

**Direction Départementale  
Du Livre et de la Lecture**

**Guide pratique des animations culturelles  
en bibliothèque**

**Document réalisé par  
le Comité des Bibliothécaires du Réseau**

**Juin 2006**

**Direction Générale  
Des Services  
Direction Départementale  
Du Livre et de la Lecture**



# SOMMAIRE

**Introduction**

**L'action culturelle en bibliothèque**

**Les étapes du projet**

**I) Définir une politique culturelle**

**i. II) La gestion administrative**

**2. Les rémunérations**  
**Les droits d'auteurs**  
**Le code des marchés**  
**Les subventions**  
**Le bilan des animations**

**III) La communication**

**3. IV) Le bilan des animations**

**Annexes**

**2.**

## Introduction

Le Comité des bibliothécaires du réseau, que la Direction Départementale du Livre et de la Lecture réunit trois fois par an voit ses travaux prolongés par des commissions thématiques. Ces commissions, qui répondent aux préoccupations des professionnels en créant des lieux d'échanges de pratiques, de connaissances et d'expériences permettent de concrétiser la vie du réseau et la coopération au sein de celui-ci en créant des documents de synthèse.

Après l'accueil des classes, la politique documentaire et la charte des collections, c'est sur l'animation culturelle en bibliothèque qu'un groupe animé par Hélène Larose a choisi de travailler. Ce guide pratique est le fruit du travail des membres de ce groupe, particulièrement rompus à l'organisation d'animations en bibliothèque. Il entend éclairer tant sur des questions pratiques qu'administratives tout responsable désireux de mettre en place une animation ponctuelle ou même un vrai programme annuel.

Je souhaite que ce guide soit pour chacun un outil de travail en prise avec les questions concrètes liées à l'élaboration d'une politique culturelle en bibliothèque municipale.

Mélanie Villenet-Hamel  
Conservateur,  
Directrice de la Direction  
départementale du livre et de la  
lecture.

### **3. L'action culturelle en bibliothèque**

Les années soixante ont marqué un changement d'orientation dans la politique des bibliothèques en plaçant le public au cœur de leurs missions.

L'action culturelle a été développée par les bibliothécaires pour mettre en valeur leurs collections, toucher de nouveaux publics peu sensibilisés à la lecture, se faire l'écho de l'actualité et proposer des pistes de lecture de l'information pour former des lecteurs-citoyens.

Elaborer un programme d'action culturelle nécessite des choix, des modes d'action dont la particularité est de faire référence aux documents présents dans la bibliothèque : théâtre, lecture, musique, art multimédia...

Ces choix définissent une politique culturelle et engagent la bibliothèque pour une lisibilité de son action dans la commune.

A la fois témoin et garante de la vitalité de la bibliothèque, l'action culturelle propose de l'événement, du temporaire dans un lieu culturel de savoir et de permanence. C'est de cette confrontation entre mémoire et contemporain que naissent les rencontres et les émotions.

### **Les étapes du projet**

#### **I) - Définir une politique culturelle**

Partie intégrante du métier de bibliothécaire, la mise en place d'une politique culturelle nous mobilise au titre de notre mission de lecture publique.

Cette mise en place répond à un certain nombre d'exigences afin que la politique culturelle de l'établissement s'harmonise avec toutes les étapes de la chaîne du livre. Plusieurs phases sont à détailler :

- dimensionnement des actions, importance et budget
- inscription dans le contexte culturel local
- harmonisation avec le fonds
- pérennisation des événements
- évolution des équipements
- partenariats, économie d'échelle

## 1. Dimensionnement des actions

### 1.1. Les locaux

Le choix du type d'action se définit de préférence à partir de la nature des équipements disponibles. Une salle équipée de cimaises valorise mieux les œuvres, les expositions étant plus précises et complètes qu'un accrochage uniquement dans les lieux de prêt. Pour l'accueil de conteurs, d'auteurs une salle suffisamment vaste est nécessaire. Une salle multimédia ou un lieu de projection permettent la présentation d'art vidéo, une participation à la fête de l'Internet, la création en réseau...

Cependant il y a souvent la possibilité d'adapter un événement aux contraintes des locaux.

### 1.2. Le budget

Du point de vue comptable, l'action culturelle est sur une ligne budgétaire différente de celle des acquisitions. Un projet annuel d'événements culturels, quel que soit son importance instaure et valorise un budget spécifique. C'est également une étape indispensable pour demander des subventions. La lisibilité de ce budget est donc essentielle. Définir un budget pour un an ou pour un événement implique de prévoir chaque poste à financer pour chaque événement. Un dépassement de budget est toujours désagréable.

Le choix de partenaires privés — enseignes commerciales, fondations, entreprises — peut avoir des conséquences sur l'image de l'événement elle est donc à choisir avec discernement, car il est important de travailler avec le réseau commerçant local.

### 1.3. Les spécificités selon la nature des actions :

Différentes actions exigent des dispositions particulières qui influenceront sur le budget, sur le fonctionnement ou sur les équipements du lieu.

Les expositions nécessitent un transport des œuvres, une assurance clou à clou, des conditions d'accrochage de qualité.

Le conte, les lectures obligent à l'équipement d'un lieu, aux paiements d'artistes selon différentes modalités,

Les ateliers exigent des installations favorisant la création des participants, le matériel adapté à la thématique de l'atelier,

Le multimédia, des machines adaptées, un réseau

Les projections, une salle et du matériel à même de valoriser les œuvres.

Chaque intervention d'une personne extérieure pour ces actions nécessite de conventionner cette collaboration même si elle est gratuite.

## 2. Inscription dans le contexte culturel

### 2.1. Le contexte local

Un projet culturel n'est pas seulement la mobilisation d'un savoir-faire technique. Il est aussi, dans sa conception, le reflet d'une réflexion.

Il s'agit de créer les bonnes conditions pour présenter une œuvre que l'on veut faire partager, que ce soit un texte, une peinture, un dessin, un film... Si des actions comme l'heure du conte peuvent se réduire à la venue d'un conteur pendant une heure, l'exigence souhaitée, la préparation du lieu, la synthèse des contes programmés sur l'année relèvent de la politique de l'établissement.

Créons des événements auxquels on a envie de participer ; que l'on a du plaisir à concevoir.

Une programmation cherchant seulement à cibler les publics a vite ses limites. Que faut-il proposer à un public de seniors ? des actions qui leur rappellent constamment qu'ils sont des seniors ou au contraire d'autres qui les considéreront dans toute leur sensibilité et leurs émotions ? C'est la qualité et l'exigence d'un projet, son caractère indispensable, qui fédérera les publics.

Ateliers spécifiques, accueil de classes, actions délocalisées vers des publics empêchés, comités de lecture, seront d'autant plus riches qu'ils ne seront pas formatés. C'est leur capacité à proposer une ouverture, à offrir le dépassement d'une étiquette vite collée sur ces publics qui feront leur succès.

## 2.2. Le contexte communal

La connaissance des autres événements culturels de la commune est indispensable pour être plus précis dans sa programmation, éviter des redites, pour créer une synergie entre les différents événements et les partenaires. La collaboration entre les différentes structures est toujours un atout.

## 2.3. Le contexte intercommunal

L'harmonisation des dates des événements devient plus complexe et nécessite une connaissance et une communication avec les acteurs culturels du bassin de population concerné. La régularité des rencontres ou des actions proposées, leur prévision avec suffisamment d'anticipation faciliteront l'intégration dans ce contexte et évitera des programmations le même jour.

