

État des lieux et enjeux du secteur du spectacle musical et de variété

PRODISS

15 avril 2016

Les éléments de diagnostic

Quelques caractéristiques clés

Un marché en croissance mais une fréquentation par représentation en baisse

- Baisse annuelle moyenne de 0.5% du nombre moyen d'entrées entre 2008 et 2014

Une concentration des recettes sur un nombre réduit d'événements et de lieux

- Les représentations à plus de 1500 entrées = 62% de la billetterie et 48% de la fréquentation

Un secteur peu présent à l'international

Un secteur atomisé mais avec quelques acteurs significatifs

- Seules 5% des entreprises dépassent 5 millions EUR de chiffre d'affaires

La rentabilité des acteurs se dégrade du fait d'une augmentation rapide des charges

- Le résultat net des entreprises a baissé de 1.4% à 0.5% des produits d'exploitation en 5 ans

Les particularités du marché français:

- Un réseau de salles particulièrement développé
 - Mais peu de grandes salles dans les très grandes villes
- Une concentration moindre de la production et de la diffusion
- Une certaine spécialisation des métiers entre producteur national et diffuseur local
- Le poids économique et culturel spécifique de Paris
- Le poids du financement public à travers le soutien aux SMAC et à de nombreux festivals.

Les tensions du secteur

Les tensions du secteur

Des usages qui évoluent

- Un recentrage sur les « valeurs sûres » en raison de la crise économique
- Un consommateur plus averti qui prend le contrôle de sa consommation
- Des jeunes consommateurs plus mobiles
- Hors festivals, un vieillissement des spectateurs

La fragilité économique

- Une dégradation du modèle économique de l'organisation des tournées:
 - Disparition des « tour supports » et inversion de la relation entre producteurs de disques et de spectacles
- Une dégradation de la rentabilité des acteurs liée à l'augmentation des coûts des plateaux artistiques et techniques
- Une internationalisation du marché des festivals et de la concurrence
- La contraction des ressources publiques (salles subventionnées, festivals)

La recomposition de la filière

La fin de la spécialisation par métier

Investir aux différents échelons pour diminuer les coûts de transaction et capter une part plus importante de la valeur
L'arrivée de grands acteurs en capacité d'investir souvent aux niveaux de la production de concerts, l'exploitation de salles et la gestion de la billetterie:

Grands acteurs internationaux du spectacle vivant, maisons de disques, acteurs extérieurs à la filière musicale

Trois logiques économiques: internationalisation, taille, intégration verticale

Le retrait de la génération des entrepreneurs « historiques »

Un environnement en mutation par le numérique

Le piratage pénalise l'exploitation des concerts filmés

La dématérialisation des billets ouvre la voie à de nouveaux distributeurs

Les enjeux

L'enjeu du repérage et du développement des artistes

La tendance à la concentration des investissements sur les artistes confirmés

- Les artistes renommés sont privilégiés par:
 - les groupes intégrés,
 - les grandes salles se diversifiant vers la production
 - et même certaines salles moyennes subventionnées (contraintes financières des pouvoirs publics et volonté d' « événementialisation » des collectivités locales).
- Concurrence croissante entre les festivals sur les têtes d'affiches

L'économie du développement fragilisée

- Un partage du risque pris sur la production d'artistes en développement plus difficile avec les diffuseurs (fragilisés) et les salles subventionnées (moyens contraints)
- Un risque de voir partir un artiste pour un producteur plus important une fois sa carrière lancée en l'absence d'exclusivité

Des pistes possibles

- Des possibilités de partenariats efficaces entre groupes intégrés et producteurs indépendants:
 - Un partage des rôles entre production des artistes populaires et détection et développement des talents
- Deux formes possibles:
 - A minima des accords de coproduction
 - Une formalisation d'un droit de suite:
 - Contractuellement, selon les modèles de contrat entre un sportif et son club
 - Par une auto-régulation du secteur limitant le débauchage des artistes en développement
 - Par le financement d'une fondation par les grands groupes pour accompagner les artistes en émergence

L'enjeu de la billetterie

Un triple enjeu pour les acteurs de la filière

- Un enjeu de maîtrise et d'optimisation de la commercialisation
- Un enjeu financier (commission perçue par le distributeur de billetterie)
- Un enjeu de connaissance de la base client et d'exploitation des données qui la qualifie

Un déficit de marque et de taille critique

- L'arrivée d'opérateurs puissants de billetterie en ligne avec la dématérialisation
- Réussite de la distribution directe de la billetterie directement proportionnelle à la force de la marque et au niveau d'activité pour les acteurs du secteur
- Un manque de moyens humains et informatiques pour exploiter les données associées

Des pistes possibles

- Coopération entre acteurs et avec les autres industries culturelles
- Un outil avancé de type CRM semble devoir être rationnel pour de très grands producteurs, des salles à très forte notoriété, les principaux festivals

L'enjeu de l'exportation

L'exportation bénéficie de certains atouts

- Réseau des centres culturels français
- Soutien du Bureau Export

Mais rencontre des difficultés

- La capitalisation au-delà d'une tournée est complexe
- Un coût de revient élevé
- La nécessité d'investir pour identifier les bons contacts à l'international et recruter un agent

Des pistes possibles

- La constitution de « champions français » de la production actifs au niveau européen passe-t-elle par la production d'artistes anglophones ?

Qui sommes nous?

IDATE DigiWorld, l'un des instituts européens de l'économie numérique les plus renommés, est spécialisé sur les marchés télécoms, Internet, médias et les territoires numériques. Depuis 1977, nos équipes proposent des missions de conseil, des services de veille des marchés et un programme de débats et de rencontres afin de décrypter les enjeux de l'économie numérique et d'éclairer les décisions stratégiques de nos clients. Nous sommes fiers de travailler chaque année avec plus de 400 décideurs publics et grandes entreprises qui renouvellent leur confiance dans nos services, au travers de nos trois lignes d'activités :



Domaines d'expertise

Telecom	Wireline & Wireless / Spectrum / Regulation
Media	Television / Video game / Digital content
Innovation	IoT & M2M / Cloud & Big data / Digital & Verticals
Digital Territories	Digital Development / Usage observatories / Smart city