



**MINISTÈRE  
DE LA CULTURE**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

**SYNTHÈSE  
EN BULLES,  
MOTS ET  
PHOTOS**



**Forum Entreprendre  
dans la Culture  
14 novembre 23**



**LA VAPEUR  
DIJON**

Crédits photographiques, de haut en bas : Damir Khabirov © Getty images, SeventyFour © Getty images, Gorodenkoff Productions © Getty images.



# SOMMAIRE

<b>RAPPEL DU PROGRAMME DE LA JOURNÉE</b>	<b>3</b>
<b>SYNTHÈSE DE L'ATELIER AUDIOVISUEL PROPOSÉ PAR L'APARR</b>	<b>7</b>
<b>SYNTHÈSE DE L'ATELIER MUSIQUES ACTUELLES PROPOSÉ PAR LA FEMa</b>	<b>11</b>
<b>SYNTHÈSE DE L'ATELIER SPECTACLE VIVANT</b>	<b>15</b>
<b>SYNTHÈSE DE L'ATELIER PÔLE EMPLOI</b>	<b>19</b>
<b>AFTERMovIE DU FORUM ENTREPRENDRE DANS LA CULTURE EN BFC</b>	<b>21</b>
<b>SYNTHÈSE DE LA BOÎTE À OUTILS «MONTER UN LABEL MUSICAL»</b>	<b>22</b>
<b>SYNTHÈSE DE LA BOÎTE À OUTILS «MONTER UN STUDIO DE PRODUCTION AUDIOVISUELLE»</b>	<b>26</b>
<b>SYNTHÈSE DE LA BOÎTE À OUTILS «MONTER UNE MAISON D'ÉDITION»</b>	<b>30</b>

**RAPPEL DU PROGRAMME DE LA JOURNÉE**

**10h – 12h30 > Séances plénières**

**10h - 11h • Conférence introductive • « Penser la transition professionnelle : entre crise passion et crispation »**

Aude Montlahuc-Vannod, socio-anthropologue, clinique des transitions

**11h - 12h30 • Table ronde • « Les enjeux de la transformation numérique pour le secteur culturel »**

Avec Marie Picard et Emmanuel Vergès, co-fondateurs de Culture Pixelle  
Géraldine Taillandier, directrice générale de Saint Ex, culture numérique et co-présidente du réseau HACNUM

Constance Jacob, fondatrice de Le P'tit Quiz et membre du collectif Wow

*Modération* : Eleonora Montagner, enseignante-chercheuse à Burgundy School of Business

**10h – 12h30 > RDVs Experts**

- Cabinet Legipublic Avocats, spécialisé dans le droit des affaires artistiques et culturelles

- Afdas, conseiller formation

- Cabinet AGC, expert-comptable

- Pôle Emploi, conseiller Pôle Emploi service

**12h30 - 14h • Repas végétarien par La Cuisine Flottante**

**14h - 14h30 • Jeux sonores • Performance participative ludique et sonore** par Diane Blondeau | Proposition artistique d'ici l'onde et Le Dancing CDCN

**14h30 - 16h • Ateliers pratiques et ateliers filières**

***Synthèses disponibles dans ce document***

• Audiovisuel par [l'APARR](#) : présentation de l'outil Carbon'clap

• Musiques actuelles par [la féma](#) : présentation du Label de Qualité ACT RIGHT

• Spectacle vivant : crise des vocations, repenser le travail

• Accompagnement à la création d'entreprise par France Travail (ex Pôle emploi)

**16h - 17h • Boîtes à outils**

***Synthèses disponibles dans ce document***

• *Monter une maison d'édition, avec Allan Ryan, fondateur des Éditions Laure et Amon.*

• *Monter un label musical, avec Priscille Roy et Franck Lafay, artistes et co-dirigeant-es de Falls Avalanche Records.*

• *Monter un studio de production audiovisuel, avec le studio ikko.*

**16h30 - 18h • Temps convivial / réseau**

# LE FORUM ENTREPRENDRE DANS LA CULTURE 2023 A ATTIRÉ PRÈS DE 185 PERSONNES !

Synthèses, photographies, planches BD, vidéos... Grâce à ce document ressources (re)vivez avec nous cette journée riche en échanges autour des transitions du secteur culturel.

Merci à [Thibault Roy](#) pour les planches BD, [Jessica Vuillaume](#) pour les photos, et au [studio ikko](#) pour les images.

## LE FORUM #1



© BOURGOGNE FRANCHE COMTE POUR LES INTIMES



© BOURGOGNE FRANCHE COMTE, JE VIENS DE LE DIRE...



© BOURGOGNE FRANCHE COMTE, VOUS LE FINIS D'APRÈS ?!



\* ASSOCIATION DES CITOYENS ALLÉRIQUES AUX POINTS MÉDIANS ET AUTRES VALLÉNIÉS VIKRES SUSCEPTIBLES DE PERTURBER NOS ENTENDUS



À SUIVRE...

Thibault Roy





## SYNTHÈSE DE L'ATELIER AUDIOVISUEL PROPOSÉ PAR L'APARR PRÉSENTATION DE L'OUTIL CARBON'CLAP

Ecoprod est un collectif créé en 2009., aujourd'hui composé de plus de 300 adhérent·es, studios, sociétés de production, diffuseurs, organisations etc.

Ses valeurs : fédérer pour travailler ensemble, créer une passerelle entre le terrain et les institutions tout en étant acteur·rice du changement, proposer des formations, interventions, publications d'études, trouver des outils pour accompagner le secteur.

