



GUIDE
DES BONNES PRATIQUES
DE LA CRÉATION MUSICALE

Jeune public

Édito

Depuis plusieurs années, la Sacem s'est pleinement emparée des enjeux liés à la création musicale Jeune public.

Elle accompagne les professionnels de ce secteur en constant développement et soutient les artistes qui sont de plus en plus nombreux à faire le choix de s'y investir. Les créations s'adressent souvent à un public familial, intergénérationnel, où petits et grands partagent ensemble une même expérience artistique. Cette rencontre entre générations fait la richesse et la singularité de ces créations.

Forte de ses années d'expertise, la Commission Jeune public de la Sacem a souhaité répondre à un besoin prégnant de nombreux artistes, celui de disposer d'outils concrets pour professionnaliser leurs démarches et structurer leurs projets Jeune public. C'est ainsi que l'idée de ce guide est née.

Il a été conçu pour accompagner les équipes artistiques, en leur offrant des repères simples, des conseils pratiques et une meilleure compréhension des étapes clés de la création d'un projet musical à l'adresse du Jeune public.

Gageons que ce guide encouragera une diversité d'auteurs compositeurs, d'autrices compositrices et plus largement d'acteurs professionnels à imaginer, expérimenter et créer dans un climat propice. Qu'il les aide à proposer des œuvres qui éveillent la curiosité, l'émotion et le plaisir de tous les âges. Le Jeune public, et les familles qui l'accompagnent, méritent des créations attentives, sensibles et ambitieuses !

LA COMMISSION JEUNE PUBLIC



GUIDE DE LA CRÉATION MUSICALE JEUNE PUBLIC - Directeurs de la publication :

Iman Fajri et Louis Hallonet. Conception création et direction éditoriale : agence SOEME.

Rédaction : Frank Woodbridge. Illustrations : gazhole. Crédits : Laure Geisler p.6, Laurent Humbert p.12, JMF p.14, Antoine Magnien p.15, Julien Benhamou p.16, Isabelle Fournier p.22, Jean- Baptiste p.30, Marc Chesneau p.31.



Pour vous guider dans l'élaboration de votre projet, voici la définition d'un spectacle musical telle qu'établie par la Sacem.

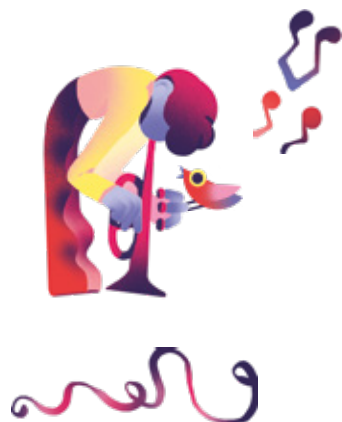
Un spectacle musical Jeune public peut être défini comme la mise en œuvre d'une **création artistique vivante et scénique interprétée par des musiciens professionnels sur scène** et qui s'adresse à un public de **0 à 14 ans**. Il doit durer au **minimum 25 minutes** et doit **adapter son langage, sa mise en scène, sa mise en pédagogie - entre autres - à son public**.

Le spectacle encourage également **une interaction entre l'enfant et l'accompagnant**.



La création musicale est au centre du projet et relève du **répertoire protégé**. Il est pour autant possible que la **musique entre en interaction avec d'autres disciplines du spectacle vivant** (danse, théâtre, cirque, marionnettes, etc.). Afin d'attester d'une **ambition artistique**, le spectacle musical Jeune public **défend un propos affirmé et original clairement exposé**, porté par un temps de développement suffisamment long pour **justifier d'une mise en scène significative**.





De l'idée à la scène, l'enjeu est à la fois simple et complexe : faire naître un spectacle musical pour le Jeune public.

Que votre projet soit émouvant, drôle, merveilleux, loufoque, didactique, ou tout cela à la fois, ce guide va vous permettre de prendre conscience, dès les prémices de la création, d'un certain nombre de paramètres qui vous permettront de le mener à bien.



Ce guide est une boussole. Appuyez-vous sur cette base pour garder une ligne claire et ambitieuse.



Retrouvez toutes les ressources mentionnées dans ce guide en flashant ce QR code

Sommaire



#1

PENSER SON PROJET DANS L'ÉCOSYSTÈME DE LA CRÉATION MUSICALE JEUNE PUBLIC

- 8 Les fondamentaux
- 10 Les acteurs référents

#2

CONCEVOIR UN SPECTACLE JEUNE PUBLIC

- 14 Spectacles petite enfance
- 16 Spectacles enfance et jeunesse
- 18 Composer son équipe et préparer son budget prévisionnel
- 20 Communiquer auprès des partenaires et du public

#3

STRUCTURER SON PROJET ET PROTÉGER SES OEUVRES

- 24 Définir son statut
- 26 Contrat de commande
- 28 Évaluer son montant de commande
- 29 Comprendre le droit d'auteur, déposer son œuvre
- 30 L'action de la Sacem pour le Jeune public