Les caractéristiques géographiques et historiques du bassin sont également à considérer. La facilité de déplacement des habitants des autres communes, la diffusion de l'information sur la zone, la connaissance du passé et de la culture locale peuvent infléchir une programmation ou sa mise en œuvre, et nécessitent parfois des dispositions particulières.

## 2.4. Harmonisation avec le fonds

L'effet peut être double. Une action peut émaner des caractéristiques du fonds — fonds thématique, richesses spécifiques..., elle peut également l'enrichir avec une politique d'acquisition qui découlera de la programmation culturelle du lieu. Les événements seront ainsi prolongés par extension du fonds.

# 3. Équipement

## 3.1. Le matériel

Le matériel disponible — vitrines d'exposition, cimaises, éclairage spécifique, vidéo projecteur, équipement informatique — finit d'orienter le choix des événements envisagés.

## 3.2. Achat et économie d'échelle

Une politique d'acquisition de matériels destinés aux actions culturels du lieu sera d'autant plus pertinente qu'elle est destinée à des actions qui vont se pérenniser. Acheter des cadres

pour une exposition est d'autant plus intéressant que celle-ci ne restera pas occasionnelle. Des investissements peuvent être faits pour équiper un lieu et être amortis sur plusieurs années par les collectivités locales.

### 3.3. Les ressources locales et intercommunales

Les services techniques d'une commune ou d'une communauté de communes offrent d'importants moyens humains. Il convient simplement de respecter les mises à disposition du personnel ( délai, missions, horaires..)

Du matériel est souvent disponible dans les mairies et mis à disposition de l'ensemble des acteurs communaux. La connaissance de la totalité du matériel disponible permet souvent de faire de sérieuses économies d'échelle ou de réaliser plus rapidement des projets.

### 3.4. Les ressources de la DDLL

Le nombre des expositions mises à disposition des bibliothèques et points lecture du département facilite la programmation d'une exposition avec un minimum de moyen, avec une valorisation du fonds grâce aux valises thématiques qui accompagnent ces expositions. Pour autant, un lieu qui ne programmerait que ce genre d'exposition se fera difficilement une identité plus personnelle. En les complétant avec des ateliers spécifiques, des interventions d'artistes choisies, en créant des panneaux qui ancrent le thème dans le contexte local, la manifestation devient une émanation de votre lieu et de sa personnalité.

Même si vous ne réalisez qu'un seul événement dans l'année, peaufinez-le, concevez-le pour avoir toujours envie d'y participer. Votre enthousiasme se communiquera aux différents acteurs de l'événement.

Le métier de bibliothécaire intègre une dimension de médiation culturelle.

## **a. II) La gestion administrative**

Il faut au préalable cibler la forme d'activité pour laquelle l'écrivain/l'artiste est sollicité : rencontre, lecture, débat, atelier d'écriture, résidence de création, petit spectacle.

Une fois l'activité déterminée, prendre contact avec l'écrivain/l'artiste le plus en amont possible du projet ; en particulier pour un projet pédagogique ou une résidence.

L'objet du contact est de se mettre d'accord sur le contenu, les termes et les modalités pratiques et financières du projet : type d'activité, publics, durée, dates, lieux, rémunération.

Le montant de la rémunération est à déterminer avec lui. Il existe une charte des écrivains de littérature de Jeunesse qui définit un tarif. Le montant de la rémunération de la charte est souvent accepté par les auteurs même s'ils ne sont pas adhérents (cf. annexe 1 ,site de la Charte des auteurs de littérature de jeunesse ).

Les frais de déplacement, de restauration et d'hébergement et cotisations Agessa sont en sus.

Distinguer dans les dépenses la rémunération de l'écrivain/l'artiste, les charges sociales, les droits, les frais de déplacement et les autres frais liés à la mise en œuvre du projet.

Certaines activités peuvent être rémunérées sur facture, en salariat, en droits d'auteur, ou en revenus accessoires aux droits d'auteur selon leur nature, mais aussi du fait du plafonnement annuel du montant des revenus accessoires aux droits d'auteur.

Ces différentes modalités de rémunération n'impliquant pas les mêmes charges sociales (de 1 à 40 % selon les cas), il est prudent d'établir un budget prévisionnel au taux maximum de charges sociales, c'est-à-dire à 40 % du salaire brut.

Veiller à ce que, selon le mode de paiement, les déclarations à l'Agessa, à l'Urssaf ou à l'Assedic soient faites.

Confirmer par contrat, à l'auteur les termes de son intervention : lieu, date, type d'activité, montant de la rémunération, prise en charge des frais de déplacement, d'hébergement et de restauration, nom de l'employeur.

L'ensemble de ces démarches garantit pour l'employeur la légalité de son mode de rémunération, pour l'écrivain/l'artiste la rétribution et la couverture sociale auxquelles il a droit au titre de ses activités en tant qu'auteur/artiste.

### **a) Les rémunérations**

La réglementation régissant les achats publics exige que pour l'achat d'un spectacle on suive une procédure identique à n'importe quelle autre acquisition :

demande de devis, bon de commande, ), facture, contrat (le modèle en annexe n°2 doit être adapté en fonction de la prestation )

#### ✓ La rémunération des écrivains

Les structures qui accueillent des écrivains sont appelées « diffuseurs » par les organismes sociaux.

- Trois formes légales de paiement sont en vigueur, selon la nature de l'intervention de l'écrivain : **le salariat, le paiement de droits d'auteur et le paiement de revenus accessoires aux droits d'auteur**. Cette dernière modalité de paiement a été rendue possible pour les représentations orales de l'œuvre (lectures, rencontres...) jusqu'à concurrence d'un montant de 3 963 € (pour un auteur et pour une année).

#### ✓ Le paiement des droits d'auteurs

L'auteur doit :

- établir et vous remettre une note de cession de droits d'auteur. ( annexe n°3)
- fournir le bordereau simplifié de déclaration Agessa (annexe n°4)

Demander à l'Agessa (association pour la gestion de la sécurité sociale des auteurs à Paris) des exemplaires du bordereau simplifié de déclaration ou les télécharger sur le site

- Si c'est la première fois que le diffuseur rémunère en droits d'auteur, il doit se faire immatriculer auprès de l'Agessa (article R-382-20 du Code de la sécurité sociale) qui est l'organisme chargé par l'Etat de gérer le régime de sécurité sociale des auteurs (articles R-382-6 et 7 du code de la sécurité sociale) .Demander une *déclaration d'existence* à l'Agessa.( annexe n°5)



✓ Le paiement de revenus accessoires aux droits d'auteur

Une circulaire du ministère chargé de la Sécurité Sociale (2.04.98) a donné la possibilité à l'Agessa de prendre en compte les activités accessoires des auteurs telles que la participation à des débats, rencontres....parce que les rémunérations perçues à ce titre ne pouvaient être qualifiées de droits d'auteur quand il n'y a pas de publication ni de représentation d'une œuvre. Les termes « revenus accessoires aux droits d'auteur » sont alors employés, il faut établir des notes d'auteur. Pour ce faire, demander à l'Agessa le bordereau relatif à la déclaration des revenus accessoires aux droits des auteurs.

Adresse AGESEA

AGESEA  
21, bis rue de Bruxelles  
75439 PARIS  
Tél. : 01.48.78.25.00  
Site web : [www-agessa.org](http://www-agessa.org)

✓ le salariat

Il faut établir un contrat de travail à durée déterminée.