### *Outils gratuits sur le site d'Ecoprod :*

→ Carbon'Clap : calculateur carbone qui permet de mesurer l'impact carbone d'une production audiovisuelle : <https://www.ecoprod.com/fr/carbon-clap.html>

Homologué par le CNC en 2023, il est obligatoire pour obtenir des aides du CNC à partir de janvier 2024.

→ Guide de l'éco-production qui donne les bases, signalétiques et affiches, fiches pratiques par métier, formations etc.

Le Carbon'Clap n'est pas une fin en soi ; c'est un outil qui permet de se rendre compte des postes d'émissions et de construire un plan d'actions pour réduire ses impacts.

→ Le label Ecoprod : <https://www.ecoprod.com/fr/le-label-ecoprod.html>

Attention, prévoir un coût lié à la procédure d'audit. Le label Ecoprod est conçu pour aller plus loin et entrer dans une démarche d'écoproduction : il donne des clés pour réduire l'impact carbone de l'industrie audiovisuelle. Il permet de s'autoévaluer et donc de se poser les bonnes questions, et aussi de crédibiliser sa démarche, pouvoir en parler, créer une dynamique d'équipe...

**Les données à récolter sont :** consommation électrique, litres de fioul, nombre de repas végétariens/carnés, nombre de nuitées, nombre d'ordinateurs, de tablettes, poids des déchets, nombre de km parcourus, nombre de jours de montage et de post-production, taille des données stockées...

Bilan carbone d'une production : chaque film a son bilan. Méthodologie créée par l'ADEME : évaluation de la quantité de gaz à effet de serre émise en fonction de différents postes d'émissions. Ceci permet d'identifier les postes où on émet le plus, voir là où on doit faire des efforts pour réduire les émissions carbone.

Il est nécessaire d'être le plus précis·e possible mais il n'y a pas de bon ou de mauvais bilan et aucune contrainte de résultat. Ceci permet de créer une stratégie, en définissant un plan d'actions pour améliorer ses bilans au fur-et-à-mesure de son expérience.

L'Afdas est l'opérateur de compétences des industries culturelles et créatives, des loisirs, de la presse, de l'audiovisuel, du cinéma et des sports.

### ***Missions principales :***

- financement de la formation, de l'alternance et de l'apprentissage ;
- appui technique aux branches pour anticiper les évolutions des métiers ;
- développement des projets d'adaptation et de transition écologique ;
- mise en place en place de projets RH.

**Assurer un service de proximité :** délégation basée à Strasbourg, bureaux à Metz et Dijon. Mission de conseil auprès des entreprises, pigistes, artistes-auteur·rices, sportif·ves de haut niveau et intermittent·es du spectacle.

**Impulser une démarche responsable dans l'entreprise :** favoriser un environnement sûr, développer son activité de façon durable et responsable, fidéliser ses salarié·es.

**Agir en faveur de la transition écologique, de l'inclusion, de l'égalité professionnelle :** lutte contre les VHSS, en faveur du handicap, prévention des cyber-menaces et lutte contre l'illettrisme.

### ***Focus sur la transition écologique :***

**La responsabilité sociale des entreprises :** connaître l'ensemble de ses relations avec l'environnement et faire en sorte qu'elles soient vertueuses.

**L'offre de services :**

**Sensibiliser** (prendre conscience des risques et des enjeux pour l'entreprise et donner envie de se former, autodiagnostic RSE) ; **former** (catalogue de formations, prestataires, expert·es sur tout le territoire) ; **accompagner** (outil avec consultant·es externes, réflexion autour de la mise en place d'un projet, création d'une démarche RSE avec une projection sur le long terme).

### ***Autodiagnostic :***

Les enjeux sont multiples :

- être plus attractif et compétitif,
- développer des pratiques et outils coresponsables,
- attirer de nouveaux clients et talents.

### ***Accompagnement appui-conseil :***

Outil construit sur 5 jours avec 3 étapes clés :

- pré-diagnostic : phase de prise de contact avec un·e consultant·e,
- diagnostic avec état des lieux, accompagnement avec un·e consultant·e
- phase de suivi à 3 ou 6 mois afin de voir la mise en pratique.

**Intervenant·es :** Lucie Trémolières, formatrice pour Ecoprod et Michel Ottenwelter conseiller à l'Afdas.



# LE FORUM #2



\* BOURGOGNE FRANCHE COMTE VOUS CONNAISSEZ ?



Thibault Roy

## SYNTHÈSE DE L'ATELIER MUSIQUES ACTUELLES PROPOSE PAR LA FEMA PRÉSENTATION DU LABEL ACT RIGHT

[ACT RIGHT](#) Label de qualité - Qu'est-ce qu'un événement de demain ?

ACT RIGHT est un label créé en 2018, accessible pour les professionnel·les des structures de musiques actuelles.

Objectif : épauler et accompagner autour de 4 piliers :

Violence et harcèlement sexistes et sexuels (VHSS) / Réduction des risques / Écoresponsabilité / Responsabilité sociale.

Pour chaque volet, entre 70 et 130 actions sont possibles.

- Chaque structure s'autoévalue sur la base d'une grille, et un comité décerne le label en fonction du nombre de points.

- Durée : 3 ans minimum. Objectif : l'amélioration des pratiques.

