


Circostrada Network

The background of the entire page is a photograph of two acrobats performing on ropes. They are silhouetted against a bright, orange and red sunset sky. The acrobat on the left is hanging upside down from a rope, holding onto it with both hands. The acrobat on the right is also hanging upside down, holding onto a rope with both hands. The ropes are vertical and extend from the top of the frame. The overall mood is artistic and dynamic.

Anne Tucker
Anne-Marie Autissier
Stéphane Simonin
Yohann Floch (coord.)

La Circulation des œuvres
de rue et de cirque en Europe
*Enquête auprès d'un échantillon
de compagnies artistiques*

La Circulation des œuvres de rue et de cirque en Europe

Enquête auprès d'un échantillon de compagnies artistiques

Sommaire

"Circulons (plus et mieux)!" p. 3

Stéphane Simonin

(directeur de HorsLesMurs)

Yohann Floch

(responsable des relations internationales de HorsLesMurs et
coordinateur de Circostrada Network)

"Mobilité et partage, quelques éléments
pour une nouvelle géographie européenne du spectacle vivant" p. 6

Anne-Marie Autissier

((maître de conférences à l'Institut d'études européennes de l'Université Paris VIII
et rédactrice en chef de la revue Culture Europe International)

Méthodologie p. 9

Résultats de l'enquête p. 11

Anne Tucker

(chargée d'étude et directrice de Manchester International Arts)

Annexes p. 29

Ce projet a été financé avec le soutien de la Commission européenne. Cette communication n'engage que son auteur et la Commission n'est pas responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations qui y sont contenues.



Culture Programme



Education and Culture DG

CIRCOSTRADA NETWORK

HorsLesMurs

Remerciements aux artistes qui ont bien voulu nous consacrer du temps pour mener cette étude, aux traducteurs qui ont participé à cette publication (Brian Quinn et Pascale Fougère) et à Sanae Barghouthi, assistante de coordination.

Couverture : Cie Nö, Baignade interdite © Florence Delahaye – Conception graphique : Marine Hadjes

Circulons (plus et mieux)!

Stéphane Simonin / Yohann Floch

Collecter des chiffres, évaluer le poids des arts de la rue et des arts du cirque en Europe (en terme de financements, d'emplois, d'impacts...) est une véritable gageure. Ces secteurs sont encore considérés dans une majorité de pays de la Communauté européenne comme une sous-catégorie du théâtre. Quels sont les montants des aides publiques allouées à ces secteurs ? C'est une de nos nombreuses questions restées à ce jour sans réponse, les arts de la rue et le cirque n'étant généralement pas dissociés du reste dans les statistiques nationales larges (et fourre-tout) du spectacle vivant².

Parce que l'un de nos objectifs est de mieux connaître et faire connaître ces secteurs, Circostrada Network a souhaité que son étude qualitative 2007 prenne l'allure de portraits économiques de compagnies. Outre la nécessité d'être au plus près du fonctionnement de celles-ci, nous avons voulu faire suite aux nombreux travaux engagés à l'occasion de "2006, Année européenne de la mobilité". En effet, des réseaux culturels et des opérateurs ont produit des études majeures et ont proposé une série de recommandations aux institutions européennes afin qu'elles facilitent la mobilité des artistes et la circulation des œuvres³. Lentement mais sûrement, les institutions travaillent à une harmonisation des législations, quand cela est possible⁴, et à une meilleure prise en compte des spécificités des professionnels de la création, grâce à l'amélioration de programmes existants.

Les résultats de l'enquête "La Circulation des œuvres de rue et de cirque en Europe" ont été collectés par Anne Tucker, chargée d'étude et directrice de Manchester International Arts (Royaume-Uni). Ce travail vise à mieux comprendre la réalité de la diffusion des compagnies et la part qu'occupe la dimension internationale dans cette diffusion. À partir d'une analyse approfondie de l'économie de 66 compagnies européennes, l'enquête fournit des données brutes sur le budget des équipes, la vente des spectacles, le nombre de représentations et sa répartition entre le pays d'origine, l'Europe et le reste du monde. Il faudrait que ce travail soit considéré comme préparatoire et qu'une étude ambitieuse, cette fois quantitative, permette d'étudier un panel beaucoup plus important de compagnies artistiques afin d'obtenir une image complète de la circulation des spectacles de rue et de cirque en Europe.

L'analyse des données recueillies donne déjà des indications précieuses sur l'économie et la mobilité des compagnies.

Grande diversité des compagnies

Les arts de la rue et les arts du cirque se caractérisent par une forte disparité dans la taille des compagnies. Sur l'échantillon étudié, le budget annuel moyen des compa-

gnies s'élève à 243 065 euros, mais cette moyenne cache des réalités très différentes : 5% de compagnies réalisent plus d'un million d'euros de chiffre d'affaires tandis que plus de 20% ont un budget inférieur à 50 000 euros. Globalement, ce secteur est composé de beaucoup de petites structures fragiles : près de la moitié ne dispose pas de poste de permanent en plus des artistes et réalise un chiffre d'affaires inférieur à 100 000 euros.

Faibles taux de subventionnement

En moyenne, les subventions représentent 21% du budget des compagnies étudiées. Si l'on prend en compte que plus d'un tiers de ces compagnies ne reçoivent aucune subvention, il est important de souligner que les autres compagnies bénéficient d'un soutien non négligeable des pouvoirs publics, ce qui semble contredire les idées reçues concernant le financement public de ces secteurs. En revanche, seulement 17% des compagnies sont soutenues dans le cadre d'actions de mécénat et pour un montant marginal par rapport à leur budget global.

Diffusion importante

En 2006, les compagnies interrogées ont donné en moyenne 64 représentations, soit une activité de diffusion soutenue (10% des compagnies ont effectué plus de 100 dates dans l'année). Elles proposent généralement plusieurs spectacles à la vente, plus de la moitié des compagnies exploitant entre trois et six spectacles en même temps. Ces secteurs se distinguent sans aucun doute par la longévité d'exploitation des spectacles : 10 ans en moyenne par spectacle avec quelques cas extrêmes de spectacles qui tournent depuis plus de 20 ans ! Cette longévité explique le nombre parfois impressionnant de représentations pour un seul spectacle, qui peut dépasser les 500 dates avant la fin de son exploitation.

Prédominances des petites formes

Plus de 200 spectacles ont été étudiés dans le cadre de cette étude. Il s'agit pour la grande majorité de petites formes dont le prix de vente reste bas. En effet, 80% de ces spectacles sont vendus à un prix inférieur à 5 000 euros de cachet parmi lesquels on compte un nombre important de toutes petites formes (28%) qui se vendent à moins de 1 000 euros la représentation. Enfin, seul 9% des spectacles ont un prix de vente supérieur à 10 000 euros.

Mobilité effective

L'enquête semble confirmer l'importance de la circulation des spectacles de rue et de cirque à travers l'Europe et, dans une moindre mesure, à travers le monde. Les compagnies réalisent 27% de leurs dates hors de leurs frontières soit

17 représentations en moyenne par compagnie pour l'année 2006 (15 en Europe et 2 dans le reste du monde). Là aussi, les disparités sont importantes : un quart des compagnies n'ont pas quitté leur territoire national, 75% ont circulé à travers l'Europe et seulement 35% en dehors d'Europe. Certaines compagnies (8% du total) font preuve d'une mobilité impressionnante avec plus de 50 dates achetées par l'étranger en 2006. A l'exception des toutes petites formes (moins de 500 euros de prix de vente), il est important de souligner que tous les types de spectacles profitent de cette mobilité : les dates à l'étranger représentent en moyenne entre 30 et 34% du total des représentations.

Motivations variées

Passionnants et passionnés, les artistes de rue et de cirque défendent tous la mobilité comme principe intrinsèque à leur choix de vie, à leurs formes artistiques, et revendiquent leur sentiment d'appartenance à l'espace européen. Peu de scepticisme donc dans les rangs de la création contemporaine !

Les motivations à jouer hors des frontières du pays d'implantation d'une compagnie sont nombreuses et variées :

- > donner une visibilité supplémentaire et permettre une reconnaissance professionnelle ;
- > connaître d'autres cultures et de nouveaux territoires afin de s'en inspirer (les rapports à l'art, les populations, les publics, les traditions et esthétiques, etc.) ;
- > mettre en place des échanges artistiques (avec d'autres artistes mais aussi avec des co-producteurs, co-diffuseurs, etc.) ;
- > proposer à de nouveaux publics des formes artistiques accessibles et innovantes ;
- > accéder à un marché de la diffusion plus grand et assurer ainsi des revenus (ce que ne permettent pas toujours les marchés nationaux).

Notions de gênes à la circulation

En théorie, la circulation est donc profitable à tout point de vue et tous devraient s'engager sur les routes d'Europe. En théorie seulement, car le panel de compagnies artistiques étudié montre à quel point le retour sur investissement est encore limité. Les revenus générés par cette circulation sont encore faibles. En outre, il semble évident que l'effet de proximité influence beaucoup les choix de circulation : proximité géographique et proximité culturelle⁵. Les opportunités de partir travailler à l'étranger se présentent d'abord dans des pays qui ont un lien particulier avec le pays d'implantation d'une compagnie. Une langue en commun, d'anciens liens coloniaux ou d'appartenance au même régime, des pays voisins, un même humour... sont autant de facteurs qui déterminent la circulation des œuvres.

Cependant, les artistes de rue et de cirque ont pour avantage de proposer généralement des œuvres basées sur des écritures non-textuelles où la barrière de la langue disparaît. L'enquête montre que les spectacles qui utilisent le texte sont souvent conçus en plusieurs langues dès le départ. Par ailleurs, les compagnies disposent souvent d'un répertoire et sont à même de proposer plusieurs spectacles "à la carte". En plus de faire traduire leur matériel de communication pour certains, les compagnies sont prêtes à jouer dans des programmations "off" (c'est-à-dire généralement

non payées) afin de rôder leur production et d'inviter des programmateurs à découvrir et peut-être acheter leurs œuvres. L'effort fourni est donc important.

Sentiment européen

Que les arts de la rue et du cirque participent à la création d'une identité culturelle européenne riche et diversifiée est un sentiment largement partagé. Quand la question est posée aux artistes, ils répondent que :

- > ces formes atteignent un public de tous âges, de tous niveaux sociaux, de toutes cultures mais également des personnes qui sont habituellement absentes dans le public du spectacle vivant ou plus largement des spectres de la consommation de produits culturels ;
- > ces formes se déplacent vers les publics (arts dans l'espace public et compagnies de cirque itinérantes sous chapiteau) ;
- > ces formes sont visuelles et majoritairement non basées sur le langage, ce qui facilite une portée universelle et un travail à l'international ;
- > ces formes sont "populaires" et prennent leurs racines dans une idée de célébration et de partage ;
- > les arts de la rue et du cirque apportent une réponse à un besoin de cohésion sociale en transmettant des valeurs démocratiques, en combattant les tendances nationalistes, isolationnistes et individualistes des sociétés modernes.

De plus, les artistes de rue et de cirque défendent une implication européenne forte :

- > sentiment de faire partie d'une communauté qui partage des valeurs ;
- > sentiment que l'Europe peut aider à résoudre des problèmes locaux ;
- > désir que l'Europe harmonise les réglementations techniques ("health and safety regulations"), fiscales et douanières afin de faciliter la circulation des œuvres et la mobilité des artistes ;
- > leurs formes artistiques participent par définition à des objectifs de cohésion sociale, de créativité et d'innovation, de création de richesse (matérielle et immatérielle) et d'emplois qui participent à la vitalité de l'Europe ;
- > leurs formes sont très européennes en ce sens qu'elles sont une spécificité de la création sur ce continent, création que l'on ne retrouve pas forcément dans d'autres parties du monde.

Mais encore une fois, cet effort est entravé par une série de gênes et d'obstacles, déjà connus par les opérateurs culturels et les décideurs politiques de tous niveaux⁶. À ces entraves, les artistes semblent répondre "polyvalence", et il est en effet remarquable de voir à quel point la mobilité des artistes participe pleinement à leur formation tout au long de la vie. Cette éducation dite non-formelle, acquise souvent dans l'adversité, les amène à développer des compétences très spécifiques. Certaines sont "mesurables" (comme l'apprentissage des langues, l'utilisation des outils informatiques, les réglementations juridiques et fiscales, etc.) et d'autres ne le sont pas (les publics, l'humour, les traditions, le savoir-être dans un rapport avec l'étranger, etc.). Nous regrettons que ces acquis ne soient pas ou peu transmis aux jeunes générations d'artistes et que des outils ne soient pas développés dans ce sens.

Outiller les artistes

Les répondants à l'enquête ont d'ailleurs identifiés plusieurs outils qui faciliteraient leur travail hors de leur pays d'implantation :

- > multiplication des plateformes de co-production et de co-diffusion qui travaillent à la circulation des œuvres et à la mobilité des artistes ;
- > lieux/moments de rencontres entre professionnels dans le cadre des festivals afin de permettre aux artistes de rencontrer des programmeurs ;
- > guide juridique européen qui recense les législations en vigueur (normes pour les chapiteaux, taxations, etc.) et les démarches à accomplir pour chaque pays, parfois pour chaque région de la Communauté ;
- > multiplication des sites Internet qui se fassent l'écho des opportunités (bourses à la mobilité, appels à candidature, etc.) ;
- > guide européen de la diffusion où les informations sur les lieux et festivals qui accueillent les arts de la rue et du cirque sont détaillées (coordonnées complètes, type de programmation, conditions d'accueil – "in" et "off", etc.) ;
- > multiplication des bourses individuelles et collectives d'aide à la mobilité des artistes et des directeurs techniques.

Cette liste n'est bien sûr pas exhaustive. A nous de mieux faire connaître ces outils, quand ils existent, ou de les créer afin de participer au bon développement des échanges culturels dans et hors de la Communauté européenne. Circostrada Network s'est engagé dans cette voie en proposant une base de données gratuite en ligne recensant les agents artistiques, les artistes et compagnies artistiques, les écoles et lieux de formation, les événements et festivals, les institutions et réseaux, les lieux de diffusion, de résidence, de ressources et les prestataires de services. Le site du réseau propose à l'internaute des mises à jour régulière de l'actualité de l'actualité des secteurs et des institutions européennes ou des exemples de bonnes pratiques.

Les réponses à notre enquête laissent entrevoir une méconnaissance partielle du fonctionnement des institutions européennes, des programmes de la Commission, des enjeux en cours. C'est un travail de médiation et d'information que nous devons tous poursuivre afin que les artistes de rue et de cirque s'approprient pleinement l'Europe et bénéficient des mêmes opportunités que les autres professionnels de la création.

1) Nous empruntons le titre de cette contribution à l'ancien projet de coopération transfrontalière "CIRCULONS! Autour des arts du cirque" mis en place entre 2002 et 2007 (soutenu par Interreg III) par Le Prato (France) et la Maison de la culture de Tournai (Belgique).

2) Voir par exemple les données récoltées par ERICarts, Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe (www.ericarts.org).

3) Nombreuses études dont celles de Judith Staines, Suzanne Capiou, Judith Neisse... portées par des plateformes comme l'IETM, l'EFAH, le fonds Roberto Cimetta, etc. Voir les bibliographies proposées sur www.circostrada.org.

4) Lire le rapport d'initiative de Claire Gibault adopté en mai 2007 par la Commission Culture et Éducation du Parlement européen sur Le statut des artistes dans l'Union européenne.