#1



« Ce que j'aime dans ce guide, c'est qu'il rappelle qu'un spectacle Jeune public s'adresse en réalité à toute la famille. Dans mes spectacles, j'aime à connecter les trois générations présentes : enfants, parents et grand-parents. Ce guide pose les bases pour construire des œuvres où chacun trouve son niveau de lecture, sa joie et son émotion. »

~~~~~  
**ALDEBERT**  
AUTEUR, COMPOSITEUR  
ET INTERPRÈTE

# PENSER SON PROJET DANS L'ÉCOSYSTÈME DE LA CRÉATION MUSICALE JEUNE PUBLIC

# Les fondamentaux

## Créer un spectacle musical Jeune public, c'est privilégier l'authenticité plutôt que des codes simplifiés.

Les enfants perçoivent immédiatement la sincérité et la cohérence entre le récit, la musique et l'atmosphère scénique. La création repose sur l'alliance essentielle entre un auteur et un compositeur, entre une histoire et une partition, car la musique structure et oriente toute l'œuvre. L'univers visuel et artistique (lumières, décors, mise en scène) doit ensuite être ajusté à l'âge du public visé (petite enfance, enfance et pré-adolescence) afin d'adapter le ton, le type d'adresse et le contenu. Le but est de toucher autant le Jeune public que leurs accompagnateurs et de favoriser la diffusion du spectacle.

## Réflexion à 360°

Avant même la création artistique, il est essentiel d'anticiper l'ensemble des paramètres qui conditionneront la réalisation et la diffusion de votre spectacle. L'enjeu est de construire un projet à la fois professionnel, réaliste, complet et fidèle à votre identité.

### ● Dimension économique

- Élaboration du budget
- Rémunération des artistes et techniciens
- Estimation des dépenses
- Recherche de financements et d'aides

### ● Constitution de l'équipe et développement du réseau

- Sélection des collaborateurs artistiques et techniques
- Prises de contact avec les acteurs et organismes spécialisés Jeune public
- Rencontres professionnelles pour être orienté et accompagné

### ● Outils de communication

- Teaser vidéo, captation complète
- Dossier de présentation, flyer, etc.
- Supports web et réseaux sociaux

### ● Aspects administratifs

- Dépôt et protection de l'œuvre
- Compréhension du droit d'auteur
- Gestion des rémunérations et contrats

### ● Diffusion

- Types de lieux (salles équipées, espaces extérieurs, petites ou grandes jauges)
- Contraintes techniques propres à chaque lieu
- Stratégie de booking et calendrier de tournée

### ● Aspects techniques

- Temps de montage et démontage
- Adaptabilité du décor
- Besoins en son, lumière et matériel spécifique

### ● Aspects écologiques

- Mode de transport des artistes et du matériel
- Conception durable du décor
- Réduction de l'empreinte environnementale

Pour construire un projet solide et professionnel, plusieurs étapes clés jalonnent le parcours :



**POUR ALLER PLUS LOIN**



**CNM Formation** « Conduire un projet musical Jeune public »

## CIFAP

**CIFAP**  
Formation « Écrire pour le Jeune public »



## ARTCENA

Article « Repérer les grandes étapes de la création »

Le dossier de présentation -  
Article « Réaliser un dossier artistique »

## CFMI

Spectacle Jeune public  
en laboratoire



**Podcast**

## FRANCE MUSIQUE

« Comment créer de bons spectacles pour le Jeune public ? »

## Les étapes

1

Définir son projet artistique  
et amorcer l'écriture

2

Composer une équipe  
artistique et technique et  
un budget prévisionnel

3

Préparer un dossier  
de présentation  
pour soumettre et  
promouvoir son projet

4

Définir son statut  
Établir un contrat de  
commande

5

Finaliser l'écriture et donner  
forme à la mise en scène

6

Comprendre  
les droits d'auteur  
et déposer son œuvre



# Les acteurs référents

Pour développer un spectacle musical Jeune public, comme dans toute autre esthétique, il est essentiel de chercher à connaître le terrain.



**Contactez les acteurs référents du secteur Jeune public** qui pourront vous renseigner, vous accompagner dans

la construction de vos dossiers et de vos spectacles. Leur but : faire vivre le répertoire Jeune public, encourager la création de nouveaux spectacles et l'émergence de nouveaux talents.

**CONSEIL : COMMENCEZ LOCALEMENT, EXPLOREZ LES RÉSEAUX RÉGIONAUX, PÔLES CULTURELS ET PUBLICATIONS SPÉCIALISÉES.**



**Participez aux événements Jeune public** pour rencontrer les intervenants de ce milieu et comprendre ses

dynamiques. À la **Sacem**, des services dédiés pourront vous guider dans la compréhension des étapes : Action culturelle, direction des Sociétaires, direction du Réseau.



**N'hésitez pas à créer du lien**, à sonner aux portes, à téléphoner, un simple mail suffit

rarement et un refus n'est pas une fin en soi : il peut indiquer que le projet a besoin de mûrir. L'important est de montrer que vous portez une ambition artistique claire, adaptée à l'enfance, et structurée avec sérieux.



**La Sacem est un véritable acteur référent et allié privilégié de la création musicale Jeune public, qu'elle considère comme un enjeu majeur.**



**POUR ALLER PLUS LOIN**

**LE PICCOLO**

La lettre professionnels du Jeune public

**ASSITEJ**

Condition de production et de diffusion du spectacle vivant Jeune public

**Le secteur musical Jeune public s'appuie sur plusieurs réseaux professionnels, spécialisés ou généralistes.**

Chacun ayant son propre champ d'action et un intérêt pour l'enfance et la jeunesse. Ces réseaux constituent de véritables mines d'informations au sein desquelles sont recensés les rendez-vous majeurs du Jeune public, ainsi que des études, des publications et des appels à projets ouverts aux professionnels.

