

Bilan du crédit d'impôt à la production phonographique



Principaux contributeurs	J. Begriche, T. Hamelin, B. Giordano
Date de publication	Novembre 2017
Site	www.xerfi.com
e-mail	etudes@xerfi.fr
Adresse	13-15 rue de Calais 75009 Paris
Téléphone	01 53 21 81 51
Fax	01 42 81 42 14

1. LES POINTS CLÉS DE L'ÉTUDE	4
2. LES EFFETS FAVORABLES DU CIPP SUR LA PRODUCTION PHONOGRAPHIQUE	11
2.1. UN DISPOSITIF INCITATIF POUR LES SOCIÉTÉS DE PRODUCTION	12
2.2. UN SOUTIEN INDISPENSABLE À DES PROJETS RISQUÉS	13
2.3. UNE MESURE POSITIVE À PLUSIEURS NIVEAUX	14
3. UN DISPOSITIF RENTABLE POUR L'ÉTAT	17
3.1. UNE MODÉLISATION ÉLABORÉE À PARTIR D'UN PANEL	18
3.2. D'IMPORTANTES RECETTES FISCALES ET SOCIALES POUR L'ÉTAT	19
3.3. LA MODÉLISATION LIÉE AUX EFFETS D'AUBAINE	21
Les limites à l'existence d'effets d'aubaine	21
Le nombre de projets aidés et les effets d'aubaine	22
Les frais de personnel permanent et les effets d'aubaine	23
4. LES ANNEXES	24
4.1. LES VERBATIMS DES ENTRETIENS	25
4.2. LE QUESTIONNAIRE ADRESSÉ AUX SOCIÉTÉS DE PRODUCTION	28

LES POINTS CLÉS DE L'ÉTUDE

1

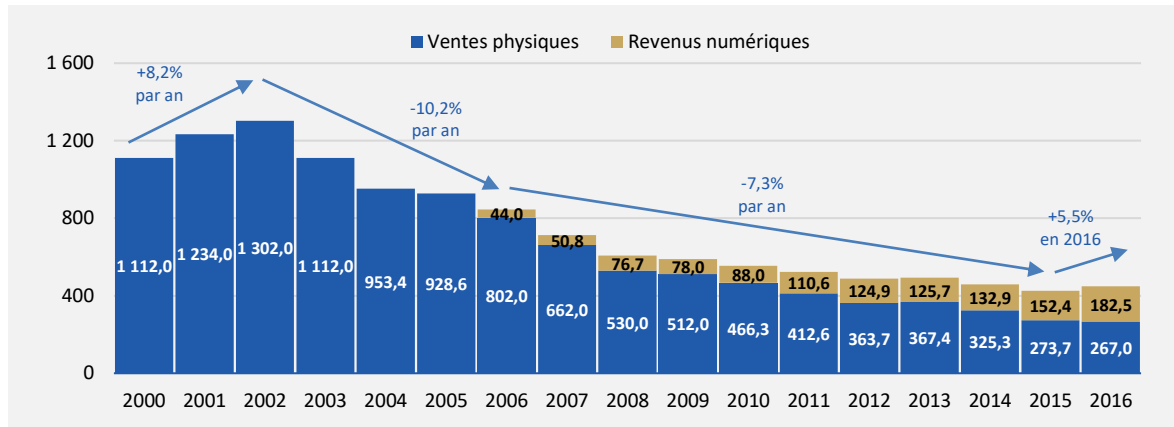
CONTEXTE ET PERSPECTIVES DU MARCHÉ FRANÇAIS DE LA MUSIQUE ENREGISTRÉE

La musique est en train de réussir sa révolution industrielle et économique. Première pratique culturelle des Français, sa fonction de rassemblement, de communion et d'échanges entre nos concitoyens revêt une dimension fédératrice et une importance toute particulière dans la période actuelle. Elle est le symbole vivant de notre culture.

Mais c'est au prix d'efforts considérables que la filière musicale s'est adaptée à l'évolution des usages liée aux bouleversements induits par la révolution numérique. Plus que dans tout autre secteur économique, la filière musicale a en effet subi de plein fouet les effets ravageurs de cette dématérialisation des contenus à marche forcée, qui s'est traduite par une destruction de valeur aussi violente qu'inédite. L'explosion du piratage des biens culturels en ligne au début des années 2000, portée par le piratage à grande échelle des fichiers MP3 musicaux, a provoqué l'effondrement du chiffre d'affaires de la musique enregistrée et la division par deux des effectifs des labels de musique. Le marché de la musique enregistrée a perdu les deux tiers de sa valeur en 15 ans, mais le rythme de la baisse ralentit. Un retour à la croissance a même été observé en 2016.

■ Chiffre d'affaires du secteur de la musique enregistrée par support en France

Unité : million d'euros

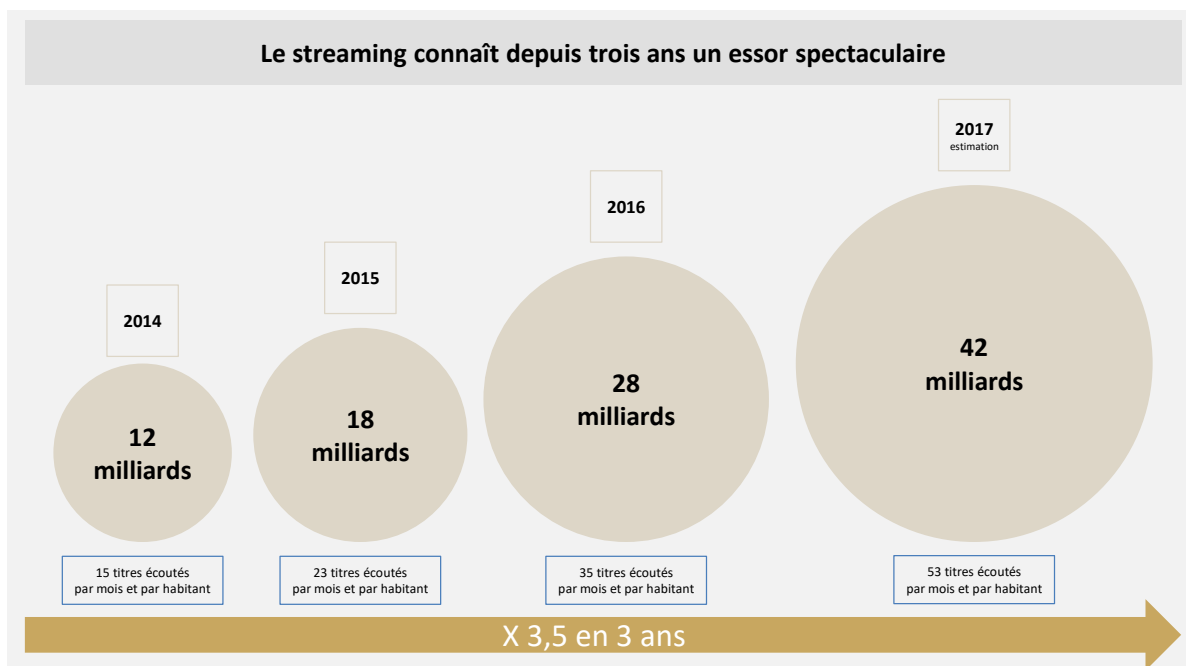


NB : données hors droits voisins / Source : SNEP

Et pourtant, malgré le mirage du « tout-gratuit », il y a toujours des producteurs et tout un ensemble d'autres professionnels qui accompagnent les artistes dans leur carrière. Car l'industrie musicale s'est ardemment battue contre le déclin et contre la désindustrialisation culturelle qu'on lui promettait. Il a fallu comprendre et anticiper les nouveaux usages des consommateurs pour faire de cette révolution une opportunité d'avenir.