5) Lire la synthèse "Les flux d'échanges internationaux de biens et services culturels : déterminants et enjeux" réalisée par François Rouet, à partir d'une recherche menée dans le cadre du CEPIL par Thierry Mayer (CEPIL, université Paris I, Paris School of Economics et CEPR), Anne-Celia Disdier (INRA, UMR économie publique), Silvio Tai (université Paris I et Paris School of Economics) et Lionel Fontagné (université Paris I, Paris School of Economics et CEPIL), 2007-2 / septembre 2007, téléchargeable sur le site www.culture.gouv.fr/deps

6) Lire les études nombreuses qui pointent les problèmes de double taxation, d'obtention de visas et permis de travail, de complications douanières, etc., particulièrement celle conduite par Pearle et mobile.home en 2006 : *Study on impediments to mobility in the EU live performance sector and on possible solutions*.

Mobilité et partage

Quelques éléments pour une nouvelle géographie européenne du spectacle vivant

Anne-Marie Autissier

Mobilité, circulation... Quelques mots reviennent de façon quasiment obsessionnelle dans la plupart des textes nationaux et communautaires. Il est piquant de constater qu'après deux siècles passés à fétichiser l'attachement physique à une patrie, l'on célèbre aujourd'hui une nouvelle forme d'existence professionnelle et personnelle, en supposant résolues un certain nombre de questions.

La première d'entre elles est évidemment la relation entre mobilité et ancrage. Même si toutes les études s'accordent à considérer les artistes, les professionnels de la culture et les chercheurs comme les plus mobiles, il importe de se demander où résident les ressorts d'une mobilité voulue et non subie : emploi d'orchestres bulgares en lieu et place de leurs homologues français au motif que les coûts sont divisés par trois ; disponibilité des musiciens est-européens qui gagnent en une tournée allemande de quoi faire vivre leur famille pendant quelques mois ; jeunes instrumentistes venus d'Espagne ou du Portugal étudier dans des conservatoires français ou allemands parce que les conditions d'une formation artistique satisfaisante ne sont pas réunies dans leur propre pays... L'on pourrait ainsi multiplier les exemples.

Par ailleurs, la participation des artistes à une poignée d'événements internationaux et leur présence dans des plateformes européennes (Avignon, Edimbourg, Salzbourg, Berlin, Venise, etc.) leur tient désormais lieu de curriculum vitae. Ces lieux prescripteurs sont tout autant coupés de leur environnement immédiat qu'étroitement reliés entre eux. Leur capacité de rayonnement tient à une existence hautement médiatisée, relayée à des kilomètres de leur implantation physique, et à leur affranchissement du territoire où ils se trouvent implantés - si ce n'est pour des raisons de financement public, toujours décisif dans le cas du spectacle vivant. Ce nomadisme mondial tend à priver les artistes de leur ancrage territorial et social.

Disparités européennes

Le premier obstacle à une mobilité européenne choisie tient aux disparités socio-professionnelles. La situation des compagnies se trouve liée à deux paramètres : le statut des personnes employées et le droit du travail d'une part, le niveau de soutien des différents échelons publics d'autre part. Autrement dit, le sort des compagnies professionnelles dépend autant des administrations du travail et des affaires sociales que de celles de la culture. Le tissu européen du spectacle vivant est majoritairement constitué d'entités autonomes, employant peu de personnes à titre permanent. Pourtant, la tradition de l'Allemagne et de l'Autriche par exemple, ainsi que les politiques conduites jusqu'à présent en Europe centrale et orientale, permettent à un certain nombre d'artistes d'être salariés dans la durée. C'est une première différence. La deuxième tient aux conditions

d'exercice de la profession : par exemple, l'Espagne connaît une grande activité des compagnies dites amateurs. La capacité ou non de disposer d'un lieu détermine l'activité des équipes en Italie, en Espagne et au Royaume-Uni. Il faudrait encore signaler - dans toute l'Europe - l'existence d'un spectacle privé commercial qui engrange de fortes recettes avec des comédies et comédies musicales répondant à des codes bien rodés. Ainsi, la grosse subvention apportée en 2005 par la Ville de Prague au club de musique populaire Akropolis, a mis le feu aux poudres dans le milieu du spectacle vivant tchèque, tout comme les propos du propriétaire de cet établissement, s'insurgeant publiquement contre le fait que des scènes expérimentales comme Ponec ou Archa étaient mieux subventionnées que son club, "si attractif pour la jeunesse".

De façon générale, le clivage s'accroît entre les professionnels du spectacle vivant de répertoire "établi" et les "indépendants". La voie semble plus étroite encore pour les jeunes compagnies. Excepté pour les salariés de la fonction publique, le sentiment général qui prévaut est celui d'insécurité et de vulnérabilité, sauf dans les pays dotés d'une législation spécifique (France et Belgique) et ceux où des syndicats représentatifs négocient par le biais d'accords collectifs (Suède, Finlande, Danemark). Encore la crise de confiance ouverte en France par la révision du sort des intermittents en 2003, démontre-t-elle la fragilité et le rétrécissement du périmètre des professionnels concernés par la "présomption de salariat". Le système de salariat allemand se trouve en crise depuis une dizaine d'années et les troupes rétrécissent à vue d'œil. Les membres des 2000 compagnies "alternatives" d'Outre-Rhin, les plus à même de participer aux échanges internationaux, n'accèdent pas forcément au statut de "quasi-employé", qui permet de bénéficier des conventions collectives. La plupart sont condamnés à multiplier les contrats de courte durée. En Espagne et en Italie, les compagnies les plus reconnues n'ont d'autre choix que de se produire une bonne partie de l'année à l'étranger, l'obligation de contrats écrits étant démentie par la pratique, en toute impunité. Au Royaume-Uni, hormis les auteurs, la plupart des artistes travaillent en indépendant, sans couverture sociale, ni congés payés. Le cumul des emplois de courte durée ne connaît aucune restriction légale. Le syndicat Equity fédère depuis 1929 les professionnels du spectacle qui répondent à ses critères (formation professionnelle reconnue, nombre minimum de représentations par an...). Il se charge de fixer un minimum salarial pour ses membres. Pour les années 2003-2006, la priorité du Conseil des arts était le soutien individuel aux artistes.

Bien que le foisonnement créatif de l'Europe centrale et orientale soit unanimement reconnu, l'étroitesse des marges budgétaires et la lourdeur de l'héritage institutionnel conduisent les États à favoriser les financements

aux institutions nationales, dotées de troupes permanentes salariées, elles-mêmes en crise. Par ailleurs, pour relever du statut d'indépendant – essentiel pour accéder à des financements publics qui se diversifient tout de même –, les artistes doivent répondre à certaines conditions : être issu d'une école reconnue (dont la formation reste souvent traditionnelle), avoir exercé pendant quelques années, être reconnu par la critique... Une troisième catégorie d'artistes ne bénéficie donc d'aucune étiquette "reconnue". Dans un rapport du 31 mars 2003, la ZASP (Association des artistes polonais de la scène) démontrait comment en 2001, les théâtres de Rzeszów, Plock ou Olsztyn avaient accueilli plus de spectateurs que le Théâtre national de Varsovie, avec des financements six fois plus modestes.

Du talentueux festival slovaque Divadelná Nitra au théâtre Rozmaitosci de Varsovie, via le groupe Bunker de Ljubljana et Krétakör, la compagnie du Hongrois Arpad Schilling, les indépendants d'Europe centrale et orientale ont construit leurs activités notamment grâce aux financements étrangers. Fer de lance de la nouvelle création, ils accueillent des artistes en résidence et participent aux activités des réseaux culturels européens. Ils se heurtent pourtant à des incompréhensions de taille : Tráfo, lieu multidisciplinaire de diffusion éminent de la création contemporaine à Budapest, s'est vu récemment reprocher le caractère "excessivement expérimental" de certains des spectacles "étrangers" qu'il accueillait – sous-entendu – au détriment des compagnies hongroises.

Dans les cinq pays est-européens étudiés par L'European Arts and Entertainment Alliance en 2002, le nombre de travailleurs indépendants a augmenté rapidement depuis 1990. Leurs employeurs cherchent à s'affranchir du paiement des cotisations sociales, y compris certaines institutions publiques. Le principal problème est l'absence d'un dialogue social autonome dans le secteur scénique et ce malgré les dispositions légales existantes. En Lituanie, des syndicats d'artistes tentent de s'organiser pour la couverture sociale des indépendants, le financement de leurs retraites, et leur accès aux lieux de répétition. Les professionnels de ce pays se heurtent pourtant à l'inertie de leurs propres autorités lorsqu'il s'agit de faire reconnaître la nécessité de la rémunération pour copie privée, pourtant inscrite dans la loi mais à laquelle les importateurs de matériel ne veulent pas se soumettre. Un arbitrage de la Commission européenne y est attendu... depuis presque deux ans !

Face à de telles situations, il aura fallu une génération du programme Culture 2000 pour que les autorités nationales et communautaires s'avisent que la règle des 5% de cofinancement obligatoire pour chacun des coorganisateur européens (sur des budgets de 100 000 euros minimum) transformait la participation des opérateurs est-européens à ce programme, en aventure "à haut risque". La règle des 5% a été supprimée dans le nouveau programme Culture (2007-2013). Deux de ses objectifs essentiels sont par ailleurs la circulation européenne des œuvres et des personnes.

Les festivals, passeurs de talents et vecteurs d'ancrage

Ils sont aujourd'hui plus de 6 000 en Europe. Les années 1990 ont vu leur multiplication. Comme le démontrent les travaux du Groupe européen de recherche sur les festivals (EFRP), ils cristallisent les contradictions des politiques publiques et des enquêtes leur sont consacrées en Angleterre, en Hongrie, en Finlande, en France et en Italie. Dans une logique d'inflation des coûts et de frilosité des institutions artistiques, les festivals font figure d'employeurs, de prescripteurs et de miroirs des sociétés. Ils combinent souvent tous les types de financement public et privé, même s'ils sont essentiellement soutenus par les échelons locaux. Ils permettent de concentrer sur un espace-temps limité et donc visible, des événements de différentes origines. Outre leur rôle économique – difficile à mesurer tant les indicateurs sont disparates –, beaucoup s'accordent à leur reconnaître un rôle social, qui permet de réancrer une ou plusieurs communautés à leur territoire. En bouleversant les codes habituels des pratiques artistiques, ils peuvent fédérer des publics hétérogènes. A défaut, ils créent un engouement qui dépasse leur seule prestation artistique : dans les petites communes, les commerçants se sentent partie prenante de "leur" festival même s'ils n'assistent à aucune représentation. Le Festival urbain de Zagreb figure en bonne place sur tous les guides édités par l'Office du tourisme municipal, voire dans le Guide du Routard.

D'autres considérations d'ordre anthropologique viennent à l'appui du bien-fondé des festivals : ils permettent à des communautés meurtries voire ennemies de fabriquer du partage. Ils proposent un espace d'adhésion libre, provisoire et sans engagement. Ils offrent une autre facette de la vie quotidienne, en quelque sorte magnifiée. Leur attrait se mesure également au nombre de bénévoles engagés dans leur organisation, d'autant plus nombreux que les ressources sont rares. Parmi eux, les festivals in situ, ou ceux qui investissent tout ou partie d'une ville, sont évidemment les plus prisés. Enfin, ils révèlent (et emploient) des artistes que les institutions culturelles classiques ne sont pas en mesure d'accueillir. Dans le meilleur des cas, ils réconcilient mobilité et ancrage, accueil de l'autre et attachement à un territoire.

Cependant, la festivalisation des activités culturelles laisse percer quelques contradictions :

- > l'inégale professionnalisation de la gestion des festivals souvent entravée par la discontinuité de leur personnel et le grand nombre de bénévoles auxquels aucune formation n'est proposée ;
- > leur inflation à certaines époques de l'année – saison estivale en particulier – qui génère une concurrence en termes d'accès aux ressources et de mobilisation des publics ; leur désir de médiatisation qui les conduit parfois à privilégier le succès au détriment de l'expérimentation ;
- > leur manque de relation durable avec les institutions culturelles locales ;
- > leurs relations trop ponctuelles – et parfois strictement opportunistes – avec les milieux éducatifs ou les collectivités marginalisées ;
- > leur géographie qui, bien souvent, consacre un centre-ville vidé de ses classes populaires.

Concernant la disparité des statuts socio-professionnels, les

instances communautaires dont le Parlement, ont émis des recommandations favorables pour une "coordination" des situations nationales, afin d'éviter notamment les doubles taxations et le caractère acrobatique des reconstitutions de carrières pour les plus mobiles des artistes. Cela implique une formation européenne des administrations en charge de l'emploi et des affaires sociales, ainsi que des inspections du travail, comme le recommandent syndicats et associations d'artistes.

Mazarin en son temps, avait été vertement critiqué pour avoir invité des comédiens italiens à la Cour de France. Le second obstacle à la mobilité touche à la lenteur des mouvements culturels : la mobilité mentale fait souvent défaut. Il n'est que de voir le mélange de méfiance et de suspicion qui ont accompagné les premiers pas des réseaux culturels européens dans les années quatre-vingt pour comprendre que le paradigme d'exclusion ou de peur de l'autre reste à l'œuvre.

L'idée d'une substance culturelle nationale, naturalisée par des années de sédimentation institutionnelle et affective, est toujours présente, surtout en cas de raréfaction des ressources. C'est donc bien une affaire d'éducation et de formation. Le consensus existe aujourd'hui sur la nécessité d'une réflexion sur l'éducation artistique à l'échelle européenne. Pourquoi ne pas en profiter pour poser les bases d'une éducation artistique interculturelle, à la fois fondée sur les courants artistiques européens et l'apport artistique et intellectuel des minorités et des communautés migrantes venues du monde entier ? Ce sont les compétences "diasporiques" qui, demain, fonderont nos sociétés. De plus, la mobilité ne peut s'avérer fructueuse que si elle implique l'horizon d'un retour possible. Ainsi, le gouvernement indien a mis en place un statut de double nationalité pour les enfants de migrants indiens nés et étudiant aux États-Unis, au Royaume-Uni ou ailleurs.

Enfin une responsabilité éminente revient aux artistes et aux professionnels de la culture. Dans le contexte de solidarité/concurrence qui caractérise les milieux artistiques, les fonds de mobilité les plus efficaces ont été mis en place par des fondations, des réseaux culturels européens et des sociétés de gestion collective. Si l'on prend l'exemple du Fonds Roberto Cimetta ou du nouveau Fonds ArtMoves Africa créé avec le soutien de la Fondation Ford, l'on s'aperçoit qu'avec des sommes relativement modestes, on peut multiplier les opportunités de rencontre et de formation. Citons encore les initiatives des sociétés de gestion collective à l'endroit de la mobilité et de la formation de leurs membres : NORMA aux Pays-Bas, la SGAE et l'AISGE en Espagne, pour ne citer que ces exemples.

Pourtant, tous ces dispositifs se heurtent depuis quelques années à un écueil considérable : la difficulté pour les non Européens à obtenir des visas, voire à renouveler leur carte de séjour dans tel ou tel pays de l'Union. La création de Schengen Opéra en témoigne.

Ces questions, qui relèvent tout autant des États membres que de l'exécutif communautaire, pourraient faire l'objet de différentes méthodes ouvertes de coordination, comme le propose la communication de la Commission européenne relative à un agenda culturel européen à l'ère de la mondialisation. La présidence française de l'Union européenne et l'Année européenne du dialogue interculturel en 2008, constituent certainement des cadres propices à de telles initiatives.

Méthodologie

1. Sélection de 66 compagnies de rue et de cirque venant du plus grand nombre possible de pays de l'Union européenne (UE). Elles formeront l'échantillon de l'étude.
2. Réalisation d'un questionnaire qui vise à sonder le comportement et la manière de voir les tournées internationales, les réalisations en la matière, les ressources disponibles ou manquantes, les problèmes et les embûches qui constituent des freins.
3. Rédaction d'une étude comparative des réponses, faisant ressortir les points clés communs, les différences culturelles et nationales, les connaissances sur les tournées et l'accès aux ressources et information.

