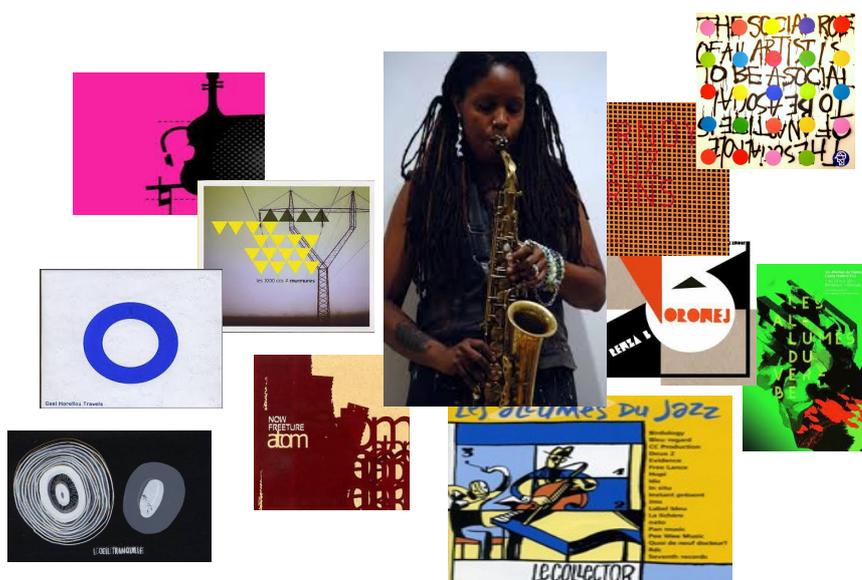


MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION
Inspection Générale des Affaires Culturelles

N° 2013-20

BILAN DE L'ASSOCIATION
« LES ALLUMES DU JAZZ »



juin 2013

Isabelle NEUSCHWANDER

Inspectrice générale
des affaires culturelles

LE NHAT Binh

Inspecteur général
des affaires culturelles



Ministère de la Culture et de la Communication

La Directrice du Cabinet

11 AVR. 2013

**Note pour Madame Ann-José ARLOT
Chef du service de l'Inspection générale des affaires culturelles**

Nos réf. : TR/459/ONI

Objet : Bilan de l'action de l'association « Les Allumés du Jazz »

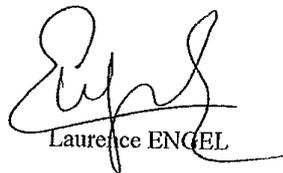
Depuis sa création en 1995, l'association « Les Allumés du Jazz » bénéficie du soutien du ministère de la culture et de la communication.

Cette association, qui s'est fixée comme objectif d'être une force de proposition pour la promotion et la diffusion du jazz et de musiques improvisées, a élaboré une série d'outils mis à la disposition des labels indépendants, qui sont ses adhérents, tels qu'un site internet, une boutique, un journal trimestriel.

Comme il est d'usage pour le ministère de la culture et de la communication, vis-à-vis des structures auxquelles il apporte une contribution financière importante, il convient qu'il puisse disposer du bilan de ces dix huit années d'action de l'association.

Je vous demande en conséquence de mener une évaluation globale du bilan de l'association « Les Allumés du Jazz ». En lien avec les travaux de la mission musique, à laquelle la ministre a fixé pour objectif la rationalisation et la modernisation des structures d'intérêt général, vous vous attacherez particulièrement à analyser son économie générale, son mode de fonctionnement et ses activités de diffusion, notamment au regard des perspectives d'évolution dans le domaine qui lui est propre.

Ce rapport devra m'être remis pour la première semaine du mois de mai.


Laurence ENGEL

SOMMAIRE

Lettre de mission

Synthèse et préconisations

Introduction

1

I. « Les Allumés du Jazz », historique et situation actuelle

3

1.1. Le contexte de création, les objectifs initiaux

3

1.2. La diversification des objectifs, la mise en place des outils

3

1.3. L'analyse du modèle en 2008 à travers le bilan dressé par l'inspection de la direction de la musique, de la danse, du théâtre et des spectacles

4

1.4. L'évolution de l'association de 2008 à 2013

5

1.5. Le budget de l'association

6

II. L'action de l'association « Les Allumés du Jazz » au regard des problématiques actuelles

9

2.1. La situation du jazz en France

9

2.2. « Les Allumés du Jazz », quel type de structure fédérative ?

12

2.3. Les actions de promotion et de diffusion : approche de leur efficacité

13

2.4. La question de la distribution de phonogrammes physiques et le cas spécifique de la boutique

14

III. L'avenir de l'association « Les Allumés du Jazz » : une nécessaire adaptation aux défis des prochaines années

17

3.1. Entre enregistrement et spectacle vivant : une identité riche mais trop fragile

17

3.2. Maintenir le soutien à court terme du ministère de la Culture et de la Communication

18

3.3. Lier le soutien à moyen terme à la capacité d'évolution de l'association

19

Réponse de Laurence Franceschini, Directrice générale des médias et des industries culturelles dans le cadre de la procédure contradictoire

22

Réponse de Michel Orier, Directeur général de la création artistique dans le cadre de la procédure contradictoire

27

Tableau des observations de la DGMIC et de la DGCA sur le rapport provisoire et réponse des rapporteurs

31

Annexes

SYNTHESE

Par lettre de mission en date du 11 avril 2013, la Directrice du cabinet de la Ministre de la Culture et de la Communication a demandé à l'Inspection générale des affaires culturelles (IGAC) de mener une évaluation globale du bilan de l'association « Les Allumés du Jazz », structure qui regroupe 60 labels indépendants de jazz et de musiques improvisées et qui, par ses statuts, a pour objet la promotion et la diffusion de la musique enregistrée, en particulier le jazz.

Au-delà d'une évaluation du bilan stricto sensu des activités de l'association au regard de la subvention allouée annuellement par le Ministère depuis sa création en 1996, la mission d'inspection avait la charge de resituer le soutien à une telle structure dans la perspective des travaux confiés par la Ministre à la direction générale de la création artistique et à la direction générale des médias et des industries culturelles dans le cadre de la mission « musique ». Celle-ci est chargée de réfléchir à la rationalisation et à modernisation des dispositifs de soutien à la musique.

« Les Allumés du Jazz », entité aux moyens modestes, sont en effet représentatifs des défis que posent les profondes mutations induites par le numérique, tant en termes de support que de moyen de diffusion, voire de mode de création, à un genre musical d'une grande vitalité mais réputé plus difficile d'accès et caractérisé par une imbrication étroite entre création, production enregistrée et spectacle vivant.

Ces défis et la situation particulière du jazz avaient été analysés par le groupe de travail piloté par le Ministère en 2011, auquel participait l'association, dans le prolongement d'un appel de professionnels en juillet 2011 « Pour des États généraux du jazz ».

Au terme de dix huit ans d'activité, l'association, créée par quinze labels pour répondre au souci du ministère de la Culture et de la Communication de les soutenir et les aider à se structurer, rassemble désormais 60 labels, soit plus du tiers des labels de jazz. Elle dispose ainsi d'une représentativité incontestable. Ses activités s'organisent autour de quatre axes :

- assurer la présence et la promotion collective dans les festivals et sur les lieux de concert,
- promouvoir les artistes et la création, à travers notamment un site internet et un journal,
- assurer la défense des intérêts collectifs et la participation aux instances de concertation avec les pouvoirs publics et interprofessionnels,
- la vente des productions des labels-adhérents par différents canaux.

Installée au Mans depuis 2003, elle a ouvert une boutique en 2011, également siège social de l'association, et fonctionne sur le mode du « militantisme culturel » avec seulement deux salariées et l'aide bénévole, en particulier, des membres du conseil d'administration.

L'évaluation par la présente mission des activités des « Allumés du Jazz », et qui rejoint celle réalisée par l'inspection de la création en 1998, fait apparaître de nombreux points positifs.

L'association est porteuse d'une identité collective forte des labels adhérents qui se définissent comme des « artisans-producteurs ». Majoritairement sous statut associatif, les labels assument très souvent l'intégralité du processus de création jusqu'à la production et la diffusion. Ils évoluent dans un système économique propre (mais fragile) marqué par une forte interaction entre le disque et la scène.

Elle dispose d'un fort potentiel en terme de créativité, de savoir-faire, d'expertise en

particulier d'éditorialisation des contenus.

Elle assure aux labels adhérents par le site internet et le journal une visibilité précieuse et offre un circuit complémentaire de distribution et de vente des phonogrammes physiques, répondant ainsi à une très forte demande des labels adhérents confrontés à la crise de la distribution.

Mais des points de faiblesse sont à noter.

Dotée d'un budget de 182 700€ en 2012, financé à 54,8% par la subvention du Ministère et à 19,3% par des organismes collectifs professionnels, l'association demeure d'une grande fragilité structurelle, notamment au plan budgétaire. Si l'aide du Ministère s'est maintenue à un niveau à peu près constant, les aides des organismes professionnels se sont fortement érodées¹, alors que l'association n'est pas parvenue à augmenter sensiblement ses recettes propres.

Au-delà de la question financière, son action souffre aujourd'hui d'un manque de lisibilité, accentué par l'ouverture de la boutique. Elle ne peut donner l'ampleur qui serait nécessaire à des activités de diffusion et de promotion telles que la présence dans les festivals, tant du fait de la limitation de ses moyens que d'un relatif manque d'implication de ses adhérents et de la faiblesse des partenariats avec d'autres structures fédératives œuvrant dans le domaine du jazz. De façon générale, elle peine à porter une parole collective.

Enfin, elle ne s'est pas suffisamment saisie de la question numérique et de la mise en valeur de la présence des labels adhérents dans le monde numérique : donner en quelque sorte de la visibilité au « catalogue numérique », comme elle le fait pour le catalogue physique.

Face à ce bilan global et au regard des enjeux et du potentiel présent au sein de l'association, les rapporteurs proposent que le Ministère maintienne son soutien, en clarifiant les actions sur lesquelles il souhaite faire porter ce soutien et en le liant aux capacités d'évolution de l'association et notamment à celle d'assumer de façon plus ambitieuse ses missions de structure collective.

Il apparaît essentiel que la fonction collective et la force de proposition fédératrice de l'association soient développées. Un projet décliné en objectifs précis, appuyés sur un calendrier, et qui pourrait faire l'objet d'un conventionnement avec le Ministère, devrait être formalisé. Les rapporteurs préconisent que l'association engage cette réflexion en lien avec celle menée par la mission « musique » qui va orienter ses travaux dans un contexte où « la dichotomie entre musique enregistrée et spectacle vivant a largement perdu de son sens ² », dichotomie dont les labels adhérents ont su se protéger.

La réflexion leur paraît pouvoir s'organiser autour des axes suivants :

- Aider aux choix stratégiques sur le numérique,
- plus particulièrement, réfléchir à poser le site comme un des portails de référence et d'orientation vers les catalogues des œuvres numérisées de ses adhérents.
- Être un lieu de ressources pour les labels adhérents et de mise en commun des efforts.
- Être un acteur du dialogue interfédérations.

¹ L'association reçoit le soutien des organismes professionnels, tels que la SACEM, le FCM et de façon plus occasionnelle le CNV.

² Discours d' Aurélie Filippetti , Ministre de la Culture et de la Communication prononcé à l'occasion du point presse au 47 ème Midem, 26-29 janvier 2013.

S'agissant de la boutique du Mans, il appartient aux adhérents de l'association de se déterminer sur ce que doivent être les missions prioritaires de celle-ci et de rechercher les financements locaux pour cette boutique, en tant que commerce culturel et structure d'animation territoriale.

Par ailleurs, les rapporteurs estiment que seule une forte implication des adhérents au travail collectif permettra à l'association de jouer au mieux son rôle en faveur du jazz de création porté par les labels indépendants dans un paysage musical en plein bouleversement.

Enfin, la mission « musique » devrait s'attacher à définir comment les deux directions générales du ministère devraient se coordonner sur le dossier de l'association des « Allumés du Jazz » afin de mobiliser leurs expertises respectives et d'articuler les objectifs qui leur incombent.

Isabelle Neuschwander

Lê Nhat Binh

PRECONISATIONS

Pour le ministère de la Culture et de la Communication.

- Maintenir le soutien à court terme mais en clarifiant les actions sur lesquelles il souhaite le faire porter :
 - se prononcer, en particulier, sur le financement de la boutique et ses modalités;
 - articuler la coordination de la gestion du dossier des « Allumés du Jazz » entre les deux directions générales concernées, DGMI et DGCA.
- Lier le soutien à moyen terme à la capacité d'évolution de l'association.

Pour l'association « Les Allumés du Jazz ».

- Renforcer la fonction collective et la force de proposition fédératrice :
 - aider aux choix stratégiques individuels et collectifs sur le numérique;
 - faire évoluer le site internet comme site de référence et portail de promotion et d'orientation, notamment pour les œuvres en ligne;
 - être un lieu de ressources et de mise en commun des efforts;
 - être un acteur du dialogue interfédérations.
- Pour ce qui concerne la boutique du Mans, rechercher des financements territoriaux.
- L'ensemble de ces points se traduisant par la rédaction d'un projet stratégique.

Aboutir à un conventionnement entre le ministère de la Culture et de la Communication et l'association « Les Allumés du Jazz ».

INTRODUCTION

Par lettre de mission en date du 11 avril 2013, la Directrice du cabinet de la Ministre de la Culture et de la Communication a demandé à l'Inspection générale des affaires culturelles (IGAC) de mener une évaluation globale du bilan de l'association « Les Allumés du Jazz ».

Créée en 1996, l'association « Les Allumés du Jazz », qui regroupe 60 labels indépendants, a pour objectif la promotion et la diffusion du jazz et des musiques improvisées. Elle est très fortement dépendante des subventions publiques, notamment de celle du Ministère, dont l'association bénéficie annuellement depuis sa création et qui représentait en 2012 plus de 50% de l'ensemble de ses ressources.

Elle a fait l'objet en 2008 d'une inspection de la direction de la musique, de la danse, du théâtre et des spectacles (DMDTS), direction alors en charge de son dossier. Lors du partage des compétences entre les différentes directions générales créées début 2010 à la suite de la réorganisation de l'administration centrale du ministère, le suivi de l'association a été transféré à la direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) tandis que la direction générale de la création artistique (DGCA) conservait la tutelle des dossiers relatifs au spectacle vivant³.

La mission de l'IGAC est d'ordre rétrospectif et prospectif. Elle a notamment pris en compte les perspectives des travaux de la Mission Musique, cellule transversale aux deux directions en charge du dossier, créée à l'automne 2012 et à laquelle a été assigné l'objectif de proposer des mesures de nature à rationaliser et à moderniser les dispositifs dans le cadre de la réflexion engagée sur l'économie générale du soutien à la musique par le ministère de la Culture et de la Communication.

Ses analyses portent autant sur le modèle de fonctionnement de l'association jusqu'à aujourd'hui que sur sa capacité à poursuivre ses objectifs dans le contexte de crise que vit le secteur de la musique enregistrée. En découlent les préconisations relatives à l'éventuelle continuation du subventionnement par le ministère de la Culture et de la Communication et à la structuration des missions de l'association qui serait alors souhaitable.