## Les réseaux professionnels



**RAMDAM** : plateforme professionnelle de la musique Jeune public qui permet aux professionnels du Jeune public de s'informer, se connecter et se développer dans un secteur en pleine structuration.



**Les Jeunesses musicales de France (JMF)** : dont la mission est de faire découvrir la musique aux jeunes en diffusant des spectacles, en soutenant la création et favorisant l'émergence de nouveaux artistes et en menant des actions d'éducation artistique partout en France.



**L'ASSITEJ** : promeut le théâtre et les arts vivants destinés à l'enfance et à la jeunesse.

Elle soutient la création, la formation et le développement professionnel du secteur, tout en favorisant les échanges internationaux. Elle met également en lumière la dimension pluridisciplinaire en accompagnant et en valorisant le développement de créations musicales Jeune public.

Autres réseaux : **Fedelima, AJC, FAMDT, Fédéchanson, etc.** se sont aussi emparés des questions autour du Jeune public

## Les festivals incontournables

Rencontrer les programmeurs et comprendre les dynamiques du secteur passe, entre autres, par les festivals comme :

- **Babel Minots (Marseille)** ;
- **Momix (Kingersheim)** ;
- **Petits et grands (Nantes)** ;
- **Pestacles (Paris)** ;
- **Ville des musiques du monde (Aubervilliers)** ;
- **Chaïnon manquant (Laval)** ;
- **Le OFF (Avignon)** ;
- etc.

## EN RÉSUMÉ

**S'entourer de ces réseaux et festivals vous permet :**

- de comprendre les attentes du secteur ;
- de structurer votre projet ;
- de développer votre diffusion ;
- de rejoindre un écosystème solidaire et dynamique.

Ces acteurs clés, dont la Sacem, seront vos meilleurs partenaires pour faire grandir votre spectacle musical Jeune public.



**Un récit qui place l'enfant au centre, comme sujet sensible et pensant**

*« Porter Le vilain petit canard sur scène pour les enfants, c'est transmettre une histoire essentielle : celle de la différence, du rejet, mais aussi de la résilience et de la découverte de soi. Les enfants comprennent profondément ces notions ; il faut leur parler avec honnêteté et clarté. »*



**ARNAUD VALOIS**  
AUTEUR

**Une exigence musicale totale, accessible aux enfants sans être infantilisante**

*« J'ai toujours rêvé de mettre en musique un conte. Avec Le vilain petit canard, j'ai enfin l'occasion d'explorer ce territoire que j'imaginai depuis longtemps. Pour cette création destinée au Jeune public, j'ai voulu composer une musique qui accompagne, qui respire avec le récit : des thèmes récurrents, des ponctuations, une dramaturgie musicale qui permettent à l'enfant de se repérer et de ressentir. »*



**ÉTIENNE DAHO**  
AUTEUR, COMPOSITEUR ET INTERPRÈTE

# CONCEVOIR UN SPECTACLE À L'ADRESSE DU JEUNE PUBLIC



# Spectacles petite enfance (0-3 ans)

**Si vous avez choisi de créer un spectacle musical pour les tout-petits, vous entrez dans une aventure toute en délicatesse et en sensations. Il va vous falloir inventer un langage à hauteur d'enfant, bien entendu, mais aussi de parent. Car ce sont inévitablement des spectacles à « double adresse » dits familiaux.**



**« N'hésitez pas à présenter vos créations en milieu scolaire et à consulter des spécialistes de la petite enfance pour affiner votre spectacle. »**



**SÉGOLÈNE ARCELIN**  
DIRECTRICE GÉNÉRALE DES JMF



## La tranche d'âge

**De 0 à 3 ans, la perception évolue vite** et diffère de ce qui sera possible plus tard. Le rythme, la durée, les stimuli visuels et sonores doivent être pensés pour à la fois capter leur attention et chérir leur sensibilité. Ils sont de véritables spectateurs, ouverts à l'émotion, à la poésie, à la surprise, à la douceur, mais de nombreux paramètres doivent être réunis.

## La narration

Elle n'est pas obligatoire sous forme de mots. Il ne s'agit pas tant de raconter qu'évoquer, **créer une ambiance et un climat**. Répétitions, motifs sonores et gestes clairs deviennent des repères.

## La scénographie

Visuellement, l'impact immédiat compte. **Jouez avec les sens**. Couleurs, contrastes, mouvements, lumières. Une scénographie sobre mais vivante, faite d'objets simples, de textures variées. Tout ce qui peut nourrir l'imaginaire et l'envie des tout-petits.

## La musique

**Elle doit être centrale dans le projet.** Elle peut-être apaisante, douce, truculente ou joyeuse. Pour que le spectacle musical Jeune public continue à grandir il ne doit pas se contraindre aux atmosphères de berceuses ou d'*ambient new-age* que l'on retrouve souvent. Laissez libre cours à votre créativité.



**« Programmer pour la petite enfance, c'est imaginer des espaces où les tout-petits peuvent ressentir et comprendre à leur manière. Il n'y a pas assez de propositions pensées pour cette cible. Encourager ces créations est vraiment essentiel. »**



**HÉLÈNE SNYDERS**  
DIRECTRICE DU FESTIVAL  
« LES ENFANTS D'ABORD »

## Le volume sonore

**Il doit être adapté.** La diffusion de sons amplifiés est encadrée par le décret du 7 août 2017 au Journal officiel : "Une limitation spécifique est fixée pour les spectacles Jeune public (**jusqu'à 6 ans révolus**) : **94 dB(A) et 104 dB(C)**. L'ensemble de ces niveaux sonores sont à respecter en tout endroit accessible au public." Source : **AGI-SON**



## Créer un climat de proximité

La circulation et le confort doivent être pensés pour les tout-petits comme pour les parents afin de créer une expérience enveloppante et agréable. Les enfants vont bouger, vouloir toucher, s'exprimer ou pleurer : il faut donc s'y accorder, capter leur attention et leur offrir apaisement ou distraction, en tenant compte de la durée du spectacle (25 à 40 minutes). L'objectif est que petits et grands repartent avec le sentiment d'un moment privilégié. Les parents vivent aussi l'expérience à travers les réactions et l'émotion de leur enfant, ce qui participe aussi à la transmission. À vous de décider ce que vous souhaitez transmettre dans ce moment unique, peut-être leur premier « big bang » culturel.