- La consommation de musique explose : jamais nous n'avons eu un accès aussi facile à toute la musique que nous souhaitons écouter. Un chiffre permet notamment d'illustrer cet engouement : 28 milliards de titres ont été écoutés sur les plateformes de streaming audio (Spotify, Deezer, Apple Music, etc.) en France en 2016
- Plus de 40 millions de titres de musique sont aujourd'hui disponibles sur les 360 plateformes de musique en ligne dans le monde

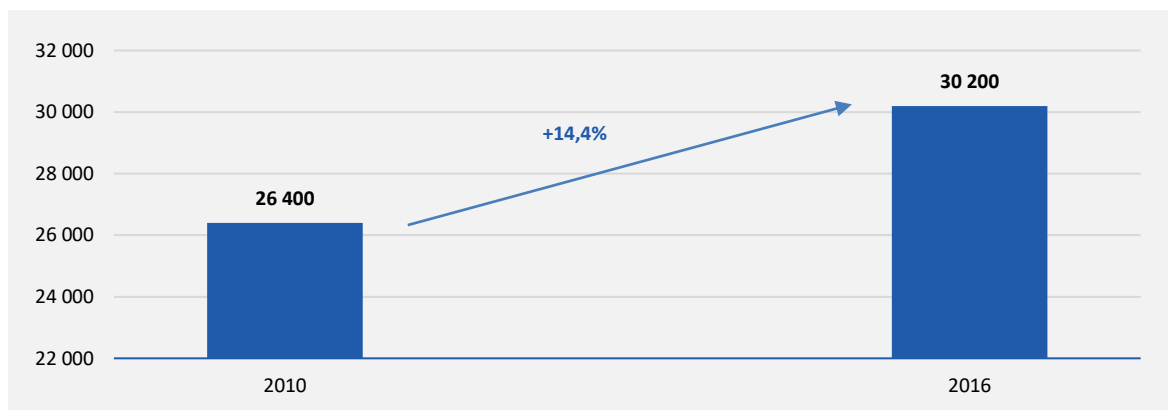
■ Nombre de titres écoutés dans l'année sur l'ensemble des plateformes audio



Source : SNEP

- Selon l'observatoire de la musique, le nombre de productions françaises a progressé de près de 15% entre 2010 et 2016

■ Nombre de phonogrammes produits en France



Source : Observatoire de la Musique (SPPF, SSCP)

- Les productions locales sont plébiscitées par les consommateurs de musique

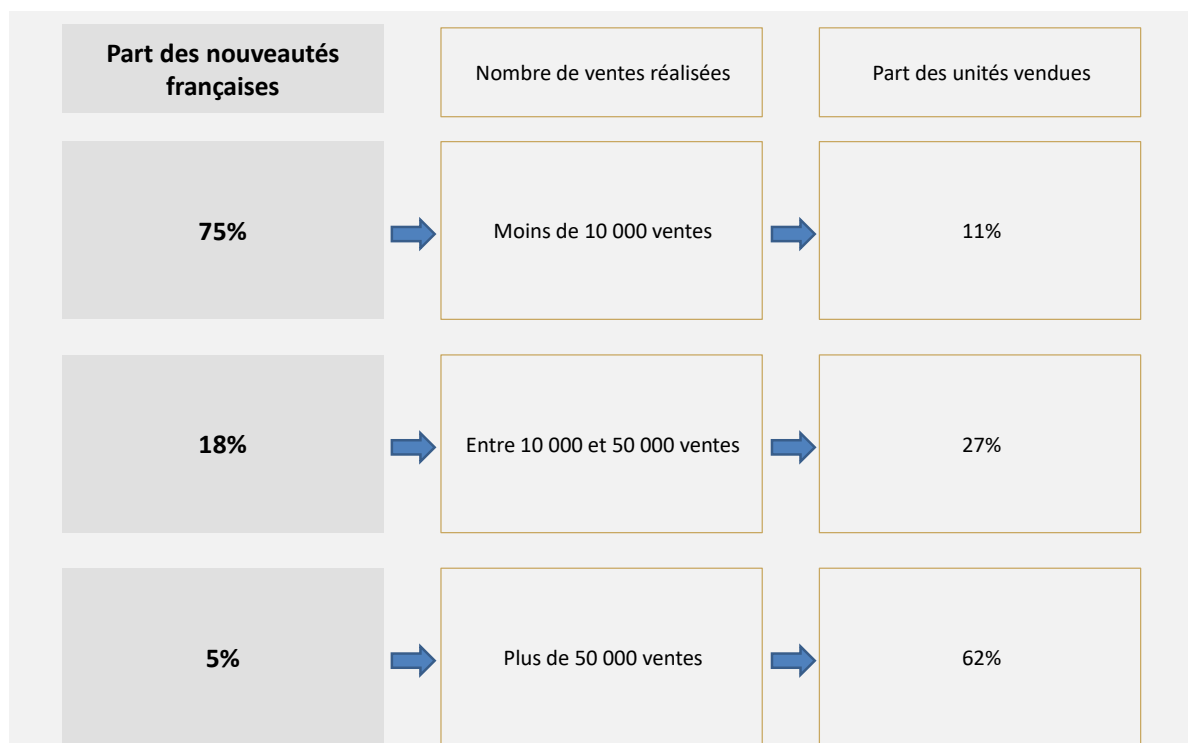
■ Part des albums produits en France parmi les meilleures ventes d'albums

	2007	2016
De la 1 ^{ère} à la 20 ^{ème} place	70%	90%
De la 21 ^{ème} à la 100 ^{ème} place	61%	71%
De la 101 ^{ème} à la 200 ^{ème} place	54%	69%
Dans les 200 premières places	58% (soit 117 albums)	72% (soit 144 albums)

Source : SNEP

- Mais leur production reste très souvent déficitaire

■ Chiffres clés des nouvelles productions phonographiques françaises



Note de lecture : 75% des nouveautés françaises ont réalisé moins de 10 000 ventes en 2016 et ont représenté 11% des unités vendues / Source : GfK, données 2016

- Le succès des artistes « Made in France » ne se dément pas

18 des 20 meilleures ventes d'albums en 2016 ont été produits en France, à l'instar des albums de Kids United, Claudio Capéo et Jain pour qui il s'agissait de leur premier album.

Comme en atteste le tableau ci-dessous, le nombre de premières productions d'albums ayant obtenu un grand succès (plus de 100 000 exemplaires vendus) est nettement reparti à la hausse depuis 2014, après cinq années de plus grandes difficultés.