La démarche est la suivante :

- préalablement à l'embauche effective, établir la Déclaration Unique d'Embauche (D.U.E.) ; celle-ci est à demander auprès de l'Urssaf (une adresse par département ; minitel : 3614 URINFO ; site web : [http //www.declaration.urssaf.fr](http://www.declaration.urssaf.fr)). La D.U.E. permet de remplir en une seule fois toutes les obligations liées à une embauche .
- une fois l'action terminée (ou à la fin de chaque mois civil si celle-ci s'étend sur plusieurs mois) établir une ou des fiche (s) de paie (modèle préétabli chez les papetiers) .
- faire les déclarations sociales afférentes : les cotisations d'un trimestre civil sont dues au 15 du mois qui suit son terme (les cotisations des salaires versés en janvier, février, mars sont dues au 15 avril, etc...).

✓ le paiement sur la facturation : dans deux cas seulement.

- Si une association d'artistes produit la facturation (c'est elle qui se charge également des déclarations sociales et le diffuseur doit s'assurer que tel est le cas). Elle doit disposer d'un numéro SIRET.
- Si l'intervenant à un statut de travailleur indépendant ou de profession libérale (s'assurer de son inscription professionnelle), il dispose d'un numéro SIRET.

En l'absence de N° SIRET tout règlement d'honoraires est en infraction avec le Code de la Sécurité Sociale. Son intervention doit être en lien avec sa profession. Il produit une note d'honoraires.

✓ Rémunérer un artiste du spectacle vivant

Lorsque la bibliothèque organise un spectacle qui recourt à l'embauche d'artistes ou de techniciens du spectacle vivant (comédien, chanteur, musicien, danseur) de manière

occasionnelle, elle doit s'adresser au Guichet Unique du Spectacle Occasionnel (GUSO) (cf. Annexe 6) pour obtenir une simulation des charges.

Le dispositif permet aux organisateurs de s'acquitter, en une seule démarche de l'ensemble des déclarations sociales nécessaires à l'embauche (circulaire du 16 mars 2004).

- Le champ d'application du GUSO tel que défini par l'article L.620-9 du Code du Travail vise les organisateurs de spectacles vivants dès lors que le spectacle ne constitue pas leur activité principale.

- Tous les organisateurs occasionnels de spectacles vivants dispensés de licence d'entrepreneur de spectacles car effectuant, au plus, six représentations par an ;

- Toutes les structures titulaires d'une licence d'entrepreneur mais dont l'activité principale n'est pas l'organisation de spectacles ;

La procédure unique de déclaration peut se faire soit sur support papier, soit en ligne ([www.guso.com.fr](http://www.guso.com.fr)) GUSO, 27 rue de la Foire 74500 Chavanod.

Un formulaire spécifique comptant deux volets distincts insérés dans un dossier dit « dossier guichet unique » permet à l'employeur d'effectuer la déclaration préalable à l'embauche (1<sup>er</sup> volet) et de s'acquitter des autres obligations déclaratives au moyen du second volet intitulé « déclaration unique et simplifiée ».

Ce dossier « guichet unique » peut être demandé au GUSO par l'employeur ou par l'artiste ou le technicien, dans tous les cas, il sera adressé par le GUSO à l'employeur.

## **b) Les droits d'auteur**

En France, le droit d'auteur est régi par le Code de la Propriété Intellectuelle (CPI) du 1<sup>er</sup> juillet 1992 qui regroupe les lois relatives à la propriété intellectuelle, notamment la loi du 11 mars 1957 et la loi du 3 juillet 1985.

Le droit d'auteur protège les œuvres sans l'accomplissement de formalités. C'est l'un des principes fondamentaux du droit français qui protège une œuvre du seul fait de sa création dès lors qu'elle est matérialisée dans une forme et qu'elle est originale. Une œuvre est originale lorsqu'elle porte l'empreinte de la personnalité de son auteur.

Les œuvres artistiques recouvrent une vaste catégorie d'œuvres notamment les œuvres graphiques et plastiques, les photographies, les arts appliqués, les architectures...

### Les droits patrimoniaux

Ces droits patrimoniaux sont cessibles, leur gestion peut en être confiée à une société d'auteurs, leur durée est de 70 ans après la mort de l'auteur en France et dans les pays de l'Union Européenne. Ainsi en cas de décès de l'auteur, ce sont les héritiers de l'auteur qui seront titulaires des droits d'auteur pendant 70 ans. Au delà, l'œuvre tombe dans le domaine public c'est-à-dire qu'elle est à la disposition de tous et peut être exploitée librement sous réserve du respect du droit moral qui est perpétuel.

### Les droits de reproduction (Art L 1223)

La reproduction consiste en la fixation matérielle de l'œuvre par tous procédés qui permettent de la communiquer au public d'une manière indirecte. Elle peut s'effectuer notamment par imprimerie, dessin, gravure, photographie, moulage et tout procédé des arts graphiques et plastiques, enregistrement mécanique, cinématographique ou magnétique. Pour les oeuvres d'architecture, la reproduction consiste également dans l'exécution répétée d'un plan ou d'un projet type.

1) La musique :

a. La SACEM

L'organisateur d'une manifestation avec diffusion de musique doit, selon les dispositions du Code de la propriété intellectuelle, obtenir l'autorisation des auteurs dont il utilise les œuvres en public et leur verser une rémunération.

Cette disposition concerne également les espaces multimédias des médiathèques, pour la consultation des sites Internet ou les espaces d'écoute de CD.

La SACEM délivre cette autorisation et perçoit les droits d'auteur pour les répartir entre les créateurs et les éditeurs des œuvres utilisées.

Concernant les espaces multimédia ou d'écoute de musique des bibliothèque, il s'agit d'un forfait calculé en fonction du nombre de micro-ordinateurs ou de points d'écoute mis à la disposition du public et du nombre d'heures d'ouverture de l'établissement.

b. Avant la séance

- Obtenir l'autorisation de la SACEM en remplissant en ligne la déclaration simplifiée ([www.sacem.fr](http://www.sacem.fr)) La SACEM vous confirmera que la manifestation bénéficie de l'autorisation et vous indiquera le montant TTC du forfait à régler avant la séance ainsi que le n° d'autorisation.

- Régler le forfait en rappelant le n° d'autorisation . Vous recevrez une facture.

- La SACEM accorde une réduction de 20 % aux organisateurs munis de son autorisation.

Le forfait se calcule en appliquant 8,8 % sur le prix de vente du spectacle (11 % sans la réduction). Le forfait minimal est de 40,72 € T.T.C.

i. Après la séance

Adresser à la SACEM la liste des titres de chansons ou œuvres diffusées que l'artiste ou le sonorisateur vous remettra.(annexe n°7)

c. Adresses

- SACEM  
2, rue de Verdun  
34960 Montpellier Cedex 2  
Tél. : 04.99.74.21.70

- SACEM  
2, avenue Saint-Saëns CS 10664  
34536 Béziers Cedex  
Tél. : 04.99.43.23.21

Portail SACEM : [www.sacem.fr](http://www.sacem.fr)

- d. 2) Le Théâtre ; la littérature ; la danse
- e. La SACD

La SACD perçoit et répartit les droits des auteurs du spectacle vivant , de l'audiovisuel et toutes les nouvelles œuvres diffusées par les nouveaux médias : images fixes et nouvelles images (2d/3d), interactifs, multimédias, auteurs de théâtre, chorégraphie,...

- La responsabilité du paiement des droits d'auteurs incombe à la compagnie, sauf si le contrat indique expressément qu'il incombe à la structure d'accueil.

La compagnie en sa qualité de détentrice de l'autorisation de représenter l'œuvre est toujours responsable en dernier ressort du paiement des droits d'auteur.