## POUR ALLER PLUS LOIN

**Un neuf trois soleil**

**Éditions Érès,**  
**« Le-tout-petit-va-au-spectacle »**

**Rapport : « Promouvoir et pérenniser l'éveil culturel et artistique de l'enfant »** par **Sophie Marinopoulos**

**Artcena : « Comment créer un spectacle pour la petite enfance »**

**Mener un projet d'éveil culturel et artistique Petite enfance**



# Spectacles enfance (4-10 ans) et jeunesse (11-14 ans)



**« Bonne nouvelle, le spectacle Jeune public a évolué. Il n'est plus nécessaire (et n'a jamais été nécessaire) comme ce fut souvent le cas par le passé, de s'habiller à moitié en clown, ni de forcer la voix et le trait pour intéresser les enfants. On se dirige de plus en plus vers du spectacle "tout public" »**

**Il semble évident qu'un bon spectacle Jeune public aujourd'hui doit pouvoir séduire aussi les adultes et il est prouvé que cela n'enlève rien au plaisir des enfants, bien au contraire. »**



**PASCAL PARISOT**  
AUTEUR, COMPOSITEUR ET  
INTERPRÈTE

**Créer un spectacle musical pour l'enfance et la jeunesse (4 à 14 ans), c'est entrer dans un champ riche et exigeant. Ce public, curieux et sincère, ne triche pas : il attend qu'on s'adresse à lui avec justesse. L'enjeu n'est pas de simplifier, mais de trouver un langage scénique accessible, stimulant, porteur de sens et toujours ludique.**

Avec les enfants comme avec les adolescent(e)s, il est possible d'aborder des thèmes profonds : les émotions, l'écologie, le rapport aux autres, l'identité, les rêves. Mais pour garder leur attention, il faut du rythme, du jeu, des respirations, des surprises, et parfois leur donner la possibilité de participer.

## Chaque âge a ses codes

**Un enfant de 6 ans n'entend et ne ressent pas comme un collégien de 12 ans.** Adapter les formes et les contenus permet à chacun de se sentir concerné et de recevoir l'émotion à sa mesure. D'autant plus lorsque l'on s'approche de l'adolescence si l'on considère qu'à partir de 14 ans ils ont déjà leurs goûts propres qui dépassent le cadre du spectacle Jeune public



## La musique

**Le style musical jouera pour beaucoup la diversité des tempos, les thèmes abordés, etc.** Le spectacle musical Jeune public est un terrain de jeu fabuleux où tous les mélanges sont permis. Réveillez l'enfant qui est encore en vous pour vous connecter à cette source d'inspiration inépuisable. Mettez de côté les idées reçues pour créer du neuf et du vibrant.

## Prolongations

**Le spectacle peut aussi se prolonger par des ateliers, avant ou après la représentation.** Ces moments donnent aux jeunes l'occasion de s'approprier les thèmes, de découvrir les coulisses et parfois même de créer à leur tour.

## POUR ALLER PLUS LOIN

**La fratrie et la construction des goûts musicaux à 10/11 ans**

**La musique dans la vie des jeunes enfants**

**Étude Agison  
Baromètre : Jeunes, musique et risques auditifs**



# Composer son équipe,

## ARTISTIQUE, TECHNIQUE ET SON BUDGET PRÉVISIONNEL

Une fois que vous aurez précisé votre projet de spectacle musical Jeune public (histoire, musique, forme, esthétique, intention, tranche d'âge) vous allez devoir composer l'équipe qui vous aidera à lui donner vie, qui le portera sur scène et en dehors :

**l'équipe qui vous ressemble et saura être fidèle à votre vision.** Peut-être avez vous déjà des partenaires de création. Si ce n'est pas le cas, voici un récapitulatif afin d'y voir plus clair. Chaque maillon de la chaîne compte. Restez conscient qu'il existe un écart inévitable entre la théorie et la réalité du terrain : il faut faire preuve d'adaptabilité, d'ingéniosité et de patience.

Votre équipe devra être sensibilisée aux enjeux du spectacle Jeune public. Vous êtes là pour définir une ligne conductrice avec des attentes claires tout en restant ouvert et flexible à l'apport de chacun dans la mission qui lui est confiée.

### L'équipe artistique

Elle se compose en général d'un(e) auteur/autrice, d'un(e) compositeur/compositrice, de musiciens/musiciennes et de comédiens/comédiennes interprétant les œuvres sur scène, d'un(e) metteur/metteuse en scène éventuellement, et par exemple de marionnettistes, danseurs/danseuses, acrobates, selon les besoins du projet. Ce que l'on entend, ce que l'on voit, ce que l'on ressent, passe par ces choix artistiques.

### L'équipe technique

Elle n'en est pas moins créative. Complémentaires de l'équipe artistique pour garantir la réussite du spectacle : un(e) technicien/technicienne lumière, un(e) technicien/technicienne du son, un(e) scénographe, un(e) costumier/costumière vous aideront à donner vie à l'ensemble en créant un univers riche, plausible et audible. Chaque poste va collaborer avec les équipes de régie, d'accueil, de logistique de la salle afin d'optimiser et rendre possible votre spectacle.

Les contraintes sont fortes, sur scène comme en coulisses. Joués dans des lieux variés, les spectacles exigent que technique et scénographie s'adaptent à chaque espace. La sécurité reste essentielle : décors, matériel et circulations doivent accueillir les enfants, même dans des lieux peu équipés.