**Quelques idées pour chaque volet, issues des échanges des participant·es durant l'atelier :**

### *Violences et harcèlements sexistes et sexuels (VHSS)*

- La formation des équipes (permanent·es, intermittent·es bénévoles, vacataires, prestataires, équipes de sécurité...). Possibilité de prise en charge par l'Afdas et le CNM.
- Définir un·e référent·e au sein de la structure + un ou deux pour les événements, idéalement de deux genres différents, en interne et/ou en externe (association locale engagée, psychologue ou avocat·e, personne formée à la prise de parole).
- Stand de prévention, avec des numéros d'urgence, des noms de code...
- "Safe zone" visible, pour accueillir du public qui a été victime ou témoin.
- Brigade safe / Mise en place d'un protocole pour la prise en charge des victimes et gestion de l'agresseur·euse. NB : quand il y a une agression sexuelle ou un viol, il y a une obligation légale pour les organisateur·rices d'appeler les forces de l'ordre dans l'heure et de faire des fiches d'incident pour garder une trace.
- Affichages & campagnes de communication.
- Questionnaires anonymes pendant et après l'événement (remontées d'infos).
- Zones d'attente extérieures mutualisées pour la nuit et le trajet retour.

### *Réduction des risques*

Ces risques incitent notamment les comportements à risques liés aux produits psychoactifs : alcool, drogue, médicaments. Cf : calendrier des drogues [Techno plus](#) sur les dernières drogues sorties et leurs effets. Voir aussi : [Association Conscience Nocturne à Dijon](#).

- Stands de prévention pendant les événements : tracts, prospectus, mise à disposition de préservatifs gratuits, prévention des risques auditifs (bouchons d'oreille gratuits)...
- Couverts pour les verres.
- Communication interne au sein des équipes : s'informer et sensibiliser ses équipes, limiter la mise à disposition d'alcool fort, notamment pour les équipes techniques.
- Application [Safer](#).
- Entretenir des relations avec les forces de l'ordre lorsque c'est possible.

- Actions de prévention en dehors de l'événement.
- Mettre à disposition de l'eau potable gratuitement, proposer une offre de softs moins chère que l'alcool si possible, ainsi que des snacks.
- Distribution d'éthylotests (obligation légale).
- Dispositif de premiers secours (obligatoire à partir de 1000-1500 personnes).
- Affichage de prévention des risques auditifs (obligatoire et à disposition à [la féma](#)).
- Mise à disposition de protections hygiéniques.

## Éco-responsabilité

Objectif : rendre les événements moins énergivores et plus respectueux, aussi bien de la terre que des personnes.

- Question des composants (éviter le plastique).
- Penser la réutilisation, donc le lieu de stockage / favoriser les produits ayant plusieurs vies comme les gobelets non marqués.
- Gestion des déchets / tri sélectif. Mesurer le besoin pour éviter d'acheter en excès.
- Restauration : privilégier les circuits courts.
- Faire des ateliers ludiques de sensibilisation.
- Communication : favoriser le numérique, allié à un usage raisonné du papier. Réfléchir à l'encrage, à l'imprimeur avec qui on travaille.
- La mobilité : vers une mobilité douce (vélo, transports en commun, navettes), inciter au covoiturage et mettre en place des tarifs réduits pour ce public-là. Stratégies de « packs » : inclure les tickets de bus ou un abonnement vélo directement dans le prix de l'événement. Penser la mobilité des artistes ET du public (programmations plus locales).
- Mise en place de toilettes sèches non générées.
- Sensibiliser les équipes. Exemple : mettre en place le "forfait mobilité durable".

## Responsabilité sociale

Dimension interne aux structures :

Comment les équipes (artistes, administrateur·rices, technicien·nes) sont constituées et rémunérées ?

Incitation à embaucher plus de personnes issues de minorités (femmes, LGBT, racisé·es), au sein des équipes salariées, de direction et parmi les artistes.

Cf : [Bandshe](#) : annuaire des pros de la musique et des techniciennes issues de minorités.

[Black Artist Database](#) pour les personnes racisées.

[Connecter](#) pour les artistes de musiques électroniques.

[Majeur·e·s](#) : référencement des professionnel·les des musiques actuelles et d'artistes femmes ou minorités de genre.

Modifier les processus de recrutement : cf texte de loi sur la discrimination au travail, qui englobe tout type de discrimination. Vérifier si on est représentatif de toutes les typologies. Objectif : créer de la mixité.

- Faire des événements signés pour les personnes sourdes et malentendantes.
- Équilibre bénévoles / salarié·es : les bénévoles n'ont pas de lien de subordination, ils·elles peuvent arrêter quand ils·elles veulent.
- Rédiger des chartes éthiques et environnementales ou un règlement intérieur, qui engage les prestataires, les bénévoles, les salarié·es...
- Ateliers de prévention / questionnaires sur le bien-être au travail.

Intervenante : Marion Delpech, co-fondatrice et intervenante pour Act Right



# LE FORUM #3



**SYNTHÈSE DE L'ATELIER SPECTACLE VIVANT**  
**CRISE DES VOCATIONS, REPENSER LE TRAVAIL -**  
**ATELIER PARTICIPATIF**

Quelques données sur les conditions d'emploi des professionnel·les de l'administration, de la production et de la diffusion, grâce à une étude menée par l'association "Ce sont nos métiers" en 2022 :

→ <https://cesontnosmetiers.fr/etude-2022>

Voici la synthèse des réponses proposées par les participant.es autour de trois questions :

*Comment créer des vocations ?*

Sensibiliser sur les métiers dès l'école primaire, autant dans les quartiers qu'en centre ville et en milieu rural en faisant intervenir des professionnel·les du milieu du spectacle pour parler de leurs métiers.