Dans le temps contraint de leur mission, les rapporteurs ont mené de façon parallèle la phase de recueil de données et la phase d'auditions. Il se sont attachés à cerner, au moins dans leurs grandes lignes, les problématiques de l'industrie musicale et plus particulièrement celles spécifiques au secteur du jazz et des musiques improvisées, compte tenu notamment des évolutions importantes amenées par le numérique, aussi bien en tant que support et mode de production que mode de diffusion.

L'aide des directions métiers a été à cet égard très précieuse. Les rapporteurs ont auditionné le plus grand nombre de personnes qui leur était possible dans le délai imparti, en premier lieu les membres du conseil d'administration de l'association, ses permanents, plusieurs des labels adhérents, d'esthétiques et de générations différentes ainsi que la plupart des organismes, contributeurs au financement de l'association.

³ La direction générale de la création artistique (DGCA) a été créée à partir de la DMDTS et de la délégation aux arts plastiques et la direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) à partir de la direction des médias (DDM) et des services issus de la direction du livre et de la lecture (DLL). La DGMIC a désormais compétence sur les questions relatives aux industries culturelles, notamment les industries musicales.

En même temps qu'un accueil très attentif, les rapporteurs sont très reconnaissants vis-à-vis de tous ces responsables, d'une excellente coopération et d'un très grand effort pour faire part de leur expérience, de leurs analyses et de leur vision des enjeux pour les prochaines années concernant le jazz, tant pour ce qui est de sa création, de sa production que de sa diffusion.

Les annexes comprennent notamment les résultats des tentatives de répartition analytique des comptes faites par la mission.

Est donnée, à la fin du rapport, la liste des acronymes et leur développement. Par commodité de langage, le rapport utilise plus fréquemment le terme de disque bien qu'il s'agisse de CD.

La direction générale des médias et des industries culturelles et la direction générale de la création artistique auxquelles le rapport a été envoyé dans le cadre de la procédure contradictoire ont fait parvenir leurs réponses (copies en fin de rapport).

I « LES ALLUMÉS DU JAZZ », HISTORIQUE ET SITUATION ACTUELLE.

1.1. Le contexte de création, les objectifs initiaux.

L'association est née dans la foulée du MIDEM de 1996, dans le souci de répondre à la volonté du ministère de la Culture d'alors d'apporter un soutien au jazz, genre musical à l'esthétique moins familière pour le grand public, en favorisant les initiatives de mise en commun des moyens et des idées. Le paysage du jazz en France était alors marqué par l'échec du « plan label » mis en place par le Ministère dans les années 1990 pour aider la transformation des labels artisanaux en entreprises structurées⁴.

Plutôt que des aides individuelles, les quelques responsables de labels consultés choisissent alors de proposer d'être aidés collectivement à travers une structure traduisant des efforts de démarches communes.

Lorsqu'elle dépose ses statuts en date du 5 juillet 1996, sous le régime de la loi 1901, l'association regroupe déjà une quinzaine de labels de « producteurs et éditeurs phonographiques indépendants ». Ses objectifs sont définis comme suit : « promouvoir par une opération reconduite annuellement et, par tout autre évènement, le jazz représenté par une sélection de labels indépendants français »⁵.

Dans les statuts d'origine, le conseil d'administration est composé de six membres élus pour un an par l'assemblée générale. L'adhésion est soumise à l'agrément du bureau de l'association avec des critères très stricts : détenir une société, avoir au moins produit huit disques, produire au moins trois disques par an, réaliser un chiffre d'affaires « conséquent » et avoir un distributeur.

Trop sélectif, ce modèle évolue très rapidement pour accueillir les structures associatives ayant produit au moins déjà un disque.

1.2. La diversification des objectifs, la mise en place des outils :

Localisée tout d'abord à Paris, l'association déménage en 2003 au Mans pour des raisons pratiques et financières. Elle met en place un fonctionnement par commissions (journal, distribution, communication, internet) et structure son action à travers :

- une activité de distribution : après avoir organisé des opérations commerciales et promotionnelles (entre 1996-1998), elle ouvre un service de vente par correspondance de disques ;
- une présence physique dans les festivals et l'organisation de spectacles et de concerts;
- une activité de publication par la création en 1999 d'un journal d'information gratuit, dont la publication sera stabilisée à trois numéros par an et distribué à 16 000 exemplaires;
- l'ouverture en 2001 d'un site internet proposant la présentation des labels adhérents, la mise en ligne des articles du journal, la VPC, une web radio et un blog.

⁴ cf. note 6 Anne-Claire Rocton , à propos du plan label : « alors que le but avoué du ministère était la transformation des labels aux méthodes encore « artisanales » en véritables entreprises structurées, les labels vont surtout utiliser l'argent pour produire plus de disques ou rembourser leurs dettes ».

⁵La liste des quinze premiers labels est la suivante (en gras les labels encore adhérents) : DEUX Z, EMP, **EVIDENCE**, **FREE LANCE**, HOPI, IDA, IN SITU, JMS, **LABEL BLEU**, LA LICHERE, **NATO**, OWL, PAN MUSIC, RDC, SEVENTH RECORDS.

- des forums de réflexion comme en décembre 2004 à Avignon sur « L'avenir du disque, rebâtir » ou en février 2008, « La musique vaut elle encore le dérangement ? ».

1.3 L'analyse du modèle en 2008 à travers le bilan dressé par l'inspection de la DMDTS.

En avril 2008, l'inspection de la DMDTS établit, à la demande de sa direction qui envisageait un conventionnement triennal, un bilan d'évaluation des douze années d'action de l'association au regard de l'investissement financier du ministère⁶.

Tout en faisant le constat de l'aggravation de la crise du disque, de la fragilisation de plus en plus forte des petits labels, de leur difficulté de distribution, le rapport analyse l'action de l'association, ses points forts et ses fragilités. Il se conclut par des propositions visant à la projeter dans une stratégie d'avenir et à « lui donner un nouvel élan ».

En point positif, ce rapport souligne l'assouplissement des critères d'adhésion qui a permis à l'association de passer de 15 à 46 labels, la qualité des outils mis en place, notamment le journal, l'effort en termes de distribution par une présence accrue lors des festivals.

En contrepoint, il s'interroge sur le positionnement des missions de l'association (qualifiée « d'un peu hybride »), sur le nécessaire élargissement des activités, sur la faiblesse participative des adhérents et sur l'obligation de s'adapter aux nouvelles technologies. La question d'un nouveau statut est posée.

Les recommandations de l'Inspection de la DMDTS en 2008 étaient de trois ordres :

- a) Revoir les principes d'adhésion en clarifiant les critères.
- b) Augmenter le nombre d'adhérents en s'ouvrant à un nombre plus important de labels, quelque soit leur taille.
- c) Redéfinir les services rendus à travers les actions suivantes :
 - amélioration du site internet et mise en place d'une plateforme numérique en lien avec des structures existantes ;
 - développement du rôle de distributeur en accord avec les sociétés civiles et la collaboration avec le Club action des labels indépendants (CALIF);
 - conventionnement avec les acteurs de diffusion, les festivals notamment « pour favoriser et mutualiser la vente physique de disques et préserver un lien avec le public » ;
 - « continuer et étendre afin d'initier une politique globale au niveau national » le travail engagé avec les collectivités territoriales sur les aides aux labels;
 - mise en place d'une politique tarifaire pour le journal;
 - signature d'un contrat avec les entreprises d'espaces publicitaire en ligne pour générer des recettes ;
 - travailler sur l'implantation locale avec les collectivités locales (conseil régional des Pays de la Loire, conseil général de la Sarthe, ville du Mans).

⁶ « Les Allumés du Jazz Le Mans-Sarthe. Rapport d'évaluation » d'Anne-Claire Rocton, inspectrice de la création et des enseignements artistiques – Avril 2008 . 21 p.

1.4 L'évolution de l'association de 2008 à 2013.

L'association continue sa progression passant de 2008 à 2013 de 48 à 59 labels. Même si on est loin du doublement voire du triplement envisagé en 2008, la courbe des adhésions reste bonne donnant ainsi à l'association une taille non négligeable au regard du nombre de labels de jazz (166 selon l'IRMA).

1995	2008	2010	2013
15 labels	46 labels	54 labels	60 labels répartis sur 16 régions, dont 23 en Ile-de-France

Plusieurs des recommandations contenues dans le rapport de l'inspection de la DMDTS sont mises en œuvre :

- L'association refond son site internet en 2011 dans la ligne graphique du journal. Le site présente principalement les événements organisés par l'association et les labels adhérents, les nouveautés avec un contenu éditorialisé, des articles du journal, un accès à la boutique de vente en ligne de vente par correspondance des CD avec paiement par le système Paypal, une webradio. Il s'est ouvert aux réseaux sociaux et propose une rotation d'actualités plus importante avec la diffusion d'une newsletter.

- L'adhésion des adhérents est augmentée de 50 à 100 €.

- Les statuts sont refondus en mai 2011. Cette décision est parallèle au choix de transférer le siège social, rue de la Galère au Mans, et d'ouvrir une boutique, dans cet espace commun de 126 m² (dont 50 m² pour la boutique).

- Les objectifs de l'association sont précisés par rapport aux objectifs initiaux : « L'association fédère notamment les producteurs et éditeurs phonographiques indépendants. Elle a pour objet la promotion et la diffusion de la musique enregistrée, en particulier le jazz. Ses moyens d'action sont l'organisation d'opérations promotionnelles, de rencontres professionnelles, de conférences, la réalisation d'un site internet et d'un journal, l'aide à la distribution des supports enregistrés, l'organisation de spectacles et de concerts et toutes initiatives pouvant aider à la réalisation de l'accès au plus grand nombre des musiques proposées et défendues par l'association ».

La présence dans les festivals (9 fois en 2009, 6 fois en 2011, 8 fois en 2012) est maintenue⁷. Des apéro-concerts promotionnels et gratuits sont proposés dans la boutique (3 en 2011, 10 en 2012) qui diffuse les disques des labels adhérents de façon non exclusive ainsi que, depuis peu, des vinyles.

L'association s'investit dans des activités de représentation et de défense des labels adhérents en participant en 2010 à l'interfédération regroupant l'AFIJMA, la FNEIJMA, la FSJ, GRANDS FORMATS, UMJ afin « de poser les bases d'une plateforme commune d'échange, de réflexion et d'action en faveur d'un genre musical que chacune des organisations présentes

⁷ En 2010 « Les Allumés du Jazz » sont présents aux festivals suivants : « Sons d'hiver », « Banlieues bleues », Grenoble, « Europa Jazz festival », Luz-Saint-Sauveur, « Les rendez-vous de l'Erdré », la fête de l'Humanité, Reims, les 20 ans d'In situ. En 2011, ils sont présents à « Sons d'hiver », « Banlieues bleues », « Europa Jazz festival », Luz-Saint-Sauveur, « La Tour-d'Aigues », « Total Meeting ». En 2012 : « Sons d'hiver », « Europa Jazz festival », Luz-Saint-Sauveur, « Charlie Free », « La Tour-d'Aigues », « Les Emouvantes », Nevers, Reims.

a inscrit -sous des formes différentes mais complémentaires -au cœur de son propre projet »⁸. Cette même année, elle participe à la création de la Fédération nationale des labels indépendants (FELIN), structure qu'elle quittera suite à un désaccord sur la création du Centre national de la musique (CNM). Elle intervient aussi auprès des sociétés civiles, par exemple la SDRM.

1.5 Le budget de l'association.

Le compte de résultat des « Allumés du Jazz » en 2012 était à peu près équilibré, compte tenu de la subvention du Ministère et des aides des différents organismes professionnels. Il s'élevait à 182 700€ en charges (arrondi) et à 182 620€ en produits.

Depuis 2009, il est en baisse sensible par rapport à son niveau de 2005⁹. En 2005, il se montait à 220 000€ en dépenses et à 224 000€ en recettes, soit une baisse en 2012 de 17% en dépenses et 18,3% en recettes par rapport à cette année de référence, malgré une charge supplémentaire que constitue la gestion de la boutique depuis 2011.

L'association est très fortement tributaire des aides, notamment de la subvention du Ministère, depuis sa création. Cette subvention, à 107 000€, représentait 48,9% des ressources en 2005. En 2012, à 100 000€, elle constitue 54,5% du total des ressources.

L'analyse par types d'activités des ressources et dépenses sera présentée dans la partie II. On se limitera à donner ici les grandes lignes en matière de ressources et de charges d'exploitation de l'association (le détail des ressources et des charges est donné en annexe n°VII).

a) Les ressources des « Allumés du Jazz » :

. Des ressources propres surtout apportées par la vente des disques.

les ressources propres sont principalement constituées par la vente des disques et les cotisations.

Elles se montaient à 46000€ en 2005, 33 000€ en 2009 et 47 000€ en 2012. Entre 2005 et 2012. Leur part a progressé, passant de 20,6% à 25,7%.

Elles sont constituées principalement par les ventes de disques qui en représentent 56% en 2005 et 51% en 2012. Les résultats en matière de ventes seront commentés par canal de vente dans la partie II.

Un effort sensible a été fait par les adhérents en matière de cotisations, même si celles-ci sont encore a priori assez modestes (100€ par label, sous réserve d'un taux réduit pour les labels les plus modestes).

Bien que n'ayant que peu augmenté en valeur absolue, les ressources propres constituent une part plus importante du total des ressources de l'association, passant de 20,6% à 25,7%, du fait de la baisse des aides, principalement celle des aides des organismes professionnels.

⁸ Rapport de l'assemblée générale, 2010.

⁹La mission n'a pas pu disposer des données antérieures à 2005.

. Les aides, une part essentielle des ressources, avec un poids de plus en plus prépondérant du Ministère.

Les aides constituent en fait les principales ressources de l'association, bien qu'en nette baisse : 168 500€ en 2005, 132 000€ en 2009, 135 600€ en 2012. Elles représentaient 79,4% des ressources totales en 2005, 74,3% en 2012.

Le ministère de la Culture est, de loin, le principal contributeur avec une subvention dont le montant n'a guère varié : 107 000€ en 2005, 100 000€ en 2012. Sa part dans le total des ressources s'est, en revanche, sensiblement accrue, passant de 48% à 55%.

Les autres aides sont apportées par certaines sociétés de perception et de répartition des droits d'auteur et droits voisins (SPRD) – SACEM, ADAMI – au titre de leurs actions en faveur de la création et de la formation régies par l'article L.321-9 du Code de la propriété intellectuelle, mais aussi par une structure commune à ces sociétés, le Fonds de création musicale (FCM), et enfin par le Centre National de la chanson, des Variétés et du jazz (CNV). Il faut noter une aide du CALIF en 2011.

La contribution globale de ces organismes a fortement fléchi, passant de 70 500€ en 2005 à 35 604€ en 2012.

Alors qu'elle représentait 31,4% des ressources totales en 2005, elle n'est plus que de 19,3% en 2012.

On assiste ainsi à un très fort déséquilibre dans les efforts respectifs du Ministère et des organismes professionnels.

Au-delà de cet aspect, la multiplicité d'aides publiques et professionnelles, même si elle n'est pas exceptionnelle pour ce qui concerne les organismes œuvrant dans les champs de la culture, appelle des observations.

Dans le cas des « Allumés du Jazz », elle constitue partiellement un système d'aides en cascade et, potentiellement, pour le Ministère, un cumul d'aides directes et indirectes. Cela tient principalement à l'intervention du Fonds de création musicale (le FCM) créé en 1985, dans le sillage de la loi du 3 juillet 1985 instituant les droits voisins et, par son article codifié L321-9 dans le Code de la propriété intellectuelle, un dispositif d'affectation d'une partie de ces droits à « des actions d'aide à la création, à la diffusion du spectacle vivant et à des actions de formation des artistes ».