Une fois votre équipe constituée, voici venu le temps des répétitions, des résidences, des représentations. Les mots, les notes, les timbres choisis, l'orchestrarium, les sonorités, les interprétations vont enfin pouvoir résonner, être partagés et reçus par ce public merveilleux que sont les enfants et leurs accompagnateurs.

**N'oubliez pas d'oser : le spectacle musical Jeune public est sans cesse en mouvement. À vous de le rendre plus vivant que jamais !**



## Le budget prévisionnel



**Le budget prévisionnel du spectacle musical repose sur une organisation rigoureuse**

intégrant toutes les composantes indispensables à une production professionnelle. Il est conçu pour maintenir **un strict équilibre** entre dépenses et recettes, garantissant la viabilité du projet.

**Les dépenses couvrent la rémunération des artistes,**

dans le respect **strict des normes en vigueur**, sous forme de prime de commande ou de salaire, ainsi que celle d'une équipe technique qualifiée (scénographie, régie générale, son, lumière, techniciens plateau). Afin d'assurer **un développement professionnel et structuré**, le projet mobilise également des compétences administratives pour la production, la diffusion et l'accompagnement juridique.

**Les frais de production regroupent les éléments nécessaires à la création :**

scénographie, décors, accessoires, lumière, son, costumes, ainsi que l'achat ou la location du matériel musical et technique.

**La stratégie de communication** inclut la conception d'une identité visuelle, la réalisation de supports promotionnels, la gestion des réseaux sociaux, une captation vidéo et des actions de relations presse.

**Les besoins logistiques**

comprennent les déplacements, l'hébergement, les repas des équipes, les assurances, ainsi qu'une part des frais de fonctionnement de la structure. Le budget intègre la **valorisation de l'accompagnement** du lieu de résidence (mise à disposition d'espaces, équipe technique, soutien artistique et administratif, hébergement éventuel).

Les recettes s'appuient sur **des sources complémentaires : apport en fonds propres**, subventions publiques, apports en coproduction et préachats, partenariats privés, billetterie et financement participatif.

# Communiquer auprès ... des partenaires

## Rendre lisible donc visible un spectacle Jeune public

Cela ne consiste pas seulement à le faire connaître : **il s'agit d'exprimer une intention artistique** destinée aux professionnels, partenaires, enseignants, programmeurs ou journalistes. L'objectif est que chacun puisse imaginer concrètement l'expérience proposée, tout en percevant ses dimensions pédagogiques et sociales. Ainsi votre travail pourra être identifié, soutenu et diffusé.

## Pitcher son spectacle avec clarté est essentiel

Dans votre recherche de partenaires, le pitch doit révéler ce qui rend le **projet unique** : son propos (thème, ton), ses valeurs (imaginaire, diversité, émancipation) et l'expérience promise aux enfants et à leurs accompagnants.

## Présenter son projet grâce à un dossier complet et riche

C'est la première porte d'entrée pour vos interlocuteurs. Plus qu'une description, il doit donner envie et **offrir plusieurs niveaux de lecture** : genèse, synopsis, intentions, forme, scénographie, durée, fiche technique et un volet pédagogique. Montrez comment votre projet s'inscrit dans une démarche de transmission, illustrée par des actions concrètes (rencontres, ateliers, actions en milieu scolaire, etc.).

## Concevoir un teaser vidéo de qualité, évocateur et engageant

Il doit donner envie et rendre palpable le ton, l'énergie et la relation au public. Faites entendre voix, musique et sons réels : **l'expérience doit être tangible**. Les partenaires ont besoin de voir et d'entendre pour évaluer la cohérence du projet, même en cours de création.



**« Il vous faudra penser et repenser votre spectacle Jeune public en plusieurs versions possibles, de la plus élaborée à la plus légère sans en perdre l'essence, pour obtenir un spectacle tout-terrain. »**

**CAMILLE SOLER**  
CO-FONDATRICE ET DÉLÉGUÉE GÉNÉRALE DE RAMDAM



## Le fait d'avoir trouvé des partenaires professionnels est un point de départ et non la finalité. Vous allez devoir continuer, plus que jamais, à être le moteur de la communication sur votre projet.

Les outils de communication pour toucher le grand public doivent de toute évidence répondre aux critères suivants.

## Créer l'envie et l'impact

Afin qu'autour de votre spectacle se crée un bouche à oreille donnant envie autant aux parents qu'aux enfants, grâce à une communication visuelle percutante avec un titre évocateur, des visuels forts, une captation de qualité. Penser à couvrir les différents canaux de communication physique (flyers, affiches) et digitale (réseaux sociaux, site web, etc.).

## Véhiculer une identité forte et cohérente

Sur tous les supports de communication (photos, phrase d'accroche, résumé du spectacle, extraits choisis), l'identité devra être fidèle à la direction artistique de votre spectacle pour représenter au mieux votre projet. Elle permettra ainsi une reconnaissance immédiate afin que les diffuseurs et les spectateurs soient au rendez-vous !

Même si tous les coûts de ces supports ne seront pas à votre seule charge et seront peut-être intégralement le fait de vos partenaires.