Renforcer les apprentissages entre pairs et à destination des amateur·rices.

Développer les coopératives culturelles permettant la mutualisation d'emplois et de matériels, le développement, l'incubation et le tremplin de projets.

*Comment donner envie de rester dans ce secteur ?*

Faut-il vraiment rester, et pour rester où ?

Par la formation :

- à la fois initiale et continue, et plus généraliste sur les questions de gestion
- sensibilisation sur la réalité actuelle du secteur

Par le développement de son réseau :

- s'entourer
- faire ensemble
- mutualiser et coopérer

Par une meilleur gestion des carrières :

- progression salariale plus importante
- qualité de vie au travail : prise en compte des changements et des besoins dans la vie des personnes
- repenser les fonctionnements managériaux et l'organisation du travail
- continuer de se battre pour les droits sociaux

Par une meilleure image du secteur :

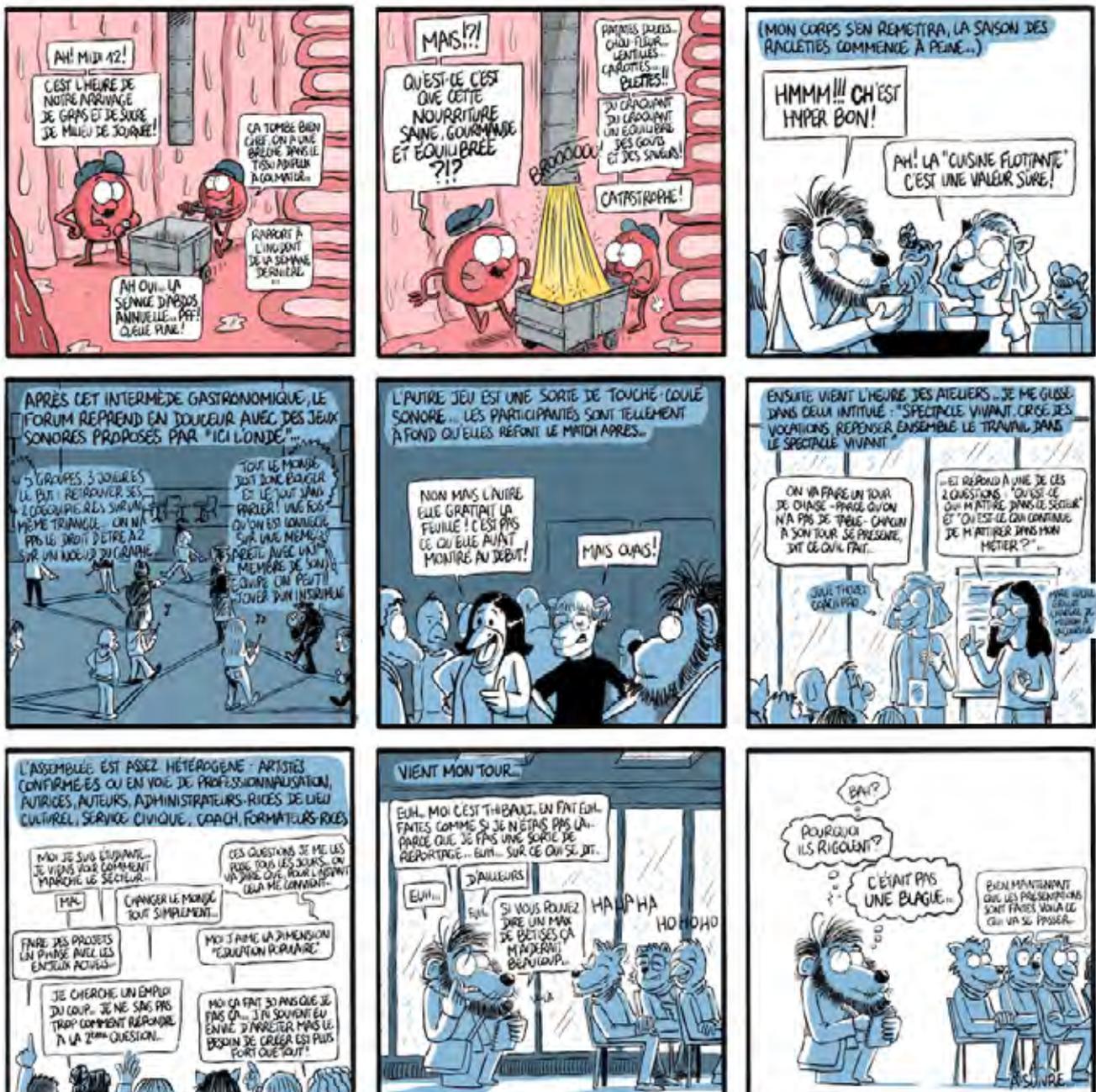
- meilleure reconnaissance et considération de la part des personnes extérieures au secteur
- le "travail passionnant et amusant" ne justifie pas tous les traitements

## Comment envisagez-vous l'évolution du travail dans le secteur pour les 10 prochaines années ?

- Un rapport au travail différent, moins sacralisé et une place plus importante de l'individu dans le collectif.
- Des formations, accompagnements, notamment l'utilisation d'outils d'éducation populaire et de tuiage entre générations.
- Davantage de mutualisation (matériel, participantes, tournées...).

