

# En scène !

La contribution  
du spectacle musical  
et de variété  
à l'économie française

Septembre 2017

The EY logo consists of the letters 'EY' in a bold, white, sans-serif font. A yellow triangle is positioned above the 'Y', pointing downwards towards the letter.

Building a better  
working world



# Édito du PRODISS



**Luc Gaurichon**

Président du PRODISS

**Entrepreneurs de spectacles, une ambition nous fédère : faire vivre et partager la création. Nous composons un ensemble unique d'acteurs autour de projets artistiques : producteurs de spectacles, diffuseurs en régions, salles de spectacles et festivals, pour majorité, des petites entreprises, forment un tissu entrepreneurial aussi dynamique qu'hétérogène. Autour de ces quatre grandes activités, notre plus grande richesse est l'humain : un éventail de 191 métiers représentant 118 700 emplois vivent au rythme de la création. Grâce à cet incroyable vivier de talents, la pluralité et la diversité artistique de nos spectacles s'expriment sur l'ensemble des territoires et rayonnent à l'international. Par notre double nature culturelle et économique, nous sommes ainsi vecteurs d'attractivité de la France, de lien social et de retombées économiques considérables. Ce phénomène d'amplification véhiculé par notre secteur d'activité est une caractéristique unique du spectacle musical et de variété.**

Convaincus du rôle essentiel de la culture pour enrichir et dessiner l'avenir de notre société, le PRODISS et le Cabinet EY mettent pour la première fois sur le devant de la scène le poids économique du secteur du spectacle musical et de variété en France, révélant la pertinence et la force contributrice de notre industrie culturelle et créative à l'économie et au développement socio-économique de notre pays. Produire un artiste sur scène, faire rêver, rire, danser, chanter le public, répond à un défi

quotidien, relevé par nos entreprises. C'est un engagement et une responsabilité essentielle pour la culture en France.

Nos entrepreneurs culturels n'échappent pas aux tensions économiques comme toute autre entreprise en France, d'autant que la rencontre entre l'artiste et son public repose sur notre capacité à prendre le risque d'investir.

L'économie de la création et de la culture a profondément changé. Trois facteurs principaux ont amené cette mutation. D'une part, le numérique a modifié les conditions de la création, de sa découverte et celles de son développement. D'autre part, de nouveaux modèles économiques ont bousculé l'ensemble des maillons de la chaîne de valeur. Enfin, la montée en puissance des institutions européennes s'accompagne d'un engagement pour la création et aux côtés des créateurs qui n'est pas toujours manifeste. Si la culture n'a jamais connu de frontières, le marché de la culture n'en connaît pas d'avantage. Aujourd'hui, création et concurrence doivent être pensées de pair, émergence et mobilité internationale également.

L'étude « En scène ! La contribution du spectacle musical et de variété à l'économie française » met en lumière un message et une conviction : la reconnaissance de la place essentielle de notre secteur d'activité, et le nécessaire soutien des pouvoirs publics, aux côtés du talent des entrepreneurs, sont les clefs d'accompagnement du formidable levier de croissance et de rayonnement qu'est la scène.

---

# Le mot du CNV



**Philippe Nicolas**

Directeur du CNV, centre national de la chanson des variétés et du jazz

**Lorsqu'on assiste à un spectacle, on n'imagine pas la diversité des métiers et des compétences qu'il a fallu assembler pour que, de la création à la diffusion, en passant par la production, l'organisation, la promotion, celui-ci soit, in fine, présenté devant un public. Un spectacle, c'est une aventure pour des équipes, des structures, des partenaires industriels ou financiers, un territoire, quelle que soit son échelle, et bien sûr pour le public.**

En 10 ans d'études sur la diffusion des spectacles et les entreprises de musiques actuelles et de variétés qui les produisent, les organisent ou les accueillent, le CNV a pu observer le dynamisme, la réactivité et l'inventivité du secteur qu'il accompagne. On s'émerveille des richesses sociales, territoriales, esthétiques, artistiques et technologiques que génère le spectacle vivant, de sa capacité à entretenir et à nourrir l'intérêt du public et ce parfois dans des contextes particulièrement difficiles.