Gardez un rôle moteur pour les choix, la production de contenu et la qualité de votre communication afin de garder cette cohérence globale et l'impact recherché. Ces aspects, même prévisionnels, devront apparaître dans l'équilibre de votre budget comme un poste auquel vous avez réfléchi et comme un apport ou une dépense qui doit être valorisée.

## EN RÉSUMÉ

**Communiquer pour le Jeune public, c'est autant promouvoir que transmettre une vision.** Il s'agit de rendre sensible votre intention, votre lien avec les enfants et votre manière de leur parler. C'est cela que recherchent spectateurs, programmeurs, enseignants et organismes de financement : un projet clair, incarné et porteur de sens.



**Retrouvez le catalogue en ligne des spectacles Jeune public soutenus par la Sacem**





# STRUCTURER SON PROJET ET PROTÉGER SES ŒUVRES

*« Pour notre toute première création commune, « DIVA Syndicat », nous avons très vite pris conscience de l'importance de protéger notre œuvre et l'accompagnement de la Sacem a été précieux. Il s'agissait non seulement de préserver notre travail, mais aussi de garantir une juste rémunération pour nos collaborateurs et collaboratrices. Nous avons également réalisé à quel point la maîtrise des conventions collectives offre un cadre rassurant et indispensable pour travailler en confiance. Pour nous, la solidité d'un projet repose autant sur l'élan artistique qui le porte que sur une structuration saine et sereine. »*



GENTIANE PIERRE ET NOÉMIE LAMOUR  
AUTRICES, COMPOSITRICES ET GRAND PRIX SACEM  
JEUNE PUBLIC 2025



## Définir son statut

**Dans la création, la part administrative est souvent perçue comme un frein, une charge parfois insurmontable. Pourtant, ce n'est pas le cas. Non seulement elle est indispensable, mais elle garantit la viabilité du projet :**

protection et reconnaissance des œuvres, sécurité des artistes, clarté des collaborations. Comprendre ces bases, c'est aussi se donner les moyens d'avancer sereinement et de réellement se professionnaliser. La juste rémunération des différents postes artistiques ou techniques est ce qui permettra à votre projet de pouvoir être aidé et de voir le jour dans des conditions professionnelles, respectueuses des compétences de chacun.

### Choisir son statut

Votre statut est le cadre légal de votre activité. Il est conditionné par celle-ci. Que vous soyez auteur, compositeur, interprète, technicien, celui-ci diffère.

### Le statut d'artiste-auteur

Il concerne les créateurs qui perçoivent des revenus issus de la création d'œuvres de l'esprit originales, tous domaines confondus (écriture, musique, spectacle vivant, arts visuels, audiovisuel, etc.), et implique une déclaration de début d'activité. Les revenus peuvent être déclarés en traitements et salaires. Ils peuvent également être déclarés en Bénéfices non commerciaux (BNC) — micro-BNC (abattement forfaitaire de 34 %) ou déclaration contrôlée selon le niveau de recettes.

**En revanche, les artistes-interprètes relèvent du salariat et du régime de l'intermittence, même si un même professionnel peut cumuler les deux statuts selon la nature de ses activités.**

**En résumé :** pour l'écriture et la composition le statut est celui d'artiste-auteur. Pour la présence au plateau en tant qu'artiste-interprète, le statut est celui de salarié et l'artiste peut éventuellement bénéficier du régime de l'intermittence du spectacle.



### L'intermittence : le régime des professionnels du spectacle

Destiné aux artistes exerçant régulièrement, le statut d'intermittent repose sur **une succession de cachets** (contrats à durée déterminée d'usage).

**Dès 507 heures** de travail en douze mois, il ouvre droit au régime spécifique de l'intermittence. C'est **un système stable et protecteur**, mais qui demande une certaine régularité et une gestion rigoureuse.

### Modalités de rémunération

Le cachet correspond à une rémunération forfaitaire pour les représentations et répétitions. Il doit respecter les conventions collectives.



**« Chaque poste et chaque étape doivent être rémunérés. Il faut déclarer et mettre au budget tout ce qui peut être valorisé. »**



**LYDIE DUPUY**  
AUTRICE-COMPOSITRICE,  
PRÉSIDENTE DE LA COMMISSION  
JEUNE PUBLIC SACEM



### POUR EN SAVOIR PLUS

**Artiste-auteur : affiliation et régime social | Service Public Entreprendre**

**Urssaf artistes auteurs**

**CCNEAC**  
Convention collective nationale  
pour les entreprises artistiques  
et culturelles

**CCNSVP**  
Convention collective nationale  
des entreprises du secteur privé  
du spectacle vivant



# Contrat de commande



**Le cadre juridique n'entrave pas la création : il la renforce. Un projet clair sur le plan contractuel permet de travailler en confiance, en légitimité et en liberté artistique. Offrez à votre spectacle de meilleures chances d'exister, de circuler et de durer dans le respect des artistes, des partenaires et du public.**

Le contrat de commande est un des outils indispensables. Il formalise la relation entre les auteurs-compositeurs / autrices-compositrices et la structure qui passe la commande : attentes artistiques, délais, rémunération, droits d'exploitation.

Pour vous guider, vous trouverez en ligne le modèle de contrat de commande de l'œuvre musicale pensé pour épouser les contours des spécificités du Jeune public. Il est adaptable aux différentes configurations. Les clauses présentes dans ce contrat encadrent les transactions et vous protègent autant qu'elles vous engagent.