Intervenantes : [Julie Thozet](#) coach professionnelle et Marie-Lucile Grillot, chargée d'accompagnement et de coopération à [La Coursive](#).

### LE FORUM #4



Thibault Roy





## **SYNTHÈSE DE L'ATELIER FRANCE TRAVAIL (EX PÔLE EMPLOI) L'ACCOMPAGNEMENT À LA CRÉATION D'ENTREPRISE PAR FRANCE TRAVAIL**

Les différents dispositifs existant sont les suivants :

### **1. En libre accès :**

- Emploi Store : Créer une entreprise

<https://www.emploi-store.fr/portail/thematiques/creerUneEntreprise>

**3 étapes** : De l'idée au projet / Élaborer son projet / Démarrer son activité.

### **2. Les ateliers :**

- M'imaginer créateur : atelier de 3h afin d'explorer la création / reprise comme piste de reprise d'emploi.

<https://www.pole-emploi.fr/candidat/je-creereprends-une-entreprise/les-ressources-utiles/atelier--simaginer-createur.html>

- Structurer mon projet de création d'entreprise : atelier de 3h afin d'identifier ses motivations et comprendre les étapes clés d'un projet de création / reprise d'entreprise.

<https://messervices.pole-emploi.fr/centre-interet/structurer-mon-projet-de-creation-dentreprise>

Inscription via l'espace personnel – mes services à la carte ou sur prescription du conseiller référent.

### **3. Activ'CREA**

<https://www.pole-emploi.fr/candidat/je-creereprends-une-entreprise/les-ressources-utiles/activcrea.html>

Prestation sur 3 mois maximum ; 2 entretiens obligatoires, puis organisation en fonction des besoins.

Objectifs : permettre la réflexion sur l'opportunité de créer / reprendre une entreprise au regard du marché du travail et de sa situation personnelle.

Inscription via l'espace personnel – mes services à la carte ou sur prescription du conseiller référent.

### **4. Différents événements liés à la création d'entreprise durant l'année**

- Les cafés de la création

- Restart : semaine de la création d'entreprise organisée par France Travail en septembre.

<https://www.pole-emploi.fr/actualites/semaine-de-la-creation-dentrepri.html>

- VITA CREA : semaine de la création d'entreprise en novembre – du 20 au 24/11 (ateliers – rencontres avec des expert.es...).

<https://www.vitacrea.com/>

- Forum de l'emploi – stand Création d'entreprise avec présence de partenaires.

- Semaine de l'adie

<https://www.adie.org/>

## 5. L'accompagnement à la création d'entreprise

- Compétence du Conseil Régional

- Orientation vers les opérateurs ou prise de contact en direct : [Chambre de Métiers et de l'Artisanat](#), [Chambre de Commerce et d'Industrie](#), [BGE](#), [Pôle d'Economie Solidaire 21](#), [adie](#)

- Participation à des formations intensives (C'ma créa – 180h - plusieurs sessions par an).

Intervenante : Myriam Drachkovitch, référente création d'entreprises à [France Travail](#) (ex Pôle emploi).

### LE FORUM #5



Thibault Roy

**AFTERMOVIE DU FORUM ENTREPRENDRE DANS LA CULTURE EN  
BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE  
PAR IKKO**



[Accéder à la vidéo](#)

## **SYNTHÈSE DE LA BOÎTE À OUTILS «MONTER UN LABEL MUSICAL» AVEC FALLS AVALANCHE RECORDS**

En tant que musicien.es, il peut être intéressant dans le développement d'un projet musical de créer sa propre structure afin de produire ses albums, les diffuser et d'organiser des concerts. Pour [Falls Avalanche Records](#) (FAR) l'objectif est de proposer un outil au service des musicien.es, pour faire vivre la musique qu'ils créent tout en équilibrant les comptes, mais pas de faire du business ou de salarier une équipe dédiée au fonctionnement du label. Les 2 co-gérant.es sont avant tout artistes, sous le régime de l'intermittence du spectacle.

Voici quelques conseils tirés de leur expérience depuis la création de leur label en 2013.

### *Forme juridique et création de la structure :*

L'association loi 1901 est un choix qui peut être pertinent pour une structure simple sans recherche de profits, permettant d'éditer des factures, des devis, de gérer une trésorerie et de disposer d'un compte bancaire.

Infos : [www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F3109](http://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F3109)

**Pré-requis :** être au moins 2 personnes, choisir un nom d'association, rédiger des statuts (nombreux modèles disponibles en ligne, à adapter), désigner un bureau (président, trésorier, co-présidence...), disposer d'un siège social (domicile, mairie, maison des associations, etc...).

- Création possible en ligne ou par courrier. Vérifier sur internet la bonne publication de la déclaration au Journal officiel des associations et conserver le récépissé.
- Immatriculation au répertoire SIREN pour obtenir un code APE (activité principale).
- Ouverture d'un compte bancaire.

**Notes :** les fondateur·ices ont fait le choix dès le départ de ne pas s'employer via le label et d'être exclusivement salarié·es par d'autres structures via les concerts.

**Les activités du label :** une fois la création faite par les artistes, le label est chargé de sortir les albums : fabrication de supports physiques (CD, vinyl, cassette...) et numérique, promotion de l'album... Avec FAR Priscille Roy et Franck Lafay ont souhaité garder un maximum de contrôle en tant qu'artistes et adeptes du do it yourself, afin d'avoir une vue globale du développement de leurs projets. Ils gèrent également une part importante des enregistrements, de la distribution auprès des réseaux de magasins de disques, de la diffusion (recherche de dates de concert). Tout a été appris sur le tas, les compétences et réseaux ont été développés petit à petit. Il est bien sûr possible de s'entourer et de déléguer de nombreuses tâches à des prestataires : distributeur, attaché de presse, booker...