La vitalité de ce secteur rejaille logiquement sur les autres, en contribuant fortement à l'attractivité d'un territoire. Le spectacle vivant crée des synergies locales qui bénéficient directement à ce dernier.

En quantifiant cette diversité de compétences, ce dynamisme économique et cet effet d'entraînement sur les autres secteurs de l'économie, l'étude réalisée par EY les rend plus tangibles.

Ce que montre également cette étude, c'est que ce constat enthousiaste ne doit pas masquer le fragile équilibre de cet écosystème. Composé en majorité de petites et moyennes entreprises qui alimentent une offre diversifiée et de structures d'envergure plus importante, qui permettent notamment le rayonnement des artistes français à l'étranger, la capacité des entreprises à investir reste limitée et les risques qu'elles prennent au quotidien sont susceptibles de mettre leur activité en péril.

Le mécanisme de soutien mis en œuvre par le CNV permet d'organiser la solidarité entre tous les acteurs du spectacle vivant quelle que soit leur taille, leur statut juridique, leur type d'activité. Aujourd'hui, face aux possibilités et aux défis qu'offre le numérique, à la nécessité d'intégrer des démarches de développement durable, à la diversification des sources de financements, le spectacle vivant de musiques actuelles et de variétés connaît d'importants changements. Nul doute que notre secteur saura trouver les voies pour s'adapter et se renouveler. Le CNV à travers les concertations qu'il organise avec les territoires et les organisations représentatives, contribuera aux réflexions et continuera à soutenir les initiatives pour imaginer le spectacle vivant de demain.

# Avant-propos



**Marc Lhermitte**

Associé EY

## Évaluer et valoriser l'économie de la scène musicale et de variété en France

**La scène est magique. Et elle joue un double rôle : à un instant donné, choisi, attendu, elle est la rencontre entre un artiste et son public. Dans cet espace et dans ce temps, elle transmet et amplifie la création d'un artiste, entouré de son équipe sur scène, derrière la scène et autour du lieu de spectacle.**

Dans cette nouvelle étude EY sur l'économie culturelle et créative, la première du genre sur le spectacle musical et de variété, nous avons cherché à montrer que la scène déploie également toute une chaîne d'intervenants et d'acteurs économiques qui font de la scène leur métier, toute l'année ou sur un événement donné.

Ce que révèle ce 1<sup>er</sup> panorama économique, c'est que pour 1€ généré par le cœur de l'industrie - les producteurs, les diffuseurs, les organisateurs de festivals et les exploitants de salles - 1€ supplémentaire est créé parmi les prestataires et au sein de l'économie touristique, au cœur des territoires. Au total, le secteur du spectacle musical et de variété aura généré, en 2015, année de référence pour cette première étude, plus de 4,3 Mds € de chiffre d'affaires et employé 118 700 personnes en France.

D'une diversité artistique, économique, technologique et territoriale unique, le spectacle musical et de variété est un formidable moteur d'attractivité et de dynamisme des territoires : par les 58 000 représentations payantes sur les scènes permanentes et dans les festivals, il continue, dans un contexte économique et social

bien volatil, de mobiliser les foules, de « doper » la fréquentation touristique de territoires, de proposer des espaces de rencontre entre les interprètes, les auteurs, les techniciens, les entreprises de la filière et leurs spectateurs, leurs sponsors. Par ailleurs, ces scènes et les entreprises sont également des ferments d'innovation et d'expérimentation de solutions nouvelles, artistiques et technologiques.

Néanmoins, l'économie de la scène reste un système complexe et fragile. Le retour sur investissement est incertain, soumis à la confrontation du temps long de la création et de la production et du temps immédiat de la rencontre avec le public, sujet aux conditions météorologiques, aux contraintes de sûreté, à la multiplicité des choix de loisirs...

Soutien à la compétitivité du secteur, professionnalisation des acteurs, modernisation de l'offre et de « l'expérience visiteur » sont quelques-uns des enjeux à relever afin que le spectacle musical et de variété maintienne et transforme son plein potentiel économique.