1. Choix des compagnies :

Une tâche difficile car l'échantillon étant petit, il pouvait donner des résultats très variables. Il y a 27 pays dans l'Union européenne ; si chacun devait fournir une compagnie de rue et une compagnie de cirque, cela signifiait une seule compagnie par genre pour chaque pays. De nombreuses possibilités résultaient de cette situation. La sélection pouvait s'effectuer parmi les critères suivants :

- > les compagnies qui avaient déjà tourné significativement sur une année ;
- > les compagnies qui n'étaient pas encore présentes sur le marché international ;
- > les compagnies correctement subventionnées par leur pays d'implantation et dont on attend qu'elles tournent à l'étranger (comme ambassadeurs culturels) ;
- > les compagnies qui ne sont pas correctement subventionnées par leur pays d'implantation mais qui arrivent cependant à faire des tournées internationales ;
- > les compagnies ayant de nombreuses possibilités de présenter leur travail dans leur pays d'implantation ;
- > les compagnies n'ayant pas de nombreuses possibilités de présenter leur travail dans leur pays d'implantation ;
- > les compagnies nouvelles ;
- > les compagnies bien établies ;
- > les compagnies dont les spectacles reposent sur le texte et qui peuvent le jouer dans une ou plusieurs langues étrangères ;
- > les compagnies dont le travail ne repose pas sur le texte ;
- > les compagnies capables de vivre des seules représentations de leurs spectacles de rue ou cirque ;
- > les compagnies incapables de vivre des seules représentations de leurs spectacles de rue ou cirque et qui doivent avoir d'autres activités (ou reçoivent des subventions).

Il a été décidé que la meilleure manière d'obtenir un échantillon représentatif était de procéder à une sélection diversifiée des compagnies en s'assurant, si possible, qu'il y en ait une de chaque secteur par pays. La liste a été établie à partir de la base de données de Circostrada Network à laquelle ont été ajoutés :

- > une cinquantaine de compagnies connues par la chargée d'étude ;
- > des compagnies dont le pays était absent, ou presque, de la base de données de Circostrada Network. C'était le cas de pays comme : l'Autriche, la Slovaquie et la Hongrie
"Il n'y a pas beaucoup de compagnie ici en Slovaquie - la Slovaquie est un petit pays et nous n'avons pas d'école de cirque. Cependant il y a 3-4 associations de jonglage et ils font des ateliers, donc de plus en plus de gens s'intéressent au jonglage et au cirque. Mais en général, il y a peu d'artistes professionnels. C'est la même chose dans les autres pays des Balkans."
- > aucune compagnie n'a été trouvée à Chypre, en Estonie, en Lettonie, en Lituanie, au Luxembourg, à Malte, en Roumanie et en Slovaquie ;
- > des compagnies de Norvège et Croatie ont été ajoutées ; sans appartenir à l'UE, ces pays ont beaucoup d'accords culturels et leurs compagnies tournent dans toute l'Europe ;
- > quelques pays n'avaient pas de compagnie de rue, seulement de cirque - Norvège, Suède, Danemark, Croatie, Hongrie, Finlande ;
- > il y avait peu de compagnies de cirque aux Pays-Bas.

200 compagnies ont donc été choisies, en supposant qu'une sur deux serait trop occupée ou refuserait de participer.

2. Conception du questionnaire

Il a été conçu par la chargée d'étude à partir de suggestions de Circostrada Network, et révisé avec cette structure. Une lettre d'accompagnement rédigée sur papier à en-tête Circostrada Network expliquait le contexte du projet.

Il a été décidé que l'information aisément accessible dans la base de données de Circostrada Network ou sur les sites Internet des compagnies ne serait pas reprise.

Cette étude visait à établir pour chaque compagnie :

- > le nombre de spectacles disponibles à la diffusion avec des informations précises sur chacun ;
- > leurs tournées dans le pays d'implantation de la compagnie ainsi que dans l'UE et à l'extérieur ;
- > la part du revenu générée par la vente de spectacles ;
- > si les artistes pouvaient ou non gagner leur vie avec leur(s) seul(s) spectacle(s) de rue / cirque ;
- > des indicateurs d'opinion sur l'Europe comme entité, le dialogue interculturel, et la circulation des œuvres.

Afin de permettre une étude comparative, il a été décidé de prendre l'année 2006 comme année de référence, en pensant que c'était l'année la plus récente qui permettrait de recueillir les données comptables et statistiques.

Des traductions du questionnaire ont été faites en allemand, français, espagnol et italien. Il a été suggéré aux membres des compagnies appartenant à d'autres groupes linguistiques (scandinave, portugais, balte et balkanique) de recourir à leur langue maternelle pour les questions ouvertes s'ils s'y sentaient plus à l'aise. On a eu recours à des traducteurs quand c'était nécessaire.

3. Envoi du questionnaire et recueil des réponses

Les questionnaires ont été envoyés par courriel les deux premières semaines de novembre ; les premières réponses sont arrivées dès la troisième semaine.

Peu de compagnies ont montré du désintérêt pour le projet ; les seules qui ont décliné le firent car elles pensaient qu'elles avaient été contactées par erreur parce que leur travail n'entrait pas dans les catégories sondées par le questionnaire. Près de 25 compagnies n'ont pu participer en raison du manque de temps ou de moyens ; quelques unes n'étaient pas en activité pour l'ensemble de l'année 2006, et 40 autres n'ont pas répondu à la demande de participation.

Etonnamment, l'hiver n'est pas une période plus facile pour interroger les compagnies de cirque et de rue : beaucoup travaillaient sur de nouveaux spectacles, jouaient en salle, effectuaient d'autres travaux pour gagner leur vie, ou étaient en tournée dans les pays chauds, loin de l'Europe. Nous avons reçu des courriels d'Asie, d'Australie ou d'Amérique du Sud envoyés par des artistes qui, parce qu'ils n'avaient pas toutes les données disponibles, ne pouvaient participer.

Les réponses qui manquaient de clarté ou qui demandaient des explications complémentaires ont été approfondies ; quelques compagnies qui n'avaient pas répondu ont été contactées par téléphone et encouragées à participer, afin d'avoir au moins une compagnie de cirque et une compagnie de rue de chaque pays. A ce stade, précisons qu'il serait intéressant d'étudier un échantillon plus important afin de faire des comparaisons entre des compagnies similaires en taille, style ou longévité et du même pays, les financements et la reconnaissance étant si variables d'un pays à l'autre au sein de l'Union.

Les réponses des compagnies ont été synthétisées dans des tableaux qui permettent de dégager des lignes fortes et de comparer les situations tant que faire se peut.

Les résultats de l'enquête

par Anne Tucker

(1) Pays d'implantation des compagnies

Pays	Rue	Cirque	Rue / Cirque
Autriche	2	–	–
Belgique	5	2	1
Bulgarie	1	–	–
Croatie	1	–	–
République Tchèque	2	1	–
Danemark	–	–	1**
Finlande	–	2	–
France	2	3	2
Allemagne	4	–	–
Hongrie	–	–	–
Irlande	1	1*	–
Italie	4	1	–
Pays-Bas	1	1	–
Norvège	–	1	–
Pologne	2	–	–
Portugal	2	–	1
Slovénie	4	–	–
Espagne	4	1	1
Suède	–	1	–
Royaume-Uni	7	3	1
TOTAL	42	17	7

* Cette compagnie a une antenne britannique avec un compte bancaire distinct

** Cette compagnie a une antenne française avec un compte bancaire distinct

(2) Longévité des compagnies

Année de création	Nombre	Pays (nombre de compagnies)
1970-79	4	France (1), Belgique (2), Italie (1)
1980-85	4	France (1), Espagne (1), Pologne (1), Royaume-Uni (1)
1986-90	12	France (1), Irlande (1), Allemagne (1), Autriche (1), Espagne (2), Royaume-Uni (3), Italie (2), Slovénie (1)
1991-95	10	Allemagne (1), Pays-Bas (1), Royaume-Uni (3), Belgique (1), Espagne (1), Italie (1), Bulgarie (1), Slovénie (1)
1996-2000	17	France (2), Irlande (1), Autriche (1), Belgique (2), Espagne (1), Slovénie (2), République Tchèque (1), Finlande (1), Royaume-Uni (2), Danemark (1), Portugal (2), Suède (1)
2001	5	France (2), Belgique (1), Italie (1), République Tchèque (1)
2002	4	Pays-Bas (1), Portugal (1), Croatie (1), Belgique (1)
2003	4	Royaume-Uni (1), Norvège (1), Rép. Tchèque (1), Finlande (1)
2004	4	Pologne (1), Belgique (1), Allemagne (1), Royaume-Uni (1)
2005	1	Allemagne (1)
2006	–	

La majeure partie des compagnies interrogées ont été fondées entre 1986 et 2000. Il n'y a pas davantage de lien entre la longévité et le pays d'origine. Il est sans doute intéressant de signaler que chaque pays de l'UE a un nombre de compagnies très différent. Avoir choisi ici de une à cinq compagnies par pays, ne donne pas une image exacte de la présence des compagnies rue/cirque ni de la reconnaissance de ces formes dans le pays.

(3) Chiffre d'affaires annuel en euros

Moins de 50 000 €	13	Autriche (1), Belgique (1), Portugal (1), Pologne (1), Slovénie (1), Allemagne (1), Danemark (1), Croatie (1), Finlande (1), Rép. Tchèque (1).
51 000 – 100 000 €	14	Allemagne (1), Autriche (1), Pays-Bas (1), Belgique (1), Espagne (1), Italie (1), Portugal (1), Bulgarie (1), Royaume-Uni (1), Finlande (1), Rép. Tchèque (1), Suède (1).
101 000 – 150 000 €	8	France (1), Irlande (1), Allemagne (1), Espagne (1), Royaume-Uni (1), Slovénie (1).
151 000 – 200 000 €	7	France (1), Italie (1), Norvège (1), Royaume-Uni (1).
201 000 – 250 000 €	2	France (1), Royaume-Uni (1).
251 000 – 300 000 €	5	France (1), Espagne (1), Royaume-Uni (1).
301 000 – 350 000 €	2	France (1), Belgique (1).
351 000 – 400 000 €	–	–
401 000 – 450 000 €	1	Royaume-Uni (1).
451 000 – 500 000 €	–	–
501 000 – 550 000 €	2	Irlande (1), Pays-Bas (1).
551 000 – 600 000 €	–	–
601 000 – 650 000 €	–	–
651 000 – 700 000 €	2	France (1), Italie (1).
701 000 – 750 000 €	1	Belgique (1).
751 000 – 800 000 €	–	–
Plus de 1 000 000 €	2	Espagne (1), Royaume-Uni (1).
Plus de 2 000 000 €	1	Italie (1).

De plus, six compagnies n'ont pas répondu à cette question :

- > 1 ne savait pas ;
- > 3 ne souhaitaient pas répondre ;
- > 1 compagnie n'a rien gagné en 2006 pour cause de blessure ;
- > 1 compagnie ne pouvait isoler son budget rue au sein de son budget global d'entreprise de théâtre privé.

À noter :

- > La chargée d'étude s'est demandée si les compagnies françaises et belges n'étaient pas mieux financées en raison de la meilleure reconnaissance des arts de la rue et du cirque dans ces pays. Ceci ne s'est pas avéré exact sur l'échantillon.
- > Il n'y a pas de lien évident entre la longévité des compagnies et leur budget, quoique six des sept compagnies qui ont un chiffre d'affaire de plus de 350 000 euros furent fondées avant 1995.
- > 47% des compagnies interrogées ont un chiffre d'affaire inférieur à 100 000 euros.
- > Toutes les compagnies de l'ex-Europe de l'Est (sauf trois), ont un chiffre d'affaire inférieur à 50 000 euros et deux sont en partie installées en France / Espagne.

(4) Comment les compagnies sont-elles financées ?

Taux	Subventions	Ventes de spectacles	Autres travaux – par exemple enseignement / direction de festival	Mécénat
0%	25	2	25	55
1 – 20%	16	4	35	11
21 – 40%	6	10	4	–
41 – 60%	12	12	1	–
61 – 80%	7	10	1	–
81 – 99%	–	16	–	–
100%	–	12	–	–
TOTAL	66	66	66	66

Les autres sources de revenu mentionnées comprenaient : billetterie, bar, coproductions, remboursements de frais de transport, abonnement au magazine produit, intérêts bancaires, subventions pour travail en salle / ateliers.

À noter :

- > Le résultat le plus frappant est que le mécénat est presque absent du revenu des compagnies de rue et de cirque : seules neuf compagnies (sur 59) déclarent recevoir des revenus commerciaux, le pourcentage le plus élevé du revenu est 10%, dans un seul cas. Plusieurs compagnies ont indiqué qu'il était impossible de compter sur le mécénat.
- > Plus de la moitié des répondants ne reçoivent pas de subventions ou celles-ci représentent moins de 20% de leur revenu.
- > Plus de la moitié des compagnies tirent 60 à 100% de leur revenu de la vente des spectacles, pour un tiers d'entre elles le pourcentage est de 80% ou plus.
- > Il n'existe pas de corrélation immédiate entre le chiffre d'affaire annuel et les subventions. Il serait intéressant d'étudier plus avant combien de compagnies reçoivent les subventions pour des spectacles de rue et pas pour des travaux pédagogiques ou de sensibilisation.
- > Il n'existe pas de corrélation évidente entre les subventions et le pays d'implantation; même si toutes les compagnies, à l'exception d'une compagnie française, reçoivent des subventions qui représentent de 10 à 45% du revenu.
- > Les deux compagnies irlandaises reçoivent en subvention une part substantielle de leur revenu (60% et 70%), ce qui peut-être reflète la récente politique d'encouragement et de soutien aux jeunes compagnies de rue et de cirque menée dans ce pays afin de développer le secteur.
- > Plusieurs compagnies n'ont pas inclus leur travail "free-lance"/ extérieur/ pédagogique dans l'étude, puisqu'il n'apparaît pas dans le budget de la compagnie. Beaucoup d'artistes effectuent ce type de travaux pour gagner leur vie mais cela n'apparaît pas dans le tableau.

(5) Personnel

Nombre de personnes	Permanent Temps plein ou partiel	Intermittent / Free-lance
0	10	4
1-5	28	13
6-10	5	8
11-15	3	4
16-20	—	6
21-30	—	9
31-40	—	2
40 - 50	—	1
50 - 60	—	1
+ de 60	—	1

À noter :

- > Plusieurs compagnies ont expliqué que beaucoup de leurs permanents sont à temps partiel et actifs dans le secteur du théâtre/cirque en salle ou effectuent d'autres travaux rémunérés puisqu'il ne leur est pas possible de gagner leur vie avec leurs seules activités rue/cirque. Certaines compagnies ont été incapables de différencier leurs diverses sources de revenus.
- > Le terme "permanent" a pour beaucoup de compagnies été interprété comme signifiant investi dans la compagnie plutôt que gagnant sa vie grâce à celle-ci.
- > Les compagnies de rue et de cirque ont des équipes squelettiques et ont recourt aux indépendants et au personnel temporaire pour les concepteurs/techniciens son, lumière, décor, costumes... les interprètes, graphistes, responsables de tournée ou du marketing.
- > Les personnes ayant répondu au questionnaire travaillent elles-mêmes pour plusieurs compagnies et quelques unes ont eu de grandes difficultés à extrapoler les données sur l'emploi. Elles ont eu le sentiment que cette question ne les concernait pas ou avaient besoin de beaucoup d'explication.