Le FCM, d'un budget de 5,3 M€ en 2012, est financé par des contributions des différentes sociétés de perception et de répartition des droits d'auteur et droits voisins (SPRD) intervenant dans la gestion des droits attachés aux œuvres musicales (SACEM et SACD pour les auteurs, ADAMI et SPEDIDAM pour les musiciens-interprètes, SCPP et SPPF pour les producteurs de phonogramme), mais aussi par une subvention du ministère de 446 340€. Un rapport de l'IGAC¹⁰ de 2007 avait analysé les modes de financement et les activités du FCM, examinant notamment, au sein du FCM, les ressources mobilisées suivant la nature des actions. Dans ce cadre, les ressources des SPRD, conformément à l'article L.321-9, ne peuvent l'être pour des actions qui seraient des soutiens à des actions de promotion ou de diffusion de phonogramme.

Dans le cas des « Allumés du Jazz », les aides apportées notamment par la SACEM et le FCM sont dédiées à des objets spécifiques, libellés, il est vrai, en termes larges pour le FCM :

¹⁰ Rapporteur : Serge Kancel, inspecteur général des affaires culturelles.

II L'ACTION DE L'ASSOCIATION « LES ALLUMÉS DU JAZZ » AU REGARD DES PROBLÉMATIQUES ACTUELLES.

2.1 La situation du jazz en France.

L'ensemble de l'industrie du disque subit depuis dix ans une crise à laquelle le secteur du jazz et des musiques improvisées, bien que marginal en termes de volume et de valeur de ventes, n'échappe pas.

Quelques chiffres illustrent la dégradation de la situation vécue par le marché de la musique enregistrée sur la dernière décennie : chute de 62% du nombre d'albums commercialisés (2535 en 2002, 975 en 2012)¹¹, chiffre des ventes semestrielles de classiques, jazz/blues et musiques du monde passé de 30,6 M€ à 13,4 M€ pendant la période 2003-2011¹².

Comme pour la « variété », il semble qu'on assiste à une forte inflexion en faveur du spectacle vivant.

Pour le jazz et les musiques improvisées, les chiffres témoignent de cette vitalité du spectacle vivant : en 2011, ce secteur a représenté 14% du nombre de représentations données en France (mais seulement 4% de l'assiette déclarée et 7 % de la fréquentation des représentations payantes)¹³

Cette vitalité va bien au delà, comme on le verra ci-dessous. Elle ne paraît pas cependant suffisante aux professionnels du secteur pour garantir un avenir serein au jazz et aux musiques improvisées, qu'il s'agisse de création, de production ou de diffusion. Leur inquiétude est au cœur d'une tribune parue en juillet 2011 dans Libération « Pour des Etats généraux du jazz ». En soulignant sa situation paradoxale, les signataires demandent au ministre de la Culture « d'organiser la tenue d'Etats généraux du jazz afin de redéfinir ensemble, avec tous les acteurs de la filière, les politiques que nous voulons voir mises en œuvre pour assurer la survie d'un secteur musical qui fait partie intégrante de notre paysage culture, mais qui risque fort de s'appauvrir jusqu'à disparaître si rien n'est fait en sa faveur ».

S'ensuit un groupe de travail, réuni sous le pilotage du Ministère (DGCA), auquel participent l'ensemble des structures professionnelles œuvrant dans le domaine du jazz, dont l'association « Les Allumés du Jazz », des responsables de labels, des musiciens¹⁴. Ce dernier

¹¹ Syndicat national de l'édition phonographique (SNEP), MIDEM-2013, « Bilan économique 2012 ».

¹² Cité de la Musique. Observatoire de la musique, « L'évolution des marchés de la musique en France, 2003-2010 ».

¹³ Centre national de la chanson, des variétés et du jazz, septembre 2012, « Éléments statistiques sur la diffusion des spectacles de variétés et de musiques actuelles en 2011 » : « Le prix du billet de 21€ est l'un des plus bas comparé aux autres esthétiques ainsi que le nombre moyen d'entrées totales par représentation payante (247 entrées par représentation). Le jazz et les musiques improvisées font partie des styles musicaux les plus présents dans les concerts gratuits. »

¹⁴ Le groupe de travail était composé de représentants de la Fédération des scènes de jazz (FSJ), de l'Association des festivals innovants jazz et musiques actuelles (AFIJMA) de la Fédération Grands Formats, de la Fédération nationale des écoles de jazz et musiques actuelles (FNEIJMA), de l'association Jazz(s)RA (plate-forme des acteurs du jazz en Rhône-Alpes), des « Allumés du Jazz », de l'Union des musiciens de jazz (UMJ), et de Laurent Coq (musicien et professeur à l'EDIM), Pierre de Bethmann (musicien et professeur au CNSMDP), Alex Dutilh (journaliste, producteur sur France Musique), Reno Di Matteo (producteur de jazz). La DGCA était représentée par Anne Poursin (déléguée à la Musique), André Cayot (conseiller pour les musiques actuelles) et Cécile Jean-Pierre. Le rapport se concluait par une recommandation liée à la création éventuelle du Centre National de la Musique : « Dans un contexte marqué par les incertitudes liées à l'éventuelle création d'un Centre National de la Musique, le groupe de travail souhaite faire part de l'attention qu'il lui semble indispensable de porter à son financement comme aux principes d'attribution des différentes formes d'aides qui en émaneraient. La quasi intégralité du secteur du jazz et des musiques improvisées relevant en effet d'une logique économique clairement distincte de celle des grands acteurs de l'industrie musicale, il nous paraît indispensable d'insister sur le maintien des ressources propres aux sociétés civiles d'une part, et sur la mise en place, en son sein, de

rend en décembre 2011 ses premières conclusions dans un rapport d'étape sur « La situation de la filière du jazz en France : l'analyse fin 2011 » portant sur presque tous les aspects, allant de l'insertion professionnelle, du développement des carrières, à la production, la diffusion, la structuration professionnelle ou l'export.

Le diagnostic porté par ce rapport a été très largement corroboré par les professionnels et les responsables du Ministère lors des entretiens que les rapporteurs ont eus avec eux.

Sans prétendre tracer un tableau exhaustif de la situation, il est apparu utile de mettre en exergue certains points très fréquemment exprimés.

a) Le premier point est celui de l'excellence et de la vitalité du secteur du jazz, en grande partie dues à la très haute qualité de l'enseignement du jazz en France dispensé par 500 professeurs diplômés d'État (spécialité jazz).

La remarquable vitalité du jazz trouve sa traduction dans la multiplication par 10 en 20 ans du nombre des musiciens (5000) auxquels s'ajoutent « 60 collectifs d'artistes, 160 agents et producteurs (40 de moins que 2010), la floraison des festivals dédiés au jazz : 500 aujourd'hui alors qu'il y en avait une centaine en 1985 »¹⁵.

S'y attache une double image relativement élitaires : celui d'un univers musical bien plus savant que celui de la variété et des autres musiques actuelles, et s'adressant à un public d'esthètes, constitué plutôt de quadragénaires, se féminisant et se rajeunissant doucement¹⁶.

b) Le deuxième point est celui du lien extrêmement fort entre l'enregistrement physique (CD, DVD), la création et la production sur scène. Le disque, objet physique et parfois objet d'art au contenu fortement éditorialisé, reste une donnée majeure de la vie des musiciens de jazz et de leur modèle de fonctionnement.

Il serait très étroitement lié à la scène, tant en amont qu'en aval. En amont, il est un élément essentiel de la promotion, condition préalable pour les artistes pour être programmés sur une scène. En aval, se vendant à la sortie du concert, il en est un prolongement, constituant pour le spectateur la mémoire d'un moment artistique. Pour les artistes concernés, il est la trace d'un moment de création quasiment patrimonialisé. Il peut être aussi acte de création, distinct de celui du concert¹⁷.

c) Le troisième point marquant est celui du modèle très fréquemment choisi par les musiciens de jazz qui s'autoproduisent et créent leurs propres labels. Les artistes sont souvent des auto-entrepreneurs qui assument l'intégralité du processus allant de la composition, l'interprétation jusqu'à l'édition, la production, parfois la distribution, voire l'enregistrement des concerts (modèle résumé par les professionnels par la formule : « le 360 »). Il semblerait que ce mode de fonctionnement constitue un facteur important d'une identité commune et revendiquée par ces artistes et labels, notamment dans leur « refus » du concept de filière musicale et de la dimension sous-jacente d'une organisation qui serait fortement régie par une logique industrielle.

Ce choix est bien évidemment en lien avec les difficultés rencontrées par les artistes en structures, processus, commissions et/ou responsables qui garantiraient une place importante aux musiques dites « de niche » d'autre part».

¹⁵Dans « Jazz de France, le guide-annuaire du jazz en France », IRMA, édition 2012.

¹⁶Se reporter au deux articles parus dans « Jazz de France, édition 2012 », IRMA : Pascal Anquetil, « Le jazz et la question de son public ou de ses publics », pp 9-12; Olivier Roueff, « Les publics du jazz : que faire ? », pp.12-16.

¹⁷Rapport sur la situation de la filière du jazz en France : « Le disque reste un jalon déterminant dans la vie et la carrière d'un musicien. C'est encore le médium le mieux adapté pour diffuser sa musique c'est aussi un objet qui continue de se vendre aux concerts à défaut de se vendre en magasin. Par conséquent, le disque dans son format physique n'est pas du tout obsolète, surtout en jazz, contrairement à ce que les majors et la grande distribution prétendent en ne raisonnant qu'en termes macro-économiques. »

matière de distribution et de diffusion.

Trouver des circuits de distribution des phonogrammes physiques est particulièrement crucial pour les labels indépendants du fait de la disparition d'acteurs importants de la distribution, de la raréfaction des disquaires et de leur absence de plus en plus marquée dans les bacs des grandes surfaces spécialisées. Ainsi Harmonia Mundi, aujourd'hui en difficulté financière et sur le point de fermer la moitié de ses magasins en France¹⁸, et qui était le distributeur pour nombre de labels indépendants de jazz, aurait progressivement diminué leur présence dans les bacs depuis le milieu des années 2000. Un nombre non négligeable de labels adhérents aux « Allumés du jazz » (cf. infra) sont aujourd'hui sans distributeur et assument eux-mêmes cette fonction.

d) La faiblesse de l'offre de diffusion notamment pour le passage en scène (en dehors des festivals) est enfin fréquemment revenue comme une difficulté à s'insérer au sein du réseau des scènes de musique actuelle (SMAC), même s'il existe huit SMAC aujourd'hui dédiées au jazz. En particulier, les salles de concert des SMAC seraient en général trop grandes pour des concerts de jazz qui s'adressent à une plus petite assistance, en-deçà de 500 personnes¹⁹.

Les rapporteurs n'ont pu, dans le temps contraint de leur étude, s'attarder sur la question de l'offre légale numérique, qui fait l'objet par ailleurs d'une mission d'importance sur la politique culturelle à l'ère numérique confiée à Pierre Lescure²⁰. Ils ont en revanche été frappés par le fait que pratiquement tous les labels adhérents sont présents dans le monde numérique sous des stratégies différentes et par leur relatif « nomadisme » entre les plateformes.

* *
*

Le jazz apparaît ainsi comme un secteur foisonnant, encore largement artisanal et revendiqué comme tel, ayant développé un modèle de fonctionnement propre. Constituant une infra économie au sein d'un marché de niche, vivant à travers la scène et, de ce fait, préservé en partie de la crise du disque, il est aussi très d'une grande fragilité économique, marqué par un certain individualisme et des différences d'appréhension de l'élément numérique d'ordre vraisemblablement générationnel.

Les labels indépendants adhérents des « Allumés du jazz » semblent incarner la quintessence même de ces spécificités du Jazz et des musiques improvisées et y puisent un fort sentiment d'identité commune, s'opposant volontiers, comme dit plus haut, à ce qui s'apparenterait à une logique économique de filière musicale, dont le projet abandonné de Centre national de musique leur paraissait être fortement porteur. Ils se défendent, en revanche, de défendre une esthétique particulière et revendiquent, même au contraire, une diversité artistique entre eux ou au sein de certains labels même.

L'analyse des activités des « Allumés du Jazz », qui suit, a pour objet de tenter de déterminer de quelle façon l'association est en résonance avec les problématiques dégagées par le rapport d'étape de décembre 2011 du groupe de travail sur le jazz et avec les préoccupations des labels adhérents, notamment la façon dont elle y répond aujourd'hui.

¹⁸ cf. article du Figaro – dépêche AFP du 12 février 2013.

¹⁹ Rapport sur la situation de la filière du jazz en France : « Le jazz n'a pas réussi à trouver sa place dans le réseau des SMAC (scènes de musiques actuelles) car son économie ne repose pas sur le même modèle que le rock ou la pop où la figure du producteur du spectacle est centrale, alors qu'elle est tout simplement inexistante dans le monde du jazz. ».

²⁰ La mission a rendu son rapport au Président de la République et à la Ministre de la Culture et de la Communication en date du 13 mai. Mission « Acte II de l'exception culturelle, Contribution aux politiques culturelles à l'ère numérique ».

Elle s'accompagne d'une tentative de mesure des moyens effectivement consacrés par l'association à chacune des grandes missions à partir d'un exercice de comptabilité analytique, dont les rapporteurs ne méconnaissent pas les limites du fait des hypothèses qu'ils ont faites eux-mêmes. Les résultats de cette comptabilité analytique pour 2012 sont donnés en annexe VIII, avec les hypothèses de clés de répartition entre les grandes catégories d'activité.

2.2 « Les Allumés du Jazz , quel type de structure fédérative ?

Au regard du nombre total, communément admis, de quelque 160 labels dédiés au jazz et aux musiques improvisées, les 60²¹ labels adhérents des « Allumés du Jazz » peuvent revendiquer d'incarner une part non négligeable en terme d'acteurs.

Leur mission fédérative pourrait être résumée à partir des attentes des adhérents telles qu'ils les ont exprimées en réponse à une enquête diffusée durant l'hiver 2012 par le conseil d'administration : ²²

- donner de la visibilité aux labels et à leurs productions,
- garantir et défendre l'identité collective ,
- être un vecteur d'efficacité comme « lieu de transformation des débats d'idées et réflexions en des actions concrètes, créatives et efficaces » avec un vrai souci d'aide à l'export.

La typologie des labels-adhérents peut être approchée à partir de cette enquête et des éléments fournis par l'association mais elle mériterait d'être affinée :

- les adhérents sont majoritairement sous statut associatif, d'une taille variable;
- leur créativité artistique est forte : de 70 à 80 disques par an;
- mais seuls 35 labels disposent d'un distributeur;
- 32 déclarent être adhérents aux sociétés civiles (SPPF, SSCP);
- 10 d'entre eux sont membres du CNV et disposent de ce fait de la licence d'entrepreneurs de spectacles.
- Plusieurs générations se côtoient et les esthétiques présentes ont largement élargi le champ de l'association. Il faut notamment insister sur l'arrivée de labels de jeunes musiciens, constitués en collectifs (type collectif Coax).