### Avant la représentation

#### f. L'autorisation

- S'assurer auprès de la compagnie qu'elle a bien demandé l'autorisation d'exploiter l'œuvre qu'elle joue auprès de la SACD au moins six mois avant la représentation.

- Pour une troupe amateur : une troupe amateur effectue les mêmes démarches pour la demande d'autorisation de représentation et pour l'acquittement des droits d'auteur que les représentations soient gratuites ou payantes. Une tarification spécifique leur est proposée.

### Après la représentation

#### La rémunération (annexe n°9)

Le taux de perception s'applique sur le prix de vente TTC du spectacle ou sur les recettes produites par la vente des places.

- 10 % sur le prix de vente TTC
- + 2 % CCSA (Contributions à caractère social)
- + 1 % Agessa (sur les 10 %)
- + 5,5 % TVA

Pour les compagnies amateurs :

- 9,90 % sur le prix de vente (forfait minimum 78 €)
- 12 % tarif majoré si l'autorisation préalable n'a pas été demandée.

SACD (Société des Auteurs et Compositeurs Dramatiques)

11bis rue Ballu  
75442 Paris cedex 9  
Portail SACD :  
[www.sacd.fr](http://www.sacd.fr)

#### 3) Les Arts visuels L'ADAGP

L'ADAGP est la société française de gestion collective des droits d'auteur dans les arts visuels (peinture, sculpture, photographie, multimédia, .....).

L'ADAGP perçoit et répartit tous les droits revenant aux auteurs. Elle intervient dans les domaines suivants :

- droit de reproduction (livres, posters, presse, merchandising...),
- droit de représentation (audiovisuel, écran d'ordinateur...),
- droit de suite,
- copie privée,
- reprographie,
- multimédia.

#### 4) Utiliser des œuvres (Droit de reproduction et de représentation)

Si vous souhaitez utiliser des œuvres des membres de l'ADAGP, il vous faut, conformément aux termes de l'Article L 122-4 du CPI, obtenir tout d'abord l'autorisation préalable de l'ADAGP quels que soient le support ou l'utilisation envisagée.

La demande d'images et la demande d'autorisation de reproduction peuvent être effectuées en ligne sur le site même.

- 1) Vérifier que l'auteur est représenté par l'ADAGP
- 2) Adresser la demande d'autorisation préalable à l'ADAGP  
Celle-ci doit être accompagnée des informations relatives aux œuvres des auteurs que vous souhaitez utiliser et à l'exploitation que vous envisagez (titre de la publication, format, tirage etc...).
- 3) A réception de ces informations, l'ADAGP vous enverra son accord et vous informera du montant des droits d'auteur à acquitter

#### 5) Exposer des œuvres (Droit d'exposition ou de monstration)

Les droits d'exposition sont inscrits dans le Code de la propriété intellectuelle mais ils sont très rarement demandés par les artistes. Les droits sont soit versés directement à l'artiste soit à l'ADAGP qui se charge de les collecter.

Les droits sont calculés en fonction d'un barème fixé par l'ADAGP: temps d'exposition / nombre d'œuvre, quelque soit la notoriété de l'artiste : exemple : 10 euros par mois de 1 à 10 œuvres, dans le cas d'une exposition sans recette et à but non lucratif.

ADAGP  
11, rue Berryer  
75008 paris  
tel : 01 43 59 09 79  
[www.adagp.fr](http://www.adagp.fr)

#### La Banque d'images (BI)

L'ADAGP a ouvert son site Banque d'Images (<http://bi.adagp.fr>) en octobre 2001. Elle est constamment enrichie et compte actuellement plus de 11 000 images.

L'ADAGP fournit aux professionnels de nombreuses images pour des utilisations très diverses (livres, presse, calendriers, multimédia...). Les auteurs concernés sont autant des artistes "consacrés" comme des auteurs moins connus dont les œuvres n'avaient jamais été reproduites faute de documents disponibles dans les photothèques traditionnelles.

Si vous souhaitez utiliser une œuvre reproduite dans un livre (illustration, photo, dessin...) il est nécessaire de demander l'autorisation à l'éditeur en précisant l'utilisation que vous voulez en faire : illustration d'un dépliant gratuit, d'une bibliographie...) par courrier ou par fax.

### La Banque d'images de la Bibliothèque Nationale de France

La BnF met en ligne sur son site Internet, la Banque d'images du service reproduction, accessible sur [www.images.bnf.fr](http://www.images.bnf.fr).

Cette base, en accroissement constant est constituée de plus de 60 000 images en couleur et noir et blanc de documents conservés dans les collections de la BnF

(estampes, gravures, cartes et plans, manuscrits, enluminures, monnaies et médailles...). Elle permet à tous les publics de consulter, commander et payer en ligne ces images.

### SESAM : Droits des auteurs multimédia

C'est une société commune de gestion de droits d'auteurs créée en 1996, pour simplifier les démarches à effectuer par les utilisateurs d'œuvres et homogénéiser les procédures mises en place par des ayants droits aussi divers que ceux issus de l'image fixe, l'image animée, la musique, ou l'écrit.

En fédérant les diverses sociétés de droit d'auteur, SESAM permet aux auteurs de bénéficier de l'exploitation de leurs œuvres et aux producteurs, développeurs, fournisseurs de contenu en ligne la possibilité d'obtenir plus simplement des autorisations nécessaires à la mise à disposition du public d'un contenu protégé au titre du droit d'auteur.

SESAM

16, place de la fontaine aux lions

75019 Paris

tel. 01.47.15.87.39

[sesam@sesam.org](mailto:sesam@sesam.org)

### **c) Le code des marchés publics :**

L'action culturelle est considérée comme un service et à ce titre elle est soumise à l'article 30 (modifié par le décret 2005 du 24.08.05) qui stipule : « les marchés de service dont le montant estimé est égal ou supérieur à **4 000 euros** ht peuvent être passés selon une procédure adaptée librement définie par la personne responsable du marché. »

Deux possibilités s'offrent alors à l'acheteur public, suivant les cas:

- le recours à la publicité et mise en concurrence (quand plusieurs prestataires peuvent répondre de manière équivalente):

Les modalités tiennent compte du montant du marché, de son objet, du degré de concurrence ....(voir le service des finances de votre collectivité)

- sans publicité, ni mise en concurrence dans la mesure où la commande ne peut être confiée qu'à un seul prestataire pour des raisons techniques, ou artistiques, c'est ce que l'on

désigne par le qualificatif « d'intuitu personae ». Cette procédure doit faire l'objet d'une note justificative signée par le maire.

#### **d) Les subventions**

Lors de la mise en place de la programmation culturelle de la médiathèque, il est possible, et même souhaitable pour nos collectivités, d'adresser une demande de subvention aux différents organismes institutionnels :

- DRAC Languedoc Roussillon
- Région Languedoc Roussillon

Ces subventions doivent obligatoirement apparaître dans le budget global de la médiathèque en recette de fonctionnement. Elles font également l'objet de délibération au conseil municipal, ce qui permet en outre de valoriser l'activité de la médiathèque.