■ Production française : artistes dont le 1^{er} album a dépassé les 100 000 ventes dans l'année

Année	Nombre d'artistes	Artistes
2007	9 artistes	Christophe Maé, Christophe Willem, Vitaa, Rose, Renan Luce, Shy'm, Soprano, Kenza Farah, Grand Corps Malade
2008	6 artistes	Thomas Dutronc, Grégoire, Julien Doré, BB Brunes, Stanislas, Sheryfa Luna
2009	1 artiste	Cœur de Pirate
2010	4 artistes	Les Prêtres, Zaz, Ben l'Oncle Soul, Gaëtan Roussel
2011	2 artistes	Colonel Reyel, Les Marins d'Iroise
2012	3 artistes	Tal, C2C, Lou Doillon
2013	2 artistes	Maître Gims, Luc Arbogast
2014	7 artistes	Kendji Girac, Indila, Black M, Fauve, Jul Christine and the Queens, Fréro Delavega
2015	7 artistes (yc streaming)	Louane, Nekfeu, Marina Kaye, The Avener, L.E.J, Kids United, Gradur
2016	8 artistes (yc streaming)	Alonzo, Amir, Claudio Capéo, Jain, MHD, PNL, SCH, Slimane

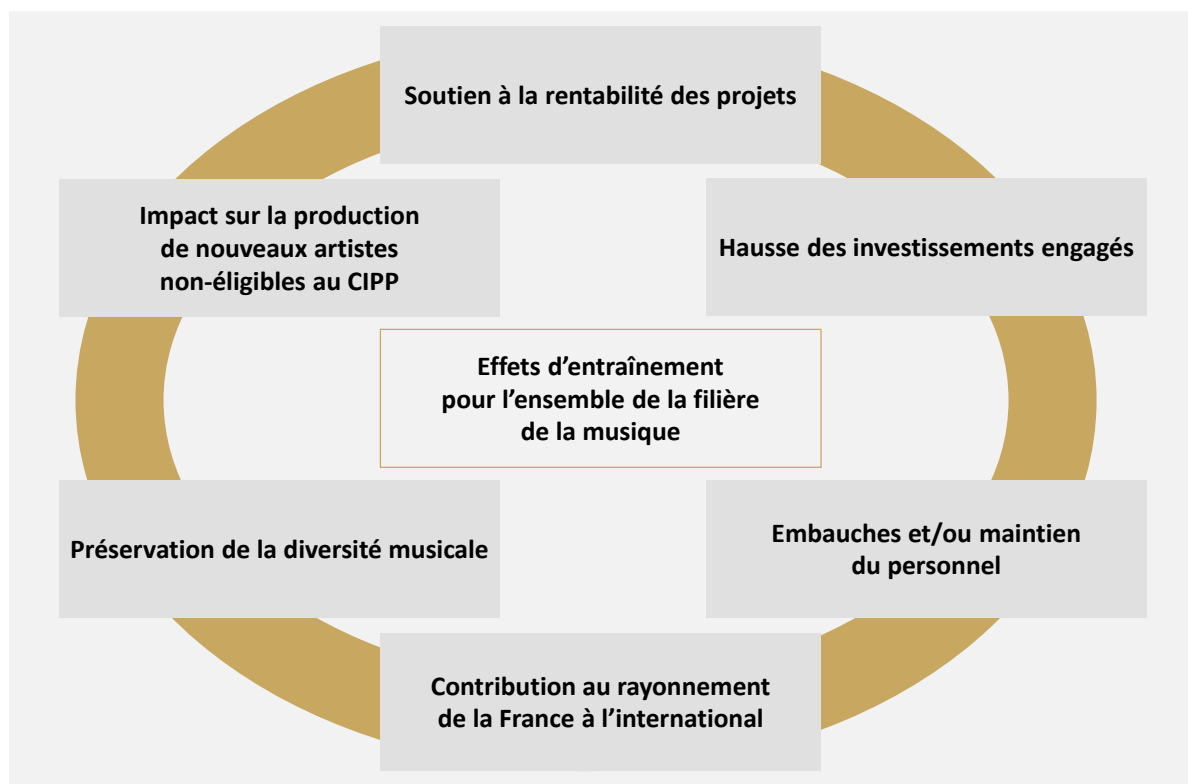
Source : GfK

2

LE CIPP : UN DISPOSITIF INDISPENSABLE AU SECTEUR DE LA PRODUCTION PHONOGRAPHIQUE

Le CIPP a rencontré un franc succès : le nombre de sociétés ayant sollicité un agrément n'a cessé d'augmenter au cours des dernières années, passant de 60 en 2007 à 197 en 2016 ⁽¹⁾ (en grande majorité des TPE et des PME). Son impact pour la profession est très positif à plus d'un titre : le dispositif a permis de préserver la production locale et la diversité musicale, d'apporter une véritable bouffée d'oxygène pour l'ensemble des acteurs face à la crise majeure de l'industrie de la musique, et de contribuer à la rentabilité de nombreux projets. Il a également eu des conséquences positives sur la production de nouveaux artistes non-éligibles au CIPP, sur les investissements engagés, ainsi que sur le maintien / la création d'emplois. In fine, **l'évolution de l'utilisation du CIPP depuis son lancement et ses effets sur la filière de la musique dans son ensemble** (sociétés de spectacle vivant, éditeurs de programmes de radio, maquettistes, graphistes, etc.), **en font aujourd'hui un dispositif structurant pour le secteur de la production phonographique.**

■ Effets favorables du CIPP



Source : Xerfi

¹ Donnée provisoire dans la mesure où l'ensemble des déclarations n'ont pas été transmises à la DGMIC

3

UN DISPOSITIF RENTABLE POUR L'ÉTAT

Dans le cadre des projets ayant bénéficié du CIPP, les recettes de l'État s'élèvent à 24,8 M€ en moyenne annuelle sur la période 2015-2016, soit une dépense de 9,3 M€ sous forme de CIPP et des recettes fiscales et sociales de 34,2 M€. **In fine, 1 € dépensé en CIPP génère près de 3 € de recettes pour l'État.**

Par ailleurs, les perspectives d'évolution du marché de la musique enregistrée sont favorables à moyen terme. Cette bonne tenue du marché irait de pair avec l'amélioration de la situation économique et financière des sociétés de production phonographique, qui dans leur grande majorité ne dégagent pas de bénéfices. Dans ce contexte, l'État bénéficierait de recettes supplémentaires sous forme d'impôt sur les sociétés ⁽²⁾, en particulier grâce aux ventes d'albums réalisées à l'international (eu égard à l'ouverture du marché favorisée par la dématérialisation de la musique).

■ Calcul du ratio recettes / coûts pour l'État

	Bilan annuel moyen du secteur sur la période 2015-2016
Montant du CIPP (€) (a)	9 322 483 (*)
Montant des recettes fiscales (€) (b)	19 650 367
Montant des recettes sociales (€) (c)	14 512 932
Montant des recettes pour l'État (€) (d) = (b) + (c) - (a)	24 840 816
Ratio recettes / coûts pour l'État (e) = (d) / (a)	2,7

(*) Moyenne 2015-2016 sur la base de données 2016 provisoires dans la mesure où l'ensemble des déclarations n'ont pas été transmises à la DGMIC / Source : Xerfi, d'après SNEP, DGMIC et panel de 17 sociétés de production phonographique

² Le travail de modélisation réalisé par Xerfi n'intègre pas les recettes issues de l'impôt sur les sociétés. Le secteur de la production phonographique compte en effet un grand nombre d'acteurs présentant un déficit structurel en termes de rentabilité.

LES EFFETS FAVORABLES DU CIPP SUR LA PRODUCTION PHONOGRAPHIQUE

Un dispositif créé en 2006

Le crédit d'impôt en faveur de la production phonographique (CIPP) a été instauré par la loi n°2006-961 du 1^{er} août 2006 relative au droit d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information. Ce dispositif, qui a été modifié et prolongé à plusieurs reprises depuis son lancement, a pour objectif de soutenir la création et la diversité musicale en accompagnant les entreprises du secteur, en particulier les TPE et les PME. Il a été mis en place dans un contexte de crise majeure de l'industrie de la musique amorcée au début des années 2000. Celle-ci s'est notamment caractérisée par une chute des revenus issus des ventes physiques de musique enregistrée de la profession.