Que le PRODISS, ainsi que les très nombreux contributeurs de cette étude, soient ici remerciés par l'équipe EY d'avoir prêté un peu de leur temps, de leur expertise et de leur enthousiasme à l'élaboration de cette grande première !

## La contribution du spectacle musical et de variété à l'économie française

### Impact économique



#### Chiffre d'affaires 4,3 Mds €

En 2015, le secteur du spectacle musical et de variété a généré 4,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires direct et indirect, dont 46% au cœur de la filière (producteurs, diffuseurs, exploitants de salles et organisateurs de festivals) et 54% indirectement parmi des prestataires et dans l'économie touristique.

#### Effectifs 118 700 emplois

Le spectacle musical et de variété a employé, directement et indirectement, 118 700 personnes en 2015.

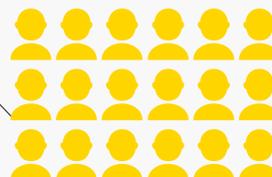


#### Effet de levier 1 pour 1, en emplois et en chiffre d'affaires

Pour 1 € de chiffre d'affaires et 1 ETP, le cœur du secteur (producteurs, diffuseurs, exploitants de salles et organisateurs de festivals) génère 1 € et 1 ETP supplémentaires parmi les fournisseurs et dans les territoires qui accueillent les représentations.

#### Dépenses spectateurs 1,4 Md€

En 2015, les spectateurs ont dépensé 1,4Md€ en hébergement et restauration ou en déplacement à l'occasion des festivals et des spectacles. Ce montant est plus de deux fois supérieur aux dépenses réalisées par les visiteurs à l'occasion de l'Euro 2016.



#### Impact - subvention +100 M€

Le soutien public de l'Etat et des collectivités territoriales aux entreprises et activités du secteur peut être estimé à environ 220 M€ en 2015, soit 11% de leur chiffre d'affaires alors que ces subventions représentaient près de 30% du chiffre d'affaires total des industries culturelles et créatives en 2012. En contrepartie, les entreprises du secteur auraient généré près de 320 M€ au titre de l'impôt sur les sociétés, des cotisations salariales et patronales et de la TVA.

# Synthèse

## Enjeux et caractéristiques

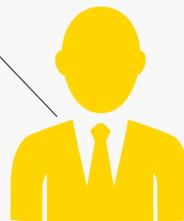


### Talents 191 métiers

Au total, 105 métiers techniques, 40 métiers administratifs et 24 métiers créatifs entourent 22 métiers artistiques, soit un ratio de 1 pour 9. Et tous ces talents se renouvellent et se forment constamment au rythme de la création et de très nombreuses évolutions technologiques.

### Secteur 4 000 TPE/PME

Le secteur se caractérise par un tissu très entrepreneurial, composé à 99% de TPE et de PME. Le risque fait partie du quotidien de ces entreprises : soumises à des équations économiques complexes, elles affichent des taux de rentabilité plus faibles que d'autres secteurs culturels. Elles doivent par ailleurs assumer des surcoûts et des investissements indispensables en matière de sûreté, estimés à 90 millions d'euros en 2016.



### Croissance +6% / an

Le chiffre d'affaires du secteur a affiché une croissance soutenue entre 2012 et 2015 (+6% / an), au sein d'une filière musicale en difficulté et a même été un des vecteurs de la sortie de crise de la musique enregistrée (avec le streaming payant).