#### **La DRAC Languedoc-Roussillon**

Le dossier de demande est à envoyer à la DRAC pour le 15 novembre pour les animations de l'année suivante. Il doit être composé de :

- une demande de subvention (délibération du Conseil Municipal)
- un RIB
- un descriptif précis de l'action subventionnée (2 pages maximum) et d'une note de synthèse du projet
- le budget de l'action en équilibre
- le compte-rendu d'emploi financier de la subvention antérieure s'il y a lieu
- le bilan moral de l'action de l'année antérieure s'il y a lieu
- le numéro de SIRET de la collectivité

Contact :

Direction Régionale des Affaires Culturelles Languedoc-Roussillon  
A l'attention de Nadine Etcheto-Tharel, conseillère pour le livre et la lecture  
5, rue de la Salle l'Evêque  
34967 Montpellier Cedex  
Secrétaire : Ghislaine Domenech, collaboratrice « Bibliothèque municipale »  
[Ghislaine.domenech@culture.gouv.fr](mailto:Ghislaine.domenech@culture.gouv.fr)  
Tél. : 04.67.02.35.23

#### **La Région Languedoc-Roussillon**

Depuis la nouvelle majorité régionale, la politique culturelle de la région en matière de subvention a été très largement remaniée et modifiée. Il semble qu'il soit plus évident d'obtenir des subventions mais celles-ci ne sont attribuées que pour des actions à « vocation régionale ».

Contact :

Conseil Régional Languedoc Roussillon  
Monsieur Fabrice Manuel  
Directeur de la Culture et du Patrimoine  
201 Avenue de la Pompignane

34064 Montpellier cedex 02  
tel : 04 67 22 80 00

### Le Conseil Général de l'Hérault

Le CG34 ne subventionne pas directement les actions menées. Grâce au partenariat avec la Direction Départementale du Livre et de la Lecture pour l'organisation soit d'expositions, de rencontres, d'ateliers ou autres, ceux-ci prennent en charge en partie la manifestation ce qui équivaut à une subvention indirecte.

Il est évident qu'il faut faire apparaître de façon claire et détaillée cette participation du Département auprès de notre collectivité car c'est un moyen de valoriser le partenariat développé entre le Département et les bibliothèques du réseau.

Contact :

Hélène Larose  
[h-larose@cg34.fr](mailto:h-larose@cg34.fr)  
04.67.62.71.00

### **III) La communication**

L'organisation d'animations culturelles nécessite de définir, en amont, un plan de communication : cibler les publics visés, prévoir un budget, définir une charte graphique, établir un calendrier, constituer une documentation, évaluer les supports de communication et de publication ainsi que les outils de diffusion.

#### **Budget**

Les principales lignes budgétaires sont les suivantes :

- Conception d'une charte graphique
  - Réalisation des maquettes des différents supports de communication
- Voir avec les services de votre administration de tutelle, sous-traiter si vous en avez les moyens ou bien recyclez-vous dans le graphisme !
- Impression des documents : (en fonction des moyens) de la simple photocopie noir/blanc ou couleur à l'impression quadri
    - ⇒ Prévoir le format du document, le grammage et la qualité du papier, la quantité souhaitée
  - Diffusion : par voie postale ou numérique (cette dernière est bien souvent gratuite).
  - Insertion presse : certaines sont payantes.

#### **Calendrier**

Pensez à communiquer les événements suffisamment à l'avance pour améliorer leur impact auprès des publics : prévoir au minimum une quinzaine de jours pour une publication par voie de presse. N'oubliez pas le compte-rendu qui témoignera a posteriori de la qualité de l'animation.

N'hésitez pas à demander les échéances de publication des différents documents sur lesquels vous souhaitez diffuser vos informations (revue communale, prospectus - par ex. Lire en fête - etc...)

#### **La charte graphique**

Un conseil : avant de vous lancer dans la réalisation de supports de communication, prévoyez une charte graphique pour identifier visuellement votre établissement et votre commune . La lisibilité de vos actions culturelles n'en sera que meilleure.

En fonction de votre budget et en accord avec votre hiérarchie, faites appel au talent d'un graphiste. Dans le cas contraire, essayez de personnaliser ou d'harmoniser la présentation



de vos documents par le choix d'un format, d'une mise en page, d'une typographie, d'un logo ou d'un identifiant graphique... Une fois définis, ces éléments seront déclinés sur les différents supports papiers ou numériques, en conformité avec la charte graphique de la commune.

### **La documentation**

La pertinence de la communication est souvent liée à la richesse de la documentation rassemblée sur le sujet (dossiers de presse, plaquette, textes divers). N'hésitez pas à solliciter les intervenants ou à défaut, recherchez les informations sur Internet.

Pensez également aux supports visuels : images publicitaires et logos des partenaires.

L'impact visuel de l'image est important., Mettez à profit vos dons de photographe !

En ce qui concerne les images : demandez des formats numérisés :

- Format .jpg pour une qualité moyenne (type image de presse) en taille suffisamment importante pour être exploitée
- Format .eps pour une impression quadri de bonne qualité : type carton d'invitation, affiche... (si vous sous-traitez)

### **Supports de communication**

Selon l'impact publicitaire visé, choisissez les supports de communication et engagez-vous dans la phase rédactionnelle , sans oublier de mentionner les partenaires financiers (Etat, collectivités, mécènes, sponsors ...):

- dossier de presse
- communiqué de presse
- article, compte-rendu...
  
- affiche
- "flyer" (prospectus)
- carton d'invitation
- plaquette de présentation
- etc...

- *N'oubliez pas la note de communication interne*

-*Attention à respecter la législation en période pré-électorale*

### • **Publication / Diffusion**

#### **Publication par voie de presse**

Voici la liste des journaux habilités à publier et diffuser **gratuitement** les annonces dans le département de l'Hérault :

Vous pouvez envoyer vos informations par mail, par fax, par disquette ou par CD-ROM.

### Quotidiens

(contactez votre correspondant local généralement indiqué sur les sites Internet)

- Midi Libre (Rue du Mas de Grille à Saint-Jean-de-Védas  
SNC Midi-Libre publicité - 34923 Montpellier)  
  
Midi Libre Béziers - 1 avenue Wilson - 34500 Béziers -  
Tel : 04 67 09 16 78 / Fax : 04 76 09 16 80
- L'Hérault du jour (La Marseillaise - 19, cours d'Estienne d'Orves BP 1862 - 13222  
Marseille - Site web : <http://www.lamarseillaise.fr>)  
Correspondant Béziers : 58 allées, Paul Riquet - 34500 Béziers  
Mail : [pazam@lamarseillaise.fr](mailto:pazam@lamarseillaise.fr))
- La journée vinicole (121 rue du Caducée - 34090 Montpellier)

### Hebdomadaires

- La gazette de Montpellier (13 place de la Comédie - 34000 Montpellier)
- L'Hérault information hebdo (2, rue Alexandre Cabanel - 34500 Béziers)
- L'Agathois (26, rue Jean-Jacques Rousseau - BP 104 -  
34302 Agde Cedex)
- Olé Béziers (2 av. du 22 août 1944 - 34500 Béziers -  
Tel : 04 67 49 22 83 / Fax : 04 67 49 30 41 -  
[ole.mag@wanadoo.fr](mailto:ole.mag@wanadoo.fr))
- Mémento ([info@mementobis.fr](mailto:info@mementobis.fr)  
(madeinmadale-Madale 34610 Rosis)

### Gratuits

### **Concernant la diffusion des supports papier**

Veillez à mettre vos différents documents à la disposition du public à l'intérieur de la médiathèque et dans les points stratégiques de la commune, de la communauté de commune ou d'agglomération, dans les communes avoisinantes :

- Mairies
- Bibliothèques/Médiathèques
- Musées, équipements culturels autres
- Offices de tourisme
- Associations culturelles diverses, Foyers ruraux, PIJ...
- Maisons du peuple, cinémas...
- Cafés, restaurants, hôtels, campings....

### **Publication / Diffusion par voie numérique**

L'utilisation d'Internet permet d'accélérer le délai de publication et d'élargir (bien souvent gratuitement) le réseau de diffusion.