Plus de 400 nouveaux talents soutenus chaque année par le CIPP depuis 2015

Le CIPP constitue un mécanisme incitatif pour les sociétés de production phonographique. Il permet de couvrir une partie de leurs dépenses liées à la production et au développement d'œuvres phonographiques ou vidéographiques musicales des « nouveaux talents ». Dans ce contexte, le nombre de sociétés ayant sollicité un agrément provisoire n'a cessé d'augmenter au cours des dernières années, passant de 60 en 2007 à 197 en 2016 ⁽³⁾.

Dans son sillage, le nombre d'agréments définitifs a sensiblement progressé sur la période (409 en 2016, contre moins de 300 avant 2010). Le dispositif a été en grande partie utilisé par les TPE et PME, eu égard à leur rôle majeur dans la production d'albums de nouveautés. In fine, le recours au CIPP depuis 2006, tant en nombre de projets qu'en nombre de sociétés agréées, en fait aujourd'hui un dispositif structurant pour le secteur de la production phonographique.

■ Chiffres clés sur le dispositif du CIPP

Unités : nombre, euro

	Agréments provisoires		Agréments définitifs		Montant du CIPP obtenu (€)
	Nombre de sociétés	Nombre de projets	Nombre de sociétés	Nombre de projets	
2006	-	-	-	-	2 125 130
2007	60	784	5	14	3 075 685
2008	58	405	26	159	4 201 774
2009	49	707	33	243	5 844 521
2010	78	595	34	307	6 049 480
2011	79	606	48	299	6 410 107
2012	95	660	58	385	6 877 179
2013	109	626	58	364	8 282 527
2014	114	659	65	364	8 954 005
2015	149	844	63	410	9 293 427
2016	197	1 002	86	409	9 351 538

NB 1 : les premiers agréments ont été délivrés en 2007 / NB 2 : données 2016 provisoires dans la mesure où l'ensemble des déclarations n'ont pas été transmises à la DGMIC / Source : DGMIC

³ Donnée provisoire dans la mesure où l'ensemble des déclarations n'ont pas été transmises à la DGMIC

Des investissements et des risques importants pour les labels

Les labels de musique interviennent dans le repérage, l'accompagnement et la promotion des artistes et nouveaux talents. Ils agissent en quelque sorte en « catalyseur » de l'offre musicale. Leur activité comporte un niveau de risque élevé, en raison notamment de l'érosion des ventes de musique enregistrée au cours des dernières années et du montant élevé des investissements consentis.

En effet, la part des revenus des maisons de disques investis en artiste & répertoire (A&R) à l'échelle mondiale s'est établie à 16,9% en 2015. Elle est supérieure à celle consacrée à la recherche & développement (R&D) par de nombreuses industries. D'après le tableau de bord 2015 de l'Union européenne sur les investissements en R&D industriels, l'intensité en R&D s'est élevée à 14,4% dans le secteur pharmaceutique et la biotechnologie, 10,1% dans les logiciels et services informatiques, 8,0% dans les matériels et équipements technologiques, etc. Cette comparaison permet de rapprocher l'importance du CIPP pour les sociétés de production phonographique à celle du crédit d'impôt recherche (CIR) pour les industriels.

Dans ce contexte, et étant donné la part relativement limitée des projets aboutissant à un succès (de l'ordre de un sur cinq à l'échelle mondiale selon certains labels, voire moins de un sur dix), les sociétés de production phonographique soulignent la nécessité du CIPP pour leur permettre d'investir et de lancer de nouveaux projets.

Un dispositif contribuant à la rentabilité des projets...

Depuis le lancement du CIPP en 2006, le chiffre d'affaires du secteur de la musique enregistrée a quasiment été divisé par deux en valeur. Sans ce dispositif, les performances d'exploitation de nombreuses sociétés de production phonographique seraient dans le rouge. Selon une étude menée en 2017 par BearingPoint pour le compte de la DGMIC, le taux de marge sur les nouveaux projets régis par un contrat d'exclusivité s'élève en moyenne à -18,3% pour les producteurs indépendants et à -41,4% pour les majors. Dans ce contexte, le soutien du secteur a été indispensable : il a permis de préserver la production locale et d'apporter une véritable bouffée d'oxygène pour l'ensemble de la profession, étant donné la crise qu'elle traverse depuis le début des années 2000.

... à la préservation de la diversité...

Le CIPP constitue un gage du maintien de la diversité culturelle et musicale. Le dispositif soutient en effet de nombreuses TPE et PME, qui sont au premier plan dans la production d'albums de nouveautés, et les incite à découvrir de nouveaux talents francophones. Certaines sociétés de production phonographique ont par exemple opté pour une spécialisation dans des styles musicaux pointus.

... et à l'activité et à l'emploi

Selon l'enquête réalisée par Xerfi auprès d'un échantillon de 17 sociétés de production phonographique, le dispositif de crédit d'impôt a eu, au-delà des projets aidés, des conséquences positives sur :

- la production de nouveaux artistes non-éligibles au CIPP (pour 65% des sociétés du panel), la diminution des risques sur les projets aidés leur permettant d'investir par ailleurs ;
- les investissements engagés (65%) ;
- les embauches et/ou le maintien de personnel (59%).

■ Domaines dans lesquels le CIPP a eu un impact sur l'activité de votre société au-delà des projets aidés sur la période 2015-2016

Unité : part en % du nombre de répondants

	Part
Production de nouveaux artistes non-éligibles au CIPP	65%
Investissements	65%
Embauches ou maintien du personnel	59%
Le CIPP n'a eu aucun impact sur votre activité au-delà des projets aidés	12%

Source : Xerfi, d'après un panel de 17 sociétés de production phonographique

Des retombées positives pour l'ensemble de la filière de la musique...

Les nombreux projets éligibles au CIPP portés par les sociétés de production phonographique ont un effet d'entraînement positif sur l'ensemble de la filière de la musique. Chaque projet peut ainsi avoir un impact, plus ou moins important, sur les marchés du spectacle vivant (permettant notamment d'employer un grand nombre d'intermittents) et de l'édition et la diffusion de programmes de radio ou de télévision. D'autres métiers sont également concernés par les retombées positives des projets phonographiques ou vidéographiques : créateur de site Internet (dédié aux artistes), graphiste, maquettiste, directeur marketing, ingénieur du son, etc.

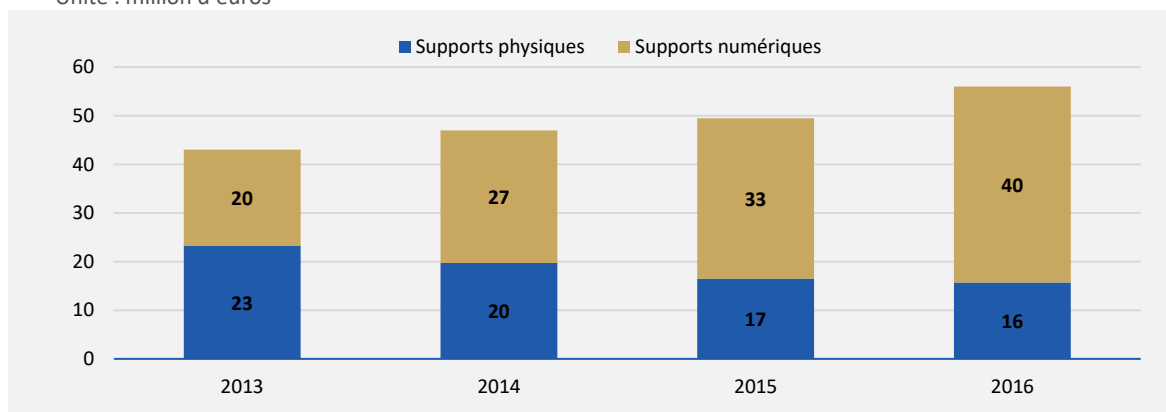
... et pour le rayonnement de la France à l'international

En outre, la musique française participe à l'image, au rayonnement et à la vitalité de l'Hexagone dans le monde. Si le CIPP permet aux producteurs phonographiques français d'être mieux armés face aux risques sur le marché local, il constitue également un effet levier à l'international en leur permettant d'être plus compétitifs dans un contexte de vive concurrence à l'échelle mondiale. D'autant qu'à l'inverse, la pénétration des répertoires internationaux dans l'Hexagone est facilitée par de faibles barrières à l'entrée.