Au delà de ces traits communs, ils ont le sentiment d'appartenir à une communauté confrontée à des problèmes identiques et sont unis par une approche commune de leur métier. Lors de l'audition de plusieurs membres du conseil d'administration, le terme « d'artisans-producteurs » a semblé refléter au plus près leur identité. Tout en étant naturellement à la recherche d'un équilibre financier, ils s'inscrivent dans un écosystème propre qu'ils distinguent de l'industrie musicale. De ce fait, les grands labels ne font pas partie de l'association.

Mais il apparaît aussi que l'association peine à mobiliser ses membres (souci qui a en partie motivé l'enquête de l'hiver 2012). Justifié par l'éloignement géographique, le coût des

²¹ 59 labels jusqu'à très récemment, un dernier adhérent en date de début mai 2013.

²² La démarche du conseil d'administration est à saluer car elle témoigne d'une capacité à se remettre en cause et d'une réelle clairvoyance. Le questionnaire était organisé en trois grande parties : mieux connaître l'activité des adhérents, notamment en matière de production de phonogrammes, déterminer leurs attentes et l'aide que peut leur apporter l'association, comprendre le déficit d'implication, particulièrement au sein des commissions. Une trentaine de labels ont répondu et une synthèse de ces réponses a été élaborée dans la foulée pour servir de « base de départ pour continuer la réflexion sur l'évolution et l'avenir de l'association ».

déplacements, la charge de travail pesant sur des structures fonctionnant de bout en bout avec une économie de moyen, ce manque d'investissement peut handicaper réellement l'association d'autant que les interrogations sur le champ de son action ne sont pas inexistantes.

S'agissant de la fonction de défense des intérêts communs des petits labels indépendants, « Les Allumés » participent, certes, à des travaux interprofessionnels ou de dialogue avec les pouvoirs publics, comme cela a été le cas avec le groupe de travail de 2011 sur le jazz piloté par le Ministère. Mais le manque de disponibilité actuel de ses adhérents, la multiplicité des interlocuteurs fédératifs et syndicaux et enfin, sans doute, l'esprit d'indépendance des adhérents et le manque de lisibilité de son action (cf. infra) ne paraissent pas mettre suffisamment « Les Allumés du Jazz » en position de négociateur, dans les débats professionnels et interprofessionnels, dans les processus de consultation organisés par les pouvoirs publics, au nom de l'ensemble de ses adhérents.

L'association constitue bel et bien une fédération représentative des labels indépendants adhérents, unis par un sentiment d'identité commune mais elle peine à porter une parole collective.

2.3 Les actions de promotion et de diffusion : approche de leur efficacité.

Les actions de promotion et de diffusion prennent trois principales formes.

a) Le site internet et les réseaux sociaux.

La promotion des labels et de leurs nouveautés est réalisée de façon tout-à-fait efficace par le site internet de l'association qui, en plus, par sa webradio offre une écoute d'artistes des différents labels. Le système de renvoi et de navigation vers les sites internet des adhérents est fluide.

Mais on ne peut que regretter que les sites des adhérents ne mentionnent pas systématiquement leur appartenance aux « Allumés du Jazz », voire ne créent pas de lien vers le site de l'association.

Par manque de présence pro-active des labels (faute de temps et de moyens humains sans doute), le blog a été interrompu en janvier 2013.

Dans le temps contraint de l'étude, il n'a pas été possible d'évaluer l'activité du Facebook de l'association.

b) La présence dans les festivals.

Elle est, a priori, un volet important des actions de promotion en faveur des labels adhérents, compte tenu du rôle majeur des festivals pour la diffusion du jazz.

La participation aux festivals demande un investissement fort de la part des permanentes de l'association. De ce fait, son efficacité est limitée par le relatif faible nombre de festivals dans lesquels elles peuvent intervenir (une dizaine par an) compte-tenu de l'ensemble des fonctions qui leur incombent, notamment, désormais, la gestion de la boutique.

L'association a tenté de 2007 à 2010 d'installer des présentoirs dans quatorze lieux de diffusion de la Fédération des Scènes de Jazz mais ce système a été abandonné du fait de la complexité logistique, de même qu'un projet de conventionnement avec l'AFIJMA pour assurer une présence régulière dans les festivals.

Enfin le projet de ressusciter le mythique festival de jazz de Chateaufallon afin d'aller à la rencontre du jeune public n'a pu aboutir.

c) Le Journal.

L'association reste attachée à l'édition imprimée du journal et à sa diffusion gratuite tout en ayant diversifié son financement par la création en janvier 2010 de « l'Association Des Amis Du Journal Les Allumés Du Jazz » (l'ADADJLADJ), qui totalise en 2013 231 adhérents.

Compte-tenu de son coût et de l'importance de plus en plus grande des publications sous forme dématérialisée, ce choix pouvait poser question. Imprimé sur papier simple en bichromie, sur une vingtaine de pages, le journal alterne actualités, focus sur les nouvelles productions, articles de fond, analyses culturelles et sociétales. Le volume important de tirage permet d'en assurer la diffusion auprès des 12 000 abonnés, sur les lieux de concerts et de pratique musicale (90 lieux approvisionnés).

Comme le fait valoir l'association, le journal constitue sans doute l'un des moyens privilégiés d'information d'un public, certes averti, en faveur d'artistes ou d'esthétiques encore émergents ou non encore consacrés, prenant place à côté de magazines plus grand public et, même si les petits labels n'en sont pas exclus, aussi plus tournés vers les grands labels et les artistes consacrés au niveau national et international.

Ambitieux, à large spectre, original et atypique, le journal sous sa forme imprimée est un outil plutôt bien adapté aux objectifs de l'association et répond aux attentes des adhérents. Tout au plus faudrait-il sensibiliser les labels adhérents à en assurer également la diffusion et mener régulièrement des enquêtes d'opinion.

Les outils de promotion et de diffusion de l'association sont d'une ampleur et d'une efficacité inégales.

2.4 La question de la distribution de phonogrammes physiques et le cas spécifique de la boutique.

Dans sa plaquette de présentation fin 2012, l'association redéfinit ses objectifs autour de trois axes : la communication vers le public par le journal, le site et les réseaux sociaux, la sensibilisation des publics par les stands, les concerts et la boutique, enfin la représentation auprès des réseaux jazz et des instances.

Il est précisé qu'elle n'a pas vocation à être distributeur commercial : « A ce titre, les ventes de CD ne constituent pas un objectif prioritaire ».

Dans le contexte de la crise de la distribution physique évoquée ci-dessus et du rôle majeur encore joué par le disque dans la vie du jazz, les labels adhérents ont tous fait part de leur attachement au rôle de distributeur assumé par l'association, même s'il s'agissait de toutes petites unités.

Dans certains cas, le rôle joué par l'association était même principalement perçu à travers cette activité, en complément des circuits de distribution propres. Ceux-ci sont, en effet, multiples et non exclusifs : vente directe sur le site du label, contrat avec un distributeur pour la distribution physique, présence sur une plusieurs plateformes de diffusion numérique.

La décision prise en mai 2011 d'ouvrir une boutique est cependant d'un autre ordre. La distribution par VPC et sur les lieux des concerts, activités assurées depuis plusieurs années, pouvait en effet continuer à s'effectuer sans espace public.

Les raisons de l'ouverture d'une boutique apparaissent multiples : désir de ne pas perdre le contact avec le public, volonté de valoriser un catalogue riche de presque 3000 références²³,

²³ Lors de chaque production de disques, les labels adhérents envoient 12 exemplaires. Deux enrichissent la bibliothèque de référence, les dix autres intègrent le stock de vente, riche de plus de 25000 CD stockés chez un particulier pour la somme annuelle de 400 €. Un logiciel de gestion professionnel est utilisé. Le prix de vente à l'unité est fixé contractuellement à partir d'une grille type proposée par l'association.

de bénéficier d'un lieu de visibilité physique et d'une reconnaissance territoriale.

Sur ce dernier point, l'analyse succincte de l'étude sur les publics de la boutique montre une réelle fidélisation locale (sur 495 personnes ayant assisté à un concert, 240 étaient déjà venues) et une activité de vente très liée à celle des spectacles grâce à la licence d'entrepreneur de spectacles dont dispose l'association²⁴.

La boutique est gérée par les deux salariées de l'association qui assurent avec une grande conscience professionnelle l'accueil, la gestion des stocks, l'organisation des concerts, la mise à jour du site internet en complément de leurs activités administratives et de communication.

Les interrogations sur les activités de la boutique, au regard de l'analyse des résultats financiers par grandes missions :

Sous les réserves touchant à l'exercice de comptabilité analytique indiquées en introduction de cette partie II, il est instructif de constater la répartition suivante en termes d'efforts financiers respectifs pour les trois grandes catégories de mission analysées ci-dessus (en distinguant toutefois la vente VPC de la vente en boutique), avant subvention du ministère :

(Les rapporteurs n'ont pas suivi la proposition de l'équipe de gestion de l'association et aboutissant à un raisonnement en termes de coûts marginaux. Elle considère, en effet, que le loyer ne pèse pas sur la fonction Boutique de vente, le loyer de 2011 du nouveau local avec boutique étant inférieur au loyer payé antérieurement par l'association au Mans et qui ne portait que sur des bureaux. Les rapporteurs, pour leur part, estiment qu'on doit suivre une logique de coûts complets, et non pas de coûts marginaux qui ne peut être admise que ponctuellement dans le temps, et que, au demeurant, le nouveau bail de 2011 a seulement fait apparaître que le bail antérieur était sans doute trop élevé. En revanche, ils ont retenu les propositions de l'équipe de gestion pour ce qui concerne l'imputation des charges de personnel sur la boutique et l'activité VPC, cette dernière étant estimée par l'équipe comme constituant un temps de travail beaucoup plus lourd que la boutique).

FONCTIONS	%CHARGES TOTALES	% PRODUITS TOTAUX	RÉSULTAT NET
BOUTIQUE DE VENTE	12,90%	5,82%	-12934,1
VENTES VPC	16,55%	6,31%	-18713,98
Autres ventes (exports, médiathèques, disquaires)	1,62%	2,63%	1830,6
VENTES CONCERTS/FESTIVALS	13,16%	5,30%	-14362,32
JOURNAL	22,29%	10,45%	-21632,02
INFORMATION/PROMOTIO N	20,55%	10,45%	-18463,77
DEFENSE INTERETS COLLECTIFS	12,92%	4,29%	-15773,87
TOTAL	100,00%	45,25%	-100049,46

²⁴ Une enquête réalisée en 2012 sur « Le public, les ventes, les concerts dans la boutique » donne un retour sur sa première année d'activité. 292 CD ont été vendus en 2012 contre 351 en 2011. La boutique a reçu en 2012 55 personnes par mois (2,2 personnes par jour), accueilli dans les concerts 495 personnes (de septembre 2011 à septembre 2012). Elle est perçue principalement comme un espace de conseil (38%) et d'écoute (33%). A 89 %, les visiteurs de la boutique et du concert viennent de la ville et du département.

Au vu de ces chiffres, il apparaît clairement que la subvention du Ministère finance pour partie les activités marchandes. Si ce soutien financier peut se justifier pour l'activité VPC, en tant qu'elle permet d'assurer un circuit de distribution pour les labels qui n'ont plus de distributeurs et un canal complémentaire pour ceux ayant un distributeur, il est plus sujet à interrogation pour ce qui concerne la boutique.

Au-delà du résultat financier même de celle-ci, elle appelle trois remarques :

- la nécessité pour l'équipe de gestion de fermer la boutique quand elle se déplace dans les festivals ou sur les concerts risque de donner une apparence « d'amateurisme » vis-à-vis du public, alors même que celui-ci est déjà peu nombreux;
- la boutique vit en grande partie grâce aux disques vinyle et à la vente des disques vendus lors des concerts organisés chaque mois sur place et qui amènent, chacun, en moyenne une quarantaine de spectateurs;
- les ventes en 2012 en boutique (5700€) ne dépassent pas celles réalisées par la présence dans une dizaine de festivals et de concerts (5840€).

Les rapporteurs ne contestent en rien l'utilité dans la ville du Mans d'un lieu de distribution consacré au jazz et aux musiques improvisées. Ils s'interrogent en revanche sur l'ambiguïté qu'elle fait peser sur la lisibilité de l'action de l'association.

III. L'AVENIR DE L'ASSOCIATION « LES ALLUMÉS DU JAZZ »: UNE NÉCESSAIRE ADAPTATION AUX DÉFIS DES PROCHAINES ANNÉES.

La réflexion sur la politique culturelle dans le domaine musical, actuellement en cours, notamment au sein de la mission « musique » qui regroupe les responsables concernés de la DGCA et de la DGMIC, doit être l'occasion pour le ministère, comme l'indique la lettre de mission pour ce présent rapport, de déterminer les fondements d'un soutien qu'il continuerait à apporter aux « Allumés du Jazz ».

Il s'agit notamment de tirer les conséquences des défis et enjeux pour les professionnels du jazz contemporain – créateurs/musiciens, producteurs, diffuseurs- que vont induire la conjugaison, d'une part, d'évolutions très rapides en termes de support d'enregistrement et de mode de diffusion du fait du numérique et, d'autre part, des évolutions de pratiques d'écoute, de fréquentation, de générations de plus en plus familières de l'univers numérique, ayant accès, en théorie, à une richesse musicale sans cesse croissante, affranchie des barrières physiques et des territoires nationaux.

Le rapport que vient de rendre Pierre Lescure au Président de la République et à la Ministre de la Culture et de la Communication sur les politiques culturelles à l'ère numérique montre combien « le développement des technologies et des services numériques constitue avant tout une formidable opportunité, tant pour les créateurs, qui peuvent créer, produire et diffuser leurs œuvres plus facilement que par le passé, que pour les publics, qui peuvent accéder à une offre toujours plus riche et diversifiée, et plus abordable que les produits culturels physiques ²⁵».

3.1. Entre enregistrement et spectacle vivant : une identité riche mais trop fragile.

La difficulté pour les services du Ministère tient à ce que l'association « Les Allumés du Jazz » reste une structure hybride, ayant pour finalité autant le soutien à des créateurs, des musiciens et donc à leur possibilité de s'exprimer et de travailler, qu'aux labels qui accueillent et portent leurs œuvres et donc à leur possibilité de produire et de diffuser, soit une démarche qui concerne autant la DGCA que la DGMIC.

En outre, depuis l'inspection de 2008, si « Les Allumés de Jazz » ont élargi la base de leurs adhérents, ils ont complexifié leurs missions en créant en 2011 une boutique au Mans qui relève plus d'une mission d'animation et d'enrichissement du tissu culturel local que d'une mission nationale. Enfin, si l'association a participé au groupe de travail piloté par le ministère sur le jazz en 2011, elle ne semble pas avoir engagé de démarche de réflexion visant à aider ses adhérents à se positionner sur des problématiques telles que la diffusion numérique.

Mais il faut reconnaître que cette identité hybride de l'association est très représentative de la situation des labels adhérents et du contexte mouvant dans lequel ils exercent leur métier. Elle reflète aussi une des spécificités du monde du jazz aujourd'hui à la frontière entre enregistrement et spectacle vivant.

En cela, l'association est relativement unique et a un positionnement intéressant, toujours au regard des travaux de la mission « musique », qui a aussi pour objectif, entre autres, « de mettre en cohérence le fonctionnement du ministère de la Culture et de la Communication avec celui de la musique au sein duquel la dichotomie entre musique enregistrée et spectacle vivant a largement perdu de son sens ²⁶».

²⁵ p. 5 du rapport. Synthèse.