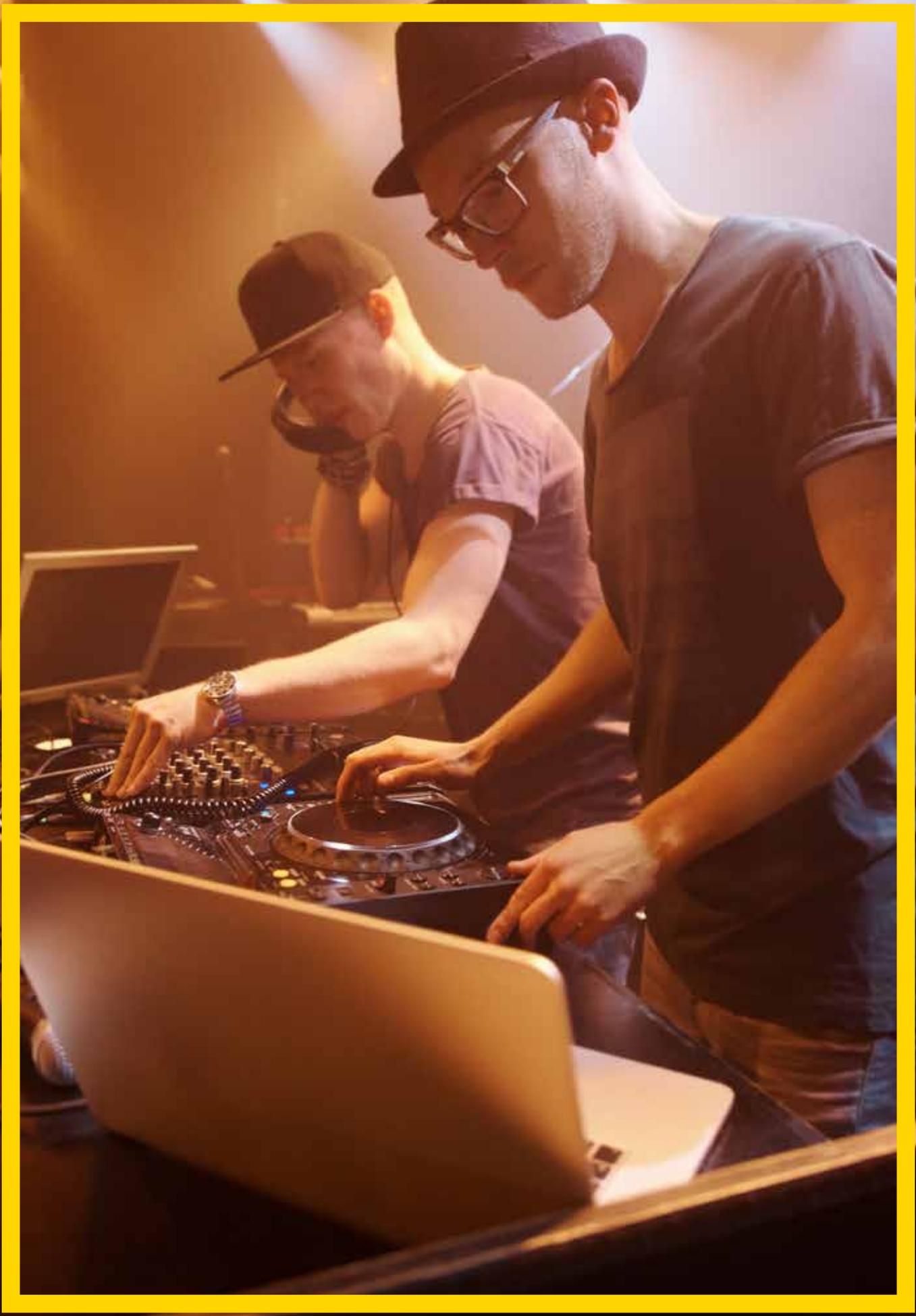
### Innovation Services / Technologies / Usages

Le spectacle musical et de variété expérimente de manière continue de nouvelles technologies et est précurseur, par exemple dans la billetterie dématérialisée, le paiement *cashless*, le son binaural ou encore la représentation 3D. Il est aussi un terrain d'expérimentation pour les grandes marques, les entreprises technologiques et opérateurs de services.



### Présence territoriale > 1 450 communes

Le spectacle musical et de variété est présent partout en France, au travers de 58 000 représentations payantes en 2015, avec un maillage extrêmement fin du territoire : les salles de différentes jagues et les festivals couvrent plus de 1 450 communes, des territoires ruraux aux grandes métropoles.