Au cours des dernières années, le CIPP est venu accompagner et soutenir les performances des acteurs français à l'international. D'après les données du Bureau Export, le chiffre d'affaires réalisé sur les ventes de musique enregistrée par les producteurs phonographiques a augmenté de 12% en 2016, pour atteindre 56 M€ (dont 72% sur supports numériques).

■ Chiffre d'affaires à l'export des producteurs phonographiques français

Unité : million d'euros



Source : Le Bureau Export

■ Chiffres clés des producteurs phonographiques français à l'international

N°3

Les ventes de musique enregistrée sont la 3^{ème} source de revenus de la filière musicale à l'international en 2016, derrière les droits d'auteur et d'édition et les ventes de spectacles

40%

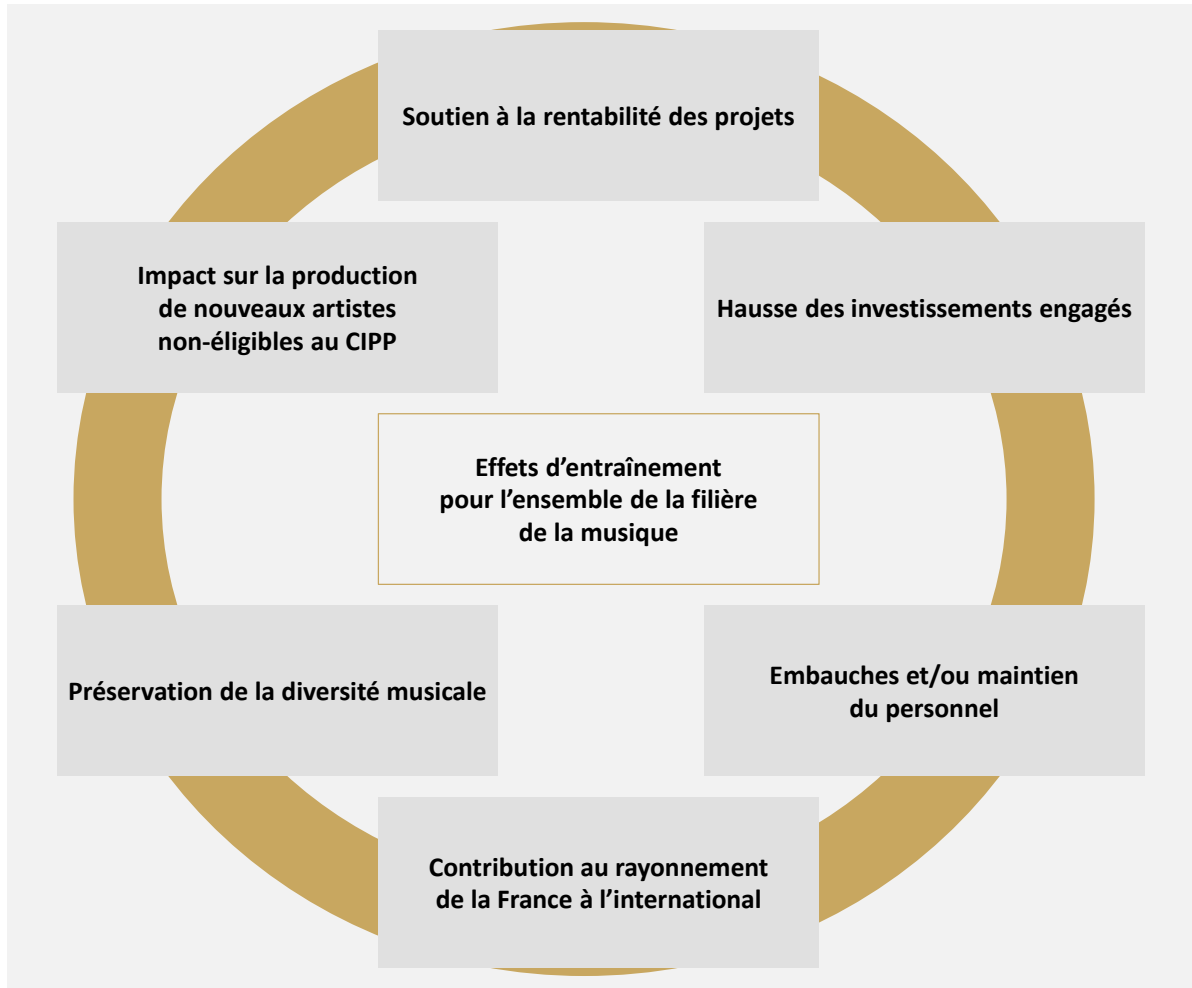
C'est la part du chiffre d'affaires des producteurs phonographiques réalisée hors d'Europe en 2016 (contre 28% en 2013)

46%

C'est la part des streams audio des artistes signés en France provenant de l'étranger en 2016