"En dehors des spectacles de rue, nous jouons beaucoup en salle pour le jeune public, les entreprises, salons, inaugurations, les fêtes... sans ça un artiste de rue ne peut pas gagner sa vie."

"En plus des spectacles de rue, nous travaillons en salle, particulièrement dans le secteur du théâtre jeune public et familial. Cela nous a également amené de nombreux prix et la reconnaissance et génère beaucoup de contrats. Notre objectif n'est pas d'être seulement une compagnie de rue mais une compagnie de théâtre qui utilise le mime et les techniques corporelles et visuelles. Pour cette raison nous développons divers procédés et langages, en fonction du contexte où nous travaillons. Nous avons donc des personnes qui travaillent à l'année. En complément, nous avons initié une série d'ateliers de théâtre dans des établissements pour adolescents de 12 à 16 ans, une alternative à la fois culturelle et de loisirs".

"En fait personne n'est employé je fais l'administration, la promotion, la logistique, la technique... Je suis directeur technique

dans une compagnie de danse et créateur lumière free-lance. J'adorerais gagner ma vie en jouant... peut-être en 2008."

"Les membres de la compagnie se partagent le travail. Je fais principalement des spectacles dans la rue et tout ce qui n'est pas une scène classique (bars, marchés, bus, jardins, crèches, etc.). Cependant comme artiste indépendant, je collabore avec un théâtre de marionnettes et je fais de la mise en scène, de la conception son, lumière ou autre et de la construction de marionnettes, c'est avec ce versant de mon métier que je gagne ma vie."

"Notre expérience est qu'une grande partie du travail de rue/cirque est "subventionné" par nos conjoints et familles qui ont des emplois stables, autant ou plus que par les subventions du gouvernement !!"

(6) Analyse des spectacles joués en 2006

Nb de représentations	Pays d'implantation		Autre pays de l'UE		Hors UE	
	Pgm In	Pgm Off	Pgm In	Pgm Off	Pgm In	Pgm Off
0	3 cies	27 cies	17 cies	47 cies	42 cies	58 cies
1-10	12 cies	32 cies	20 cies	16 cies	20 cies	7 cies
11 - 20	6 cies	4 cies	11 cies	1 cies	3 cies	—
21-50	25 cies	2 cies	12 cies	—	—	—
51-75	8 cies	—	4 cies	1 cies	—	—
76-100	4 cies	—	1 cies	—	—	—
101-150	4 cies	—	—	—	—	—
151-200	2 cies	—	—	—	—	—
+ de 201	1 cies	—	—	—	—	—
Sans réponse	1	1	1	1	1	1
TOTAL	66	66	66	66	66	66

Pgm : programme
Cies : compagnies

À noter :

- > C'est dans leur pays d'implantation que la majorité des artistes travaille le plus, même s'il y a une part appréciable de tournées au sein de l'UE. Il y a quelques exceptions notables, des compagnies qui effectuent plus de la moitié de leur travail à l'étranger; quelques compagnies ont davantage travaillé à l'étranger que dans leur pays en 2006, mais ça ne se confirme pas au delà, lorsqu'on compare avec leurs réponses aux questions sur les spectacles disponibles en tournée et l'histoire de ceux-ci.
- > Les spectacles de compagnies qui comptabilisaient plus de 100 contrats en 2006, étaient principalement légers et requéraient une technique minimale.
- > Il n'y a pas de caractéristique marquée quant au pays d'origine des compagnies qui ont eu plus de 100 contrats en 2006.
- > Toutes les compagnies qui ont eu plus de 100 contrats en 2006 ont réalisé plus de 85% de leur revenu avec les ventes de spectacles, la plupart atteignant 100%.
- > Les compagnies avec plus de 20 représentations en "off" viennent presque toutes de France, reflétant par là un fonctionnement établi où les compagnies jouent en "off" pour tester leur spectacle face au public et être vues par des programmeurs.
- > Les compagnies de la plupart des pays jouent en "off" dans leur pays ; ceci est vrai pour les deux compagnies polonaises, les deux compagnies autrichiennes, et la plupart des compagnies belges, espagnoles, françaises et italiennes.
- > Fait intéressant, les compagnies espagnoles donnent peu de spectacles en "off" dans leur pays, ce qui contredit l'anecdote, souvent répétées que de plus en plus de festivals espagnols se qualifiaient de vitrine et attendraient des artistes qu'ils jouent gratuitement.
- > Les compagnies jouant en "off" dans un autre pays de l'UE viennent de Belgique, Allemagne et France, une proximité qui entraîne sans doute moins de frais de transport.
- > Les compagnies jouant en "off" dans un pays extérieur à l'UE s'autofinancent la plupart du temps. Dans un seul cas, une subvention a été perçue.
- > Il a été souligné qu'en 2006, la Bulgarie, la Croatie et la Roumanie n'appartenaient pas encore à l'Union, leurs ventes ont donc été réalisées hors UE. Cependant pour cette étude, nous avons décidé de considérer ces États dans la catégorie des États membres.
- > Les chiffres donnés peuvent correspondre au nombre de contrats, au nombre de jours ou même au nombre de représentations du spectacle (les compagnies peuvent faire un, deux ou trois représentations dans la même journée pour un seul contrat de vente).

(7) Vente des spectacles

Ventes de spectacle en euros	UE	Hors UE
0	1 cie	40 cies
Moins de 20 000	10 cies	11 cies
21,000 - 50 000	10 cies	5 cies
51 000 - 75.000	15 cies	–
76.000 - 100.000	4 cies	3 cies
101 000 - 150 000	6 cies	–
151 000 - 200 000	3 cies	–
201 000 - 250 000	1 cie	1 cie
251 000 - 300 000	1 cie	–
301 000 - 400 000	–	–
401 000 - 500 000	–	–
501 000 - 1 000 000	2 cies	–
Plus de 1 000 000	1 cie	–
Sans réponse	12 cies	6 cies
TOTAL	66	66

Cies : compagnies

Il y a une grande diversité de gains des compagnies rue / cirque dans l'UE. Il y a une grande variété de tailles de spectacles (et donc de coûts), du nombre d'interprètes nécessaires, du nombre de déplacements indispensables dans l'année pour des projets spécifiques, du nombre de spectacles disponibles pour tourner. De plus, des éléments essentiels comme avoir un agent, un chargé de diffusion, obtenir des contrats dans un pays après y avoir été vu une première fois, pourraient être examinés dans le futur.

À noter :

- > Plus de la moitié des compagnies interrogées gagnent leur revenu dans l'UE.
- > Il n'y a pas de corrélation évidente entre les compagnies qui tournent hors de l'UE et leurs dépenses en marketing à l'international.
- > Sur les 20 compagnies qui travaillent hors de l'UE, sept reçoivent des subventions spécifiques aux tournées internationales. Cependant, elles n'ont pas précisé si ces fonds étaient pour les tournées dans l'UE ou hors de l'UE.
- > Neuf autres compagnies reçoivent de l'argent pour tourner dans les autres pays de l'UE. Ceci comprend les sommes allouées pour tourner dans une autre région autonome du même État (Catalogne, Pays basque espagnol).
- > Quelques compagnies ont déploré le fait que nous n'étudions qu'une année. "L'an dernier (2005) nous sommes allés en Colombie et en Corée, mais cette année nous n'avons rien fait à l'étranger".
"Cette année en raison de la grossesse de ma femme, nous n'avons pas tourné en dehors de l'UE, mais normalement nous allons en Amérique du Sud une ou deux fois par an".
- > Il a été souligné qu'en 2006, la Bulgarie, la Croatie et la Roumanie n'appartenaient pas encore à l'Union, leurs ventes ont donc été réalisées hors UE. Cependant pour cette étude, nous avons décidé de considérer ces États dans la catégorie des États membres. (Une autre erreur pourrait être que les contrats en Suisse ou Norvège aient été mis dans la catégorie "UE")
- > Naturellement, les compagnies qui ont un revenu important ont des équipes permanentes rémunérées et peuvent tourner plusieurs spectacles à la fois.

(8) Spectacles disponibles à la diffusion

A. Nombre de spectacles

Le monde de la rue et du cirque est prolifique. De nombreuses compagnies ont plusieurs spectacles à présenter ce qui offre un large choix aux programmeurs.

Nombre de spectacles disponibles	Nombre de compagnies
1	9
2	10
3	15
4	6
5	11
6	5
7	2
8	–
9	–
10 et +	4
Non indiqué	3
Autres (événements uniques)	1

À noter :

Certaines compagnies ont indiqué qu'elles réalisaient sur commande des spectacles sur mesure ou pour une unique représentation. Certaines dirigent aussi des festivals (et donc engagent d'autres compagnies).

Plus de la moitié des compagnies sondées (37) ont de trois à six spectacles disponibles en permanence, et quatre compagnies ont dix spectacles ou plus.

B. Longévité des spectacles

Un trait dominant des compagnies rue/cirque est qu'elles gardent les spectacles en répertoire sur une longue période. C'est un mode de production très différent d'autres secteurs (théâtre, opéra, dans une certaine mesure musique et danse).

Date de création	Durée de vie	Nombre de spectacles
1970 – 79	25 – 35	1
1980 – 89	15 – 24	4
1990 – 94	14 – 18	10
1995 – 99	9 – 13	18
2000	8	10
2001	7	10
2002	6	11
2003	5	17
2004	4	22
2005	3	28
2006	2	36
2007	1	22
Créations 2008	–	3
Non précisé/ approprié	–	4

Certains spectacles ont été repris de nombreuses années après leur création, mais c'est la date de celle-ci qui a été prise en compte.

À noter :

- > Les spectacles sont souvent pour de nombreuses années au répertoire des compagnies, ce qui leur permet, au fil des années, de couvrir les coûts de production.
- > Certaines compagnies indiquent que pour les spectacles rarement joués, elles doivent trouver du temps pour retravailler

(et elles peuvent faire payer ces coûts au programmeur).

- > Les compagnies sont particulièrement créatives et beaucoup produisent un nouveau spectacle chaque année ou tous les deux ans.
- > Beaucoup de spectacles ont été représentés des centaines de fois depuis leur création. Il n'est pas toujours vrai que les spectacles récents sont moins vendus que les plus anciens, les variations sont importantes. Il est cependant juste de dire que les spectacles qui sont les plus anciens sont susceptibles d'être ceux qui ont eu le plus de succès.
- > Même si cette question n'était pas directement posée dans le questionnaire, plusieurs compagnies ont fait état de la difficulté de stockage des spectacles, particulièrement les plus gros. Le coût des espaces d'entreposage est très élevé dans certains pays et ceci pourrait avoir pour résultat de rendre prohibitif la conservation de spectacles au répertoire.

C. Prix des spectacles

Il y a un large éventail de prix, qui dépend de différents facteurs :

- > nombre d'interprètes en tournée,
- > nombre de techniciens nécessaire,
- > taille du spectacle,
- > équipement et véhicules nécessaires.

Il n'est pas utile de faire un tableau comparatif des prix car les variables sont nombreuses et parce que les compagnies n'ont pas toujours été précises pour les éléments ci-dessus. (Dans ce questionnaire, les prix variaient de 150 à 25000 euros par représentation.)

Les prix sont obligatoirement plus élevés pour les spectacles de cirque qui utilisent des chapiteaux puisque le temps et le personnel nécessaire à leur montage et démontage augmentent significativement les coûts. De plus, un gardiennage de nuit, voire des barrières, est fréquemment requis.

Plusieurs compagnies ont clairement indiqué que leur prix de vente diminuait proportionnellement au nombre de jours d'un contrat.

Les tarifs indiquaient le plus souvent le prix vente, les droits d'auteur et (pour les spectacles légers) les coûts techniques. Les spectacles plus lourds donnent séparément une liste de matériel technique.

Pratiquement aucune compagnie n'inclut le prix des voyages et des séjours dans son prix de vente, mais dans quelques cas (particulièrement pour les compagnies qui ne tournent que dans leur propre pays) le prix incluait les frais de transport.

Plusieurs compagnies ont mentionné un prix de vente différent pour les ventes internationales (plus élevé) bien que celui-ci n'inclue pas les frais de transport.

Des inexactitudes sont susceptibles de se produire dans toute tentative de comparaison directe entre les compagnies sur les notions de "valeur par rapport au coût" ou "composants du prix" pour diverses raisons :

- > Les compagnies ont une acception différente de ce qui est inclus dans un prix de vente. Elles peuvent avoir pris en compte leur prix de vente pour une journée (jusqu'à trois représentations) ou par représentation. Dans un cas, la vente a été décrite comme comprenant "7/8 représentations plus 10 jours de préparation, etc. tous frais payés". Une autre compagnie a inclus dans son prix de vente la représentation et la semaine de répétition avec des bénévoles.
- > Les artistes de cirque jouent pour des périodes plus courtes, puisque que leur travail est physiquement exigeant et fatigant. En conséquence leur cachet peut sembler exorbitant s'il est rapporté aux "minutes de divertissement offertes".
- > Les spectacles peuvent s'adresser à des publics plus ou moins nombreux, et le prix de vente peut paraître élevé si la jauge publique est petite.
- > Les spectacles les plus lourds tournent avec un "personnel de coulisse" qui est indispensable à leur bon déroulement et dont le coût est bien sûr répercuté sur le prix de vente, alors qu'il peut y avoir peu d'artistes sur scène. Très peu de compagnie ont indiqué le personnel (artistes / techniciens / chauffeurs / administratifs) en tournée pour chaque spectacle ce qui rend la comparaison difficile.
- > Les coûts de production sont importants, il peut être demandé aux programmeurs de prendre en charge ces coûts de manière diverse, ils viennent en supplément du prix de vente.
- > Les représentations en extérieur (particulièrement de grande dimension) requièrent généralement un temps de rôdage. Certains spectacles demandent un an ou deux avant que les artistes ne soient satisfaits de leur travail et, dans cette période de test, les représentations en public sont essentielles, donc le prix de vente peut être bas pour encourager les acheteurs.

D. Relativité des coûts et nombre des tournées

Le tableau ci-dessous illustre différents points :

- > Le prix relatif des spectacles selon les pays de l'Union.
- > La comparaison -en chiffre et en pourcentage- des ventes dans le pays d'implantation et à l'étranger (dans et hors UE) pour différents pays.
- > La comparaison -en chiffre et en pourcentage- des ventes dans le pays d'implantation et à l'étranger (dans et hors UE) selon l'âge du spectacle.
- > La comparaison par pays de la situation de spectacles de rue reconnus.

Spectacles de moins de 500€

Age du spectacle (années)	Représentations nationales	% du total	Représentations UE	% du total	Représentations hors UE	% du total	Pays
36	2000	98	50	2	—	—	Belgique
20	620	80	50	7	100	13	Autriche
16	45	—	15	—	0	—	Autriche
14	500	85	85	15	0	—	Autriche
13	110	92	10	8	0	—	Autriche
13	95	100	—	—	0	—	Autriche
11	130	87	20	13	0	—	Autriche
11	50	100	0	—	0	—	Autriche
9	77	96	3	4	0	—	Autriche
9	56	100	0	—	0	—	Autriche
8	300	99	0	—	2	1	Slovénie
7	70	95	4	5	0	—	Belgique
7	350	88	30	7	20	5	Royaume-Uni*
6	15	100	0	—	0	—	Slovénie
6	400	66	200	33	10	1	Autriche
5	38	100	0	—	0	—	Croatie
5	150	75	50	25	—	—	Royaume-Uni
4	29	100	0	—	0	—	Croatie
4	110	88	5	4	10	8	Slovénie
4	250	100	0	—	0	—	Royaume-Uni
3	200	57	150	43	0	—	Autriche
3	23	100	0	—	0	—	Croatie
2	5	71	0	—	2	29	Slovénie
2	8	100	0	—	0	—	Allemagne
2	6	86	0	—	1	14	Slovénie
2	76	95	4	5	0	—	Autriche
2	20	71	6	21	2	8	Slovénie
1	11	100	0	—	0	—	République Tchèque
1	0	—	0	—	0	—	Slovénie

À noter :

- > Les 29 spectacles de cette catégorie de prix sont principalement joués dans le pays d'implantation, la plus faible proportion de représentations nationales est de 57%.
- > 10 spectacles (soit 1/3) ont été joués seulement dans le pays d'implantation.
- > Seuls sept spectacles ont été joués en dehors de l'UE, dont cinq produits par des compagnies de l'ex-Europe de l'Est, qui pourraient bien avoir des liens forts avec leurs voisins encore hors UE.
- > Ce sont les spectacles autrichiens qui tournent le plus au sein de l'UE. Les deux compagnies interrogées ont toutes deux indiqué que les tournées internationales étaient très importantes car le marché intérieur autrichien n'est pas assez vaste pour leur permettre de vivre.
- > Royaume-Uni* se réfère à une petite compagnie britannique qui a 14 petits spectacles mais n'a pu analyser que l'un d'entre eux !
- > Il n'y a pas de lien marqué entre le nombre de représentations d'un spectacle et son âge.