# Sommaire



3	<b>Éditos et avant-propos</b>
6	<b>L'étude en synthèse</b>
10	<b>Périmètre et approche de l'étude</b>
16	La contribution du spectacle musical et de variété à l'économie française
22	Les entrepreneurs du secteur face au risque économique
26	Le secteur entraîne une véritable économie territoriale et touristique
30	Le spectacle musical et de variété, vecteur de l'attractivité de la France
34	Les artistes... et les talents, métiers et compétences qui les entourent
38	La scène, terrain d'innovation et d'expérimentation
43	<b>Annexes</b>



Périmètre  
et approche de l'étude

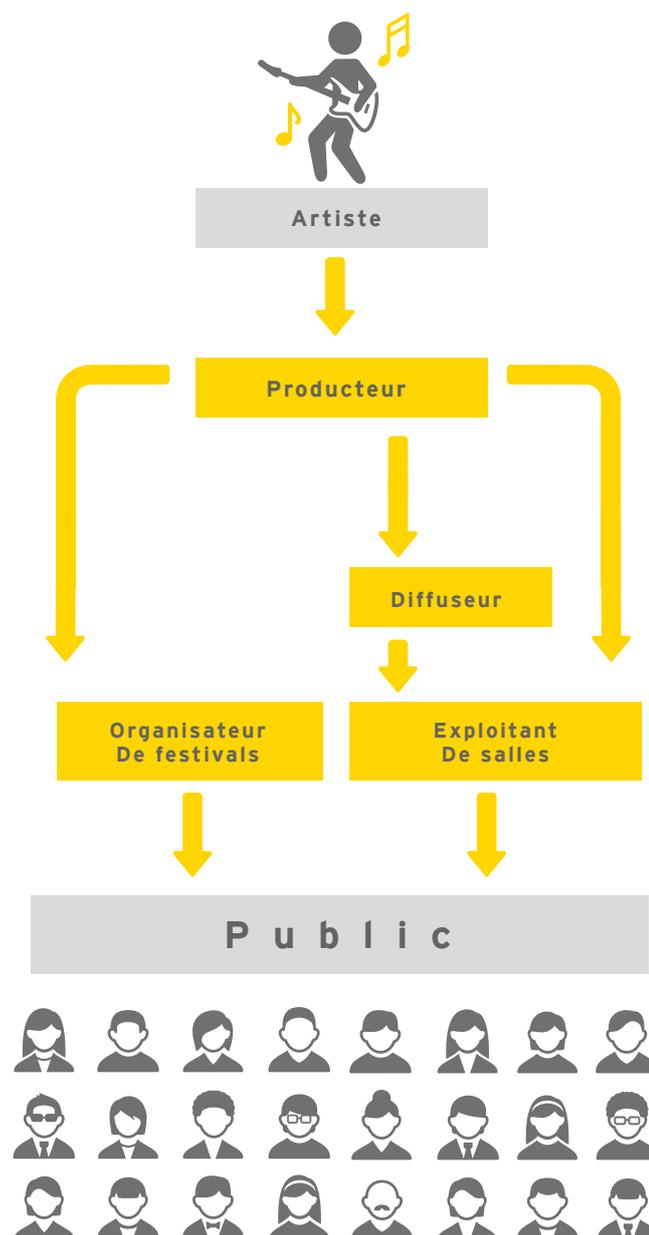
## Les 4 grandes activités du spectacle musical et de variété

Le secteur du spectacle musical et de variété rassemble environ 4 000<sup>1</sup> entreprises qui produisent et diffusent les spectacles musicaux et de variété, exploitent les salles et organisent les festivals, couvrant les registres suivants<sup>2</sup> : musiques actuelles, traditionnelles, de variétés, comédies musicales, spectacles de cabaret et humour.

Dans cette étude, ne sont donc pas recensés et évalués les activités théâtrales, les spectacles de danse et de musique savante (musique classique, art lyrique, opéra...) ou les arts de la rue.

La diversité des acteurs dans le spectacle musical et de variété fait qu'il n'existe pas de mode d'organisation standard d'un spectacle. Les acteurs et le rôle de chacun se recomposent pour chaque spectacle, chaque production, diffusion, exploitation de salles ou organisation de festivals.