²⁶ Discours d'Aurélie Filippetti, Ministre de la Culture et de la Communication prononcé à l'occasion du point

Il apparaît, en conséquence, aux rapporteurs qu'il serait imprudent de la déstabiliser dans le contexte actuel d'incertitude pour toute la filière musicale et que sa situation doit être examinée dans la problématique large des travaux menés actuellement par le Ministère, ce qui n'exonère en rien l'association d'un nécessaire travail de réflexion et de clarification de son action.

3.2 Maintenir le soutien à court terme du ministère.

Malgré les ambiguïtés qui ont été pointées, les rapporteurs proposent que le Ministère maintienne, au moins à court terme, son soutien tout en clarifiant davantage les actions sur lesquelles il souhaite le faire porter.

Cette clarification est d'autant plus utile que l'aide apportée directement à l'association depuis plusieurs années relève de la catégorie des aides de l'État qui devraient être notifiées à la Commission européenne, compte tenu du montant actuel « de minimis »²⁷ de 200 000€ sur trois ans. Même si la perspective prochaine d'un relèvement sensible de ce seuil devrait permettre de se dispenser de cette notification, cette clarification n'en est pas moins indispensable au titre de la transparence même des politiques d'aide du ministère.

Le maintien de ce soutien ne devrait pas, à court terme, se traduire par des effets de demandes similaires d'autres acteurs de la filière musicale, selon les interlocuteurs publics de la présente mission²⁸.

Plaide, en outre en faveur de ce maintien au moins à court terme, la relative modicité de la subvention du ministère, d'une part, si l'on rapporte au nombre de labels bénéficiaires indirectement, d'autre part à l'ensemble des crédits consacrés par le ministère au niveau central en faveur du jazz et de la musique enregistrée.

Les quelque 100 000€ alloués par le Ministère en 2012 représentaient une aide moyenne par label adhérent des « Allumés du Jazz » de 1666€.

L'ensemble des crédits d'aide au jazz gérés en centrale par la DGCA se monte en 2013 à 878000€ (après gel) auxquels s'ajoutent 1 982 000€ d'aides à des structures qui incluent des actions jazz.

De son côté, la DGMI a consacré en 2012 à la musique enregistrée, dont les 100 000€ pour « Les Allumés du Jazz, » un montant total de 1 188 000€.

La comptabilité analytique présentée par les rapporteurs dans la partie II ci-dessus devrait aider à éclairer les services du Ministère dans la détermination des actions qui fonderaient le soutien.

Le tableau fait apparaître les besoins de financement respectifs des différentes actions, compte déjà tenu des aides des organismes professionnels, et qu'a assurés, de fait, jusqu'à présent la subvention du ministère, sur la base des résultats 2012 et ainsi résumés (arrondis):

- pour la boutique : 12 934€,
- pour les ventes VPC : 18 714 €,
- pour les autres modes de vente : 1830€
- pour la présence sur les concerts et festivals (vente de CD comprise) : 14362€,

presse au 47^{ème} Midem, 26-29 janvier 2013.

²⁷Montant au-dessus duquel toute aide d'État doit être notifiée au préalable à la Commission européenne.

²⁸Les structures fédératives liées à un genre musical comme les musiques du monde présentant des caractéristiques similaires au jazz et aux musiques improvisées sont soutenues par la DGCA.

- pour le Journal : 21 632€,
- pour l'information et la promotion: 18 464€,
- pour la défense des intérêts collectifs: 15774€.

Il apparaît aux rapporteurs que les actions que sont le journal, l'information et la promotion ainsi que la défense des intérêts communs constituent des démarches collectives répondant à l'esprit qui, à l'origine, avait fondé l'aide de l'ex DMDTS sur proposition des labels eux-mêmes. Ces actions, qui peuvent être considérées comme « d'intérêt général », bien que financées en grande partie par le FCM et la SACEM, peuvent justifier des compléments de soutien financier public.

S'agissant des activités de vente par correspondance, aux médiathèques, à l'export et dans les festivals et concerts, parce qu'elles constituent un complément de diffusion pour la plupart des labels, qui peut même être précieux pour les plus jeunes ou petits, dépourvus de distributeurs, un soutien des pouvoirs publics peut se justifier sous réserve qu'à terme, la collectivité des adhérents des « Allumés du Jazz » trouve, à terme, une réponse pérenne et équilibrée économiquement.

S'agissant du journal, un financement complémentaire pourrait être obtenu par l'augmentation du nombre d'adhérents à l'association des Amis du journal. Pour ce faire, une campagne d'appel à soutien et de promotion devrait être lancée.

Le cas spécifique sur la boutique

Les rapporteurs ne méconnaissent pas le rôle tout-à-fait original et spécifique de la boutique mais considèrent que celle-ci a principalement une fonction territoriale.

Il appartient donc aussi bien au Ministère qu'aux adhérents de se prononcer sur le bien-fondé d'une mobilisation d'une partie des moyens financiers à l'activité de la boutique, au détriment des autres activités au profit de l'ensemble des labels – présence dans les festivals et sur les concerts, promotion, défense des intérêts collectifs notamment.

Il apparaîtrait plus logique que les collectivités publiques (Ville du Mans ou, à défaut, la Région ou le Département) apportent leur soutien à l'activité de la boutique, en tant que commerce culturel et lieu d'animation.

Enfin, pour ce qui concerne le Ministère lui-même et le positionnement de la gestion du dossier des « Allumés du Jazz », il n'appartient pas aux rapporteurs de se prononcer, même s'ils constatent que l'association pourrait relever autant de la DGCA que de la DGMIC, comme dit plus haut, selon la vocation que le ministère souhaite privilégier entre les différentes missions de la structure. Ils se limiteront à suggérer que quelle que soit la direction gestionnaire en titre, celle-ci instruisse le dossier en étroite coordination avec l'autre, afin de disposer notamment des expertises nécessaires pour les questions qui ne sont pas de son ressort. Cette question pourrait être débattue au sein de la Mission Musique. Elle pourrait utilement tenir compte des efforts financiers respectivement mobilisés par la DGCA en faveur du jazz et de structures collectives incluant des actions concernant le jazz et par la DGMIC dans le domaine de la musique enregistrée. De ces efforts, dépendent à la fois les marges potentielles de redéploiement et les capacités à articuler de façon optimale les soutiens aux différentes démarches fédératives évoquées au 3.3.c ci-dessous.

3.3 Lier le soutien à moyen terme à la capacité d'évolution de l'association.

Il apparaît essentiel que la fonction collective et la force de proposition fédératrice soient développées.

Cette volonté a toujours figuré dans les objectifs de l'association soucieuse de trouver des

modèles économiques alternatifs et de porter la parole collective des adhérents. Pour ce faire, elle doit encore plus qu'avant mettre en place les conditions d'une réflexion commune et obtenir l'implication de ses adhérents au travers notamment des commissions thématiques. La diversité des opinions ou des appréciations ne peut être un frein à la réflexion collective mais plutôt un moteur.

Le renforcement de l'identité des « Allumés du Jazz » devrait permettre à l'association et à ses labels-adhérents de mieux s'affirmer vis-à-vis des organismes collectifs professionnels tels que le FCM et les SPRD et les convaincre de revoir leurs soutiens à la hausse, soutiens qui se sont érodés, comme on l'a vu, depuis 2005 non seulement parce que ces organismes connaissent des contraintes budgétaires accrues, mais aussi parce que le projet des « Allumés du Jazz » manque de lisibilité pour eux. Ce réengagement des organismes professionnels est essentiel, afin d'éviter qu'au fil des années, « Les Allumés du Jazz » ne soient considérés que comme une simple émanation du ministère.

La réflexion pourrait s'organiser autour de plusieurs axes.

a) Aider aux choix stratégiques individuels et collectifs sur le numérique.

Il en est ainsi de l'approche de la question numérique, dont l'ampleur et les impacts ne peuvent plus être niés.

La plupart des responsables de labels rencontrés par la mission marquent de fortes réserves vis-à-vis de la diffusion numérique, lui reprochant, d'une part, une approche fragmentée de l'œuvre des artistes – écoutes dispersées de morceaux alors que l'œuvre rassemblée sur un phonogramme appellerait une appréhension dans son ensemble-, d'autre part, des recettes singulièrement dérisoires pour les musiciens dans l'écoute par streaming.

Pourtant, presque tous, si les rapporteurs en jugent par les sondages qu'ils ont pu faire sur les différentes plateformes numériques, sont présents sur l'une ou l'autre de ces plateformes. Sans doute, faut-il voir, dans ce contraste entre discours officiels et pratiques, l'acceptation d'un mouvement de dématérialisation inéluctable et l'utilisation de tous les canaux de distribution physiques ou numériques pour obtenir le plus de visibilité possible.

Les « Allumés du Jazz » n'ont pas jusqu'à présent joué le rôle fédérateur qui aurait pu être le leur, en étant un lieu-ressources - échanges d'expériences, de mise en commun de moyens d'expertise stratégique- et éventuellement un cadre de négociation collective vis-à-vis des distributeurs et des plateformes.

Plus particulièrement, la toute nouvelle commission numérique, enfin créée au sein de l'association, pourrait enfin assurer ce rôle et aider à la mise en valeur de la présence des labels et de leurs catalogues d'œuvres dématérialisées dans le monde numérique : faire connaître en quelque sorte le « catalogue numérique », comme elle le fait déjà pour le catalogue des phonogrammes physiques.

Des marges de progression sensible paraissent ainsi possibles dans ce domaine de la visibilité sur internet, par exemple dans le devenir du site des « Allumés du Jazz » comme un des portails de référence et d'orientation en matière de jazz de création en France²⁹.

b) Etre un lieu de ressources pour les labels-adhérents et de mise en commun de leurs efforts.

Par les enquêtes annuelles qu'elle mène auprès de ses adhérents, depuis sa création

²⁹ A titre d'exemple, le moteur de recherche Google n'affiche pas actuellement « Les Allumés du Jazz » si on prend comme mots d'entrée jazz contemporain ou jazz en France. Cf. aussi, le portail sur le jazz actuellement en construction sur Wikipedia.

l'association est un lieu de connaissance et de ressources. Elle doit améliorer le recueil de données auprès de ses adhérents.

Elle pourrait également développer une fonction d'aide et d'orientation pour les informer, par exemple, des systèmes d'aide, tels que le plan label 2012 ou le crédit d'impôt et, par sa connaissance intime du secteur, être un interlocuteur du ministère de la Culture pour identifier au mieux les besoins spécifiques aux labels PME, TPE et microstructures dans le domaine du jazz et des musiques improvisées.

De même, elle pourrait s'efforcer d'assumer un rôle de promotion collective de ses labels adhérents auprès des radios les plus susceptibles d'être sensibles aux esthétiques qu'ils défendent, ou d'aider ses adhérents à promouvoir leurs musiciens auprès des institutions menant des politiques de résidences d'artistes.

Elle pourrait, encore, utilement aider à des négociations collectives, au nom de ses adhérents, vis-à-vis d'acteurs professionnels ou interprofessionnels tels que la SDRM³⁰ afin d'obtenir des conditions plus avantageuses ou moins draconiennes sur des clauses telles que l'obligation d'avoir, au préalable, un distributeur, avant de pouvoir obtenir une autorisation d'enregistrement d'une œuvre.

c) être un acteur du dialogue interfédérations.

Comme le suggèrent certains interlocuteurs de la mission, les rapporteurs préconisent que « Les Allumés du Jazz » s'inscrivent pleinement dans les démarches interfédérations, tels qu'elles avaient été initiées en 2010. Il faut noter que des regroupements fédératifs importants ont eu lieu à la fin de l'année 2012, tels que la naissance de la FEDELIMA (Fédération des lieux de musique actuelle) ou de l'Association Jazzé Croisé, constituée en grande partie à partir de l'AFIJMA.

Au delà de ce dialogue, des partenariats et des conventionnements pourraient être initiés afin, par un relais de l'action des « Allumés du Jazz », d'augmenter la visibilité des labels adhérents dans les lieux de diffusion et notamment les festivals dans la poursuite du partenariat lancé en 2007 avec la Fédération des scènes de jazz (FSJ).

La réflexion entamée en 2012 par l'association elle-même sur son évolution et son avenir doit être reprise et formalisée dans un projet décliné en objectifs précis appuyés sur un calendrier. Discuté avec les interlocuteurs des directions métiers compétentes du ministère de la Culture et de la Communication dans le cadre des travaux de la mission « musique », ce projet pourrait faire l'objet d'un conventionnement assurant à l'association un horizon pluri-annuel pour le développement ou la restructuration de ses actions. Compte-tenu, en particulier, des moyens relativement modestes de l'association, seule une vraie implication des labels adhérents à ce travail collectif permettra à l'association de jouer au mieux son rôle en faveur du jazz de création porté par les labels indépendants dans un paysage musical en plein bouleversement.

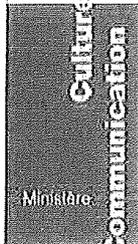
³⁰ Société de perception et de répartition des droits d'auteurs et droits voisins (SPRD), filiale de la SACEM et chargée de gérer les droits de reproduction mécanique au nom des auteurs.

Réponse de Laurence Franceschini
Directrice générale des médias et des industries culturelles
dans le cadre de la procédure contradictoire

2359



11 JUN 2013



Direction générale
des médias
et des industries
culturelles

Le directeur général

NOTE

à

Madame Ann-José ARLOT
Chef de l'Inspection générale des affaires culturelles

S/c de Monsieur LE NIAT Binh
Secrétaire général de l'Inspection générale des affaires culturelles

S/c de Madame Isabelle NEUSCHWANDER
Inspectrice générale des affaires culturelles

SDDEC/2013-597/MIC

Objet : Réponse au rapport provisoire de la mission d'évaluation de l'Inspection générale des affaires culturelles (IGAC) du bilan de l'association « Les Allumés du jazz ».

182, rue Saint-Henri
75003 Paris Cedex 01
France

Téléphone 01 40 15
16 00 00 / 01 40 15

Copies :

- M. Laurent DRUANO, conseiller en charge du spectacle
- Mme Haude HELLIO, chargée de mission pour la musique
- M. Michel ORRIB, directeur général de la création artistique

Par une lettre de mission du 11 avril 2013, le cabinet de la ministre de la culture et de la communication a saisi l'IGAC pour établir une évaluation globale du bilan de l'association « Les Allumés du Jazz », association ayant pour objet la promotion et la diffusion de la musique enregistrée, en particulier le jazz. Cette note a pour objet de rappeler quelques éléments d'analyse développés par l'évaluation de l'IGAC (I) et d'évoquer les pistes de conventionnement entre « Les Allumés du Jazz » et le ministère de la culture et de la communication qui pourraient en découler (II).

I.- L'analyse du bilan de l'IGAC

Le bilan de l'IGAC fait état d'une performance inégale de l'association « Les Allumés du jazz », notamment au regard des objectifs qui avaient été fixés à l'association à la suite du premier bilan réalisé en 2008 par l'inspection

de la direction de la musique, de la danse, du théâtre et des spectacles (DMDTS).

1. Les points de force de l'association des « Allumés du Jazz » et de ses actions

L'IGAC relève que l'association a une véritable **utilité et efficacité** sur différents points :

- une **identité commune des labels indépendants** : les labels adhérents se définissent comme des « artisans producteurs » et rejettent la notion d'industrie musicale. Il existe un militantisme fort au sein de l'association ;
- **certaines actions de promotion sont efficaces** : le site internet est un lieu de promotion des labels et de leurs nouveautés apprécié, notamment grâce à la webradio ; de même le journal semble bien adapté aux objectifs de l'association et répond aux attentes des adhérents ;
- le **rôle de distributeur de phonogrammes physiques** est un rôle qui intéresse particulièrement les adhérents.