Spectacles de 501 à 1 000 €

Age du spectacle (années)	Représentations nationales	% du total	Représentations UE	% du total	Représentations hors UE	% du total	Pays
15	263	96	10	3.5	2	0.5	Royaume-Uni
12	190	97	6	3	—	—	Royaume-Uni
11	15	3	400	92	22	5	République Tchèque
11	1138	68	520	31	30	1	France
9	47	81	11	19	—	—	Slovénie
7	30	75	—	—	10	25	Bulgarie
7	64	91	6	9	—	—	Royaume-Uni
6	331	89	40	11	—	—	France
6	38	53	34	47	—	—	Royaume-Uni
6	28	64	16	36	—	—	Slovénie
6	41	28	73	49	34	23	Belgique
5	85	52	61	38	16	10	Royaume-Uni
4	420	84	40	9	40	9	Bulgarie
4	17	89	2	11	—	—	Slovénie
4	35	100	—	—	—	—	Bulgarie
3	200	66	100	33	—	—	Autriche
3	90	88	12	12	—	—	République Tchèque
2	19	83	4	17	—	—	République Tchèque
2	33	80	8	20	—	—	République Tchèque
2	12	100	—	—	—	—	Slovénie
2	8	100	—	—	—	—	Portugal
2	31	97	1	3	—	—	République Tchèque
2	—	—	30	100	—	—	République Tchèque
2	15	83	3	17	—	—	Slovénie
2	27	75	9	25	—	—	Royaume-Uni
2	15	100	—	—	—	—	Royaume-Uni
1	9	90	—	—	1	10	Pologne
1	3	100	—	—	—	—	République Tchèque
1	10	25	25	62	5	13	Danemark

À noter :

- > Les 29 spectacles de cette catégorie de prix sont principalement joués dans le pays d'implantation, cependant trois exceptions notables (deux spectacles tchèques et un danois) dont les représentations nationales représentent 50%.
- > Plus de la moitié des spectacles ont plus de 80% de représentations nationales.
- > Seulement 1/3 des spectacles ont été achetés en dehors de l'UE, même s'ils proviennent d'un plus grand nombre de pays que ceux de la catégorie moins de 500 euros qui sont dans ce cas.
- > On remarque un lien plus évident entre l'âge d'un spectacle et son nombre de représentations.

Spectacles de 1 001 à 1 500€

Age du spectacle (années)	Représentations nationales	% du total	Représentations UE	% du total	Représentations hors UE	% du total	Pays
15	270	90	30	10	–	–	Slovénie
13	70	77	20	23	–	–	Pologne
10	500	71	200	29	–	–	Royaume-Uni
9	98	100	–	–	–	–	Royaume-Uni
8	700	64	200	18	200	18	Danemark
7	200	66	70	23	30	11	Danemark
5	60	60	40	40	–	–	Portugal
5	100	50	100	50	–	–	Belgique
5	30	68	12	27	2	5	République Tchèque
5	120	71	50	29	–	–	Royaume-Uni
4	210	98	4	2	–	–	Espagne
4	26	60	12	28	5	12	République Tchèque
4	38	78	11	22	–	–	France
3	50	100	–	–	–	–	Bulgarie
3	25	89	3	11	–	–	République Tchèque
3	3	75	–	–	1	25	Slovénie
2	7	27	19	73	–	–	Portugal
3	1	2	–	–	42	98	France
2	11	85	2	15	–	–	République Tchèque
2	20	80	5	20	–	–	Belgique
2	40	40	60	60	–	–	Belgique
2	3	100	–	–	–	–	Royaume-Uni
1	4	100	–	–	–	–	République Tchèque
1	–	–	2	100	–	–	Autriche

À noter :

- > Pour les 24 spectacles de cette catégorie, on note un lien marqué entre l'âge d'un spectacle et son nombre de représentations.
- > De nouveau, à quelques exceptions près, les ventes nationales des spectacle représentent 50%.
- > Le spectacle français avait été spécialement créé pour les tournées internationales.
- > Dans cette fourchette de prix on note une proportion accrue de spectacles joués dans les autres pays de l'UE.
- > Les compagnies portugaises participant à l'enquête ont indiqué que les tournées internationales étaient très importantes car le marché intérieur n'est pas assez vaste pour leur permettre de vivre (respectivement 73% et 40% de ventes hors du Portugal).
- > L'une des compagnies tchèques de cette catégorie réside partiellement en Espagne.

Spectacles de 1 501 à 2 000€

Age du spectacle (années)	Représentations nationales	% du total	Représentations UE	% du total	Représentations hors UE	% du total	Pays
18	250	59	150	36	20	5	Italie
8	150	52	100	34	40	14	Royaume-Uni
8	20	100	–	–	–	–	Slovénie
7	15	100	–	–	–	–	Pologne
7	36	7	390	81	57	12	Belgique
7	170	95	2	1	6	4	France
6	42	65	15	23	8	12	Italie
6	6	9	57	91	–	–	Finlande
6	32	97	–	–	1	3	Espagne
6	400	60	120	18	145	28	Royaume-Uni
5	1	10	7	70	2	20	Pologne
4	46	36	79	62	3	2	Belgique
4	2000	98	50	2	–	–	Allemagne
4	9	69	4	31	–	–	Finlande
4	25	71	10	29	–	–	Royaume-Uni
4	20	40	30	60	–	–	Portugal
4	34	94	2	6	–	–	Irlande
3	51	19	198	73	22	8	Belgique
3	47	41	58	50	12	9	Espagne
3	14	100	–	–	–	–	Royaume-Uni
3	55	–	6	–	9	–	Italie
3	10	64	5	33	–	–	Belgique
3	2	33	2	33	2	33	Slovénie
2	30	27	80	73	–	–	Belgique
2	6	75	–	–	2	25	Finlande
1	9	100	–	–	–	–	Italie
1	10	100	–	–	–	–	Irlande
1	10	91	1	9	–	–	Portugal
1	12	27	32	73	–	–	Belgique
1	3	100	–	–	–	–	République Tchèque
1	–	–	60	100	–	–	Finlande

À noter :

- > Pour les 31 spectacles de cette catégorie, il y a une notable augmentation des ventes à l'étranger. Le nombre de spectacles représenté est inférieur, ce qui reflète la nécessité d'un prix de vente substantiel et donc d'un plus large circuits de festival.
- > Une proportion significative de ventes à l'international provient sans doute de la présence dans cette catégorie de spectacles de Finlande et Belgique, deux pays dont les compagnies participant à l'enquête ont indiqué que les tournées internationales étaient très importantes car le marché intérieur n'est pas assez vaste pour leur permettre de vivre.
- > Une des compagnies finlandaise réside partiellement en France.

Spectacles de 2 000 à 5 000 €

Age du spectacle (années)	Représentations nationales	% du total	Représentations UE	% du total	Représentations hors UE	% du total	Pays
23	550	92	40	6	10	2	Italie
19	102	65	54	35	—	—	Italie
18	629	93	51	7	—	—	Italie
16	307	46	493	59	40	5	Italie
10	66	97	1	1.5	1	1.5	Espagne
9	6	27	16	73	—	—	France
8	19	34	29	52	8	14	Pologne
8	50	17	240	80	8	3	Portugal
8	140	87	20	13	—	—	France
8	105	74	33	23	4	3	Italie
8	30	43	40	57	—	—	Italie
6	90	72	35	28	—	—	Belgique
5	20	66	10	33	—	—	Royaume-Uni
5	17	45	20	53	1	2	Finlande
5	37	70	16	30	—	—	Royaume-Uni
5	27	100	—	—	—	—	France
5	43	77	—	—	15	23	France
4	30	100	—	—	—	—	Italie
4	45	39	22	47	49	8	Finlande
4	35	88	5	12	—	—	France
4	20	50	10	25	10	25	Italie
3	24	96	—	—	1	4	Finlande
3	25+	71	10+	29	—	—	Royaume-Uni
3	24	96	—	—	1	4	Finlande
3	35	100	—	—	—	—	Suède
3	45	70	20	30	—	—	Belgique
3	6	100	—	—	—	—	Portugal
3	45	90	5	10	—	—	Suède
3	16	100	—	—	—	—	Norvège
3	19	63	11	37	—	—	Royaume-Uni
2	62	100	—	—	—	—	France
2	15	100	—	—	—	—	Royaume-Uni
2	3	100	—	—	—	—	Royaume-Uni
2	17	100	—	—	—	—	France
2	40	44	38	42	13	14	Allemagne
2	7	87	1	13	—	—	Royaume-Uni
2	6	60	4	40	—	—	Royaume-Uni
2	4	80	1	20	—	—	Portugal
2	4	100	—	—	—	—	Portugal
2	7	13	35	64	13	27	Finlande
1	10	83	2	17	—	—	France
1	5	100	—	—	—	—	Finlande
1	21	84	4	16	—	—	Royaume-Uni
1	31	80	—	—	8	20	Pays-Bas
1	4	100	—	—	—	—	Portugal
1	9	100	—	—	—	—	Espagne
1	35	95	2	5	—	—	Belgique
1	1	100	—	—	—	—	Slovénie
1	7	100	—	—	—	—	Royaume-Uni
1	12	100	—	—	—	—	Finlande
En cours	—	—	—	—	—	—	Portugal

À noter :

- > 50 spectacles figurent dans cette catégorie, bien plus que dans n'importe quelle autre.
- > La plupart de ces spectacles ont moins de 10 ans, et la majeure partie créée depuis 2000.
- > Ce fait et le large éventail de pays offrant des productions dans cette fourchette de prix reflètent sans nul doute l'intérêt grandissant pour ces formes sur l'ensemble du territoire européen.
- > Cela montre également la difficulté à garder longtemps au répertoire des spectacles lourds, puisque ceux-ci demandent une grande surface d'entreposage et souvent des coûts de répétitions.
- > Toutes les compagnies italiennes ayant répondu au questionnaire travaillent dans cette fourchette de prix. C'est peut-être parce que de plus petits spectacles n'ont pas d'infrastructure ou de personnel (ce qui a été une réelle difficulté lors d'une recherche précédente sur le théâtre de rue italien) et donc n'ont pas de temps pour répondre à des enquêtes.
- > Il y a une notable augmentation du lien entre l'âge d'un spectacle et son nombre de représentations.
- > De plus le nombre de vente à l'international augmente de manière significative avec l'âge du spectacle.
- > Tous les spectacles de cette catégorie viennent d'Europe de l'Ouest ainsi que de Finlande et de Pologne.

Spectacles de 5 001 à 10 000 €

Age du spectacle (années)	Représentations nationales	% du total	Représentations UE	% du total	Représentations hors UE	% du total	Pays
16	400	89	50	11	—	—	Italie
11	100	83	20	17	—	—	Italie
10	67	40	63	38	17	22	France
10	38	45	24	29	22	26	Espagne
10	38	73	11	21	3	6	Royaume-Uni
8	80	83	16	17	—	—	Italie
7	47	59	26	33	6	8	France
6	17	77	5	23	—	—	Italie
5	5	100	—	—	—	—	Espagne
5	6	100	—	—	—	—	Royaume-Uni
5	149	74	56	26	—	—	Italie
5	6	60	4	40	—	—	Portugal
4	25	45	20	36	10	19	Espagne
4	138	91	14	7	—	—	Espagne
4	21	100	—	—	—	—	Royaume-Uni
3	9	100	—	—	—	—	Royaume-Uni
3	4	100	—	—	—	—	Norvège
2	25	56	20	44	—	—	France
2	4	12	30	88	—	—	Irlande
2	75	50	52	35	23	15	Italie
2	6	100	—	—	—	—	Italie
2	4	100	—	—	—	—	Pologne
1	3	75	1	25	—	—	Espagne

À noter :

- > Tous les spectacles de cette catégorie viennent d'Europe de l'Ouest ainsi que de Norvège et de Pologne.
- > Ils sont beaucoup moins nombreux (23) et la plupart ont été créés depuis 2000.
- > Il y a une légère mais encourageante diffusion en Europe et au-delà.

Spectacles de plus de 10 000 €

Age du spectacle (années)	Représentations nationales	% du total	Représentations UE	% du total	Représentations hors UE	% du total	Pays
22	800	80	160	16	40	4	Espagne
18	150	54	100	36	30	10	Espagne
14	150	54	120	43	8	3	Espagne
11	19	66	7	24	3	10	Royaume-Uni
7	12	80	–	–	3	20	Royaume-Uni
6	38	73	11	21	3	6	Royaume-Uni
4	12	32	19	50	7	31	Royaume-Uni
3	3	18	14	82	–	–	Irlande
3	6	20	15	50	9	30	Royaume-Uni
3	13	81	3	19	–	–	Irlande
3	3	75	1	25	–	–	Espagne
2	19	83	4	17	–	–	Espagne
2	16	100	–	–	–	–	Royaume-Uni
2	3	100	–	–	–	–	Royaume-Uni
2	16	100	–	–	–	–	Norvège
2	20	100	–	–	–	–	Finlande
1	–	–	3	60	2	40	Royaume-Uni
1	3	100	–	–	–	–	Royaume-Uni

À noter :

Les résultats constatés dans cette catégorie doivent être analysés avec grande précaution.

- > De manière remarquable, la moitié des spectacles proviennent du Royaume-Uni. Ceci reflète le grand nombre de questionnaires renseignés par les compagnies de ce pays. La chargée d'étude sait que peu de compagnie de grande taille venue de France, d'Allemagne ou des Pays-Bas ont répondu à l'enquête alors qu'un nombre significatif de spectacles lourds sont produits dans ces pays.
- > Le définition de ce qui est pris en compte ici dans le prix de vente est extrêmement variable ; dans certains cas il inclut les répétitions et un nombre fixe de représentations, dans un cas, un travail avec des bénévoles.
- > Les spectacles de cette catégorie sont souvent produits dans le cadre d'événements particuliers : centenaire, célébration, inauguration de bâtiment ou d'espace public ; le spectacle peut ensuite rester au répertoire de la compagnie (sous réserve de stockage) et être occasionnellement demandé pour des événements de même envergure.

E. Usage du texte

L'une des caractéristiques fondamentales des arts de la rue et du cirque est qu'une grande partie des œuvres est accessible à tous, sans distinction de culture ou de langue. Les œuvres sont souvent très visuelles, basées sur la prouesse (mouvements acrobatiques basés sur le cirque) et plus corporelles que verbales. Quand il y a du texte, il est souvent "absurde" ou "universel". Lorsque le texte est important, les compagnies tentent de traduire les messages clés pour le public étranger. De plus un grand nombre d'artistes de rue sont polyglottes.