### *Direction artistique :*

Le choix des artistes défendu.es se fait à partir des rencontres humaines avec les musicien.nes avant d'être des choix artistiques. Le style représenté est donc assez large (folk, rock indé, electronica, ambient, spoken word...).

### *Développement du label :*

- Observer les labels et groupes connus et plus installés dans le style voulu : comment ils travaillent leurs sorties, leur communication, etc.
- **S'informer, se former :** en participant aux conférences, stages, ateliers que proposent régulièrement les SMAC pour mieux connaître l'environnement autour de l'artiste, les interactions des métiers autour de la fabrication, distribution d'un album, le booking de

dates, la promotion par les attaché.e-s de presse sur des médias régionaux ou nationaux, etc...

- Répartition du temps de travail de Priscille et Franck : 50% sur la création artistique et les concerts, 50% sur les activités du label. Le travail de développement qu'ils réalisent est ce qui leur permet de vivre de leur musique, être uniquement artistes ne suffirait pas.
- **Leur conseil** : en tant qu'artistes il ne faut pas attendre d'être repérés et signés sur un gros label en espérant qu'il développe le projet pour vous, les probabilités que cela arrive sont faibles dans le marché actuel. Vous avez tout intérêt à prendre en main votre développement.

### *Production d'album :*

- Enregistrement / Mixage / Mastering
- **Graphisme / pochettes et goodies** : le travail avec des artistes plasticien.nes sur les pochettes est un élément récurrent des sorties du label et participe à créer une identité visuelle cohérente.
- **Fabrication CD / vinyles** : comparer les devis. Il faut noter que les délais de fabrication de vinyles sont très longs (plusieurs mois).
- Demande d'autorisation de pressage à faire en ligne auprès de la SDRM.
- La co-production d'albums avec d'autres labels est courante afin de répartir les coûts de production, étendre les réseaux, le public potentiel et partager les ventes.
- Faire un rétro-planning au minimum 6 mois avant la sortie, aussi détaillé que possible, pour planifier les tâches à réaliser et les éléments de promo à produire en amont de la période de promotion/sortie.

### *Promotion :*

- **Matière nécessaire** : photos, vidéos, biographie, revue de presse pour un kit presse, playlist privée pour permettre la pré-écoute des titres par les médias.
- **Développer les réseaux de partenaires** pour les sorties : radios associatives (Radio Campus, réseau Ferarock...), webzines (d'autant plus pour les musiques de niches et indé), magazines régionaux et nationaux spécialisés, médias locaux, TV régionales et émissions de découvertes musicales...

**Note importante** : il est très compliqué d'avoir des retours de médias nationaux sans avoir le carnet d'adresses d'un attaché de presse établi ; il faut faire les démarches mais être conscient des limites du DIY. Développer un nom d'artiste et/ou de label est un travail à long terme, même pour un attaché de presse établi.

- **Teasing en amont** puis promotion lors de la sortie et après sur les différents canaux de communication : site internet, réseaux sociaux (qui évoluent constamment avec de nouvelles règles d'algorithmes de visibilité, réseaux qui disparaissent, d'autres qui apparaissent...), newsletter.

### *Distribution :*

- **Physique** : contrat avec un distributeur national ([Inouïe Distribution](#) pour être présents dans les magasins Cultura, FNAC, Espaces Culturels Leclerc..). Les codes barres de vente sont générés par les distributeurs directement. Environ 25% du prix de vente public revient au label.
- **Numérique** : [iMusician](#) pour le référencement sur les plateformes de téléchargements et streaming (Spotify, Deezer, Apple Music, etc). Les gains financiers sont inexistantes mais la visibilité est importante pour la promotion. En complément : [Bandcamp](#), l'une des solutions de téléchargement et de ventes en ligne rémunérant le mieux les artistes.
- **Stand de vente** sur les concerts des différents artistes du label.
- **Magasins de disques indépendants**.

**Intervenant.es** : Priscille Roy et Franck Lafay, artistes et co-dirigeants de Falls Avalanche Records.





## **SYNTHÈSE DE LA BOÎTE À OUTILS «MONTER UN STUDIO DE PRODUCTION AUDIOVISUELLE» AVEC IKKO**

Les échanges qui ont eu lieu lors de cette boîte à outils se basent sur l'expérience de Charlie, Thibaud et Nicolas à travers la création et la gestion d'[ikko](#) depuis 2018. Il s'agit d'un exemple parmi de nombreuses possibilités de fonctionnement et de modes d'organisations possibles.

### *Définir le positionnement stratégique du studio*

- En fonction des envies et des compétences internes.
- Pour ikko : volonté de privilégier l'aspect artistique et de travailler pour le secteur culturel (captations de groupes musicaux, mixage audio, avec pour objectif à long terme la réalisation de longs-métrages).