2. Les points de faiblesse de l'association des « Allumés du Jazz » et de ses actions

L'IGAC soulève certains manquements ou dysfonctionnements au sein de l'association :

- le **manque d'implication des adhérents dans le travail collectif** (exemple : le blog a dû être arrêté en 2013 par manque de contribution des adhérents) et le **manque de visibilité de l'action de l'association** peinent à donner une **parole collective** à l'association devant les pouvoirs publics ou dans les débats professionnels ;
- la **faiblesse de la présence de l'association dans les festivals** (10 par an maximum) : cela est dû aux investissements qu'ils impliquent et à la gestion de la boutique ;
- la **boutique est lourde pour l'organisation et le budget** : elle n'égale pas les ventes qui sont faites lors des concerts ou des festivals et elle présente un intérêt essentiellement local ;
- l'association n'a pas engagé la réflexion vers la transition numérique de ses labels.

En dépit de ce bilan mitigé, l'IGAC préconise de **maintenir à court terme la subvention** allouée à l'association « Les Allumés du Jazz ». Sur le moyen terme, l'IGAC propose la mise en œuvre d'une convention entre le ministère et l'association, qui fixerait des objectifs précis, *« clarifiant les actions sur lesquelles il souhaite faire porter ce soutien et en le liant aux capacités d'évolution de l'association et notamment à celle d'assumer de façon plus ambitieuse ses missions de structure collective »*. Enfin, l'IGAC précise que la définition de ces objectifs devrait être le fruit d'une réflexion étroite entre la DGMIC et la DGCA, notamment dans le cadre de la configuration « Mission musique ». En effet, les rapporteurs constatent que l'association, dans ses missions actuelles, peut relever des compétences de chaque direction.

II. - Les préconisations concernant la subvention allouée par le MCC

Au regard des préconisations présentées par l'IGAC, le maintien à court terme de la subvention de la DGMIC semble devoir être privilégié, afin de ne pas trop déstabiliser

l'action de l'association. Néanmoins, une réflexion plus générale sur les interventions de l'association à moyen terme devra être engagée, en concertation avec l'association, dans le cadre de la Mission musique. Cette réflexion pourrait se traduire par la signature d'une convention triennale, qui fixerait des objectifs précis, que l'association s'engagerait à respecter dans un calendrier défini. Dans ce cadre, les engagements financiers ministériels pourraient être progressivement décroissants (notamment dans la mesure où la fermeture de la boutique, qu'on peut aujourd'hui légitimement considérer comme une charge excessive pour la subvention ministérielle, pourrait être assurée).

Ces objectifs pourraient s'articuler autour de 3 axes principaux :

- les contributions et l'implication des adhérents de l'association ;
- le financement de l'association ;
- l'action de l'association.

1. Les objectifs relatifs aux adhérents de l'association

Il conviendrait de **développer la représentativité de l'association**, en renforçant son rôle fédérateur, ce qui pourrait passer par :

- **élargir le nombre de labels adhérents** : il faut que l'association soit encore plus représentative afin d'avoir une **vraie force collective**. Aujourd'hui l'association compte 60 labels. L'IRMA recense 166 labels de jazz, il existe donc encore une marge de progression.
- **obtenir une plus grande implication (financière et en nature) des adhérents, dont le rapport souligne le manque d'investissement au travail collectif** :
 - En augmentant le **prix de l'adhésion** (aujourd'hui, le prix est de 100€, voire inférieur selon la taille du label), les adhérents seraient peut-être plus enclins à s'investir dans le travail de l'association. Cela dit, l'IGAC n'a pas souhaité suivre cette piste en estimant que l'impact sur l'équilibre financier serait minime. Sur le plan financier, d'autres pistes seraient donc sans doute à privilégier (2).
 - En **établissant des commissions thématiques, telle que la toute nouvelle commission numérique**, les adhérents seraient sans doute plus aptes à se mobiliser sur certains sujets.

2. Les objectifs relatifs au financement de l'association

Aujourd'hui, **le ministère est le principal financeur de l'association** (la subvention de 100k€ représente 55 % du total des ressources de l'association en 2012), il convient donc de **revoir l'équilibre**. Cela pourrait passer par :

- **augmenter les ressources propres de l'association** :
 - **politique tarifaire pour le journal** : les dépenses pour la réalisation et la diffusion du journal doivent être couvertes, il convient de rendre ce journal payant (par un prix unitaire ou un abonnement) pour les non-adhérents, même s'il s'agit d'un prix symbolique.
 - **politique d'adhésion à l'association** : outre une plus grande implication dans le travail collectif de l'association, l'accroissement du prix de la cotisation

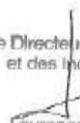
permettrait d'augmenter directement les fonds propres de l'association.

- **fermeture de la boutique du Mans ou recherche de soutien financier local** (auprès de la ville du Mans par exemple) puisqu'il s'agit d'une fidélisation vraiment locale et non nationale.
- **maintenir le soutien des SPRD et du CNV** : les aides de ces organismes ne représentent plus que 19,3 % du total des ressources en 2012, il convient donc principalement de les **mobiliser pour que leurs aides équilibrent celle donnée par le ministère**¹.

3. Les objectifs relatifs à l'action de l'association.

L'action de l'association devrait être clairement définie et renforcée. Ainsi, l'association devrait :

- **aider à la transition numérique des labels adhérents** : l'association (par le biais de la commission numérique) doit se mobiliser vis-à-vis de ses adhérents pour que les labels entendent que le **passage au numérique est inéluctable** et qu'ils doivent utiliser l'ensemble des canaux numériques mis à disposition pour **avoir plus de visibilité**.
- **être un lieu de ressources pour les adhérents et le public** : pour les adhérents, l'association pourrait avoir une fonction **d'information et d'orientation sur les systèmes d'aides** (crédit d'impôt, plan label, etc.). Pour le public, le portail de l'association pourrait être une **vitrine des labels** et une **orientation vers leurs catalogues** numérisés.
- **développer sa fonction collective** : l'association devra mettre en place les conditions d'une réflexion commune et obtenir l'implication de ses adhérents. Du fait de sa connaissance intime du secteur, il faut que l'association soit le **moteur des réflexions**, qu'elle se dote des moyens pour **s'affirmer comme interlocuteur privilégié des organismes collectifs professionnels, du pouvoir public** (labels PME et TPE) et, éventuellement, des **distributeurs et des plateformes** dans le cadre de négociations collectives. L'association devra s'inscrire dans les **dialogues inter-fédérations** (FEDELIMA, AFIJMA), notamment pour relayer la visibilité des labels dans les lieux de diffusion et plus particulièrement dans les festivals.

Le Directeur général des médias
et des industries culturelles

Laurence FRANCESCHINI

¹ Le FCM est volontairement mis de côté ici au regard de la problématique soulevée par l'IGAC « d'aide en cascade »

Réponse de Michel Orier
Directeur général de la création artistique
dans le cadre de la procédure contradictoire



Direction générale
de la création
artistique

**Note à Madame Ann-José ARLLOT
Chef du service de l'IGAC**

Objet : rapport d'inspection de l'association "les Allumés du Jazz", rédigé par Isabelle Neuschwander et Le Nhat Binh, Inspecteurs généraux des affaires culturelles.

A votre demande, nous vous soumettons les réactions de la DGCA à la lecture du rapport d'Isabelle Neuschwander et Le Nhat Binh sur les « Allumés du jazz ».

1. L'association :

Constituée de deux salariés et de bénévoles, l'association est présidée par Françoise Bastianelli et compte aujourd'hui 60 membres artisans producteurs. Le budget, bien qu'en baisse, est équilibré, les ressources propres proviennent des ventes physiques et des cotisations des membres. Les charges d'exploitation ont diminué entre 2005 et 2012. Le ministère de la culture soutient les Allumés du jazz à hauteur de 100 000 €.

Son action s'oriente autour de quatre axes principaux :

- . présence et promotion collective dans les festivals et les lieux de concerts
- . promotion des artistes et de la création via un site internet et un journal
- . vente de la production des labels indépendants
- . défense des intérêts collectifs et la participation aux instances de concertation avec les pouvoirs publics et interprofessionnels.

Outre ces quatre piliers, l'association apparaît aussi comme un circuit complémentaire de vente puisqu'elle assure la vente physique sur lieu et par correspondance.

Avis de la DGCA :

L'association est fragile. Elle tient grâce au militantisme revendiqué des membres qui la composent. Ceux-ci sont en augmentation, (60 labels contre 15 à la création). Il faudrait qu'ils soient encore plus impliqués dans une parole collective plus affirmée.

2. Une association militante mais fragile et peu lisible

Les rapporteurs ont salué le travail très militant de l'association, ainsi que son savoir faire, sa créativité et son expertise dans le domaine du jazz. Ils ont également relevé un fort lien entre la création, la scène et l'enregistrement. Beaucoup de membres

s'auto-produisent et s'auto-éditent. Le secteur du jazz arbore une excellente vitalité mais rencontre des difficultés de diffusion scénique.

Néanmoins, l'association présente une fragilité structurelle due à la baisse des aides des organismes professionnels, à des recettes propres stables malgré l'augmentation des cotisations. Le Ministère de la culture et de la communication est le premier financeur de l'association (100 000 € soit 55% du budget). La grande dépendance de l'association aux aides ajoute à sa fragilité.

Les rapporteurs soulignent également un manque de lisibilité des actions de l'association qui s'explique par la modestie des moyens au regard des ambitions de l'association, l'implication très insuffisante des adhérents (problème déjà soulevé par Anne-Claire Rocton en 2008), la faiblesse des partenariats tissés. En conséquence, les activités de promotion et de diffusion manquent d'ampleur (trop peu de représentation dans les festivals), la parole collective qui constitue un des quatre axes des Allumés du jazz n'est pas portée et on regrette le manque de liens conventionnels avec des festivals ou des fédérations. Enfin, les rapporteurs ont soulevé le paradoxe suivant : les labels adhérents ne sont pas mis en valeur d'un point de vue numérique, mais chacun des labels est présent sur une plateforme numérique. L'association accorde peu de place au numérique.

La boutique, ouverte en 2011 au Mans permet de mettre en valeur le catalogue de 3000 références, de fidéliser les clients et de s'encrer territorialement. Malgré ces points forts, elle souffre d'un manque de lisibilité de ces actions. L'association vend plus de disques lors de festivals qu'en boutique.

Avis de la DGCA :

La lisibilité de l'action des allumés du jazz est encore insuffisante. Le journal contribue à son image. Son aspect libertaire et souvent contestataire, ne doit pas masquer la justesse des articles consacrés à la musique de jazz dont il est constitué.

La boutique ouverte en 2011 n'est sans doute pas suffisamment appuyée sur les collectivités territoriales, et son action locale, bien que soutenue par le CALIF, reste relativement modeste. Cela étant dit, au regard de la diminution des disquaires sur notre territoire national, celui-ci ayant à la fois un catalogue cohérent disponible par VPC et dans le magasin, doit continuer d'être soutenu. L'Etat ne peut cependant pas être le seul contributeur dans ce soutien. Il faudrait se donner 3 ans pour trouver un ancrage territorial pour prendre une décision de maintien ou d'arrêt de la boutique. À l'issue de la période.

Il est par ailleurs, nécessaire de faire revenir les sociétés de gestion collective dans le financement des allumés du jazz. Leur absence est réellement préjudiciable au fonctionnement de l'association.

3. Les préconisations

Si le soutien du ministère de la culture et de la communication n'est pas remis en cause, les auteurs du rapport souhaitent une clarification des soutiens liée à la capacité d'évolution de l'association et notamment d'assurer ses missions de structuration territoriale, phase essentielle du développement des Allumés du jazz. Une convention s'appuyant sur un projet précis et un calendrier devrait être passée avec le Ministère de la culture et de la communication.

Des thèmes comme l'aide aux choix numériques, l'association comme lieu de ressources des adhérents, le dialogue avec les autres fédérations pourraient faire partie de cette convention. Enfin une redéfinition de la mission principale de la boutique comme une structure d'animation territoriale pourrait également faire partie de cette convention.

Les auteurs préconisent également que la mission musique s'empare de ce dossier.

Avis de la DGCA :

La DGCA est en accord avec les préconisations des rapporteurs qui rejoignent les conclusions du rapport d'Anne-Claire Rocton en 2008. Il nous semble que la liaison des allumés du jazz avec les plate formes numériques qui accueillent les labels adhérents doit être renforcée.

Par ailleurs, la présence des Allumés du jazz sur les festivals devrait faire l'objet d'une convention avec la fédération des festivals de jazz AJC (association jazzé croisé).

4. En conclusion

A l'heure où la dématérialisation revêt une grande importance dans la musique, l'aspect numérique devrait à l'avenir prendre une place importante dans la diffusion des enregistrements des labels adhérents et faire partie intégrante des différents canaux de diffusion que l'association a déjà mis en place (VPC, vente sur les lieux de concerts, sur les lieux de festivals, en comptoir).

L'implication des adhérents : si celle-ci doit être renforcée sur les lieux de diffusion et dans la boutique, elle devrait principalement porter sur l'aspect parole collective de l'association.

La boutique : comme le préconise les auteurs, les objectifs de celle-ci doivent être précisément définis. Le faible taux de vente de CD invite à réfléchir à une transformation en un lieu orienté vers le conseil, le débat ou la ressource pour les adhérents comme pour les clients. On notera cependant qu'elle présente un budget déséquilibré. Une réflexion sur le modèle économique sur lequel elle se base aujourd'hui devra être menée dans la perspective d'un soutien des collectivités territoriales.

Les liens : on ne peut qu'abonder dans le sens des auteurs pour que l'association se rapproche d'autres fédérations ou associations dans le secteur du jazz ou des musiques actuelles.

Tous ces aspects auraient intérêt à être intégrés dans une convention.

