



(Pré)financer des films et des spectacles. Stratégies et ajustements dans le travail de production

Laure de Verdalle

► To cite this version:

Laure de Verdalle. (Pré)financer des films et des spectacles. Stratégies et ajustements dans le travail de production. *Regards croisés sur l'économie*, 2022, 30-31 (1), pp.201-208. 10.3917/rce.030.0201 . halshs-03885955

HAL Id: halshs-03885955

<https://shs.hal.science/halshs-03885955>

Submitted on 6 Dec 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

(Pré)financer des films et des spectacles.

Stratégies et ajustements dans le travail de production

(Pre)financing movies and performances.

Strategies and adjustments in-production work.

LAURE DE VERDALLE

CNRS, Université Paris-Saclay, UVSQ

Chercheuse au Laboratoire Printemps

Résumé

Le cinéma et le spectacle vivant se caractérisent majoritairement, dans le contexte français, par une logique de préfinancement des projets. Cet article s'intéresse à l'articulation étroite des logiques économiques et artistiques dans le travail de création en montrant comment deux groupes professionnels, les producteur·ices et les administrateur·ices organisent l'agrégation progressive des différents partenaires dont l'implication rend possible la fabrication des films et des spectacles mais contribue aussi à leur donner leur forme définitive.

Abstract

In the French context, cinema and the performing arts are mainly characterised by a logic of pre-financing projects. This article focuses on the close articulation of economic and artistic logics during the creative process by showing how two professional groups, producers and administrators, organise the gradual aggregation of the different partners whose involvement enables the production of films and performances, but also contributes to giving them their final form.

Produire des films ou des spectacles vivants ne fait pas intervenir le même type d'économie, ne serait-ce qu'en raison des montants moyens engagés pour faire exister ces biens culturels, dont les modes de distribution, d'exploitation et de valorisation sont également différents. Néanmoins, ces deux secteurs ont en commun de mobiliser assez largement une logique de préfinancement qui suppose de réunir en amont de la fabrication la totalité (ou une grande partie) du budget nécessaire. Pour cela, il faut convaincre et enrôler des partenaires qui vont apporter des moyens financiers et matériels permettant aux films et aux spectacles de voir le jour.

Ce texte s'intéresse plus particulièrement au rôle que jouent, dans ce processus d'agrégation et de combinaison de ressources, deux groupes professionnels présents aux côtés des artistes sur le temps long de l'élaboration et de la mise en œuvre des projets : les producteurs et productrices de cinéma ainsi que les administrateurs et administratrices de compagnies, qui, plus que d'autres intermédiaires du travail artistique (Naudier, Lizé, Roueff, 2011), disposent d'une capacité à agir directement sur la définition des biens. En effet, le type de partenariats noués et de financements obtenus contribue à fixer les traits singuliers des œuvres produites.¹

Positionner les projets dans leur « bonne » économie

Les producteur·ices et les administrateur·ices accompagnent les artistes dans le montage de leurs projets. Ils et elles en suivent l'élaboration, participent activement à la recherche de financements, puis contribuent à la mise en œuvre pratique du tournage ou des répétitions. Bien sûr, le périmètre de leurs tâches varie en fonction de l'ampleur des projets et des formes de structuration de leurs activités (taille de la société de production, de la compagnie ou du bureau de production, nombre de collaborateur·ices, expérience et ancienneté, etc.). Néanmoins, ils et elles sont d'incontournables partenaires pour les artistes, ce qui les conduit d'ailleurs à mettre en avant la « qualité » de leur relation aux cinéastes, metteurs et metteuses en scène et à privilégier un échange précoce autour des projets.