Spectacles avec texte	Nombre de spectacles
Sans texte	118
Texte "universel"	18
Texte qui peut être traduit	30
Texte qui ne peut pas être traduit	11

À noter :

- > Il n'y a pas de lien particulier entre la présence de texte et les tournées à l'étranger. Aucun des 11 spectacles à texte qui n'a pu être traduit n'a tourné à l'international, soit les compagnies n'ont pas voulu, soit elles n'ont pas essayé.
- > Les compagnies ont reconnu que la présence d'un texte important dans certains de leur spectacles était un problème pour les tournées internationales mais ils étaient tout à fait conscient que certains spectacles pouvaient voyager et d'autres pas.

(9) Un marketing spécifique pour le marché international

Presque toutes les compagnies ayant participé à l'étude ont indiqué qu'il était important de jouer hors des frontières, certains défendent ceci avec force. Parmi les raisons invoquées de l'importance des tournées internationales :

- > une meilleure promotion de la compagnie,
- > la rencontre avec d'autres cultures,
- > l'ouverture à d'autres cultures pays par pays, la diversité culturelle,
- > les échanges artistiques,
- > un enrichissement, une progression, un développement du travail artistique,
- > un marché plus étendu,
- > le marché national est trop petit pour permettre d'en vivre.

Néanmoins, si on étudie la part des dépenses de marketing directement consacrée à développer les tournées internationales, on obtient une grande diversité de réponse.

Budget marketing global en % du chiffre d'affaires annuel	Nb de compagnies	Budget spécifique à la promotion internationale	Techniques de marketing						
			Fabrications des documents papier	Affranchissement	photographies	dvd/vidéos	traductions (documentation / site Internet)	Visite de festivals étrangers	Conception de sites Internet/honoraires
0	4	4 non							
Moins de 1%	6	6 non		X			X	X	X
1-5%	16	7 non - 9 oui	X	X	X	X	X	X	X
6-10%	11	2 non - 9 oui (3 à + 65%)	X	X	X	X	X	X	X
11 - 15%	6	1 non - 5 oui (-1 à 95%)	X	X	X	X	X	X	X
16 - 20%	0	—							
Plus de 20%	1 (40%)	1 non							
Ne sait pas / Non comptabilisé	14	8 non - 2 oui - 1 peut-être - 3 ne sait pas	X	X	X	X	X	X	X

À noter :

- > trois compagnies n'ont pas de dépenses spécifiques en ce domaine.
- > 11 compagnies ont été dans l'impossibilité de les calculer :
 - elles ne pouvaient ventiler leurs dépenses de personnel ;
 - elles ne pouvaient isoler leurs dépenses de marketing ;
 - elles ne pouvaient isoler dans leurs dépenses de marketing celles destinées à l'international ;
 - elles ne connaissaient pas leurs finances 2006 ;
 - elles étaient à l'étranger et n'avaient pas accès aux éléments chiffrés.
- > Quelques compagnies avaient pour 2006 des dépenses incroyablement petites : elles ont expliqué avoir réalisé tout leur matériel publicitaire l'année précédente.
- > Il y avait quelques incohérences dans les réponses : parmi les compagnies qui avaient déclaré ne pas avoir de dépenses en marketing international, une avait fait des déplacements dans des festivals à l'étranger, une avait fait traduire son site Internet...
- > Quelques compagnies ont mentionné leur méconnaissance ou manque de capacité à analyser l'efficacité de leurs dépenses de marketing et ont apprécié que l'étude les pousse à y réfléchir. Certaines ont déploré l'absence de temps pour effectuer cette analyse (essentielle).
- > Il n'a pas été possible de montrer qu'un marketing à l'international amenait davantage de contrats aux compagnies ou non plus que son absence signifiait moins ou pas de contrats à l'étranger. Il y a tout l'éventail. Clairement les compagnies ont utilisé des moyens différents pour obtenir des contrats. Elles ont également des opinions tranchées et bien différentes quant à l'utilité (ou non) de certaines dépenses de marketing.

[Voir l'échantillon de réponses en annexes]

(10) Le soutien financier aux tournées

Pays	Origine des fonds	Somme en euros
Pologne	Fundacja Stefana Batorego	500
Italie	Programme européen Culture 2000 Institut culturel italien en Serbie et Tunisie, Ministère italien des affaires étrangères	20 000 (non ventilé)
Italie	Assessorato alla cultura di Bergamo – Istituto cultura Italiano	4 000
Italie	Institut culturel italien - Ankara Institut culturel italien de Barcelone	2 500 7 500
Catalogne	Institut Ramon Llull (hors de Catalogne mais pas en Espagne)	6 000 13 000 Un autre non spécifié
Pays Basque (Euskadi)	Gouvernement basque	1 000
Espagne	INAEM, ministère de la culture	16 000
Belgique	Commissariat général aux relations internationales de la Communauté française de Belgique	1 300 1 800
Rép. Tchèque	Centre tchèque en Angleterre Ambassade tchèque (plusieurs pays) Ministère de la culture tchèque Goethe Institut, Prague Centre culturel tchèque à Dresde	1 000 Ne sait pas Ne sait pas 780
Finlande	Gouvernement finlandais, fondations	2 500
Pays-Bas	Fonds néerlandais pour le spectacle vivant	40 000
Pays-Bas	Ambassade des Pays-Bas en Croatie	3 000
Pays-Bas	Ambassade des Pays-Bas au Danemark	3 000
	Mécénat privé coréen	20 000
Autriche	Kulturbudget Land Tirol und Stadt Innsbruck	800
France	ONDA	Ne sait pas
Bulgarie	EYF, ECF, Bahai'International Centre – Paris, Trust for Mutual Understanding - USA, Art International - USA	Inconnu
France	Cultures France	5 000 directement à l'organisateur à Valladolid
Royaume-Uni (2 diff groups)	British Council	Ne sait pas
Royaume-Uni	UK Trade International	4 200
	British Council 1997 Italie 2001 Trinidad	Voyage Ne sait pas – utilisé pour défraiements, voyages, cachet minimum

À noter :

- > Très peu de compagnies ont reçu directement des fonds pour les aider à tourner, la plupart ignoraient si les festivals qui les accueillait avaient obtenu de l'argent d'organismes culturels étrangers.
 - > Une compagnie a mentionné que les longs délais pour savoir si elle avait une aide au voyage a impliqué qu'elle renonce à une date ; plusieurs compagnies ont indiqué qu'elles devaient souvent confirmer les dates avant de savoir si elles recevraient une aide aux voyages, ce qui génèrait de l'inquiétude et un possible déficit pour elles (ou les programmeurs).
 - > Plusieurs compagnies se sont plaintes de "compagnies privilégiées" qui reçoivent l'ensemble des fonds disponibles.
- "Le British Council s'est avéré être un véritable obstacle dans nos négociations quand il dit à des festivals vous pouvez avoir cette compagnie pas celle-ci. Certaines fois, on dirait une espèce d'impérialisme où on ne fait pas confiance aux programmeurs pour savoir ce qu'ils aiment."

(11) Difficultés concernant les tournées internationales

Cette section du questionnaire était très simple, cependant elle a suscité de nombreux commentaires et suggestions personnelles.

Les outils les plus utiles	Nombre de compagnies
Listes de festivals et de programmeurs	55 (capital pour une cie)
Information sur les styles de travail qui fonctionnent dans les différents festivals	45 (capital pour une cie)
Nouvelles technologies*	12
Capacité à parler d'autres langues (ou trouver quelqu'un qui)	33 (capital pour 2 cie)
Des sites Internet d'information sur rue/cirque	41 (capital pour une cie)
Figurer sur les sites Internet consacrés à rue/cirque qui sont hébergés par les agences de développement et les autres réseaux.	43 (capital pour une cie)
Un chargé de diffusion au sein de la compagnie	33, plus 6 qui pensaient que c'était un idéal impossible à satisfaire. Certaines ont indiqué que leur administrateur / agent assurait cette fonction.

* Nouvelles technologies : visait à inclure l'usage de You-Tube, des sms, des sites communautaires type facebook/myspace etc.

Un consensus s'est établi sur le fait que plus un marketing spécifique est mis en œuvre plus grandes sont les chances d'obtenir des dates à l'étranger. Cependant les contraintes des petits budgets font que souvent cet aspect est négligé, les artistes n'ont même pas le temps de faire les recherches nécessaires à l'usage de ces outils.

À noter :

- > Lors de cette investigation de l'usage de l'Internet par les compagnies, plusieurs éléments clés (qui ne figuraient pas dans le questionnaire) sont apparus :
 - il est très utile que des adresses électroniques figurent clairement sur la page contact, et ceci en plus de la possibilité d'envoyer un courriel par un clic sur le site.
 - la navigation sur certains sites est extrêmement difficile ; outre des œuvres d'art ils doivent être des outils de marketing !
 - Les sites les plus pratiques sont ceux qui offrent la possibilité de passer l'introduction, cette page créative souvent longue à télécharger.
 - De nombreux sites sont maintenant traduits en une ou plusieurs langues. Ceci est particulièrement vrai des artistes des Balkans et de la Baltique. Ce sont des instruments utiles qui permettent aux programmeurs d'en savoir plus.
 - Un nombre croissant de compagnies a maintenant des vidéos sur You-Tube. Ceci est aussi très utile comme une introduction au travail d'une compagnie/artiste. Cela serait utile, si possible, d'avoir sur ces sites une adresse de contact ou site.
- > Plusieurs artistes ont mentionné l'importance des festivals pour être vus, et pour rencontrer des programmeurs internationaux.
- > Plusieurs répondants ont pointé la valeur des agents qui les représentent dans les pays étrangers, certains avaient également le sentiment qu'ils contribuaient à une meilleure planification des tournées. Certaines compagnies rêvent de partenaires mieux informés et moins partiaux pour défendre les compagnies qui cherchent à prendre pied à l'étranger.
- > Une compagnie a mentionné l'importance de la présence de techniciens lors des tournées internationales : cela augmente les coûts (donc c'est souvent vu comme "pas indispensable") mais simplifie énormément les choses et évite les problèmes de communications et les différences d'équipement entre les pays, etc.
- > Une compagnie indique qu'il est utile de connaître le budget des festivals étrangers, afin de savoir si y présenter un spectacle a un intérêt en terme financier.

[Voir l'échantillon de réponses en annexes 2]

(12) Les obstacles majeurs à l'augmentation des tournées internationales

Obstacles	Obstacles dans UE – Nb de Compagnies	Obstacles hors UE – Nb de Compagnies	Ne sait pas
Impôts et taxes	17	9	3
Coûts de transport	41	28	2
Contraintes administratives (visas, permis de travail, etc.)	11	11	2

À noter :

- > Les résultats montrent que le voyage est le souci numéro un. Dans de nombreux cas, c'est le principal (et premier) obstacle auquel les compagnies sont confrontées. S'il ne peut être franchi, les questions de taxes et de visas ne sont même pas envisagées. Pour les compagnies qui ont des décors ou des structures, le fret aérien est prohibitif mais le temps nécessaire au transport maritime ou routier peut-être inenvisageable sauf si les structures / décors existent en plusieurs exemplaires. Certaines compagnies le font mais la logistique demeure complexe.
- > Les compagnies qui mentionnent les taxes et visas ont toutes une grande expérience des tournées internationales.
- > Les principales taxes mentionnées sont :
 - Le "Auslanderteuer" en Allemagne : ce qui apparemment peut augmenter le prix de vente de 100%.
 - Le "Foreign Entertainers Tax" au Royaume-Uni, inventé pour éviter que les stars de la pop, qui gagnent beaucoup, ne payent pas d'impôts. Il y a des moyens de contourner cet impôt pour les artistes et compagnies rue/cirque.
 - Concernant les problèmes de TVA, il y a des interrogations sur l'obligation d'ajouter la TVA sur toutes les factures, ou sur son application ou non aux compagnies à l'intérieur de l'Union.
- > Pour les questions administratives : les réglementations de santé et de sécurité ont été plusieurs fois mentionnées comme différentes selon les pays. Certaines suggestions ont été faites sur les déclarations de douane. Il existe des habitudes différentes sur le paiement des droits d'auteurs, les assurances et l'évaluation du risque.
- > Peu de personnes ont mentionné les restrictions de visa, mais il y a de grosses incompréhensions sur les différentes lois d'immigration en vigueur dans les États de l'Union, le Royaume-Uni, l'Irlande et le Danemark ne fonctionnent pas comme les autres États et appliquent des restrictions additionnelles quant aux visas des personnes qui ne sont pas citoyennes de l'Union, même si celles-ci ont le droit de circuler dans le reste de l'Union.
- > Les autorisations pour la pyrotechnie, les chapiteaux, les gradins ou autres structures peuvent être complexes et différent d'un pays à l'autre.

[Voir l'échantillon de réponses en annexes 2]

(13) Suggestions d'amélioration

Il y a eu beaucoup de réponses différentes à cette question. Les principales catégories sont :

- > aide au marketing : des personnes ont suggéré des ambassadeurs impartiaux pour aider les compagnies à trouver des contrats à l'étranger, des agences pour recueillir l'information sur les implications administratives et fiscales du travail à l'étranger, encourager la coordination entre les programmeurs et organiser des tournées cohérentes en Europe
- > aide au transport : des aides pour participer aux principaux festivals (voyages/séjours) ou amener les programmeurs étrangers dans les grands festivals des pays des répondants.
- > bourse de voyage pour encourager la mobilité internationale, particulièrement vers les pays en voie de développement
- > accès à l'information sur :
 - des compagnies similaires dans d'autres pays ;
 - les possibilités de financement pour les collaborations internationales ;
 - monter un vrai réseau pour les tournées en Europe, dirigé par des coopératives d'artistes et de compagnies, financé par les régions (commencer petit : deux pays voisins, puis se développer pour toucher toute l'Europe !) ;
 - un réseau consacré à la présentation et à l'échange d'artistes...
- > simplifier les systèmes de financement qui sont plus adaptés au travail en salle, danse, théâtre, musique qu'au travail de rue et de cirque.
- > des subventions spécifiques pour soutenir les compagnies de cirque qui travaillent avec des grands chapiteaux, ils sont coûteux en transport (poids), temps (plusieurs jours de montage et démontage) et personnel (de production ou technique, il est spécialisé et doit accompagner le chapiteau). Les petites compagnies peuvent monter leur chapiteau mais ont besoin d'un temps de récupération avant de jouer ! Des coûts supplémentaires sont occasionnés par le gardiennage de nuit.
- > harmoniser les réglementations administratives et fiscales dans l'ensemble de l'UE
 - Taxes : la TVA, les taxes sur les artistes étrangers pourraient être supprimées car "les tournées d'artistes sont si importantes pour l'harmonie interculturelle".
 - Réglementation des autorisations : pyrotechnie, matériel dangereux, chapiteau.
- > Harmoniser les législations sur la santé et la sécurité des espaces extérieurs dans l'ensemble de l'UE
- > Les législations :
 - les espaces publics doivent être protégés comme lieu social et culturel. La cohésion sociale est un élément important de la philosophie de l'Union et la politique devrait reconnaître le rôle crucial de l'espace public et des artistes qui y travaillent avec le public.
 - Que tous les projets de rénovation urbaine utilisent les arts de la rue et d'autres pratiques artistiques et théâtrales pour s'engager auprès des populations locales afin de faire naître chez elles un sentiment d'acceptation du nouvel environnement. Seule une culture à l'aise dans la rue peut atteindre cet objectif.
- > Une plus grande attention des politiques culturelles européennes à l'égard des arts de la rue et du cirque, au travers d'une législation qui donne la priorité, promeut et soutient les tournées importantes, par de l'information et du financement.