La question de l'implication des différents acteurs de la filière et des membres de l'association reste centrale



Michel ORIER
Directeur général de la création artistique

Observations de la direction générale des médias et des industries culturelles et de la direction générale de la création artistique et réponse des rapporteurs

Observations	Réponse des rapporteurs
<p>La DGMIC estime que l'association « Les Allumés du Jazz » doit augmenter ses ressources propres, notamment par la fermeture de la boutique du Mans ou la recherche d'un soutien financier local.</p>	<p>L'association doit effectivement augmenter ses ressources propres. Dans un premier temps, la recherche du soutien des collectivités doit être privilégiée pour maintenir l'activité de la boutique. Une fermeture immédiate de la boutique ne paraît pas souhaitable et déstabiliserait par trop l'association qui ne doit pas cependant éluder cette question.</p>
<p>La DGCA estime que la boutique n'est pas suffisamment appuyée sur les collectivités territoriales et que son action reste modeste. Elle préconise en revanche la poursuite du soutien du Ministère, au regard de la diminution du nombre de disquaires et de la cohérence du catalogue. Elle propose de reporter de 3 ans une éventuelle décision de fermeture, le temps pour l'association de réorienter l'action de la boutique et de diversifier ses sources de financement.</p>	<p>Le développement de l'association et la restructuration de ses actions, dont la boutique, doivent être intégrés dans le projet stratégique de l'association, qui doit être discuté avec le Ministère afin d'aboutir à un conventionnement triennal.</p>
<p>La DGMIC préconise de mettre en place une politique tarifaire pour le journal.</p>	<p>Le coût du journal a considérablement diminué (de 42100 € en 2005 à 29900 € en 2012). Il est en grande partie financé par « l'association des Amis du Journal Les Allumés du Jazz » qui totalise 231 adhérents pour un cotisation annuelle de 15 €. Plutôt que de mettre en place un abonnement individuel ou une vente à l'unité, coûteux en frais de gestion, il serait préférable d'augmenter le nombre d'adhérents à l'association des Amis du journal par un appel à soutien doublé d'une campagne de promotion. Cette recommandation est intégrée dans le rapport.</p>

ANNEXES

Rapport de l'Inspection générale des affaires culturelles sur l'association « LES ALLUMÉS DU JAZZ »

Annexe I	Liste des personnalités rencontrées
Annexe II	Glossaire
Annexe III	Liste des présidents et trésoriers de l'association depuis sa création
Annexe IV	Liste des 60 labels-adhérents
Annexe V	Questionnaire annuel et questionnaire d'enquête auprès des adhérents
Annexe VI	Évolution du compte de résultat dans ses grandes lignes
Annexe VII	Les comptes de résultat de l'association détaillés par postes
VII.1	Compte 2012
VII.2	Compte 2009
VII.3	Compte 2005
Annexe VIII	Répartition analytique des comptes de résultat 2012
VIII.1	Clés de répartition
VIII.2	Boutique de vente
VIII.3	Ventes VPC
VIII.4	Concerts et festivals
VIII.5	Journal
VIII.6	Information et promotion
VIII.7	Défense des intérêts collectifs
Annexe IX	Résultats des ventes de CD

ANNEXE I

LISTE DES PERSONNALITÉS RENCONTRÉES

• **MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION :**

Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) :

Emmanuelle Bensimon-Weiler, chef de service, adjointe au directeur général des médias et des industries culturelles

Frédéric Bokobza, sous-directeur du développement de l'économie culturelle

Pierre Mainguy, chef du bureau du financement des industries culturelles

Sarah Brunet, chargée de mission au bureau de financement des industries culturelles

Direction générale de la création artistique (DGCA) :

• André Cayot, conseiller pour les musiques actuelles

• Anne-Claire Rocton, inspectrice de la création artistique

• André Nicolas, responsable de l'Observatoire de la musique, Cité de la musique

• **LES ALLUMES DU JAZZ**

• Françoise Bastianelli (label Emouvance), présidente

• Jacques Oger (label Potlach), trésorier

• Jean Rochard (label Nato), secrétaire

• Bruno Tocane (label IMR), membre du conseil d'administration

• Valérie Crinière, chargée de communication

• Cécile Salles, chargée des questions financières

• **LABELS ADHERENTS**

• Outre les membres du conseil d'administration,

• Régis Huby, musicien et gérant d'Abalone production (par téléphone)

• Delphine Joussein, Collectif Coax

• **ORGANISMES PROFESSIONNELS, CONTRIBUTEURS FINANCIERS**

• François Chesnais, directeur du Fonds de création musicale

• Jacques Renard, président du Centre National de la chanson, des Variétés et du jazz

• **AUTRES PERSONNALITÉS :**

• Yann Martin, directeur du label « Plus loin Music » (par téléphone)

• Catherine Ruggeri, vice-présidente de l'APCNM

ANNEXE II

GLOSSAIRE

CNV (Centre National de la chanson, des Variétés et du jazz) : établissement public chargé de la collecte de la taxe parafiscale sur les spectacles musicaux et soutien du spectacle vivant dans le domaine de la chanson, des musiques actuelles et des variétés.

FCM (Fonds pour la Création Musicale): association créée en 1984, à l'initiative du MCC et des sociétés du secteur musical bénéficiaires des droits de copie privée avec pour objectif de susciter et de soutenir les actions d'intérêt général dans le domaine de la création, de la production et de la diffusion sonore et plus particulièrement dans le domaine musical.

Fédérations et syndicats

AFIJMA : Association des festivals innovants jazz et musiques actuelles, fondue en décembre 2012 en une structure nommée *AJC (association Jazzé Croisé)*.

CALIF (Club action des labels indépendants) : association créée en 2002 avec le soutien du ministère de la Culture et de la Communication pour maintenir et développer un réseau de disquaires indépendants relayant une offre diversifiée. A lancé depuis 2011 le Disquaire Day.

FELIN : Fédération nationale des labels indépendants.

FNEIJMA : Fédération nationale des écoles de jazz et musiques actuelles.

FSJ : Fédération des scènes de jazz devenue **FEDELIMA**.

SMA : syndicat des musiques actuelles.

UMJ : Union des musiciens de jazz.

Annexe III
Présidents et trésoriers de l'association « Les Allumés du Jazz »

Présidents

Catherine Peillon 1995-1996
Fabrice Postel 1997
David Godevais 1998
Fabrice Postel 1999-2001
Jean-Paul Ricard 2002 - 2008
Mathieu Immer 2009-2010
Pierre Villeret 2011
Françoise Bastianelli 2012

Trésoriers

Jean-Paul Rodrigues 1995-1996
Serge Adam 1997
Pablo Cueco 1998-1999
Françoise Bastianelli 2000-2011
Jacques Oger 2012

ANNEXE IV

LISTE DES 60 LABELS – ADHÉRENTS

AA, LE PETIT FAUCHEUX, Tours (37)
ABALONE, Vincennes (94)
AJMI, Avignon (84)
ALAMBIK MUSIK ,Marseille (13)
AMOR FATI, Bordeaux (33)
ARCHIEBALL, Vitry-sur-Seine (94)
ARFI, Lyon (69)
AXOLOTL JAZZ, Neuilly-sur-Seine (92)
BUDA-TRANSES EUROPEENNES, Paris (75)
CELP MUSIQUES, La Seyne-sur-mer (83)
COLLECTIF COAX, Paris(75)
CHIEF INSPECTOR, Paris (75)
CIRCUM DISC, Lille (59)
CISMONTE è PUMONTI, Nocario (20)
D'AUTRES CORDES, Le Monastier (48)
DECALCOPHONIE, Tours (37)
DFRAGMENT MUSIC, Marseille (13)
ELABETH, Maurepas (78)
EMIL13, Nancy (54)
EVIDENCE, Montreuil (93)
EMOUVANCE, Marseille (13)
FREE LANCE JPR PRODUCTIONS, Paris (75)
GIMINI, Lanmodez (22)
GROLEKTIF, Lyon(69)
GRRR, Bagnolet (93)
IMR INSTANTMUSIC RECORDS, Montmelas Saint Sorlin (69)
INNACOR, Langonnet (56)
IN SITU, Viserny (21)
JIM A. MUSIQUES, Paris
LA BUISSONNE, Pernes-les-Fontaines (84)
LA NUIT TRANSFIGUREE, Odos (65)
LA TRIBU HERISSON, Vénissieux (69)
LABEL BLEU, Amiens (80)
LABEL FORGE, Grenoble (38)
LABEL LABORIE, Solignac (87)
LABEL USINE, Nancy (54)
LE TRITON, Les Lilas (93)
LES ETONNANTS MESSIEURS DURAND, Nancy (54)
LINOLEUM, Auzas (31)
MARMOUZIC, Brest (29)
METAL SATIN LUTHERIE URBAINE, Bagnolet (93)
MUSIVI JAZZBANK, Noisy-le-Sec (93)
NATO, Paris(75)
ONZE HEURES ONZE, Tournan-en-Brie (77)
PETIT LABEL, Caen (14)
POROS EDITIONS, Paris (75)
POTLATCH, Paris (75)
QUARK RECORDS, Rezétretemault (44)

QUOI DE NEUF DOCTEUR, Paris (75)
ROGUEART, Paris (75)
RUDE AWAKENING PRESENTE, Montpellier (34)
SARAVAH, Les Herbiers (85)
SOMETIMESTUDIO, Paris (75)
SPACE TIMES RECORDS, Paris(75)
TERRA INCOGNITA, Angoulême (16)
ULLTRACK, Fontenay-sous-Bois (94)
VANDOEUVRE, Vandoeuvre-les-Nancy (54)
VENT DU SUD, Montpellier (34)
VENT D'EST, Marseille (13)
WILDSCAT, Lille (59)
YOLK RECORDS, Nantes (44)

ANNEXE V-a

Questionnaire annuel auprès des adhérents (modèle vierge)

Annuaire V

7

QUESTIONNAIRE 2011 DES MEMBRES DES ALLUMES DU JAZZ

- Nom du Label :
- Nom de la structure juridique (si différente) :
- Nom du Responsable de la structure :
- Adresse :
- Mail :
- Téléphone :
- Fax :
- Site Internet :
- Dans quelle Région est implantée votre activité :
- Forme Juridique de la structure : Association

Autre :

Nombre total de salariés :

Etes-vous adhérent à :

Membre du CNV : oui

Membre de la SPPF : oui

Membre de la SCPP : oui

Membre d'un Syndicat : oui
si oui lequel ?

Avez-vous une licence d'entrepreneur de spectacle :

Cat. 1	oui
Cat. 2	oui
Cat. 3	oui

L'activité de Label est-elle votre principale activité ? oui

- Quel est le Budget total de votre structure en 2010 : Moins de 10 000€

SUBVENTIONS 2010	MONTANT
Ministère de la culture	
Aide à l'emploi	
Région	
Département	
Ville	
Sacem	
Spédidam	
Adami	
CNV	
FCM	
TOTAL	0

Pas du tout de subvention oui

- Quel est le montant de vos ressources en Mécénat pour 2010 ? €

- Bénéficiez-vous du Crédit d'Impôt en 2010 ? oui

- Combien de disques sortis en 2010 :

- Votre chiffre d'affaire 2010 :

- Nombre de CDs vendus en 2010:

- Combien de références distribuées en 2010 :

- Combien de références en tout, au catalogue depuis le début du label :

ANNEXE V-b
Enquête auprès des adhérents hiver 2012 (modèle vierge)

Annexe V (b)

1°/ **1a La production phonographique est-elle votre activité principale ?**

OUI

NON

OUI ET NON

Actuellement, consiste-t-elle :

1b uniquement en la diffusion d'un catalogue déjà existant ?

1c en la production de nouveaux phonogrammes ?

1d en un effort particulier sur le numérique et le téléchargement ?

2°/ **Comment les Allumés du Jazz peuvent-ils aider au mieux les labels ?**

Quel rôle doivent-ils jouer ?

Comment améliorer le soutien des Allumés aux labels membres ?

3°/ **En cette période difficile et complexe pour tous, où l'action collective est nécessaire et déterminante, les Allumés du Jazz ne peuvent que constater un déficit de participation. Lors de la dernière AG, la quasi totalité des membres présents se sont inscrits à une commission, sur des sujets précis, cela n'a pas été suivi d'effet. Au regard des financeurs, qui restent attentifs au dynamisme des Allumés du Jazz (lui-même reflet du travail des commissions), le risque encouru est lourd. Au regard de la nécessité de se fédérer concrètement, créativement et efficacement dans un contexte qui va s'avérer de plus en plus complexe et souvent hostile, la faiblesse ne pourra plus être de mise. Ainsi comment chacun des labels se positionne-t-il aujourd'hui par rapport aux Allumés du Jazz, et de quel investissement est-il capable ?**

.....

ANNEXE VI-

ÉVOLUTION DU COMPTE DE RÉSULTAT DES « ALLUMÉS DU JAZZ » DANS SES GRANDES LIGNES

	Montants des ressources propres (en €)		
Nature des ressources propres	2005	2009	2012
Ventes de disques	25 714	21 199	24 005
cotisations	1 700	2 740	4 765
Total des ressources propres	45 981	32 988	47 015
Part des ressources propres dans les ressources totales	20,57%	18,83%	25,74%

	Montants des aides (en €)		
Institutions ou organismes d'aide	2005	2009	2012
Ministère de la culture et de la communication	107 000	99 600	100 000
Fonds de création musicale (FCM)	29 000	12 000	12 000
SACEM	22 000	15 200	22 500
ADAMI	8000	5000	0
CALIF			1104
Centre national de la variété, de la chanson et du jazz (CNV)	2 443	0	0
Part dans les ressources totales de l'ensemble de ces aides	79,43%	81,17%³¹	74,26%

	Montants en € et en % des charges totales		
Nature des charges	2005	2009	2012
Achats de disques	19359 (10,60%)	14794 (8,32%)	14 847 (8,13%)
Salaires et charges sociales	76600 (41,93%)	77172 (43,42%)	85015 (46,53%)
Journal	42100 (23%)	38000 (21,4%)	29900 (16,4%)
Montant total des charges du compte de résultat	223 481	175 232	182 619

³¹ Une aide exceptionnelle de la région PACA en 2009 pour l'organisation d'un Forum

ANNEXE VII.1. : Compte de résultat 2012

COMPTÉ DE RÉSULTATS 2012					
CHARGES		% total	PRODUITS		% total
achats CD	14846,52	8,13%	ventes	24005,24	13,14%
boutique et animation	6012,45	3,29%	CDS VPC	7688,91	4,21%
journal	29916,69	16,38%	CD Boutique	5695,51	3,12%
autres achats et charges externes de fonctt	20512,39	11,23%	CD médiathèque	1618,4	0,89%
fonctionnement courant		0,00%	Disquaires boutiques	1814	0,99%
loyer	6426,04	3,52%	CD sur festivals & lieux concerts	5841,82	3,20%
Informatique maintenance	248	0,14%	Export	1366,6	0,75%
logiciel ventes	652,18	0,36%	Subventions MCC	100000	54,76%
Internet (abon	546,11	0,30%	Subventions colltés locales		0,00%
Site internet	425,78	0,23%	aide FCM	12000	6,57%
déplacements	4116,15	2,25%	aide SACEM	22500	12,32%
représentation s/missions	1617,56	0,89%	aide CALIF	1104	0,60%
Festivals	4070,4	2,23%	CNV	0	0,00%
soirées événementielles	0	0,00%	autres aides structures collectives	0	0,00%
Forum	0	0,00%	Aide à l'emploi	0	0,00%
charges personnel	85015,39	46,53%	cotisations	4765	2,61%
dont salaires	59757,36	32,71%	autres recettes propres	1139,43	0,62%
charges social	25258,03	13,83%	Produits exceptionnels /reprises sur sbv equipt	1105,45	0,61%
Total impôts	1321,57	0,72%	autres reprises	16000	8,76%
impôts et taxes	1321,57	0,72%			0,00%
impôts sur société	0	0,00%			0,00%
dotation aux amortissements	6965,6	3,81%			0,00%
		0,00%			0,00%
TOTAL	182692,83	100,00%	TOTAL	182619,12	100,00%

	En €	En %
42 TOTAL Ressources propres	47015,12	25,74%
Subventions et aides	135604	74,26%