Cette volonté de dialogue renvoie également au souci des producteur·ices et des administrateur·ices de positionner les projets dans leur « bonne » économie, celle qui leur permettra d'exister. En fonction des caractéristiques envisagées par les artistes, un premier

¹ Cet article synthétise des analyses développées dans de Verdalle (2021) et repose sur une recherche conduite entre 2008 et 2018 qui visait à dégager des enjeux communs dans les dynamiques de production des secteurs du cinéma et du spectacle vivant. Les citations qui apparaissent dans ce texte sont issues de ce travail d'enquête.

chiffage du projet est réalisé et des stratégies de financement sont élaborées. Les partenaires sollicités, qu'ils soient privés (chaînes de télévision, sociétés de distribution, théâtres privés) ou publics (régions, CNC, scènes nationales ou centres dramatiques nationaux), le sont en fonction du niveau de budget envisagé. Ainsi, en 2018, les financements publics représentaient 9,3 % du financement des films d'initiative française, mais cette part était de 17 % pour les films à moins de 4 M€ contre 6,3 % pour les films à plus de 7 M€². Une productrice explique qu'il faut toujours « s'adapter et savoir dans quelle cour on joue ». Se référant à un film qu'elle a récemment produit et qui était le premier long métrage d'une jeune réalisatrice, elle ajoute : « quand je vais défendre (ce type de projet) chez Canal Plus et qu'il n'y a pas de casting, je sais exactement ce qu'il faut leur demander, je ne vais pas demander 900 000 euros ! ».

Les producteur·ices et les administrateur·ices mettent souvent en avant cette fonction qui consiste à rappeler aux artistes les dimensions matérielles de leur activité (Bourdieu, 1971). L'idée est moins toutefois de mobiliser un registre de la contrainte que d'insister sur un nécessaire pragmatisme qui permet, à leurs yeux, de donner toutes ses chances au projet. Ce faisant, ils et elles insistent aussi sur l'imbrication étroite des logiques économiques et artistiques, qui se traduit dans la recherche de partenaires et de modes de financement adaptés à chaque projet.

Enrôler des partenaires financiers dans des univers stratifiés

Cette dimension de l'activité des producteur·ices et des administrateur·ices est probablement celle qui se rapproche le plus d'un « travail entrepreneurial » (Zalio 2004 ; 2007). Elle met en jeu un ensemble de routines, par exemple à travers la récurrence de certains partenariats ou la maîtrise progressive des procédures permettant l'obtention de subventions publiques, mais s'appuie aussi sur des formes d'innovation de type schumpeterien puisque la production prototypique du projet suppose une combinaison inédite de facteurs productifs.

Les caractéristiques du projet, comme celles de l'artiste (ses productions antérieures ou son degré de notoriété), rendent plus ou moins probable l'enrôlement de tel ou tel partenaire. À cela s'ajoute le « crédit » dont les producteur·ices et les administrateur·ices disposent dans

leurs cercles professionnels, et qui contribue à les positionner dans un espace hiérarchisé. Comme l'ont rappelé sur un autre terrain M. Grossetti, J.F. Barthe et N. Chauvac (2018), autour de la création d'entreprises innovantes, la crédibilité conditionne les marges d'action et constitue une ressource d'autant plus décisive qu'elle peut ensuite entraîner d'autres. Le cinéma et le spectacle vivant se caractérisent par des logiques cumulatives, proches de celles que J.-M. Podolny (2005) décrit à propos des marchés à statut : les relations qui se mettent en place autour du financement des projets sont interprétées comme des signaux de qualité et les hiérarchies statutaires agissent sur la dynamique des appariements et sur les évaluations formulées à l'égard des projets. Des effets « boule de neige » sont donc susceptibles d'intervenir, quand le projet obtient le soutien d'un partenaire important du secteur : un centre dramatique national pour un spectacle vivant, une grande chaîne de télévision ou un·e comédien·ne « *bankable* » dans le cas du cinéma.

Dans les deux secteurs, ces soutiens « clés », qui facilitent le montage financier des projets, jouent comme une « garantie » aux yeux des partenaires potentiels. De manière intéressante, cette garantie renvoie aussi à un enjeu de faisabilité du projet, dans un contexte de préfinancement toujours très incertain. Les soutiens obtenus viennent alors renforcer la probabilité que le film ou le spectacle puisse effectivement voir le jour.