### *Trouver un mode d'organisation*

- Les 3 membres d'ikko ont des spécialités et des compétences complémentaires : 1 monteur, 1 pilote de drone, 1 spécialiste son, et tous sont cadres.
- En tant qu'anciens indépendants avec chacun 10 ans d'expérience, ils mettent en commun leurs clients et leur réseau pour apporter des projets à la structure.
- Chacun est amené à être chef de projet car il y a souvent plusieurs projets en parallèle, et à porter les fonctions commerciales et la relation client selon le calendrier de travail et la disponibilité intellectuelle de l'équipe.
- Fonctions support partagées : facturation, administration, suivi comptable, réponse à des appels d'offres... en fonction des facilités et compétences de chacun. Ils sont accompagnés par [Les Champs du possible](#) pour la gestion sociale et font appel à leur réseau et entourage pour bénéficier de conseils et trouver des réponses sur les questions administratives.
- Réunion hebdomadaire pour faire le point sur les projets en cours.

### *Les activités du studio, réparties de manière assez équilibrée sur l'année*

- Réalisation de films institutionnels (liés au secteur culturel, tourisme, événements...),
- Tournage de contenus vidéos pour des médias locaux (interviews, reportages, etc)
- Médiation auprès de publics scolaires, notamment les lycées agricoles disposant d'un cours d'éducation socio-culturelle dans lequel les élèves peuvent mener des projets artistiques. En général le projet pédagogique est écrit avec le professeur tous les ans. Cette année le projet est écrit sur 2 ans, permettant de mieux répartir la charge de travail dans le temps tout en prenant le temps de développer un projet plus ambitieux avec les élèves.
- **Musique** : captations live, enregistrement et mixage de chansons et d'albums
- Nouvelle activité en développement : vidéo-mapping.

### *Quelques conseils à retenir*

- Consacrer du temps pour se former afin de compléter des manques dans l'équipe et

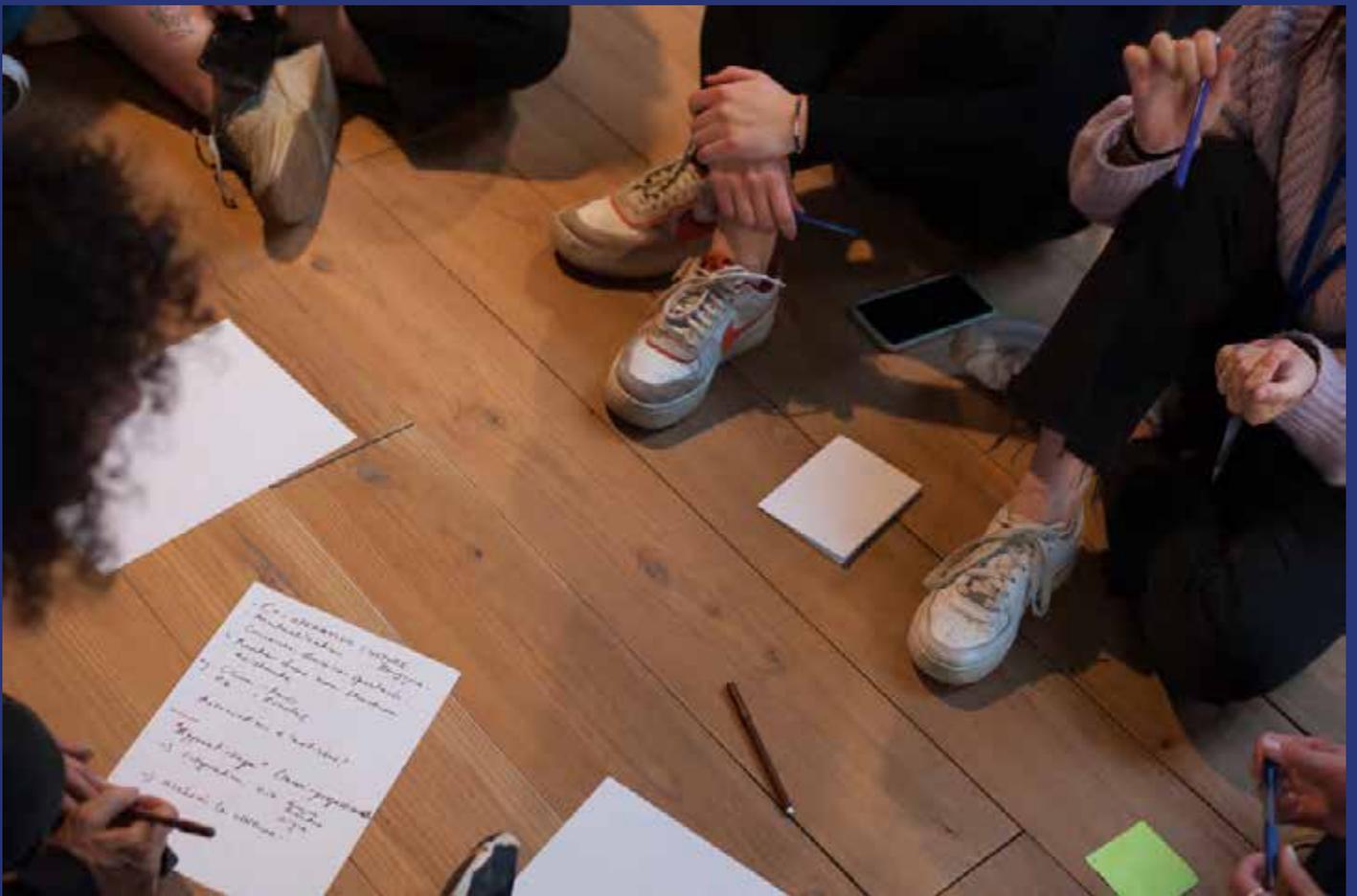
suivre l'évolution des logiciels et des techniques : formations en ligne, tutoriels vidéo, forums spécialisés, catalogue de l'OPCO...