Source : Le Bureau Export

■ Effets favorables du CIPP



Source : Xerfi

UN DISPOSITIF RENTABLE POUR L'ÉTAT

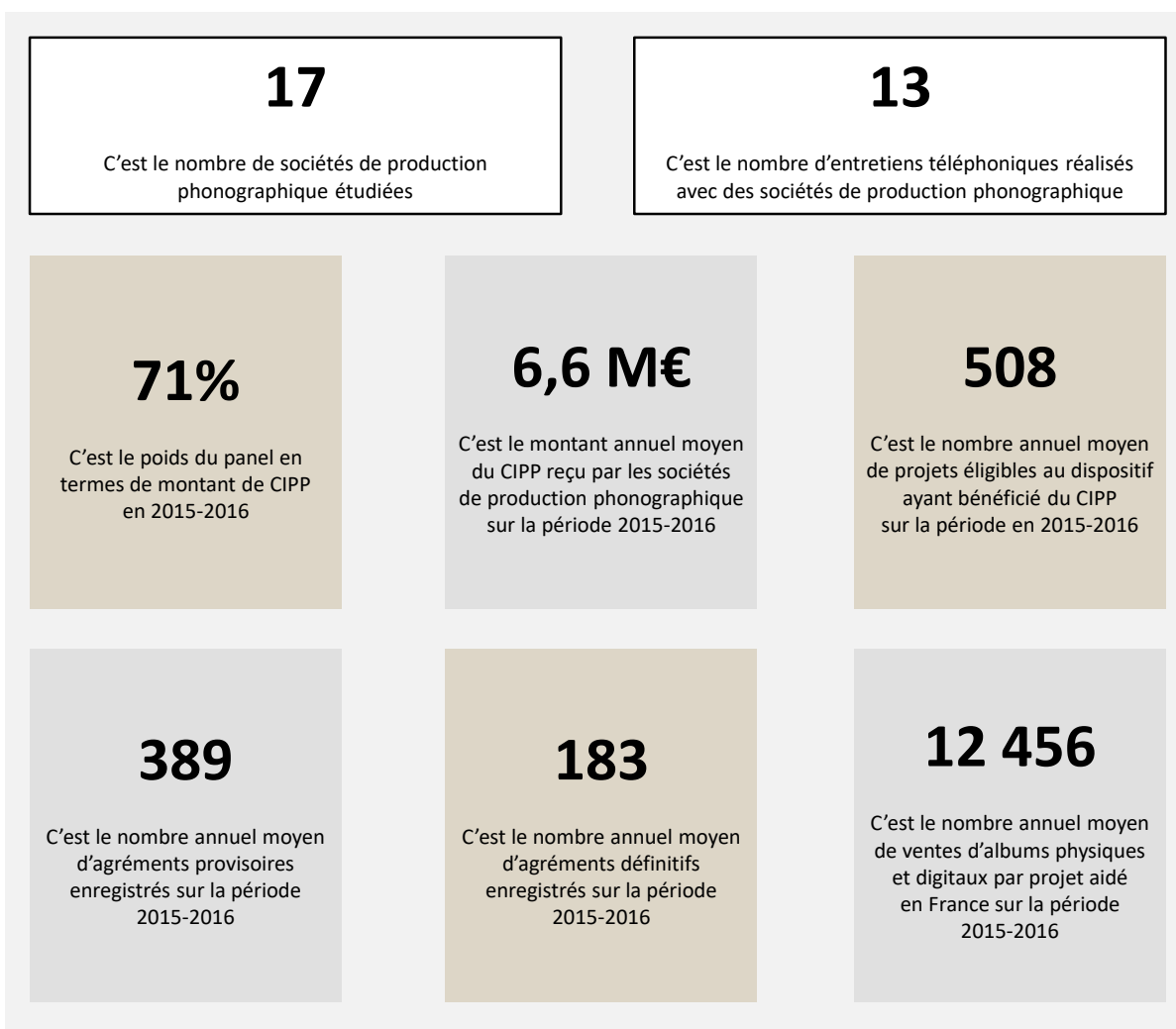
3.1. UNE MODÉLISATION ÉLABORÉE À PARTIR D'UN PANEL

Pour établir un bilan d'application du CIPP, Xerfi a comparé les dépenses engagées par l'État avec les recettes induites. Ce travail de modélisation a été mené sur la période 2015 et 2016, lors de laquelle le périmètre du dispositif de crédit d'impôt est resté inchangé (plusieurs aménagements ont en effet été mis en place depuis le lancement de la mesure en 2006, les derniers étant intervenus au 1^{er} janvier 2015).

Les calculs ont été réalisés à partir :

- des données de la DGMIC pour le montant annuel du CIPP ;
- d'un panel de 17 sociétés de production phonographique, composé de majors, de grands labels indépendants et de TPE/PME, représentant 71% du montant total du CIPP accordé sur la période 2015-2016. Par le biais d'un questionnaire ⁽⁴⁾ et d'entretiens téléphoniques ⁽⁵⁾, de nombreuses données ont été collectées auprès de ces sociétés (nombre de projets ayant bénéficié du CIPP, montant des frais de personnel associés à ces projets, ventes d'albums physiques et digitaux induits en France et à l'international, etc.). Ces données ont été ensuite extrapolées à l'ensemble du secteur de la production phonographique.

■ Chiffres clés du panel étudié



Source : Xerfi

⁴ Questionnaire disponible en annexes

⁵ Verbatims des entretiens téléphoniques disponibles en annexes

3.2. D'IMPORTANTES RECETTES FISCALES ET SOCIALES POUR L'ÉTAT

Dans le cadre des projets ayant bénéficié du CIPP, l'État a enregistré en moyenne annuelle sur la période 2015-2016 :

- 19,7 M€ de recettes fiscales, qui correspondent à la TVA collectée sur 8,9 millions de ventes d'albums physiques et digitaux induites des projets aidés en France (sur la base d'un prix de vente consommateur moyen de 13,24 € TTC) ;

- 14,5 M€ de recettes sociales, issues des cotisations patronales et salariales prélevées sur les frais de personnel permanent et non-permanent des sociétés de production phonographique.

■ Calcul des recettes fiscales et sociales pour l'État

Bilan annuel moyen du secteur sur la période 2015-2016	
Recettes fiscales	
Ventes d'albums physiques et digitaux via des projets aidés en France (nombre) - <i>Source panel</i>	8 905 000
Prix de vente consommateur moyen d'un album (€ TTC) - <i>Source SNEP</i>	13,24
TVA (%)	20%
Montant des recettes fiscales (€)	19 650 367
Recettes sociales	
Frais de personnel permanent des entreprise (€) - <i>Source panel</i>	19 514 560
Frais de personnel non-permanent des entreprise (€) - <i>Source panel</i>	2 813 028
Cotisations patronales (%)	45%
Cotisations salariales (%)	20%
Montant des recettes sociales (€)	14 512 932

Source : Xerfi, d'après SNEP et panel de 17 sociétés de production phonographique

D'importantes recettes fiscales et sociales pour l'État (suite)

En moyenne annuelle sur la période 2015-2016, les recettes nettes de l'État, après versement du CIPP, se sont élevées à 24,8 M€. Ce solde très positif se décompose de la manière suivante :

- une dépense de 9,3 M€⁽⁶⁾ sous forme de CIPP ;
- des recettes fiscales de 19,7 M€ ;
- des recettes sociales de 14,5 M€.

In fine, 1 € dépensé en CIPP génère près de 3 € de recettes pour l'État.

Ce calcul des recettes pour l'État n'intègre pas les revenus issus de l'impôt sur les sociétés. En effet, le secteur de la production phonographique compte un grand nombre d'acteurs présentant un déficit structurel en termes de rentabilité. Toutefois, au regard de la reprise progressive du marché de la musique enregistrée, l'impôt sur les sociétés devrait constituer une source de recettes supplémentaires pour l'État dans les prochaines années, en particulier grâce aux ventes d'albums réalisées à l'étranger, la dématérialisation rendant le marché de plus en plus ouvert à l'international. Cela contribuera encore à l'amélioration de la rentabilité du dispositif de crédit d'impôt.

Par ailleurs, le secteur de la production phonographique a des effets d'entraînement, en termes d'activité et de création / maintien d'emplois, sur d'autres marchés tels que le spectacle vivant et l'édition et la diffusion de programmes de radio, mais aussi sur une large palette de métiers intervenant dans la production phonographique (graphiste, maquettiste, directeur marketing, ingénieur du son, etc.).

■ Calcul du ratio recettes / coûts pour l'État

Bilan annuel moyen du secteur sur la période 2015-2016	
Montant du CIPP (€) (a)	9 322 483 (*)
Montant des recettes fiscales (€) (b)	19 650 367
Montant des recettes sociales (€) (c)	14 512 932
Montant des recettes totales pour l'État (€) (d) = (b) + (c) - (a)	24 840 816
Ratio recettes / coûts pour l'État (e) = (d) / (a)	2,7

(*) Moyenne 2015-2016 sur la base de données 2016 provisoires dans la mesure où l'ensemble des déclarations n'ont pas été transmises à la DGMIC / Source : Xerfi, d'après DGMIC, SNEP et panel de 17 sociétés de production phonographique

⁶ Moyenne 2015-2016 sur la base de données 2016 provisoires dans la mesure où l'ensemble des déclarations n'ont pas été transmises à la DGMIC

3.3. LA MODÉLISATION LIÉE AUX EFFETS D'AUBAINE

Les limites à l'existence d'effets d'aubaine

La démarche consiste à déterminer la part des **projets aidés** et des **frais de personnel permanent** pouvant être assimilés à des effets d'aubaine et qui rendraient le dispositif du CIPP déficitaire pour l'État.