ANNEXE VII.2. : Compte de résultat 2009

COMPTE DE RESULTATS 2009		% total			% total
CHARGES			PRODUITS		
achats CD	14794,42	8,32%	ventes	21199,31	12,10%
boutique et animation	0	0,00%	CDS VPC	9294,84	5,30%
journal	37966,11	21,36%	CD Boutique	0	0,00%
autres achats et charges externes de fonctt	12309,32	6,93%	CD médiathèque	0	0,00%
fonctionnement courant		0,00%	Disquaires boutiques	2515,5	1,44%
loyer	8244	4,64%	CD sur festivals & lieux concerts	5749,28	3,28%
Informatique maintenance	0	0,00%	Export	1027,12	0,59%
logiciel ventes	0	0,00%	Subventions MCC	99600	56,84%
Internet (abonn	648,69	0,36%	Subventions colltés locales		0,00%
Site internet	529,9	0,30%	aide FCM	12000	6,85%
déplacements	7968,53	4,48%	aide SACEM	15200	8,67%
représentations/missions	1708,52	0,96%	aide CALIF	0	0,00%
Festivals	8304,16	4,67%	CNV	8000	4,57%
soirées événementielles	5822,6	3,28%	autres aides structures collectives	5000	2,85%
Forum	0	0,00%	Aide à l'emploi	2443,86	1,39%
charges personnel	77171,72	43,42%	cotisations	2740	1,56%
dont salaires	56330,39	31,69%	autres recettes propres	9048,59	5,16%
charges social	20841,33	11,73%	Produits exceptionnels /reprises sur sbv equipt	0	0,00%
Total impôts	1482,93	0,83%	autres reprises	0	0,00%
impôts et taxes	1482,93	0,83%	0		0,00%
impôts sur société	0	0,00%	0		0,00%
dotation aux amortissements	786,81	0,44%	0		0,00%
Disque	0	0,00%	0		0,00%
TOTAL	177737,71	100,00%	TOTAL	175231,76	100,00%

	En €	En %
TOTAL Ressources propres	32987,9	18,83%
Subventions et aides	142243,86	81,17%

ANNEXE VII.3. : Compte de résultat 2005

COMPTE DE RESULTATS 2005		% total			% total
CHARGES			PRODUITS		
achats CD	19359	10,60%	ventes	25714	11,51%
boutique et animation	0	0,00%	CDS VPC	11004	4,92%
journal	42098	23,04%	CD Boutique	0	0,00%
autres achats et charges externes de fonctt	29983	16,41%	CD médiathèque	0	0,00%
fonctionnement courant		0,00%	Disquaires boutiques	0	0,00%
loyer	9452	5,17%	CD sur festivals & lieux concerts	9991	4,47%
Informatique maintenance	0	0,00%	Export	4719	2,11%
logiciel ventes	0	0,00%	Subventions MCC	107000	47,88%
Internet (abon	0	0,00%	Subventions colltés locales	7500	3,36%
Site internet	4621	2,53%	aide FCM	29000	12,98%
déplacements	6105	3,34%	aide SACEM	22000	9,84%
représentation s/missions	1952	1,07%	aide CALIF	0	0,00%
Festivals	6912	3,78%	CNV	0	0,00%
soirées événementielles	0	0,00%	autres aides structures collectives	12000	5,37%
Forum	13795	7,55%	Aide à l'emploi	0	0,00%
charges personnel	76594	41,93%	cotisations	1700	0,76%
dont salaires	54463	29,81%	autres recettes propres	3367	1,51%
charges social	22131	12,11%	Produits exceptionnels /reprises sur sbv equipt	0	0,00%
Total impôts	2021	1,11%	autres reprises	15200	6,80%
impôts et taxes	1547	0,85%			0,00%
impôts sur société	474	0,26%			0,00%
dotation aux amortissements	2481	1,36%			0,00%
Disque	4637	2,54%			0,00%
TOTAL	220010	120,43%	TOTAL	223481	100,00%

	En €	En %
TOTAL		
Ressources propres	45981	20,57%
Subventions et aides	177500	79,43%

ANNEXE VIII-1 : clés de répartition pour comptes analytique

(source : IGAC)

PRORATA ANALYTIQUES							
	BOUTIQUE DE VENTE	VENTES VPC	VENTES CONCERTS/FESTIVALS	JOURNAL	INFORMATION/PROMOTION	DEFENSE INTERETS COLLECTIFS	TOTAL
CHARGES							
achats CD							
boutique et animation	70,00%				30,00%		100,00%
journal				60,00%	20,00%	20,00%	100,00%
autres achats et charges externes de fonctt	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	100,00%
fonctionnement courant	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	100,00%
loyer	40,00%	5,00%		10,00%	25,00%	20,00%	100,00%
Informatique maintenance	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	100,00%
logiciel ventes	33,33%	33,33%	33,33%				100,00%
Internet (abonnts?)	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	100,00%
Site internet	10,00%	30,00%	0,00%	0,00%	30,00%	30,00%	100,00%
déplacements	0,00%	0,00%	0,00%	15,00%	35,00%	50,00%	100,00%
représentations/missions	0,00%	0,00%	0,00%	15,00%	35,00%	50,00%	100,00%
Festivals	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
soirées événementielles	10,00%	0,00%	0,00%	10,00%	50,00%	30,00%	100,00%
Forum							0,00%
charges personnel	9,61%	23,30%	13,23%	19,17%	24,68%	10,00%	100,00%
dont salaires							
charges sociales							
Total impôts	9,61%	23,30%	13,23%	19,17%	24,68%	10,00%	100,00%
impôts et taxes	9,61%	23,30%	13,23%	19,17%	24,68%	10,00%	100,00%
impôts sur société							
dotation aux amortissements	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	100,00%
PRODUITS							
ventes							
CDS VPC		100,00%					100,00%
CD Boutique	100,00%						100,00%
CD médiathèque		100,00%					100,00%
Disquaires boutiques		100,00%					100,00%
CD sur festivals & lieux concerts			100,00%				100,00%
Export		100,00%					
Subventions MCC	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
Subventions colltés locales							0,00%
aide FCM				33,33%	33,33%	33,33%	100,00%
aide SACEM				50,00%	50,00%		100,00%
aide CALIF	100,00%						100,00%
CNV			25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	100,00%
autres aides structures collectives							
Aide à l'emploi	9,61%	23,30%	13,23%	19,17%	24,68%	10,00%	100,00%
cotisations	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	100,00%
autres recettes propres	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	100,00%
Produits exceptionnels/reprises sur sbv equipt	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	100,00%
autres reprises	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	100,00%

ANNEXE VIII.2. : compte analytique 2012 Boutique de vente

(source : IGAC)

ANALYSE FONCTIONNELLE			
FONCTIONS	CHARGES		PRODUITS
BOUTIQUE DE VENTE	achats CD	3522	ventes
	boutique et animation	4208,72	CDS VPC
	journal	0	CD Boutique
	autres achats et charges externes de fonctt	3418,73	CD médiathèque
	fonctionnement courant		Disquaires boutiques
	loyer	2570,42	CD sur festivals & lieux concerts
	Informatique maintenance	41,33	Export
	logiciel ventes	217,39	Subventions MCC
	Internet (abonnts?)	91,02	Subventions colltés locales
	Site internet	42,58	aide FCM
	déplacements	0	aide SACEM
	représentations/missions	0	aide CALIF
	Festivals	0	CNV
	soirées événementielles	0	autres aides structures collectives
	Forum	0	Aide à l'emploi
	charges personnel	8168,49	cotisations
	dont salaires		autres recettes propres
	charges sociales		Produits exceptionnels/reprises sur sbv equipt
	Total impôts	126,98	autres reprises
	impôts et taxes		
	impôts sur société		
	dotation aux amortissements	1160,93	
Total		23568,59	10634,49
Résultat			-12934,1
		12,90%	5,82%
VENTES VPC	achats CD	4743	ventes
	boutique et animation	0	CDS VPC
	journal	0	CD Boutique
	autres achats et charges externes de fonctt	3418,73	CD médiathèque
	fonctionnement courant		Disquaires boutiques
	loyer	321,3	CD sur festivals & lieux concerts
	Informatique maintenance	41,33	Export
	logiciel ventes	217,39	Subventions MCC
	Internet (abonnts?)	91,02	Subventions colltés locales
	Site internet	127,73	aide FCM
	déplacements	0	aide SACEM
	représentations/missions	0	aide CALIF
	Festivals	0	CNV
	soirées événementielles	0	autres aides structures collectives
	Forum	0	Aide à l'emploi
	charges personnel	19808,5	cotisations
	dont salaires		autres recettes propres
	charges sociales		Produits exceptionnels/reprises sur sbv equipt
	Total impôts	307,92	autres reprises
	impôts et taxes		
	impôts sur société		
	dotation aux amortissements	1160,93	
Total		30237,87	11523,89
Résultat			-18713,98
		16,55%	6,31%

ANNEXE VIII.3. : compte analytique 2012

Ventes VPC

(source : IGAC)

ANALYSE FONCTIONNELLE			
FONCTIONS	CHARGES		PRODUITS
VENTES VPC	achats CD	4743	ventes 7688,91
	boutique et animation	0	CDS VPC 7688,91
	journal	0	CD Boutique 0
	autres achats et charges externes de fonctt	3418,73	CD médiathèque 0
	fonctionnement courant		Disquaires boutiques 0
	loyer	321,3	CD sur festivals & lieux concerts 0
	Informatique maintenance	41,33	Export 0
	logiciel ventes	217,39	Subventions MCC 0
	Internet (abonnts?)	91,02	Subventions colltés locales 0
	Site internet	127,73	aide FCM 0
	déplacements	0	aide SACEM 0
	représentations/missions	0	aide CALIF 0
	Festivals	0	CNV 0
	soirées événementielles	0	autres aides structures collectives 0
	Forum	0	Aide à l'emploi 0
	charges personnel	19808,5	cotisations 794,17
	dont salaires		autres recettes propres 189,91
	charges sociales		Produits exceptionnels/reprises sur sbv equipt 184,24
	Total impôts	307,92	autres reprises 2666,67
	impôts et taxes		
	impôts sur société		
	dotation aux amortissements	1160,93	
Total		30237,87	11523,89
Résultat			-18713,98
		16,55%	6,31%

ANNEXE VIII.4. : compte analytique 2012
Concerts et festivals (y compris ventes CD)

(source : IGAC)

ANALYSE FONCTIONNELLE

FONCTIONS	CHARGES	PRODUITS
VENTES CONCERTS/FESTIVALS	achats CD	3613
	boutique et animation	0
	journal	0
	autres achats et charges externes de fonctt	3418,73
	fonctionnement courant	0
	loyer	0
	Informatique maintenance	41,33
	logiciel ventes	217,39
	Internet (abonnts?)	91,02
	Site internet	0
	déplacements	0
	représentations/missions	0
	Festivals	4070,4
	soirées événementielles	0
	Forum	0
	charges personnel	11251,41
	dont salaires	0
	charges sociales	0
	Total impôts	174,9
	impôts et taxes	174,9
	impôts sur société	0
	dotation aux amortissements	1160,93
Total		24039,12
Résultat		-14362,32
		13,16%
		5,30%

ANNEXE VIII.5. : compte analytique 2012

Journal

(source : IGAC)

ANALYSE FONCTIONNELLE			
FONCTIONS	CHARGES	PRODUITS	
JOURNAL			
	boutique et animation		ventes 0
	journal	17950,01	CD Boutique
	autres achats et charges externes de fonctt	3418,73	CDS VPC
	fonctionnement courant		CD médiathèque
	loyer	642,6	Disquaires boutiques
	Informatique maintenance	41,33	
	logiciel ventes	0	Export
	Internet (abonnts?)	91,02	Subventions MCC 0
	Site internet	0	Subventions colltés locales 0
	déplacements	617,42	aide FCM 4000
	représentations/missions	242,63	aide SACEM 11250
	Festivals	0	aide CALIF 0
	soirées événementielles	0	CNV 0
	Forum	0	autres aides structures collectives 0
	charges personnel	16298,94	Aide à l'emploi 0
	dont salaires	0	cotisations 794,17
	charges sociales	0	autres recettes propres 189,91
	Total impôts	253,37	Produits exceptionnels/reprises sur sbv equipt 184,24
	impôts et taxes	253,37	autres reprises 2666,67
	impôts sur société	0	
	dotation aux amortissements	1160,93	
Total		40717	19084,98
Résultat			-21632,02
		22,29%	10,45%

ANNEXE VIII.6. : compte analytique 2012
Information et promotion
(source : IGAC)

ANALYSE FONCTIONNELLE			
FONCTIONS	CHARGES	PRODUITS	
INFORMATION/PROMOTION	achats CD		ventes
dont site INTERNET	boutique et animation	1803,74	CDS VPC
	journal	5983,34	CD Boutique
	autres achats et charges externes de fonctt	3418,73	CD médiathèque
	fonctionnement courant	0	Disquaires boutiques
	loyer	1606,51	CD sur festivals & lieux concerts
	Informatique maintenance	41,33	Export
	logiciel ventes	0	Subventions MCC
	Internet (abonnts?)	91,02	Subventions colltés locales
	Site internet	127,73	aide FCM
	déplacements	1440,65	aide SACEM
	représentations/missions	566,15	aide CALIF
	Festivals	0	CNV
	soirées événementielles	0	autres aides structures collectives
	Forum	0	Aide à l'emploi
	charges personnel	20982,45	cotisations
	dont salaires	0	794,17
	charges sociales	0	autres recettes propres
	Total impôts	326,17	Produits exceptionnels/reprises sur sbv
	impôts et taxes	326,17	equipt
	impôts sur société	0	autres reprises
	dotation aux amortissements	1160,93	
Total		37548,75	19084,98
Résultat			-18463,77
		20,55%	10,45%

ANNEXE VIII.7. : compte analytique 2012
Défense intérêts collectifs
(source : IGAC)

ANALYSE FONCTIONNELLE			
FONCTIONS	CHARGES	PRODUITS	
DEFENSE INTERETS COLLECTIF	achats CD		ventes 0
	boutique et animation	0	CDS VPC
	journal	5983,34	CD Boutique
	autres achats et charges externes de fonctt	3418,73	CD médiathèque
	fonctionnement courant	0	Disquaires boutiques
	loyer	1285,21	CD sur festivals & lieux concerts
	Informatique maintenance	41,33	Export
	logiciel ventes	0	Subventions MCC 0
	Internet (abonnts?)	91,02	Subventions coltés locales 0
	Site internet	127,73	aide FCM 4000
	déplacements	2058,08	aide SACEM 0
	représentations/missions	808,78	aide CALIF 0
	Festivals	0	CNV 0
	soirées événementielles	0	autres aides structures collectives 0
	Forum	0	Aide à l'emploi 0
	charges personnel	8501,54	cotisations 794,17
	dont salaires	0	autres recettes propres 189,91
	charges sociales	0	Produits exceptionnels/reprises sur sbv equipt 184,24
	Total impôts	132,16	autres reprises 2666,67
	impôts et taxes	132,16	
	impôts sur société	0	
	dotation aux amortissements	1160,93	
Total		23608,85	7834,98
Résultat			-15773,87
		12,92%	4,29%

ANNEXE IX :

Résultats des ventes de CD en 2012

RÉSULTATS DES VENTES DES CD PAR CANAUX EN 2012

CANAL	source: Allumés du Jazz			source:IGAC
	CA Ventes	En %	Charges en achats CD	Marge brute ventes/achats
BOUTIQUE	5695	23,72%	3522	38,16%
VPC	7669	31,95%	4743	38,15%
MEDIATHEQUE	1618	6,74%	1001	38,13%
DISQUAIRES	1814	7,56%	1122	38,15%
FESTIVAL	5842	24,34%	3613	38,15%
EXPORT	1367	5,69%	845	38,19%
TOTAL	24005	100,00%	14846	38,15%