### **La messagerie électronique**

Si vous bénéficiez d'un accès Internet haut débit, la diffusion par voie de messagerie électronique est gratuite.

Au préalable, pensez à constituer dans votre carnet d'adresses **une liste de diffusion** suffisamment riche : adhérents médiathèque, partenaires, presse...

Pensez à utiliser d'autres listes de diffusion : celles de votre collectivité ou bien celle du C2LR.

#### **Les adresses :**

- Personnels de votre administration de tutelle
- Partenaires institutionnels et privés
- Adhérents médiathèque
- Réseau de médiathèques
- Presse

#### **Quelques exemples**

DDLL : mwillenethamel@cg34.fr / h-larose@cg34.fr

DRAC : nadine.etcheto@culture.gouv.fr

Astuce : pour envoyer un courriel à plusieurs destinataires, sélectionnez vos adresses électroniques dans votre carnet et placez-les en mode invisible (CCI). Ainsi elles n'apparaîtront pas à l'ensemble de vos destinataires. Cette procédure garantit la confidentialité de vos adresses.

#### **Liste de diffusion du C2LR**

Pour envoyer vos informations par mail : C2LR.info@c2lr.net

Le texte que vous saisissez est transmis gratuitement à l'ensemble des abonnés du site.

#### **- Site web**

Vous pouvez diffuser vos informations sur le site Web de la médiathèque ou bien, à défaut, sur celui de votre collectivité.

#### **- Le Blog**

Le blog ou weblog est un site Internet personnel qui ajoute aux fonctionnalités d'un site-web la simplicité et l'interactivité. Il favorise la publication d'articles et invite les visiteurs à les commenter.

Le blog est un moyen de communication de plus en plus répandu. Vous pouvez les créer gratuitement sur certains sites Internet.

#### **Enfin...**

Pensez également aux panneaux d'affichage numérique des communes, aux publications micro, ainsi qu'aux différentes publications des collectivités (revue communale...)

N'oubliez pas de rédiger et de communiquer les comptes-rendus (fréquentation, déroulement de l'événement, photos) par voie interne, par voie de presse ou par Internet.

Pensez à rassembler l'ensemble des documents produits à l'occasion d'une animation dans un dossier. Ils constitueront une mémoire de vos activités et seront utiles pour préparer vos dossiers annuels de subventions, rapports annuels,...

## IV) Le bilan des animations

Voici une grille d'analyse qui vous permettra à l'issue de chaque animation d'établir un bilan de l'animation que vous avez organisée car en fin d'année il est intéressant de pouvoir réaliser un bilan global des animations afin de réajuster si nécessaire la programmation de l'année suivante.

Enfin il est courant aujourd'hui d'évaluer les politiques culturelles et il est important de pouvoir répondre précisément aux demandes de votre collectivité.

Date :      Lieu :

Dans le cadre de :  
Titre :

Intervenants :

Public ciblé :

Objectif de la manifestation :

### **B- Bilan financier**

➤ prix de la prestation :

➤ frais annexes :

    → déplacement :→      restauration :→

    hébergement :

### **a. Bilan communication**

type de communication :

➤ affiches :

    → nombre

    → coût

➤ encart publicitaire :

    → nombre

    → coût

➤ dépliant :

    → nombre

    → coût

➤ radio :

    → nombre de passage

    → coût

➤ articles presse :

    → nombre

    → titre des journaux

➤ mailing :

    → nombre

    → coût

retombées :

### **C- Bilan fréquentation**

➤ fréquentation :

    → nombre de personnes

    → type de public

• âge moyen

• type de public

    familial jeune

    adulte

    multi-générationnel

• lecteur ou non lecteur

➤ comparaison par rapport aux animations du même type :

remarques :

**D- Bilan qualité**

➤ qualité de la prestation :  
bonne                      moyenne                      à améliorer

➤ relation / contact avec les intervenants :

---

**Ont participé à la rédaction de ce document , dans le cadre de la commission  
« l'animation culturelle dans la bibliothèque, pourquoi, comment ? » du CBR :**

**Bruno Canard, responsable de la médiathèque de Ganges**

**Virginie Desrois, responsable de la médiathèque de Capestang**

**Laurence Harau, responsable de la médiathèque de Bédarieux**

**Hélène Larose, DDLL.**

**Juin 2006**

## **ANNEXES**

N°1 : Manifestations littéraires, organismes ressources

N°2 : Modèle de contrat de cession du droit d'exploitation d'un spectacle

N°3 : Modèle de note de droits d'auteurs

N°4 : bordereau simplifié de déclaration AGESEA

N°5 : Déclaration d'existence auprès de l'AGESEA

N°6 : Simulation GUSO

N°7 : Liste des œuvres diffusées

N°8 : Bulletin de déclaration SCAD

N°9 : Calcul de la rémunération spectacle vivant

**MANIFESTATIONS LITTERAIRES**  
**Organismes ressources : quelques propositions**

## Aides financières

- **CNL** (Centre National du Livre)  
Hôtel d'Avejan – 53 Rue de Verneuil  
75343 PARIS CEDEX 07  
Tél. : 01 49 54 68 68  
[www.centrenationaldulivre.fr](http://www.centrenationaldulivre.fr)  
Formulaire sur le site
- **DRAC** (Direction Régionale des Affaires Culturelles)  
5 Rue Salle l'Evêque  
34967 MONTPELLIER Cedex  
Tél. : 04 67 02 32 00
- **CONSEIL REGIONAL – DIRECTION DE LA CULTURE ET DU PATRIMOINE**  
201 Avenue Pompignane  
34064 MONTPELLIER CEDEX 2  
Tél. : 04.67.22.80.00

**Conseils notamment pour le travail des écrivains** (diverses sociétés d'auteurs)

- **SGDL** (Société des Gens de Lettres)  
30 Rue du Faubourg Saint-Jacques  
75014 PARIS  
Tél. : 01 53 10 12 00  
[www.sgdl.org](http://www.sgdl.org)  
Conseils juridiques
- **SACD** (Société des Auteurs et Compositeurs Dramatiques)  
11 bis Rue Ballu  
7542 PARIS CEDEX 9  
[www.sacd.fr](http://www.sacd.fr)  
(Voir notamment l'association Beaumarchais et Entr'Actes (pour les écrivains dramatiques))
- **LA MAISON DES ECRIVAINS**  
53 Rue Verneuil  
75007 PARIS  
Tél. : 01 49 54 68 80  
[www.maison-des-ecrivains.asso.fr](http://www.maison-des-ecrivains.asso.fr)  
Se propose comme partenaires de structures souhaitant recevoir des écrivains, source d'information documentaire...
- **LA CHARTE DES AUTEURS ILLUSTRATEURS JEUNESSE**  
39 Rue de Chateaudun  
75009 PARIS



<http://perso.wanadoo.fr/cielj/charte>

information ; organisation de débats ; participation à des conférences...