Pour ce faire, Xerfi s'est appuyé sur les données de bilan annuel moyen du secteur sur la période 2015-2016 en termes de recettes fiscales et sociales. Les résultats de ces calculs de rentabilité pour l'État sont détaillés dans les pages suivantes.

Par ailleurs, Xerfi a recensé 3 limites à l'existence d'effets d'aubaine présentés ci-dessous.

■ Limites à l'existence d'effets d'aubaine

1

Les albums interprétés par les nouveaux talents sont ceux qui, par nature, comportent le plus de risques sur le plan financier en raison des investissements nécessaires pour développer la notoriété d'un artiste.

2

La production phonographique française est devenue structurellement déficitaire depuis la crise de l'industrie du disque au début des années 2000. Selon une étude menée par BearingPoint pour le compte de la DGMIC, le taux de marge sur les nouveaux projets régis par un contrat d'exclusivité s'élève en moyenne à -18,3% pour les producteurs indépendants et à -41,4% pour les majors.

3

Le producteur phonographique prend un risque sur ses fonds propres au premier euro investi, à la différence des producteurs de films français, dont l'apport en fonds propres n'excède jamais en moyenne 25% à 28% du coût de production total d'un film.

Sources : SNEP, UPFI

3.3. LA MODÉLISATION LIÉE AUX EFFETS D'AUBAINE

Le nombre de projets aidés et les effets d'aubaine

A l'issue des calculs réalisés par Xerfi, il faudrait que 73% des projets aidés répondent à des effets d'aubaine pour que le dispositif du CIPP ne soit pas rentable pour l'État. En d'autres termes, s'il n'y avait que 27% des projets qui étaient conditionnés par le CIPP, le dispositif serait encore rentable pour l'État. Pour obtenir ce résultat, Xerfi a défalqué de 73% le nombre de projets aidés enregistrés en moyenne annuelle sur la période 2015-2016 en appliquant ce taux aux ventes d'albums physiques et digitaux via des projets aidés en France, ainsi qu'au montant des frais de personnel permanent et non-permanent.

■ Calcul du point mort sur le nombre de projets aidés en termes de rentabilité pour l'État du dispositif du CIPP

	Données annuelles moyennes sur la période 2015-2016	
	Bilan du secteur	Calcul du point mort en termes de rentabilité
Montant du CIPP (€)	9 322 483 (*)	9 322 483 (*)
Recettes fiscales		
		-73% du total
Ventes d'albums physiques et digitaux via des projets aidés en France (nombre) - <i>Source panel</i>	8 905 000	2 404 350
Prix de vente consommateur moyen d'un album (€ TTC) - <i>Source SNEP</i>	13,24	13,24
TVA (%)	20%	20%
Montant des recettes fiscales (€)	19 650 367	5 305 599
Recettes sociales		
		-73% du total
Frais de personnel permanent de l'entreprise (€) - <i>Source panel</i>	19 514 560	5 268 931
Frais de personnel non-permanent de l'entreprise (€) - <i>Source panel</i>	2 813 028	759 518
Cotisations patronales (%)	45%	45%
Cotisations salariales (%)	20%	20%
Montant des recettes sociales (€)	14 512 932	3 918 492
Montant des recettes totales pour l'État (€)	24 840 817	-98 392

NB : les sources mentionnées portent sur les données du bilan annuel moyen du secteur sur la période 2015-2016, qui ont été utilisées par Xerfi dans le cadre du calcul du point mort en termes de rentabilité / (*) Moyenne 2015-2016 sur la base de données 2016 provisoires dans la mesure où l'ensemble des déclarations n'ont pas été transmises à la DGMIC / Source : Xerfi, d'après SNEP, DGMIC et panel de 17 sociétés de production phonographique

3.3. LA MODÉLISATION LIÉE AUX EFFETS D'AUBAINE

Les frais de personnel permanent et les effets d'aubaine

Si le dispositif du CIPP permet de maintenir, voire de créer des emplois, une partie des salariés des sociétés qui interviennent sur des projets aidés font partie intégrante des effectifs, même en l'absence du CIPP. Dans ce contexte, même en supprimant les charges sociales et patronales issues des frais de personnel permanent recensés en moyenne annuelle sur la période 2015-2016, celles qui s'appliquent sur les frais de personnel non-permanent et les recettes liées à la TVA sur les ventes d'albums suffisent amplement à rentabiliser le CIPP.

■ Calcul du point mort sur les frais de personnel permanent en termes de rentabilité pour l'État du dispositif du CIPP

	Données annuelles moyennes sur la période 2015-2016	
	Bilan du secteur	Calcul du point mort en termes de rentabilité
Montant du CIPP (€)	9 322 483 (*)	9 322 483 (*)
Recettes fiscales		
Ventes d'albums physiques et digitaux via des projets aidés en France (nombre) - <i>Source panel</i>	8 905 000	8 905 000
Prix de vente consommateur moyen d'un album (€ TTC) - <i>Source SNEP</i>	13,24	13,24
TVA (%)	20%	20%
Montant des recettes fiscales (€)	19 650 367	19 650 367
Recettes sociales		
		suppression totale
Frais de personnel permanent de l'entreprise (€) - <i>Source panel</i>	19 514 560	0
Frais de personnel non-permanent de l'entreprise (€) - <i>Source panel</i>	2 813 028	2 813 028
Cotisations patronales (%)	45%	45%
Cotisations salariales (%)	20%	20%
Montant des recettes sociales (€)	14 512 932	1 828 468
Montant des recettes totales pour l'État (€)	24 840 817	12 156 353

NB : les sources mentionnées portent sur les données du bilan annuel moyen du secteur sur la période 2015-2016, qui ont été utilisées par Xerfi dans le cadre du calcul du point mort en termes de rentabilité / (*) Moyenne 2015-2016 sur la base de données 2016 provisoires dans la mesure où l'ensemble des déclarations n'ont pas été transmises à la DGMIC / Source : Xerfi, d'après SNEP, DGMIC et panel de 17 sociétés de production phonographique

LES ANNEXES

Les verbatims présentés ci-après sont issus des entretiens téléphoniques réalisés auprès de 13 sociétés de production phonographique. Les échanges ont notamment porté sur les bénéfices du CIPP, les conséquences d'une disparition du CIPP, ainsi que sur les freins et les coûts induits pour bénéficier du CIPP.