[Voir l'échantillon de réponses en annexes 3]

Annexe 1

Échantillon de réponses à la question : Quels sont les outils qui vous semblent nécessaires pour sécuriser votre travail à l'international ?

- Vidéos/photographies du spectacle.
- Opportunité de rencontrer les programmeurs.
- Revue de presse élogieuse.
- Des distinctions (prix) internationales." [Pays-Bas]

"Des moyens suffisants pour emmener en tournée le personnel nécessaire ; certaines fois le budget ne permet pas d'engager un responsable de production... mais le spectacle est toujours plus difficile à réaliser sans lui, particulièrement comme les équipes étrangères peuvent travailler de manière très différente." [Pays-Bas]

"Nous trouvons tous nos contrats en jouant dans les festivals (Chalon, Aurillac, Périgueux, Sotteville, etc.) Ils sont indispensables (même s'ils ne payent pas de cachet) car avant d'acheter un spectacle un programmeur doit le voir. Je pense qu'il est important d'offrir des plateformes aux jeunes artistes et compagnies où ils peuvent jouer et montrer leur (nouveau) spectacle dans de bonnes conditions." [Belgique]

"Le coût de transport de nos spectacles, mais il est rare de rencontrer en France des programmeurs étrangers." [France]

- Les fichiers papiers sont jugés plus utiles que ceux sur Internet.
- Moyens et invitations pour se rendre dans les festivals internationaux
- Matériel promotionnel de bonne qualité avec des vidéos." [Royaume-Uni]

"Je suis en charge du marketing mais je n'aime pas vendre pour diverses raisons :

- > Je ne pense pas avoir des qualités de vendeur et je ne suis pas très dynamique.
- > Le travail que nous faisons demande beaucoup à un programmeur ; pour que le spectacle soit présenté dans de bonnes conditions, il y a beaucoup de choses à fournir (pas seulement techniquement). Il est important que le programmeur vienne vers nous et nous avons la chance qu'il en soit ainsi.
- > Si nous avons des dates dans une zone (disons l'Amérique du Nord) je vais contacter les programmeurs qui nous avaient contacté en les informant que le coût du voyage transatlantique est déjà couvert. Mes efforts s'arrêtent là.
- > Quelques fois, j'ai un projet particulier ; actuellement j'essaie de jouer en Iran et j'ai échangé quelques courriel avec l'Ambassade. C'est du marketing à petite échelle.
- > Je conçois et mets à jour la documentation que nous envoyons, c'est effectivement une partie de mon temps investi en marketing.
- > Chercher un événement commercial financièrement

intéressant (généralement nous n'avons jamais trop de contrats, souvent à la fin de l'année nous avons un léger déficit, alors pour le combler nous allons nous rendre disponible pour un travail qui ne sera pas le mariage idéal entre l'artiste et le client. C'est vrai de presque tous les projets commerciaux; par exemple une commémoration d'entreprise ou un lancement de produit. Cependant nous n'en faisons qu'un ou deux par an et nous pouvons le justifier en disant que ça nous permettra de réduire notre prix de vente pour travailler avec quelqu'un avec qui on a vraiment envie de travailler.)

- > Répondre à toute demande de renseignement. En 2007, j'en ai compté 150, la plupart ne dépassent pas le stade de l'envoi d'information par courriel (plaquette, fiches technique et financière) mais certaines demandent de discuter longtemps afin d'éviter les pièges.
- > En 2006, sur 26 ventes, 8 étaient des "renouvellements".
- > En 2005 nous avons fait une présentation visuelle de notre travail, ce qui nous a amené un projet spécifique de 6 semaines au Pays-Bas.
- > Nous sommes dans la plaquette de Frans Brood : en 2006, 5 de nos contrats sont venus par lui, nous donnons 10%.
- > Près de la moitié de nos ventes est faite à des nouveaux programmeurs qui nous contactent. Ils arrivent jusqu'à nous de diverses manières :
 - par des organismes comme Xtrax et le British Council qui nous a invité à figurer dans leurs répertoires de compagnies.
 - Nous existons depuis un certain temps donc nous avons acquis une certaine réputation. Le bouche à oreille est important pour nous et nous avons beaucoup de contrats par recommandation.
 - Nous sommes bien référencés sur Internet, si quelqu'un fait une recherche il trouve non seulement notre site mais aussi d'autres informations écrites sur nous par des spectateurs ou la presse, notre site est maintenant assez ancien mais c'était un bon investissement de marketing.
 - Nous avons une bonne couverture médiatique - on publie fréquemment des articles sur nous - maintenant nous avons 3 contrats aux USA à cause d'un article dans un magazine American Express. Je consacre du temps à répondre aux média et à réunir du matériel qui peut les intéresser." [Royaume-Uni]

"Voici nos besoins :

- Une meilleure connaissance de comment fonctionne la programmation dans les différents pays.
- La possibilité d'amener les programmeurs nous voir travailler dans notre lieu.
- Avoir les moyens d'envoyer une bonne vidéo à ceux qui ne peuvent pas venir nous voir.
- L'accès à l'information sur la régulation dans chaque pays (visas, formulaires...) si possible rendue plus claire pour les artistes, plutôt que d'avoir à faire des recherches sur les sites Internet des différents pays." [France]

"Le problème avec les tournées à l'étranger c'est que les coûts de transport sont si importants. Nous avons eu plusieurs propositions de l'étranger (Canada, Amérique, Pologne) mais souvent les programmeurs ne peuvent pas couvrir les coûts de transport du matériel ou de séjour. Jouer au Canada, par exemple, c'est 40 jours de fret maritime ou des coûts exorbitants par avion que le festival ne peut payer. Ce qui fait que jouer ne devient possible que si nous n'avons pas de représentations pendant ces 40 jours !" [Portugal]

"Je pense qu'aujourd'hui chaque programmeur est submergé d'information et qu'il doit faire de gros efforts pour arriver à regarder toutes les documentations et choisir. Avec des méthodes modernes de marketing, et un important budget de promotion, vous pouvez sortir du lot, au moins en Allemagne et en Autriche. Cependant, nous travaillons différemment, nous consacrons aussi peu d'argent que possible au marketing et à la publicité, gardant le plus possible d'énergie et de moyens pour le développement, l'innovation et l'échange de savoir." [Autriche]

"Une information fiable et accessible sur les programmes européens accessibles à des compagnies comme la nôtre." [Espagne]

"Internet semble être notre principal moyen d'obtenir des contrats à l'étranger. Ceci combiné au bouche à oreille et aux programmeurs qui ont vu notre travail. Nous n'avons pas pour l'instant ciblé les festivals." [Royaume-Uni]

"Une bonne organisation de tournée qui permette à la compagnie un nombre raisonnable de dates sans avoir à faire des kilomètres en allers et retours." [Espagne]

"Une personne qui se charge exclusivement des tournées. Il devient de plus en plus difficile de monter une tournée qui harmonise les représentations et des voyages raisonnables !" [Espagne]

"Connaissance des budgets et tailles de spectacles que programment les festivals, afin que nous ne perdions pas de temps à contacter des personnes qui n'ont qu'un budget minime." [Italie]

"Avoir la possibilité de montrer notre travail dans les festivals majeurs du Royaume-Uni et entrer dans ce qui semble être un circuit très fermé du secteur. Ceci est pour nous particulièrement important puisque nous créons des spectacles lourds ce qui est par nature un gros risque, prend du temps à concevoir et parfaire et est plus coûteux." [Royaume-Uni]

"Rencontrer les professionnels quand nous jouons à l'étranger." [France]

"La chose la plus importante, pour nous et pour les jeunes artistes et créateurs impliqués dans notre travail, a été les relations que nous avons établies (en organisant notre propre festival) avec d'autres directeurs qui ensuite on pris le risque de nous programmer. Notre entrée dans le programme IN SITU a été notre plus important pas en avant." [Portugal]
"Ce dont nous avons besoin est une aide financière aux voyages. Et des tournées cohérentes : voyager est souvent

dur parce que les dates n'ont pas été groupées. Donc en fait c'est à la fois de l'argent et un chargé de diffusion, peut-être pour plusieurs compagnies car pour une seule c'est onéreux." [Allemagne]

"Appartenir à des réseaux internationaux et nationaux." [Portugal]

"Des informations précises sur les impôts et les aspects comptables des dépenses à l'étranger afin d'éviter les erreurs coûteuses." [Autriche]

"La participation à des festivals entraîne les premiers contrats à l'étranger. Ensuite des programmeurs nous voient dans des festivals et nous programment l'année suivante. C'est comme ça que ça a fonctionné ces 10 dernières années. Ça s'est avéré bien plus efficace que de dépenser de l'argent à faire des plaquettes envoyées à des programmeurs déjà submergés de documents de compagnies qu'ils n'ont jamais vues. Nous avons également un agent néerlandais qui nous trouve de 5 à 10 dates par an aux Pays-Bas et en Belgique." [Royaume-Uni]

"Plus vous avez d'information sur les autres compagnies et organisations mieux c'est, mais Internet est virtuel et ce dont nous avons davantage besoin c'est de jouer devant des personnes susceptibles de nous engager ensuite. Nous ne croyons pas à la vente grâce aux vidéos ou aux photos. Le théâtre est vivant. Augmenter les rencontres entre les artistes et les programmeurs serait utile." [République Tchèque]

"Des agents en Espagne et en Italie sont pour nous essentiels. Nous n'envoyons pas de mailing car nous avons une règle qui est de ne pas envoyer d'information à des structures qui ne savent rien de notre travail. Pour la même raison, nous dépensons peu en publicité. Nous faisons seulement des affiches à envoyer aux organisateurs qui nous programment." [République Tchèque]

- Venue de programmeurs étrangers dans les festivals du Royaume-Uni.
- Un soutien à l'étranger par quelqu'un qui n'est pas orienté, mais connaît mieux les arts de la rue que le British Council.
- Une aide pour les spectacles de rue britanniques qui sont montrés au festival d'Edimbourg, nous avons perdu tant d'argent en participant au programme du British Council là-bas." [Royaume-Uni]

"Une personne qui parle allemand, italien, espagnol... une meilleure connaissance des réseaux existants... nous devons y être présentés en jouant dans les grands festivals où d'autres peuvent voir notre travail. (Royaume-Uni, Allemagne, Italie...)." [Belgique]

"Notre compagnie est administrée par des artistes de cirque, et bien sûr nous aurions besoin d'un professionnel pour gérer les tournées mais aussi faire le travail de vente, ce qui veut dire que nous devons avoir une meilleure situation financière pour embaucher quelqu'un. Nous avons besoin de réseaux, de connaissances en marketing, et de fonds de soutien aux déplacements." [Finlande]

Annexe 2

Échantillon de réponses à la question : Quels sont les principaux obstacles pour vendre vos spectacles à l'étranger, dans et hors de l'UE ?

"Difficultés à ce que les programmeurs internationaux viennent voir les spectacles dans leur pays d'origine. On ne peut que souligner l'extrême importance de la plus petite rencontre avec des programmeurs pour leur montrer le travail de la compagnie." [France]

"Difficulté à accéder à des fonds qui aident les artistes de différents pays à travailler sur des coproductions. La plupart des aides de l'Union européenne ne sont versées qu'au bout de nombreux mois ce qui est une situation très difficile pour des compagnies qui ont peu de trésorerie." [Irlande]

"En dehors de l'UE, on connaît mal les réseaux et organisations prêts à inviter des compagnies étrangères." [Pays-Bas]

"Le coût des voyages est encore plus problématique dans le cas de coproductions internationales. Même si c'est un aspect essentiel de la politique européenne pour un authentique "dialogue interculturel" (par opposition aux rencontres superficielles) c'est un obstacle car vous devez faire venir les coproducteurs à chaque fois que vous donnez une représentation. Et dans ce cas, une représentation unique n'est pas envisageable, il s'agit forcément d'une série." [Pays-Bas]

"1) Les taxes actuelles ont été imaginées pour les groupes de rock, et il est vraiment difficile pour les programmeurs indépendants ou les collectifs d'arriver à les payer.

2) Les "réseaux de projets" qui existent pour créer et distribuer des spectacles qu'ils ont financés sont d'un côté une bonne chose parce qu'ils encouragent la création de nouveaux spectacles, cependant ils réduisent considérablement le marché pour les compagnies indépendantes.

3) La législation sur la pyrotechnie est très différente d'un pays à l'autre. Sont concernés à la fois, les importations, l'entreposage, la manipulation et la mise à feu. Essayer de respecter les règles d'organismes très différents est déroutant, extrêmement fatigant et gourmand en temps.

4) Les réglementations abusives qui sont imposées aux artistes par différents responsables de la santé et de la sécurité. On nous traite souvent sans respect, comme si nous tentions de nous tuer et les autres avec !" [Espagne]

"Nous devons trouver d'autres festivals afin que les coûts de transport soient partagés." [Belgique]

"Manque d'un chargé de diffusion qui sait proposer le travail au bon endroit, qui peut développer des projets et qui, de plus, ne parle pas que l'italien." [Italie]

"Certains festivals trompent les jeunes compagnies en ne les payant pas, en disant qu'ils sont une vitrine." [Belgique]

"La TVA peut aux Pays-Bas être un problème pour les struc-

tures non commerciales. Les seuils d'impôts en Espagne contraignent les compagnies à bricoler les factures. En Allemagne les autorisations de sécurité sont très chères (plus de 10000 euros pour un Baubuch) et les collectivités locales sont de plus en plus exigeantes." [Royaume-Uni]

"Ne pas savoir comment remplir les dossiers pour obtenir des financements." [Slovénie]

"Notre problème est souvent de déplacer un chapiteau et du matériel... Notre chapiteau voyage avec nous dans des "flight cases". Il pèse 700 kg et peut si nécessaire voyager en fret aérien. Ou nous le transportons par la route. Nous ne demandons pas de monteuses mais si nous ne sommes pas sur l'herbe mais sur un sol dur, nous demandons 12 poids de 300 kg. Ça peut être un problème si les organisateurs ne nous fournissent pas le bon poids, le nombre demandé ou alors si les poids sont trop volumineux ce qui est alors esthétiquement un désastre puisque notre chapiteau est tout petit ! Nous avons des descriptifs détaillés de l'ignifugation et de la structure du chapiteau en trois langues, nous avons aussi des photos du contenu des "flight cases" puisque les douanes peuvent être suspicieuses (particulièrement en Norvège!). Nous devons arriver pour le montage la veille du spectacle, nous jouons 4 heures par jour et demandons un gardiennage de nuit du chapiteau." [Belgique]

"En dépit de la libre circulation au sein de l'UE, il y a de vrais problèmes administratifs quand on passe les frontières. Il est toujours extrêmement difficile de trouver des informations sur les taxes et questions légales à l'étranger. Et plus encore en dehors de l'UE. Le travail des structures qui ont été créées pour aider les artistes (HorsLesMurs en France) facilite grandement les choses puisqu'il y a des bulletins et guides pour nous aider." [France]

"Taxes : En ce moment c'est aussi difficile que possible, et ça augmente considérablement le coût des invitations faites à des compagnies étrangères par les programmeurs, et ce n'est pas justifié. Les administrations demandent de plus en plus de papiers aux programmeurs pour prouver la légalité des compagnies étrangères. Mais aussi, chaque pays de l'UE à ses propres règles et formulaires, pas nécessairement les mêmes que ceux de mon pays.