## a. Mise à disposition d'expositions itinérantes, informations diverses

Lieux Ressources Spécialisés

### ▪ L'ADER

**Association pour le Développement de l'Édition en Région Languedoc-Roussillon**

**2 Rue Jouy d'Arnaud**

**66140 CANET EN ROUSSILLON**

**Madame Florence Ludi**

**Tél. : 04 67 89 64 56**

[Florence-ludi@wanadoo.fr](mailto:Florence-ludi@wanadoo.fr)

### ▪ L'ART A LA PAGE

**8 Rue Amelot**

**75011 PARIS**

**Tél. : 01 43 57 84 95**

[www.artalapage.com](http://www.artalapage.com)

**Galerie d'art proposant des expositions sur la littérature de jeunesse**

### ▪ AUTOUR DES AUTEURS - ASSOCIATION DES ECRIVAINS ET TRADUCTEURS EN LANGUEDOC-ROUSSILLON

**7 Rue du Miradou**

**34170 Castelenau-le-Lez**

**Tél. : 08 75 92 58 60 / 06 74 80 60 14**

**Email : contact : ada@orange.fr**

**Site Internet : [http : //adesauteurs.free.fr](http://adesauteurs.free.fr)**

**Intervenir en partenaire des institutions administratives et culturelles et apporter ainsi sa contribution au dialogue entre les professionnels du livre.**

### ▪ CNBDI (Centre National de la Bande Dessinée et de l'Image)

**121 Rue de Bordeaux**

**16023 ANGOULEME CEDEX**

**Tél. : 05 45 38 65 65**

[www.cnbd.fr](http://www.cnbd.fr)

**Lieux de ressources sur la BD**

### ▪ ASSOCIATION LA MAISON DES AUTEURS DE BD

**38 Rue de Boissières**

**16000 ANGOULEME**

[www.mdabd.com](http://www.mdabd.com)

**Informations sur la BD, projet de base de données et d'élaboration d'une charte des festivals.**

### ▪ LA MAISON DES ILLUSTRATEURS

**127 Rue du Chevaleret**

**75013 PARIS**

**Tél. : 01 44 24 08 89**

**Promotion de l'illustration, souhaite faire connaître les jeunes talents, proposition d'exposition**

### ▪ LE PRINTEMPS DES POETES

**6 Rue du Tage**

**75013 PARIS**

**Tél. : 01 53 800 800**

[www.printempsdespoetes.com](http://www.printempsdespoetes.com)

- **CENTRE INTERNATIONAL DE POESIE MARSEILLE**  
**Vieille Charité – 2 Rue de la Charité**  
**13002 MARSEILLE**  
**Tél. : 04 91 91 26 45**  
[www.cipmarseille.com](http://www.cipmarseille.com)  
**Lieu de ressources sur la poésie**
- **LE CLIO – CENTRE DE LITTERATURE ORALE**  
**Quartier Rochambeau**  
**41100 VENDOME**  
**Tél. : 02 54 72 26 76 - Fax : 02 54 72 25 30**  
[clio@clio.org](mailto:clio@clio.org)  
[www.clio.org](http://www.clio.org)
- **LE CMLO – CENTRE MEDITERRANEEN DE LITTERATURE ORALE**  
**Marc Aubaret**  
**4 Boulevard Gambetta**  
**30100 ALES**  
**Tél. : 04 66 56 67 69**  
**Fax : 04 66 56 50 38**  
[cmlo@wanadoo.fr](mailto:cmlo@wanadoo.fr)  
**site : [www.euroconte.org](http://www.euroconte.org)**  
**Spécialisé sur le CONTE : information, formation (stages...), documentation, expositions...**
- **LA JOIE PAR LES LIVRES / CENTRE NATIONAL DU LIVRE POUR ENFANT**  
**25 Boulevard de Strasbourg**  
**75010 PARIS**  
**Tél. : 01 55 33 44 44**  
[cnle@lajoieparleslivres.com](mailto:cnle@lajoieparleslivres.com)  
[www.lajoieparleslivres.com](http://www.lajoieparleslivres.com)  
 Centre de documentation, information sur la littérature de jeunesse, formation (stages, Colloques), publications (revue, ouvrages de référence)
- **LA BILIPO – BIBLIOTHEQUE DES LITTERATURES POLICIERES**  
**48-50 Rue du Cardinal Lemoine**  
**75005 PARIS**  
**Tél. : 01 42 34 93 00**  
[biblio@free.fr](mailto:biblio@free.fr)  
**Bibliothèque spécialisée, conservation et promotion des littératures policières – Expositions itinérantes, publication (Les Crimes de l'Année).**

**MODELE DE**  
**CONTRAT DE CESSION**  
**DU DROIT D'EXPLOITATION D'UN**  
**SPECTACLE**  
**(Article 279.B.bis du CGI)**

**ENTRE LES SOUSSIGNES :**

RAISON SOCIALE DE L'ENTREPRISE :

Numéro RCS :

APE :

Adresse :

Téléphone :

Fax :

Représentée par :

Qualité :

Titulaire de la licence catégorie n°

Ci-après dénommée « LE PRODUCTEUR »,

**d'une part,**  
**et**

**et**

RAISON SOCIALE DE L'ENTREPRISE : Mairie **ou** Association **ou** Communauté de Communes  
**ou** cave, etc.

Numéro S.I.R.E.T. :

Numéro licence :

Adresse :

Téléphone :

Représentée par :

Qualité :

Ci-après dénommée « L'ORGANISATEUR »,

**d'autre part,**

**IL EST EXPOSE CE QUI SUIVIT :**

E- Le PRODUCTEUR dispose du droit d'exploitation en France (ou dans le pays concerné par la tournée) du spectacle suivant, pour lequel il s'est assuré le concours des artistes nécessaires à sa présentation :

a. Nom de l'Artiste ou du Groupe :

b. Durée du spectacle : environ

F- L'ORGANISATEUR déclare connaître et accepter le contenu du spectacle précité et certifie s'être assurés de la disposition de la salle (nom et adresse précise) :

dont le PRODUCTEUR déclare connaître et accepter les caractéristiques techniques.

**CECI EXPOSE, IL EST CONVENU CE QUI SUIVIT :**

**ARTICLE 1 – OBJET**

Le PRODUCTEUR s'engage à donner, dans les conditions définies ci-après et dans le cadre du présent contrat de cession d'exploitation de ce spectacle, une représentation sur le lieu précité le.....

Autres groupes :  
Balance :

**ARTICLE 2 – PRIX**

L'ORGANISATEUR s'engage à verser au PRODUCTEUR, sur présentation de facture, en contrepartie de la présente cession, la somme de :

Cession H.T. :  
Frais de transport H.T. :  
Défraiements (.....) H.T. :  
Divers :  
Montant total H.T. :  
TVA 5,50% :  
TOTAL T.T.C. :  
Somme totale T.T.C. en toutes lettres :

**ARTICLE 3 – PAIEMENT**

Le règlement des sommes dues au PRODUCTEUR (cf. Article 2) sera effectué par Mandat Administratif établi à l'ordre de :.....  
- soit .....€T.T.C. à facturer à la mairie de .....

**ARTICLE 4 – PRIX DES PLACES – CAPACITE**

Le prix des places est fixé à : .....€  
La capacité de la salle est de : ..... places assises.  
L'ORGANISATEUR veillera à ce que les normes de sécurité de capacité d'accueil de la salle soit impérativement respectées.

**ARTICLE 5 – DISPOSITIONS PARTICULIERES**

*Hébergement* : pour ..... Personnes le ..... à la charge de ..... Les modalités d'hébergement sont précisées dans le contrat technique sur défraiement.

*Repas* : Les ..... repas du midi et ..... repas du soir seront à la charge de ..... Les modalités de restauration sont précisées dans le contrat technique.

*Transport* : les transports aux arrivées et aux départs du groupe (gare ou aéroport proche du lieu du spectacle) pour ..... personnes ainsi que les transferts durant le séjour du groupe seront assurés par .....

*Catering* : un catering pour ..... personnes sera fourni par ..... (voir contrat technique) et sera à la disposition du groupe au moment de la balance, dans les loges ou à proximité de la scène.