Bénéfices du CIPP

« Le CIPP sert vraiment au développement de nouveaux talents et il est pleinement intégré au calcul de rentabilité des projets. Les enjeux financiers sont trop importants pour ne pas le solliciter »

« Le CIPP accompagne très bien l'évolution du secteur qui est marquée par le recours important au streaming et donc des revenus qui sont davantage étalés dans le temps »

« Les petites structures ne pouvant pas vraiment s'appuyer sur les banques, leur modèle de financement de l'activité repose en partie sur le CIPP »

« Le dispositif est une reconnaissance de la profession à vouloir faire évoluer des jeunes sociétés et permettre leur expansion »

« Le CIPP joue un rôle majeur pour la trésorerie et les investissements, il permet aux sociétés de se projeter »

« Le CIPP a permis de recruter de nouveaux chefs de projet pour accompagner des projets sur le long terme, de faire évoluer les signatures de nouveaux talents, etc. »

« Le nombre de labels et de projets a augmenté au fur et à mesure que le dispositif est monté en puissance »

« Il est essentiel que le CIPP soit pérenne dans le temps et non pas voté et reconduit tous les trois ans »

« La relance de talents constitue également un axe intéressant. Cette mesure a un sens et permet de réintégrer comme nouveaux talents des artistes qui reviennent sur le devant de la scène après de longues années d'absence. D'une part, le succès d'un album ne garantit pas le succès pour l'album suivant. D'autre part, le monde de la musique a énormément changé au cours des dernières années »

Conséquences de la disparition du CIPP

« La suppression du CIPP serait désastreuse pour notre société. Il serait envisagé de clôturer l'activité »

« Moins de signatures d'artistes, moins d'investissements artistiques et marketing, moins de recrutement de personnel »

« Moins de personnel, moins d'artistes, moins de diversité »

« La principale conséquence serait une baisse des budgets d'investissements dédiés aux artistes en développement et à la recherche de nouveaux talents »

« Cela aurait un impact sur la rentabilité de notre activité et nous pourrions être amenés à refuser des projets. Le CIPP est un élément déterminant dans la prise de décision de lancer de nouveaux projets ou non »

« La viabilité des projets ne peut être envisagée qu'avec des apports externes (subventions, CIPP, autres) permettant de diminuer l'investissement initial, et ainsi d'espérer amortir les coûts »

« Depuis 2010, notre résultat avant impôt est négatif et le résultat après impôt est positif. Tout est dit... »

« Le crédit d'impôt constitue un soutien financier non négligeable [...] compte tenu du fait que le secteur est toujours en crise et qu'il peine à trouver de nouveaux modèles économiques qui puissent compenser la baisse des ventes »

« Cela rendrait l'économie d'un label de musique compliquée à équilibrer en fin d'année »

« Le crédit d'impôt est devenu une aide incontournable dans la réussite et la bonne conduite d'un projet musical »

« Nous signerions beaucoup moins d'artistes français (nouveaux talents), ce qui aurait comme effet induit de repenser notre structure en termes d'emploi, de niveau de salaire et de signatures sur des projets en développement qui sont par définition très risqués »

« Conséquences immédiates : forte réduction du nombre de productions, avec par ricochet une baisse significative de l'engagement d'intermittents du spectacles (artistes, musiciens, techniciens), du recours aux prestataires artistiques (photographes, graphistes, etc.) et aux sous-traitants techniques (studio, production exécutive de vidéoclips, etc.). Conséquences à moyen terme : coup d'arrêt à l'embauche au sein de l'entreprise, non-renouvellement des CDD en cours, absence de confirmation en CDI et éventuelle mise en danger de certains CDI »

Freins et coûts induits pour bénéficier du CIPP

« Le coût induit par le CIPP n'est pas dissuasif par rapport aux gains de la mesure. En revanche, [...] entre les agréments, l'établissement des crédits d'impôt et les contrôles des impôts, le temps administratif passé est important »

« L'administratif lié au CIPP est sous-traité. Cela représente un coût, mais c'est plus rentable que de se passer du CIPP ou d'internaliser ces tâches »

« Le dispositif nécessite beaucoup d'énergie (administration, commissaire au compte, stress, risque de contrôle fiscal, etc.), du temps et un vrai niveau d'expertise. Dans ce contexte, le dispositif bénéficie à un nombre réduit d'acteurs, qui sont les plus structurés et les plus dynamiques du marché »

« Notre société ne produit pas ou peu de musique en langue française ou instrumentale, ce qui est un réel frein. C'est aussi, dans un sens, discriminatoire pour une structure comme la nôtre qui est ouverte à l'international »

« Le critère de francophonie limite nos demandes et est bloquant pour nombre de petits labels de niche qui travaillent sur des esthétiques musicales non francophones »

« À l'heure où l'export est un vrai enjeu, la production française sera toujours limitée dans son essor si le critère de la langue française reste au cœur du dispositif »

Q1. Combien d'agrément pour le CIPP avez-vous reçus ?

	Agréments provisoires	Agréments définitifs
En 2015		
En 2016		

Q2. Quel est le montant du crédit d'impôt dont vous avez bénéficié dans le cadre du CIPP ?

	Montant du CIPP
En 2015	
En 2016	

Q3. Combien de projets éligibles au CIPP ont bénéficié du crédit d'impôt ?

	Nombre de projets
En 2015	
En 2016	

Q4. Combien de sorties commerciales (contrats d'artistes et contrats de licence) avez-vous réalisées sur la période 2015-2016 et combien sont liées à des projets aidés ?

	Nombre total de sorties	Dont nombre de sorties aidées
En 2015		
En 2016		

Q5. Pour le calcul du CIPP, quelles dépenses en frais de personnel avez-vous déclarées ?

	Frais de personnel <u>permanent</u> de l'entreprise	Frais de personnel <u>non-permanent</u> de l'entreprise
En 2015		
En 2016		

Q6. Quel est l'effectif total de votre entreprise ?

	Effectifs
En 2015	
En 2016	

Q7. Combien de personnes ont travaillé sur des projets aidés (même si ce n'est pas à temps plein) ?

	Nombre de personnes
En 2015	
En 2016	

Le questionnaire adressé aux sociétés de production (suite)

Q8. Pour le calcul du CIPP, quel montant total des dépenses (production + développement) avez-vous déclaré dans la limite imposée des 2,3 M€ ?

	Montant des dépenses déclarées
En 2015	
En 2016	

Q9. Si le montant total de vos dépenses déclaré est égal à 2,3 M€, à combien s'élevait-il avant application du plafond ?

	Montant des dépenses réelles
En 2015	
En 2016	

Q10. Le montant déclaré de vos dépenses pour le CIPP correspond à quelle part de l'ensemble de vos dépenses de production et de développement associées à ces contrats aidés (y compris le marketing et la publicité) ?

	< 20%	20% à 40%	40% à 60%	60% à 80%	> 80%
En 2015					
En 2016					

Q11. Combien de ventes physiques et digitales (équivalent album) avez-vous réalisées avec les projets aidés ?

	Nombre de ventes en France	Nombre de ventes à l'international
En 2015		
En 2016		

Q12. À combien estimez-vous le coût induit pour bénéficier du CIPP (temps passé à rassembler les éléments financiers, à remplir les formulaires pour l'administration fiscale, intervention d'un cabinet comptable, etc.) ?

Vous pouvez détailler votre calcul ici

Q13. Considérez-vous que le coût induit par la demande du CIPP (temps passé à rassembler les éléments financiers, à remplir les formulaires pour l'administration fiscale, intervention d'un cabinet comptable, etc.) est dissuasif ?

Oui	
Non	

Q14. Sur la période 2015-2016, dans quel(s) domaine(s) le CIPP a eu un impact sur votre activité au-delà des projets aidés ?

Production de nouveaux artistes non-éligibles au CIPP	
Investissements	
Embauches	
Le CIPP n'a eu aucun impact sur votre activité au-delà des projets aidés	

Q15. Pour finir, si le CIPP venait à disparaître, quelles seraient les conséquences pour votre activité ?