## FOCUS SUR LES INDISPENSABLES À PRÉCISER DANS LE CONTRAT

**- l'objet du contrat : le format, le style ainsi que la formation envisagée de l'œuvre commandée et la durée.**

À noter que l'œuvre doit être d'une durée minimale de 25 minutes pour être éligible aux programmes d'aide Jeune public de la Sacem.

**- Le montant de rémunération du créateur / de la créatrice est toujours indiqué en brut.**

**- Les modalités de règlement**

Le règlement de la prime de commande ne peut en aucun cas être sous forme de cachet.

**- la forme et les modalités ainsi que la date de remise de la maquette / manuscrit.**

Il s'agit là d'une première version sonore de l'œuvre qui permet au commanditaire d'évaluer la direction artistique et la cohérence du projet. Une copie du manuscrit écrit ou une maquette reproduite sur un audio professionnel (WAV ou MP3 haute qualité), éventuellement sur un support physique, est à lui transmettre par lettre recommandée ou par une plateforme de transfert de fichiers ou encore en mains propres.



- **dans le cas d'un enregistrement**, le budget dédié et le calendrier des différentes étapes (enregistrement, mixage, mastering). Il est prévu que le commanditaire finance l'intégralité du budget d'enregistrement. La gestion de ce budget est assurée par le créateur / la créatrice. Le commanditaire, en tant que financeur et initiateur, est reconnu juridiquement comme producteur du Master et détient les droits associés.
- **la date de la première représentation** de l'œuvre ou de première commercialisation du support dans le cadre d'un CD ou livre-disque.



## Œuvre avec éditeur ou sans éditeur : différences contractuelles

**Le statut éditorial de l'œuvre détermine la répartition des responsabilités entre le créateur, la créatrice, le commanditaire et l'éventuel éditeur.**

**Si l'œuvre est éditée**, l'éditeur intervient dans toutes les étapes matérielles et administratives : accord préalable obligatoire avant transmission du manuscrit :

- prise en charge de la partition gravée et du matériel musical ;
- gestion des autorisations de location ou d'exploitation, via un contrat spécifique ;
- présence obligatoire du nom de l'éditeur sur tous les supports de communication.

**Si l'œuvre n'est pas éditée**, les échanges se font directement entre le créateur / la créatrice et le commanditaire :

- transmission libre du manuscrit ou de la maquette ;
- remboursement des frais de gravure dans une limite définie ;
- gestion directe du matériel musical et des autorisations ;
- possibilité de céder la propriété matérielle du manuscrit sans céder les droits d'auteur.

Ainsi, la présence ou non d'un éditeur modifie de façon importante l'organisation des remises, des autorisations et de la gestion de l'œuvre. Le contrat doit anticiper ces différences pour assurer une exploitation fluide et conforme aux pratiques du secteur.



# Évaluer son montant de commande

Selon le type de projet commandé au compositeur ou à la compositrice (chanson, partition, musique de scène), les conditions varient.



Ces rémunérations, dont les contours sont parfois fluctuants dans la pratique, doivent néanmoins être **clairement déterminées dès le départ** dans le contrat de commande et s'appliquer au mieux. En ce qui concerne les cachets d'engagement des musiciens pour les représentations et répétitions, la convention en vigueur est à respecter. À consulter sur [ccneac.fr](http://ccneac.fr)

Dans certaines esthétiques musicales, comme par exemple la musique contemporaine, les tarifs dépendent de la durée de l'œuvre, bien entendu, mais également par exemple de la composition de l'orchestre en termes de nombre de pupitres (retrouvez sur [sacem.fr](http://sacem.fr) le guide musique contemporaine). En musique à l'image, ils dépendent également de ce que l'on appelle le **"scope"** à savoir le type de supports d'utilisation (TV, web, radio, etc.) ainsi que la durée, le territoire et l'achat ou non d'espace publicitaire.

**C'est le bon sens qui s'applique ici :** passer un mois complet sur un projet pour 100 € n'est pas à envisager, même s'il y a une promesse de droits d'auteurs à la clé. Composer pour un orchestre et devoir engager et enregistrer celui-

ci en studio n'a pas le même coût incompressible que de créer de la musique électronique en home studio. Ce n'est pas une question de valeur de ces esthétiques, mais simplement une réalité concrète liée au fait de devoir ou non engager des musiciens et louer un lieu d'enregistrement sur l'enveloppe allouée à la commande de musique.

Bien évidemment, ces tarifs dépendent également de l'expérience de l'artiste à qui l'œuvre est commandée et de l'ampleur de diffusion du projet. Il n'y a pas de raison qu'une salle très connue et avec une jauge forte ou qu'une compagnie reconnue alloue moins de budget à la musique qu'une association dans une maison de quartier.

Libre à chaque compositeur/compositrice de fixer son minimum envisageable et d'accepter ou non le projet.

La **Sacem** est en cours de réflexion sur la définition de barèmes minimums.

# Comprendre le droit d'auteur, déposer son œuvre



Un aspect parfois méconnu de la création d'œuvre est le **droit d'auteur** pourtant au cœur de la notion de création puisqu'il protège la **propriété intellectuelle**, les idées et le savoir-faire. Être membre d'un organisme de gestion collective garantit la protection des œuvres et une juste rémunération.

Le droit d'auteur protège toute **œuvre de l'esprit** (texte, musique, chanson, mise en scène, création visuelle, etc.). Il comporte deux volets :

- **les droits moraux :**  