*Invitations* : ..... Invitations seront laissées à la disposition du PRODUCTEUR.

*Affiches* : le PRODUCTEUR fournira les affiches (quantités et tarifs à voir avec la production).

*Communication* : le PRODUCTEUR fournira un dossier de presse, deux photos et un CD de l'artiste. Les documents écrits ou sonores supplémentaires sont à demander au service de presse de l'artiste.

*Mentions obligatoires sur les documents de communication* : .....  
.....  
.....

## **ARTICLE 6 – OBLIGATIONS DU PRODUCTEUR**

Le PRODUCTEUR fournira le spectacle entièrement monté et assumera la responsabilité artistique des représentations. En qualité d'employeur, il assurera les rémunérations, charges sociales et fiscales comprises, de son personnel attaché au spectacle. Il lui appartiendra notamment de solliciter, en temps utile, auprès des autorités compétentes, les autorisations pour l'emploi, le cas échéant, de mineurs ou d'artistes étrangers dans le spectacle.

Le PRODUCTEUR fournira le contrat technique du spectacle avec le présent contrat.

## **ARTICLE 7 – OBLIGATIONS DE L'ORGANISATEUR**

L'ORGANISATEUR fournira le lieu de représentation en ordre de marche, en respectant le contrat technique du spectacle fourni par le PRODUCTEUR, y compris le personnel nécessaire aux déchargements et rechargement, aux montage et démontage et au service des représentations. Il assurera, en outre, le service général du lieu : location, accueil, billetterie, encaissement et comptabilité des recettes et service de sécurité. En qualité d'employeur, il assurera les rémunérations, charges sociales et fiscales de ce personnel.

## **ARTICLE 8 – DROITS D'AUTEUR**

Le PRODUCTEUR assurera les déclarations liées au spectacle auprès des sociétés d'auteurs et précisera l'identité de son cocontractant.

Le PRODUCTEUR fournira à l'ORGANISATEUR, avec le présent contrat la liste des œuvres interprétées à l'occasion de sa prestation.

Le versement des droits d'auteur et de la taxe parafiscale calculés sur le prix total de cession sera à la charge de .....

## **ARTICLE 9 – MONTAGE-DEMONTAGE-REPETITIONS**

La sonorisation et l'éclairage seront fournis par ..... selon la fiche technique.

Le lieu de représentation sera à la disposition du PRODUCTEUR à partir du ....., pour permettre d'effectuer le montage, les réglages et d'éventuels raccords. Le démontage et le chargement s'effectueront à l'issue de la dernière représentation.

## **ARTICLE 10 – ASSURANCES**

Le PRODUCTEUR est tenu d'assurer contre tous les risques de vols et dégradations pouvant survenir à l'occasion des transports tous les objets lui appartenant ou appartenant à son personnel. L'ORGANISATEUR déclare avoir souscrit les assurances (matériel, vol, annulation de spectacles en plein air, responsabilité civile, dommages à salle de spectacle et ses alentours, ...) nécessaires à la couverture des risques liés à l'exploitation du spectacle.

## **ARTICLE 11 – ENREGISTREMENT-DIFFUSION (Facultatif)**

En dehors des émissions d'information radiophoniques ou télévisées d'une durée de 3 minutes au plus, tout enregistrement ou diffusion, même partiel des représentations, objet du présent contrat, nécessitera un accord écrit particulier. L'ORGANISATEUR sera responsable du respect, par tous tiers, y compris les membres du public, des interdictions de captation du spectacle pour tous procédés photographiques ou d'enregistrement sonores et/ou visuels. Il demeure entendu, si le PRODUCTEUR envisage de procéder à la captation et l'exploitation d'enregistrement sonore et/ou visuel du spectacle, qu'il sera en mesure de le faire à son seul arbitre et bénéfice, ce dont l'ORGANISATEUR le garantit.

## **ARTICLE 12 – VENTES ANNEXES-MERCHANDISING (Facultatif)**

Sauf en cas d'accord particulier avec le PRODUCTEUR, le bénéfice des ventes de boissons et de nourriture sera acquis à ..... Les boissons devront être impérativement servies dans des gobelets en plastique.

L'ORGANISATEUR accepte de fournir, sans frais pour le PRODUCTEUR, un emplacement pour la vente de produits dérivés (tee-shirt, CD,...). La localisation et la dimension de cet emplacement seront appropriées à la circulation du public et le stand sera équipé de tables et chaises. Cet endroit sera

éclairé. Aucune vente des mêmes produits dérivés, autre que celle du PRODUCTEUR, ne sera acceptée.

### **ARTICLE 13 – PROMOTION**

En matière de promotion et impression de tout document, l'ORGANISATEUR devra respecter, dans la communication qu'ils réalisent, l'esprit général de la documentation fournie par le PRODUCTEUR et observeront scrupuleusement les mentions obligatoires. Toute requête, en vue d'interview de l'artiste ou de participation à une émission, devra être communiquée à l'avance pour décision au PRODUCTEUR ;

### **ARTICLE 14 – CONTRAT TECHNIQUE**

Le contrat technique fait partie intégrante du présent contrat.  
IL DOIT ETRE RETOURNE SIGNE PAR L'ORGANISATEUR AVEC LE PRESENT CONTRAT ;

### **ARTICLE 15 – ANNULATION DU CONTRAT**

Le présent contrat se trouverait suspendu ou annulé de plein droit et sans indemnité d'aucune sorte, dans tous les cas reconnus de force majeure. Toute annulation venant du PRODUCTEUR entraînera l'obligation de verser à l'ORGANISATEUR le montant des frais engagés. Ce remboursement se fera dans la limite du montant du contrat et sans pouvoir dépasser le montant du cachet, sur présentation de factures. Toute annulation du fait de l'ORGANISATEUR entraînera l'obligation de verser au PRODUCTEUR une indemnité égale au montant du contrat, ainsi que les remboursements de frais de transports, d'hébergement et restauration du groupe.

Si l'ORGANISATEUR n'a pas prévu de scène couverte dans le cadre d'un spectacle en plein air, le PRODUCTEUR aura le droit d'annuler le spectacle en cas d'intempérie. En cas d'annulation d'un spectacle en plein air pour des raisons météorologiques, l'ORGANISATEUR s'engage à verser au PRODUCTEUR l'ensemble des sommes définies à l'article 2.

Si pour quelques raisons que ce soit, le lieu ou la date de la représentation devait être modifié, le nouveau lieu ou la nouvelle date ne pourra être décidé qu'en accord avec l'artiste ou son représentant dûment mandaté.

### **ARTICLE 16 – COMPETENCE JURIDIQUE**

En cas de litige portant sur l'interprétation ou l'application du présent contrat, les parties conviennent de s'en remettre à l'appréciation des tribunaux de..... Mais seulement après épuisement des voies amiables (conciliation, arbitrage, etc.).

\*\*\*\*\*  
\*\*\*\*\*  
\*\*\*

Ce contrat est fait en ..... Exemplaires. Les ..... exemplaires devront être envoyés par le PRODUCTEUR, accompagnés du contrat technique et du programme des œuvres interprétées, paraphés à toutes les pages, signés en dernière page et tamponnés du cachet du PRODUCTEUR et ne comporter ni ajout ni rature qui ne soit signé par les ..... parties.

Nombre de mots rayés nuls : .....

Nombre de mots ajoutés : .....

Fait à ..... en ..... exemplaires, le .....

LE PRODUCTEUR

L'ORGANISATEUR

(cachet obligatoire)

(cachet obligatoire)