### Les 4 grandes activités du spectacle musical et de variété



(1) Les entreprises de spectacle de variétés en 2014 : caractéristiques économiques et sociales et principaux éléments d'évolution, CNV (2017)

(2) Définition du champ couvert par le CNV



| 01

## La production

Les producteurs créent le spectacle avec l'artiste, conçoivent et organisent la tournée ou le spectacle. Ils sélectionnent les salles et les festivals les plus adaptés, gèrent la communication et la commercialisation des billets.

Les producteurs jouent un rôle majeur dans la découverte et la construction de la carrière des artistes : en prenant le risque d'investir à perte sur les tournées d'artistes en développement, ils leur permettent de rencontrer leur public et assurent ainsi le renouvellement des talents.

Les producteurs supportent également le financement de la tournée : la création du spectacle, sa communication et son administration. Pour chaque date, ils emploient le plateau artistique, non seulement les artistes principaux, mais également les artistes accompagnants, les musiciens, les techniciens (son, lumière, ...), et en financent les aspects techniques et logistiques.

Ils assument, seuls ou en partage avec des lieux et des diffuseurs, le risque de billetterie, c'est-à-dire le risque que les recettes des entrées ne couvrent pas les dépenses.

| 02

## La diffusion

Les diffuseurs assurent le rôle de relais local entre le producteur et les exploitants de salles : ils mettent à profit la connaissance de leur territoire d'intervention (les attentes du marché local, les salles, les catégories de public,...) afin d'organiser une ou plusieurs représentations du spectacle en lien avec le lieu d'exploitation.

Les diffuseurs prennent généralement en charge la communication locale, la commercialisation de la représentation, ainsi que la supervision logistique et technique de la date. Ils sont de plus en plus amenés à investir dans le financement d'une date de la tournée, en partageant le risque de billetterie avec le producteur.

| 03

## L'exploitation de salles

L'exploitant de salles accueille l'artiste, son spectacle et son public. Il prend en considération les besoins techniques et logistiques des différents spectacles afin de les mettre en valeur sur le lieu de spectacle. Il s'efforce de proposer le meilleur accueil et la meilleure expérience possible aux spectateurs.

Il conçoit la programmation de sa salle selon des choix artistiques (style, format, ciblage, etc.), et mène une stratégie de communication et de marketing autour du lieu.

| 04

## L'organisation de festivals

Les organisateurs de festivals conçoivent leurs événements en définissant un projet multidimensionnel qui allie une identité artistique, l'insertion d'un événement dans un territoire et une expérience événementielle pour les festivaliers. Leur métier prend des dimensions multiples, de la conception et l'articulation des scènes, à l'enchaînement des concerts, mais aussi les modes d'accès, de restauration et d'hébergement, ainsi que les activités en dehors du site...

Ils mettent en place et organisent les moyens matériels, humains et financiers pour accueillir les spectacles et les festivaliers. Ils mettent aussi en œuvre des stratégies de communication, de marketing, de mise en vente et d'animation de réseaux pour pérenniser leur événement d'une saison à l'autre.

## FOCUS

## Jain au Zénith de Dijon : quelle organisation ?



## Indicateurs et méthodologie

Cette étude évalue le poids économique du secteur du spectacle musical et de variété en France en 2015, année choisie comme référence pour la complétude et la fiabilité des données.

L'évaluation de la contribution économique du secteur s'effectue à plusieurs niveaux : 1) le poids économique direct (correspondant à l'ensemble des entreprises du secteur) ; 2) les retombées économiques générées par les entreprises, leur consommation et achat de prestations, y compris leur contribution fiscale et ; 3) les consommations des spectateurs à l'occasion des concerts et festivals.

Cette évaluation économique repose sur l'estimation du chiffre d'affaires, sa traduction en valeur ajoutée (ou contribution au PIB), le nombre d'emplois générés, sur tous les périmètres d'impact et la contribution fiscale.