ils maintiennent le lien entre l'auteur et son œuvre. L'auteur reste identifié, peut refuser toute modification et son nom doit être cité. Ces droits sont inaliénables.
- **les droits patrimoniaux :**  
ils concernent l'exploitation de l'œuvre (représentation, diffusion, reproduction, adaptation, etc.) et assurent la rémunération de l'auteur. Ils peuvent être cédés ou partagés par contrat (compagnie, producteur, éditeur, etc.).

Le dépôt des œuvres à la **Sacem** est **essentiel** : il protège la paternité, garantit la perception des droits et sécurise la reconnaissance morale et financière de l'auteur.

**Dans le cadre du spectacle vivant vous pouvez déposer à la Sacem les apports traditionnels (musique et texte narratif) ainsi que les variétés scéniques (mise en scène, création lumière, scénographie, etc.) par le biais d'un bulletin de déclaration. Un accompagnement dédié est prévu dès l'adhésion jusqu'à la répartition des droits. Le point d'entrée se fait via l'accueil Sociétaires.**



Retrouvez le **Guide juridique Sacem** et le **guide Commander une œuvre de musique contemporaine** sur [sacem.fr](http://sacem.fr)

# L'action de la Sacem pour le Jeune public

**Dans un paysage culturel en mutation, elle affirme une ambition forte : faire du spectacle musical Jeune public un secteur structuré, innovant et reconnu, fondé sur une approche intergénérationnelle où chaque œuvre propose une double lecture permettant une expérience partagée parent/enfant.**



**« La Sacem via son Action culturelle porte une mission d'accompagnement des créatrices et créateurs au quotidien en développant de nouveaux outils. Nous souhaitons ainsi favoriser l'émergence de propositions artistiques abouties, capables de toucher le Jeune public, les familles et les générations futures. »**

**LOUIS HALLONET**  
DIRECTEUR DE L'ACTION CULTURELLE  
DE LA SACEM



Le premier axe vise à **stimuler la création**. La Sacem soutient chaque année plus de 100 spectacles Jeune public, une marque de son engagement envers la diversité des écritures musicales et de la vitalité du secteur : musiques

actuelles, jazz, musique de création contemporaine, ciné-concerts, etc. Les programmes de création et de production, complétés par le dispositif **Lumi** (Lieux unis pour la musique intergénérationnelle), permettent aux artistes de développer des œuvres musicales à la croisée d'autres disciplines, ambitieuses, exigeantes et adaptées à différents âges.

Les projets sont examinés par la Commission Jeune public de la Sacem composée d'auteurs, compositeurs et éditeurs. Elle se réunit plusieurs fois par an, évalue la qualité artistique, la faisabilité et le potentiel des œuvres. Cette analyse par les pairs garantit une sélection équitable et rigoureuse.



Le deuxième axe stratégique concerne **la diffusion, la circulation et surtout la valorisation des œuvres**. Au-delà du soutien financier, la Sacem accompagne la vie des spectacles en développant des dispositifs spécifiques tels que les **scènes Sacem Jeune public** au sein des festivals partenaires. Dans cette dynamique, la Sacem travaille étroitement avec le Réseau Ramdam, acteur clé de la structuration du secteur, pour organiser des temps professionnels dédiés.

Ces rencontres encouragent les échanges entre artistes, programmateurs et responsables de lieux etc, **créant un cadre propice au repérage, à la réflexion commune et au partage de bonnes pratiques**.



**« En tant que société d'auteurs, la Sacem affirme son rôle en encourageant les créateurs et créatrices à proposer au Jeune public des expériences musicales de grande qualité. Ce guide constitue un outil essentiel pour structurer, valoriser et élever encore davantage ces projets dédiés à l'enfance et la jeunesse. »**

**IMAN FAJRI**  
RESPONSABLE DU PÔLE JEUNE PUBLIC  
À LA SACEM



Le troisième et dernier axe, concerne **l'insertion professionnelle, la structuration et la professionnalisation des équipes artistiques**. La Sacem accompagne la montée en compétences des artistes notamment sur les aspects de production et d'administration. Ainsi, elle mène une réflexion sur le développement de nouveaux outils dont fait partie ce guide et met en place des partenariats structurants. La collaboration avec Les Jeunesses musicales de France (JMF) permet de renforcer la professionnalisation, favoriser la rencontre entre les artistes et des publics variés, de développer des tournées, notamment dans les territoires moins dotés en offre culturelle.

Enfin, la stratégie Jeune public intègre un chantier en pleine expansion : **la fixation des œuvres**. L'objectif est de **prolonger la vie des créations scéniques au-delà de la représentation** en les accompagnant dans leur adaptation vers de nouveaux formats. La Sacem travaille à l'intégration d'une mécanique de soutien pour la production de livres-disques, podcasts ou boîtes à histoires, permettant aux spectacles de toucher de nouveaux publics, de se diffuser durablement et d'ouvrir de nouvelles perspectives aux artistes.

À travers son action, la Sacem construit un écosystème solide et pérenne pour le spectacle musical Jeune public.



**POUR ALLER PLUS LOIN**



Retrouvez plus d'infos sur les aides Jeune public de la Sacem

**Sacem Plus**  
La plateforme de la communauté des auteurs, compositeurs et éditeurs de la Sacem

**Mon projet musique**  
Plus de 122 financements pour vos projets musicaux

**Retrouvez dans ce guide  
les clés pour construire un projet  
cohérent et porteur de sens**



**[www.sacem.com](http://www.sacem.com)**