- Se faire accompagner sur les tâches que l'on ne maîtrise pas. Soit en déléguant complètement à des prestataires les tâches les plus sensibles (gestion sociale...), soit en faisant appel à son réseau.
- Essayer de construire des partenariats à long terme même si les projets ne peuvent pas être concrétisés à court terme (le contexte adéquat peut se présenter des années après).

**Apports des participant-es** : les coopératives d'emploi sont des solutions pouvant être pratiques pour avoir un statut salarié, pouvoir facturer et mutualiser les fonctions supports/administratives avec les autres coopérateur·ices. En BFC la [CAE Bourgogne](#) (Dijon) et [IP-IP](#) (Besançon) peuvent accueillir des activités audio-visuelles.

Intervenants : Charlie Suchaut et Thibaud Rerolle du studio ikko







## **SYNTHÈSE DE LA BOÎTE À OUTILS «MONTER UNE MAISON D'ÉDITION» AVEC LE COLLECTIF LAURE ET AMON**

### *1. La ligne éditoriale*

Pourquoi j'édite des livres, pour qui ? Définir :

- le public ciblé : enfants, ados, adultes, publics spécifiques, tous publics
- les contenus : textes courts, longs, illustrés, romans, nouvelles, livres d'art, poésie...
- les formats (question reliée à l'économie = consommation de papier)
- les papiers : couverture, intérieur (question reliée à l'économie / risque de pénurie)

### *2. L'économie / la structure*

- Choix de la structure juridique : association, SARL...
- Préparer un budget prévisionnel sur 2 à 5 ans (développement professionnel) incluant les frais de structure, l'impression des livres, la communication, les déplacements et inscriptions aux salons du livre, les droits d'auteurs à reverser... Et affiner en fonction du nombre de publications prévues par an.
- Établir un CEP (compte d'exploitation prévisionnel) par titre envisagé afin de définir le prix du livre et de connaître le point d'équilibre : nombre de ventes nécessaires pour couvrir les frais engagés.
- Tenir les stocks de chaque titre : décompte des stocks, ventes, droits d'auteurs (annuels ou à valoir).
- Tenir une comptabilité.

### *3. Structures d'aides au projet (maison + ligne éditoriale + économie)*

- [L'Agence Livre et Lecture BFC](#) : accompagnement au montage du projet de maison, à la structuration et à la ligne éditoriale, mise en relation avec le secteur local, formations, soutien à l'inscription aux salons nationaux et régionaux. Il est important d'aller se présenter à l'Agence en amont de la création et d'y adhérer afin de bénéficier de son aide et de pouvoir accéder aux salons (Paris, Colmar, Besançon, *Clameurs* à Dijon, Montreuil, marché de la poésie...).
- [Centre National du Livre](#) : support ressource, subventions, formations...
- [Conseil Régional BFC](#) : bourse d'auteurs, aides aux maisons indépendantes, aide au développement de collections... Attention, il faut 2 ans d'existence et le numéro SIRET correspondant à l'activité de maison d'édition.
- [Direction Régionale des Affaires Culturelles](#).

### *4. Inscriptions et démarches obligatoires à effectuer auprès de :*

- [AFNIL](#) (Agence Francophone pour la Numérotation Internationale du Livre) : pour obtenir le numéro ISBN de la maison d'édition puis tous les numéros ISBN des livres à venir.
- [ISBN](#) (International Standard Book Number) : identification de chaque livre composée de 13 chiffres (carte d'identité du livre), obligatoire pour toute publication commercialisée.
- EAN : code barre correspondant à l'ISBN.
- [DILICOM](#) : support ressource pour le référencement d'une maison d'édition et de ses ouvrages. Obligatoire pour être présent en librairie (commande des livres).
- [BNF](#) (Bibliothèque Nationale de France) : dépôt obligatoire d'un exemplaire de chaque livre à la parution.

## 5. Diffusion, distribution, salons - Comment vendre ses livres ?

- Choisir un diffuseur et/ou un distributeur si l'économie de la structure le peut... sinon s'auto-diffuser et s'auto-distribuer (charge de travail conséquente !).
- Dans le cas d'une inscription sur [Dilicom](#) : tous les livres sont disponibles en commande dans toutes les librairies de France. Il faut également chercher à être présent en librairie par tous les moyens en fonction de sa ligne éditoriale.
- Avoir un site internet avec une boutique en ligne et être sur les réseaux sociaux (ventes et communication).
- Salons du livre : les inscriptions peuvent se faire jusqu'à 1 an avant, prévoir les coûts qui y sont liés (inscription, déplacements...). Bien choisir les salons en fonction de la pertinence par rapport à la ligne éditoriale, au potentiel réseau à développer, à la fréquentation du salon.

Intervenant : Allan Ryan, artiste du [collectif Laure et Amon](#)



LA  
COURSIVE  
TIERS LIEU CULTUREL DES GRÉSILLES

## NOS PARTENAIRES



**LA COURSIVE**  
**33 PLACE GALILÉE**  
**21000 DIJON**  
**03 73 13 10 21**

**[CONTACT@LA-COURSIVE.FR](mailto:CONTACT@LA-COURSIVE.FR)**  
**[WWW.LA-COURSIVE.FR](http://WWW.LA-COURSIVE.FR)**