Les emplois sont valorisés selon deux unités, les effectifs et les équivalents temps plein (ETP) : pour rendre compte de l'intermittence du spectacle dans l'emploi direct, les ETP calculés dans le cadre de cette étude résultent de la somme d'ETP « permanents » (1 ETP = 1 820h travaillées en CDI ou en CDD) et d'ETP « intermittents » (1 ETP intermittent = 600h travaillées en CDDU) <sup>3</sup>.



### Périmètre, indicateurs et méthodes d'estimation <sup>4</sup>

Impact	Périmètre	Indicateurs	Méthode d'estimation
<b>Direct</b>			
	Ensemble des entreprises de production, diffusion de spectacles, exploitants de salles et organisateurs de festivals de musiques actuelles et de variété	Chiffre d'affaires / Valeur ajoutée	Utilisation des ratios du CNV permettant le calcul du chiffre d'affaires à partir des recettes de billetterie Estimation de ratios sur un échantillon représentatif du secteur pour l'évaluation de la valeur ajoutée
		Emplois (effectifs / ETP)	Utilisation des ratios du CNV permettant le calcul de la masse salariale et des emplois à partir des recettes de billetterie
<b>Indirect</b>			
Retombées chez les prestataires et fournisseurs du secteur	Prestataires techniques, sécurité, maintenance et entretien, communication, transport...	Chiffre d'affaires / Valeur ajoutée	Estimation des consommations intermédiaires du secteur à partir d'un échantillon représentatif d'entreprises
		Emplois (effectifs / ETP)	Utilisation des ratios INSEE par branche permettant de convertir la valeur ajoutée générée en emplois
Retombées chez les entreprises touristiques et leurs fournisseurs	Hébergement, restauration, commerces de proximité...	Chiffres d'affaires / Valeur ajoutée	Modélisation des dépenses de consommation des visiteurs, selon la typologie de spectacle, le lieu et son attractivité touristique
		Emplois (effectifs / ETP)	Utilisation des ratios INSEE par branche permettant de convertir la valeur ajoutée générée en emplois

(3) Volumes horaires annuels moyens utilisés par le CNV

(4) La méthode d'estimation est détaillée en annexe du présent rapport



**01** |

La contribution du spectacle  
musical et de variété  
à l'économie française



## Le secteur du spectacle musical et de variété représente un chiffre d'affaires – direct et indirect – cumulé de plus de 4,3 Mds € et près de 120 000 emplois en 2015

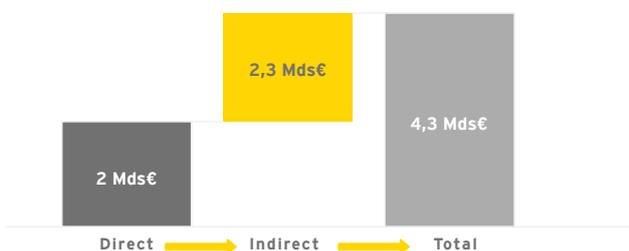
**Dans son cercle direct** (les 4 000 entreprises réparties dans les 4 grandes activités), **le secteur a généré plus de 2 milliards d'euros de chiffre d'affaires et près de 22 000 emplois en équivalents temps plein (ETP) en 2015.** En raison de la saisonnalité des activités et de la multiplicité des métiers requis pour de brèves périodes de représentation, la structure d'emploi du secteur repose sur un fort recours aux artistes et aux techniciens relevant du régime de l'intermittence. Les 22 000 ETP du secteur occupent ainsi près de 98 000 personnes.