Dynamique des appariements et évolution des projets

Au fil de ce processus d'agrégation de partenaires et de moyens financiers, les contours des projets sont amenés à évoluer, en étant remaniés ou adaptés aux ressources disponibles. Comme le rappelle une administratrice : « je ne vois pas comment on peut faire de la production sans être au cœur de l'artistique et c'est un métier créatif en tant que tel aussi, puisqu'on va chercher des financements en fonction du projet artistique, donc tout ça se tricote ensemble de manière assez serrée ».

Un projet de film ou de spectacle n'acquiert que progressivement sa forme définitive. L'enrôlement de partenaires aux caractéristiques singulières s'accompagne d'un travail de qualification des biens produits. A. Coulondre (2017) a montré, à propos de grands projets immobiliers, que leur financement est indissociable d'une action stratégique sur les propriétés des édifices. En matière de cinéma, les exigences associées aux coproductions internationales jouent sur la localisation de certaines activités. C'est également le cas des aides régionales, qui constituent un levier important dans le bouclage des budgets des films peu financés. Les régions fixent comme condition à leur soutien l'implantation des tournages au cœur de leur territoire. Les producteur·ices, en sollicitant ces aides, cherchent à conserver une certaine

² Le devis moyen des FIF en 2018 est d'environ 4M€. Source : « La production cinématographique en 2018 », bilan statistique des films agréés, disponible en ligne : <https://www.cnc.fr/documents/36995/927212/La+production+cin%C3%A9matographique+en+2018.pdf/64f696c5-2a50-dc4b-90c3-2ef2323c9935>

cohérence avec les exigences du scénario. Mais il faut aussi parfois revoir certains choix de décors, et si nécessaire modifier les caractéristiques du projet, en fonction des financements obtenus.

Les modifications apportées au projet pour satisfaire aux remarques formulées par telle ou telle commission, tout comme le resserrement des budgets sont autant d'éléments qui allongent les temps de développement, tout comme la non cohérence des remarques éventuellement formulées par les différents partenaires potentiels et souvent présentées comme une condition préalable à leur engagement. Les délais de réaction des partenaires peuvent aussi fragiliser les projets. Les échecs ne sont donc pas rares, dans un contexte de forte concurrence dans l'accès aux financements.

Conclusion

Prendre en compte les interventions des producteur·ices et administrateur·ices est décisif pour comprendre comment, dans un contexte de préfinancement des films et des spectacles, les jeux autour de l'agrégation progressive de partenaires financiers donnent forme au projet. C'est ce que montre une sociologie du travail attentive aux processus de production et aux configurations d'acteurs et de ressources qui permettent au film ou au spectacle d'exister. Il s'agit moins d'opposer les désirs de l'artiste aux réalités matérielles de la production que de voir comment les stratégies de financement déployées par les producteur·ices et les administrateur·ices participent activement du travail de création.

Bibliographie

BOURDIEU P. (1971), « Le marché des biens symboliques », *L'Année sociologique*, vol. 22, p. 49-126.

COULONDRE A. (2017), « La création de profit par les promoteurs immobiliers. Étude sur le travail entrepreneurial de qualification des biens », *Revue Française de Sociologie*, vol. 58, n° 1, p. 41-69.

GROSSETTI M., J.-F. BARTHE et N. CHAUVAC (2018), *Les Start-up, des entreprises comme les autres ? Une enquête sociologique en France*, Sorbonne Université Presses, Paris.

LIZE W., D. NAUDIER et O. ROUEFF (2011), *Intermédiaires du travail artistique. À la frontière de l'art et du commerce*, La Documentation française, Paris.

PODOLNY J.-M. (2005), *Status Signals: A Sociological Study of Market Competition*, Princeton University Press, Princeton.

VERDALLE (DE) L. (2021), *Aux côtés des artistes. Producteurs de cinéma et administrateurs du spectacle vivant*, Sorbonne Université Presses, Paris.

ZALIO P.-P. (2004), « Territoires et activités économiques. Une approche par la sociologie des entrepreneurs », *Genèses*, vol. 56, n° 3, p. 4-27.

ZALIO P.-P. (2007), « Les entrepreneurs enquêtés par les récits de carrières : De l'étude des mondes patronaux à celle de la grammaire de l'activité entrepreneuriale », *Sociétés contemporaines*, vol. 68, n° 4, p. 59-83.