurrencé par d'autres lieux de spectacles qui proposent des substituts.
11. Isabelle, Assassi, "The Programming Strategies and Relationships of Theatres : An Analysis Based on the French Experience", *International Journal of Arts Management*, vol. 9, n° 3, 2007, Spring, p. 54.
12. Il s'agit de la circulaire du Ministère de la Culture et de la Communication « relative au soutien des artistes et des équipes artistiques dans le cadre de résidences ».
13. Ce paradoxe s'accompagne d'une foi dans le pouvoir d'attraction de l'art. Si le succès d'un spectacle est habituellement mis sur le compte du metteur en scène, qui tend par ailleurs à concentrer sur sa personne les retombées de la reconnaissance symbolique, la source d'un échec est *a priori* attribuée à une défaillance du service de relations publiques de l'établissement culturel.
14. Marie-Astrid, Le Theule, *Passeurs de création. Gestionnaires des organisations culturelles*, Paris, Vuibert, 2010, p. 257.
15. Alors que le budget du ministère chargé de la Culture a été multiplié par 6,5 de 1960 à 1985, il a augmenté de 33 % de 1990 à 2000 puis de 8,5 % de 2000 à 2010 (Jean-François, Chougnnet, et Philippe, Poirrier (dir.), « L'effort public pour la culture », *Pratiques et politiques de la scène*, Paris, La Documentation Française, 2010, p. 39).
16. Il s'agit de la différence entre les subventions publiques et les coûts fixes, soit la part de ces aides disponible pour financer les dépenses artistiques variables.
17. Le rapport sur le financement du spectacle vivant, commandité par le ministre de la Culture Frédéric Mitterrand en 2012, indique par exemple que le pouvoir d'achat des subventions reçues par les 15 CDN et scènes nationales franciliens a perdu six millions d'euros en sept ans du fait de l'absence d'indexation des aides publiques sur les prix et du retrait de certaines collectivités

territoriales (Serge, Dorny *et al.*, *Financement du spectacle vivant. Développer, structurer, pérenniser*, Paris, M.C.C., mars 2012, p. 29).

18. Selon l'UNEDIC, la part des allocations de retour à l'emploi dans le revenu des intermittents du spectacle indemnisés est passée de 42,7 % en 2003 à 46,7 % en 2007. En décomposant les deux annexes du régime d'assurance chômage, cette part était en 2007 de 52 % pour l'annexe 10 des artistes et de 43,1 % pour l'annexe 8 des techniciens (Jean-Michel, Charpin, *op. cit.*, annexe 1, p. 48).

19. Commission permanente sur l'emploi du CNPS, *Emploi et spectacles. 2010-2011*, Paris, CNPS, 2011, p. 18.

20. Par exemple, la commission francilienne d'aide à la création d'œuvres dramatiques comprenait en 1994 19 membres avec un seul directeur d'établissement culturel, cinq critiques dramatiques, six comédiens, trois conseillers littéraires ou artistiques, deux auteurs, un directeur éditorial, la secrétaire générale de la Société d'Histoire. En 2013, le nombre de membres a été porté à 28 avec 13 dirigeants d'établissement culturel (dont neuf labellisés), trois journalistes culturels, deux comédiens, deux directeurs de compagnie, cinq personnalités qualifiées (dont deux anciennes directrices de théâtre), une conseillère de l'ONDA, une professeur d'art dramatique, une directrice d'un bureau de production.

21. Judith, Martin, et Fabien, Jannelle, *Comment accompagner les artistes ? De la production à la diffusion*, Paris, ONDA, 2006.

22. Daniel Urrutiaguer, Philippe Henry, Cyril Duchêne, « Territoires et ressources des compagnies en France », *Cultures Etudes* n° 2012-1, 2012, p. 7.

23. Paul, Di Maggio, and Kristin, Sternberg, "Why Do Some Theatres Innovate More Than Others? An Empirical Analysis", *Poetics*, n° 14, p. 107-122.

24. Xavier, Castañer, and Lorenzo, Campos, "The Determinants of Artistic Innovation : Bringing in the Role of Organizations", *Journal of Cultural Economics*, vol. 26, n° 1, p. 29-52.

25. Daniel, Urrutiaguer, "Programme Innovations and Networks of French Public Theatres", *The Service industries Journal*, vol. 24, n° 1, January, p. 37-55.

26. CNT, La place des auteurs vivants dans la programmation des théâtres publics en France, Paris, CNT, 2004.

27. Isabelle, Assassi, *op. cit.*, p. 57.

28. Daniel, Urrutiaguer *et al.*, *op. cit.*, p. 2.

29. Erika, Fischer-Lichte, *The Transformative Power of Performance*, London, New York, Routledge, 2008, p. 196.

30. Isabelle, Barbéris et Martial, Poirson, *L'économie du spectacle vivant*, Paris, PUF, 2013, p. 110.

31. CNRTL, « Marque », <http://www.cnrtl.fr/etymologie/marque> [page consultée le 22 août 2013].

32. Jean-Noël, Kapferer, *FAQ : la marque*, Paris, Dunod, 2006.

33. Le ratio est passé en moyenne de 0,152 dans les années 60 à 0,457 entre 2000 et 2003 pour les pièces de théâtre et de 0,047 à 0,368 pour les comédies musicales.

34. David, Maddison, "Are There Too Many Revivals on Broadway ? A Stochastic Dominance Approach", *Journal of Cultural Economics*, vol. 29, n° 4, November, 2005, p. 325-334.

35. Séance du 14 janvier 2013, Séminaire « L'incertitude sur la valeur. Sélection, évaluation, justification », Paris, EHESS.

RÉSUMÉS

Daniel Urrutiaguer est maître de conférences habilité à diriger des recherches en études théâtrales à l'université de la Sorbonne Nouvelle – Paris 3 où il codirige le master 2 professionnel « métiers de la production théâtrale ». Ancien élève d'HEC, agrégé de sciences sociales, il développe des recherches sur la socio-économie du spectacle vivant.

La logique artistique pose un idéal de déconnexion entre les marchés-réseaux de production des spectacles et les marchés de diffusion spécifiques à chaque établissement culturel. La stabilisation des financements publics en France et l'explosion démographique du nombre de producteurs intensifient la concurrence et renforcent le pouvoir de marché des lieux de spectacles. La stratégie de réduction des risques, induite par la baisse de la marge disponible pour l'artistique, suscite un regain d'intérêt pour les reprises de spectacles. Celles-ci participent à l'accentuation du rayonnement national et international des compagnies. Cet article propose une mise en perspective socioéconomique de ces évolutions en se centrant sur la production théâtrale. Il ouvre une réflexion sur les liens complexes entre la logique de patrimonialisation artistique, qui participe à la construction de la notoriété des artistes, et la valorisation des spectacles, qui requiert des innovations dans les mises en scène.

INDEX

Mots-clés : production, marché, concurrence, économie du spectacle, patrimonialisation, valorisation