Les coûts de transport sont souvent supérieurs au prix de vente et c'est souvent la raison pour laquelle les contrats ne sont pas finalisés." [Espagne]

"Règles administratives (visas, permis de travail, etc.) Le temps pour produire un 'carnet' particulièrement quand on ne tourne pas avec un spectacle immuable mais que vous adaptez ou ajoutez des choses." [Royaume-Uni]

"Coûts de transport et formalités additionnelles en raison

de tournées avec un chapiteau. Le chapiteau est pour mon spectacle solo, je suis seul en scène et nous arrivons souvent 2 jours avant afin que je puisse me reposer avant de jouer. Quelques fois nous avons monté le matin du spectacle mais c'est trop fatiguant. Nous sommes 2 en tournée, moi et un technicien. Nous demandons 2 techniciens si nous montons la veille du spectacle et plus si c'est le jour même.

Il y a des coûts induits par le chapiteau : le gardiennage nocturne, les barrières, les sanitaires pour le public et les artistes, l'acheminement de l'électricité (parce quelque fois, il n'y en a pas)." [Finlande]

"Les impôts pour les étrangers en Allemagne et autres pays. Nous payons nos impôts deux fois, chez nous et à l'étranger." [Autriche]

"Sérieux manque de contacts et de réseaux, cela aiderait si la Norvège était membre de l'UE !" [Norvège]

"La Sardaigne n'a pas de dispositifs pour aider les compagnies qui tournent à l'étranger. C'est vital car la Sardaigne étant une île, ça augmente les coûts de transport. Heureusement nous sommes aidés par une compagnie de ferry qui nous permet d'avoir des billets à très bas coûts, mais ceci est une initiative privée, une ouverture d'esprit qui n'a aucun rapport avec un soutien institutionnel. Il est difficile d'obtenir de l'aide du Ministère italien des affaires étrangères pour les tournées à l'étranger particulièrement si la compagnie ne figure pas parmi les compagnies éminemment reconnues." [Italie]

"Travailler avec un chapiteau implique un gros travail administratif. En France, il y a un contrôle très sérieux de la sécurité du public pendant les spectacles. J'ai suivi des ateliers sur la sécurité pour apprendre la législation et j'ai également acheté et étudié les textes sur la sécurité pour les chapiteaux." [Finlande]

"Le problème est comment faire notre promotion, comment les organisateurs de festivals peuvent découvrir l'existence de notre compagnie et voir nos spectacles ? Notre site Internet avec des vidéos est un bon outil de promotion, mais si la compagnie n'est pas dans les pages jaunes sous la rubrique théâtre de rue, elle pourrait tout aussi bien ne pas exister. Et même si on nous trouve, quels sont les critères de sélection ? Nous devrions le savoir afin de ne contacter que les programmeurs appropriés." [Slovénie]

"De faibles capacités linguistiques; un marketing inefficace." [Autriche]

"En dehors de l'UE : si vous jouez dans un pays développé les taxes sont très élevées. L'UE devrait faire quelque chose pour aider aux échanges entre ses différents États. La culture n'est pas seulement un commerce. Quelques fois nous payons des taxes aussi élevées que si nous vendions des produits commerciaux.

Si vous jouez dans un pays en voie de développement ou dans le Tiers-Monde, l'argent n'est pas important. C'est juste une histoire d'échange de racines culturelles. Pour nous, il suffit que l'organisateur couvre les frais de voyage et de séjour, nous ne demandons donc jamais notre cachet normal, de cette manière le problème des impôts est caduc.

Les coûts de transport, mais plus encore c'est d'être sûr que le matériel dont vous avez besoin pour jouer sera bien arrivé. Les assurances que vous payez et la possibilité de perdre vos affaires est pire que le coût. Si on compare avec le prix de vente, aujourd'hui les vols sont peu onéreux. C'est clair que nous sommes une petite compagnie. Nous ne sommes jamais plus de trois en tournée.

Les problèmes administratifs, Dans certains pays le matériel de théâtre doit passer la douane comme des marchandises qui se vendent, et ils vous appliquent les normes de l'import-export. Quelques fois c'est une longue procédure. Nous avons besoin d'accords de l'UE avec d'autres pays pour que le matériel de théâtre soit considéré comme un bien culturel et pas comme un bien économique.

Un autre problème est l'absence de programmeurs non européens pour voir les spectacles." [République Tchèque]

"- Beaucoup d'organiseurs ne prendront les spectacles que s'ils les ont vus joués, dans notre expérience c'est particulièrement vrai des programmeurs français. Ce qui peut évidemment être un cercle vicieux car tous ne peuvent pas se rendre dans les festivals internationaux pour voir votre travail et ne viendront que si vous jouez à proximité. Une forte recommandation d'un autre programmeur peut quelque fois contrecarrer ceci.

- Les coûts de transport : un très gros problème en dehors de l'UE, particulièrement s'il s'agit d'un spectacle avec des décors importants, le fret devient disproportionné pour une représentation isolée, ce qui est le cas de la plupart des événements de théâtre de rue (par exemple un maximum de 5 jours de spectacle, à comparer avec le matériel transporté par une compagnie qui joue en salle pour 4 semaines).

- Les cordonnées et quelques fois la langue (par exemple pour les contacts avec la Chine aucun de nous ne parlent chinois)." [Royaume-Uni]

"- Il n'y a pas en Pologne de structures pour des spectacles vivants différents tels le mime, le théâtre de rue, le théâtre visuel, et il n'y a pas d'organismes, officiels ou non officiels, qui soutiennent ces formes dans les domaines de l'information, de la formation, de la sensibilisation, ou bien sûr aide les artistes.

- Il n'y a pas pratiquement pas d'aide des organismes officiels à la tournée de ces formes de spectacles dans notre pays.

- Il n'y a pas d'agents ou d'administrateurs dans ces secteurs en Pologne parce qu'il n'y a pas formation."

[Pologne]

"Bien sûr nous aimerions voyager davantage en dehors de l'UE mais l'absence de programmeurs d'autres continents qui viennent voir des spectacles en Europe est évidente. Seuls quelques festivals en accueillent." [République Tchèque]

"Être étranger aux gros marchés. Depuis que les marchés semblent se fermer aux productions internationales, c'est encore plus dur si vous venez d'un pays qui est sous-développé dans le domaine des arts de la rue. Il est difficile de gagner la confiance, particulièrement si votre style est raconter des histoires..." [Slovénie]

Annexe 3

Échantillon de réponses à la question : Quelles améliorations pourraient être apportées au niveau institutionnel pour réduire ces difficultés ?

"L'Europe devrait s'assurer d'inclure tous les artistes dans leur planning d'événement comme 2008. Année du dialogue interculturel, afin que des artistes comme nous puissent prévoir suffisamment à l'avance afin d'avoir des projets disponibles... une fois de plus nous avons été laissés à l'extérieur, dans le noir." [Espagne]

"Un fonds pour aider au voyage des compagnies et des programmeurs qui souhaitent présenter un programme international." [France]

"Un fonds pour les voyages longue distance (de la France à Bogota c'était 15 000 dollars !)." [France]

- Des informations sur des structures qui dans d'autres pays font le même travail que nous dans la perspective de développer des coproductions.
- Accès à des fonds, au fonctionnement simple, qui permettent de financer ce travail." [Irlande]

"Des opportunités plus nombreuses et faciles de montrer votre spectacle / compagnie, live ou en vidéo. Davantage de déplacement à l'étranger et des fonds pour payer les inscriptions.

Une information fiable et accessible sur les programmes européens ouverts à des compagnies comme la nôtre." [Espagne]

- Un soutien aux festivals importants au Royaume-Uni, afin que nous puissions avoir suffisamment de contrats pour progresser.
- Un soutien plus constant du Arts Council of England ou du British Council, il est souvent sporadique.
- Des moyens pour employer un producteur familier des circuits internationaux et/ou un chargé de marketing/ventes
- Des financements pour faire du marketing des spectacles à l'étranger, pour aller à l'étranger (qui ne couvrent pas que le transport) et participer aux festivals, pour inviter des programmeurs à venir voir nos spectacles." [Royaume-Uni]

- Harmoniser le système des impôts, si un État perçoit les impôts, la compagnie devrait être exemptée ou avoir des réductions dans tout autre État.
- Une TVA seulement dans le pays d'origine, pas à l'étranger.
- Harmoniser les lois sur la pyrotechnie en Europe, comme ça a été fait sur d'autres produits
- Harmoniser les réglementations sur la santé et la sécurité dans l'ensemble de l'Union.
- Garantir l'usage de l'espace public comme espace social et culturel. Ces activités devraient inclure des éléments de risque et d'aventure que les citoyens souhaitent voir, ce qui est un des aspects essentiels de la vie humaine.

Préserver les droits des citoyens à participer à des spectacles qui peuvent impliquer une certaine part de risque." [Espagne]

"Harmoniser les réglementations sur les taxations et la sécurité dans l'ensemble de l'Union : mais je crains que ce ne soit qu'un vœu pieux !" [Royaume-Uni]

"Avoir des informations plus claires sur les financements pour le cirque." [Slovénie]

"Un meilleur réseau transeuropéen pour les tournées hors Europe, un soutien financier des pays riches pour travailler dans les pays pauvres (c'est à dire, la responsabilité de l'UE)." [Royaume-Uni]

"Payer des impôts seulement dans le pays d'origine de l'artiste." [Belgique]

"Les taxes sur les artistes étrangers doivent être supprimées. Un passage des frontières totalement libre puisque les tournées internationales sont si importantes pour l'harmonie interculturelle." [Allemagne]

"Des informations fiables et accessibles sur les règlements administratifs de chaque pays de l'Union (et au delà) disponibles dans un centre national d'information pour chaque pays." [France]

"Aide au transport de personnes et de matériel pour les tournées et les visites techniques (dans et hors UE)." [France]

"Des financements spécifiques pour les compagnies qui tournent avec des chapiteaux." [Finlande]

"Une plus grande attention des politiques culturelles européennes au théâtre de rue, une réalité artistique à part entière quoique petite. Une législation qui soutienne et encourage les tournées plus importantes en prévoyant des mécanismes de soutien (information et financement)." [Italie]

"Des financements pour inviter les programmeurs au Royaume-Uni, des financements pour aller dans des festivals à l'étranger. Des financements pour aller à des festivals et des conférences afin de faire des contacts et se constituer un réseau." [Royaume-Uni]

"Des aides aux voyages pour aider les spectacles à tourner. La reconnaissance au Portugal de la valeur culturelle des arts de la rue pour le pays et de ses nécessités spécifiques. La compréhension de la législation sur les arts dans les différents pays." [Portugal]

"Que la Norvège rejoigne l'Union européenne !!!
Créer un réseau d'information européen
Aides aux voyages hors frontières pour les encourager
Un réseau de relations publiques pour les compagnies."
[Norvège]

"Que le Portugal aide ses artistes à s'exporter." [Portugal]

"Un meilleur accès aux institutions culturelles, reconnaissance de la vitalité et de l'importance culturelle des arts de la rue; des informations claires sur les critères de financement du côté italien." [Italie]

- Reconnaître que les arts de la rue sont un puissant instrument pour créer la cohésion sociale et briser les barrières existantes en raison d'une ségrégation reposant sur la race, la religion, la classe sociale, etc.
- Adopter une loi qui stipule que tout projet de rénovation urbaine doit utiliser les arts de la rue et d'autres pratiques artistiques et théâtrales pour s'engager auprès des populations locales afin de faire naître chez eux un sentiment d'acceptation du nouvel environnement. Seule une culture à l'aise dans la rue peut atteindre cet objectif.
- Adopter une loi qui crée un impôt sur la propriété foncière pour financer les arts de la rue dans les festivals et qui stipule que chaque festival doit consacrer une partie de son budget à faire des recherches et célébrer l'histoire unique du lieu où l'impôt a été prélevé. Ensuite les spectacles peuvent tourner et se mélanger." [Royaume-Uni]

"Un bureau de promotion neutre dans chaque pays avec qui on pourrait travailler, d'où qu'on viennent." [Autriche]

"Davantage d'opportunités de financement des voyages et des subventions indirectes pour exporter votre travail."
[Portugal]

"Créer une programmation sur l'année. Les Festivals et rencontres sont importants parce qu'ils donnent à une ville la chance d'accueillir pendant quelques jours un groupe de compagnies, mais il est ensuite nécessaire de développer ces événements de courte durée en un programme à long terme." [République Tchèque]

"Organiser davantage de rencontres avec les programmeurs et essayer de faire pression sur les autorités pour qu'elles changent quelques lois." [République Tchèque]

"Un plus grand réseau en Europe qui réunisse et représente tous les festivals, théâtres etc. (comme Circostrada). Effort de tous les professionnels (programmeurs et compagnies) pour travailler dans une langue commune (comme l'anglais) parce qu'avoir des chargés de diffusion qui dominent toutes les langues européennes est très cher." [Belgique]

- Aider les acheteurs pour les coûts additionnels : transport, gardiennage etc. Ce qui les aidera à programmer des spectacles qui tournent avec un chapiteau.
- Aider les compagnies qui veulent vraiment tourner avec un chapiteau à en acheter un (après examen du projet, en s'assurant qu'il est sérieux et ne sera pas, comme c'est souvent le cas avec les chapiteaux, interrompu à la première difficulté. Travailler avec un chapiteau

est dur.) Il devrait également aider à la maintenance du matériel (chapiteau, électricité, chauffage, gradins, camions, remorques. Ca coûte cher, quelques fois vous devez louer un local, par exemple pour sécher ou réparer le chapiteau, et le plus souvent quand vous faites des réparations, vous devez engager des gens pour le faire avec vous (beaucoup de choses sont lourdes et les sortir seul du camion n'est pas possible).

Quelques fois les acheteurs nous demandent de venir sans le chapiteau, nous l'avons fait, mais ce n'est pas la même chose. Pour moi, le chapiteau, est partie intégrante du décor, autant (ou plus) que tout objet sur scène. Lorsque le public entre sous un chapiteau c'est complètement différent de rentrer dans un théâtre." [Finlande]

Liste des compagnies de rue et de cirque qui ont participé à notre enquête :

Allemagne

Ton und Kirschen Theater
PasParTout
Oko Sokolo
Ulik

Autriche

Zirkus Meer
Floraphoniker

Belgique

D'irque & Fien
Okidok
Magic Land Théâtre
Compagnie Céleste,
Sabine de Lange et Babyk
Baby Washboard Show
Circo Ripopolo
Cirq'ulation Locale
Compagnie des Quatre Saisons

Bulgarie

Theatre Tsvete

Croatie

Artistika
Krepsko

Danemark

Toons 'The Professional Idiot'

Espagne

Sarruga Produccions
Xarxa Teatre
Escarlata Circus
Markeliñe
Producciones Animasur
Boni

Finlande

MedAndraOrd
Circo Aereo

France

Cirque en Kit
Souffleurs – commandos
poétiques
Baro d'evel Cirk Compagnie
Cahin-Caha – Cirque bâtard
Cirque Baroque
Compagnie du Mystère Bouffe
Zanimos

Irlande

Macnas
Fidget Feet Performance
Company

Italie

Atmo
Arcipelago Circo-Teatro
Theatre en vol
Mabo Band
Silence Teatro

Norvège

Circus Khaoom

Pays-Bas

Circus Klomp
Lunatics

Pologne

Teatr Prawdziwy
Stowarzyszenie Teatralne
A PART

Portugal

FIAR – Centro de Artes de Rua
PIA – Projectos de Intervenção
Artística
Teatro Ka

République Tchèque

Mimotaurus
Karromato

Royaume-Uni

Whalley Range All Stars
Architects of Air
Scarabeus
Bureau Of Silly Ideas
Faceless – Access the Arts
Mimbre
Walk the Plank
Ockham's Razor
Gandini Juggling
Wired Aerial Theatre
Artizani

Slovénie

Trupa Aduta
Drulus
Gledališče Ane Monro
Magic Theater Saltimbanko

Suède

Circus Arts