**En matière d'impact indirect**, les prestataires et fournisseurs mais aussi le secteur touristique (hôtellerie, restauration, transports...) et les dépenses des festivaliers et des spectateurs génèrent 2,3 Mds € de chiffre d'affaires supplémentaire et représentent 18 900 ETP et 21 000 personnes. Le spectacle musical et de variété irrigue ainsi l'ensemble de l'économie et génère des retombées économiques indirectes significatives : **pour 1€ et 1 ETP au cœur du secteur, plus d'1€ et près d'1 ETP sont créés dans le reste de l'économie.**

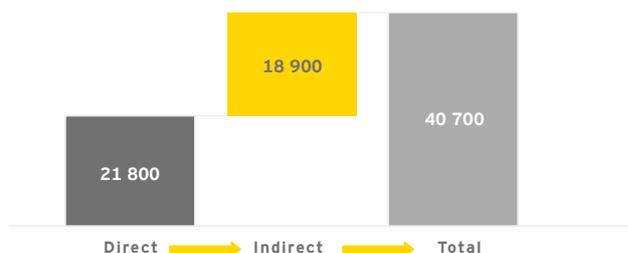
Les chiffres clés du spectacle musical et de variété (sources : PRODISS, CNV, Analyse EY)

	Chiffre d'affaires	Emplois (ETP)	Emplois (effectifs)
<b>Direct</b>	2,022 Mds€ (46%)	21 800 (54%)	97 700 (82%)
<b>Retombées économiques indirectes</b>	2,333 Mds€ (54%)	18 900 (46%)	21 000 (18%)
<b>TOTAL</b>	<b>4,355 Mds€ (100%)</b>	<b>40 700 (100%)</b>	<b>118 700 (100%)</b>

Le chiffre d'affaires du spectacle musical et de variété en Mds€ en 2015 (sources : PRODISS, CNV, Analyse EY)



L'emploi dans le spectacle musical et de variétés en ETP en 2015 (sources : PRODISS, CNV, Analyse EY)



---

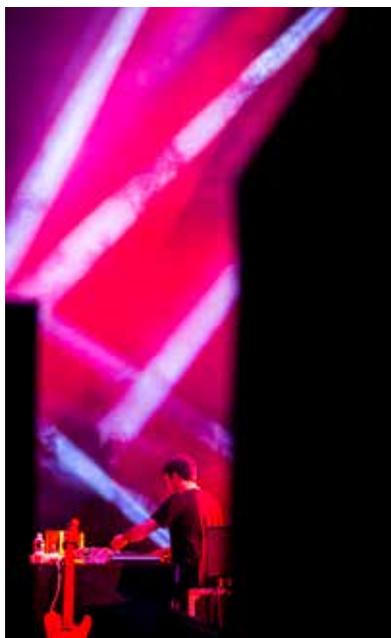
## Le chiffre d'affaires direct du secteur a connu une croissance moyenne de 6% par an entre 2012 et 2015

Cette croissance moyenne de 6% du chiffre d'affaires<sup>5</sup> provient principalement des recettes de billetterie qui ont augmenté de 6,1% par an sur la même période, grâce à l'augmentation du nombre de représentations payantes (+ 6,3% par an) et de spectateurs (+5,7% par an).

Les festivals ont sensiblement contribué à la croissance du secteur : s'ils ne constituaient que 16% des recettes de billetterie en 2012, ils en représentent désormais 20%<sup>6</sup>.

Les perspectives d'évolution de l'emploi du secteur sont également encourageantes : le spectacle musical et de variété s'inscrit dans la dynamique d'expansion des métiers des arts et des spectacles, dont les emplois seraient amenés à progresser de 1,7% par an sur la période 2012-2022, contre 0,7% par an pour l'ensemble des métiers<sup>7</sup>.

La croissance globale du spectacle musical et de variété s'est révélée un des principaux relais pour une filière musicale<sup>8</sup> gravement touchée par la longue crise de la musique enregistrée (-4,5% en moyenne par an de recettes entre 2012 et 2015). En 2016, celle-ci a connu sa première croissance significative depuis 15 ans (+5,4% par rapport à 2015<sup>9</sup>) et le spectacle musical apparaît comme un des vecteurs de cette reprise économique, en lien avec le développement du streaming légal.



(5) Selon les estimations du CNV sur la période

(6) Chiffres de la diffusion des spectacles de variétés et de musiques actuelles, CNV (2015, 2014, 2013, 2012, 2011 et 2010)

(7) Les métiers en 2022 : prospective par domaine professionnel, DARES - France Stratégie (2015)

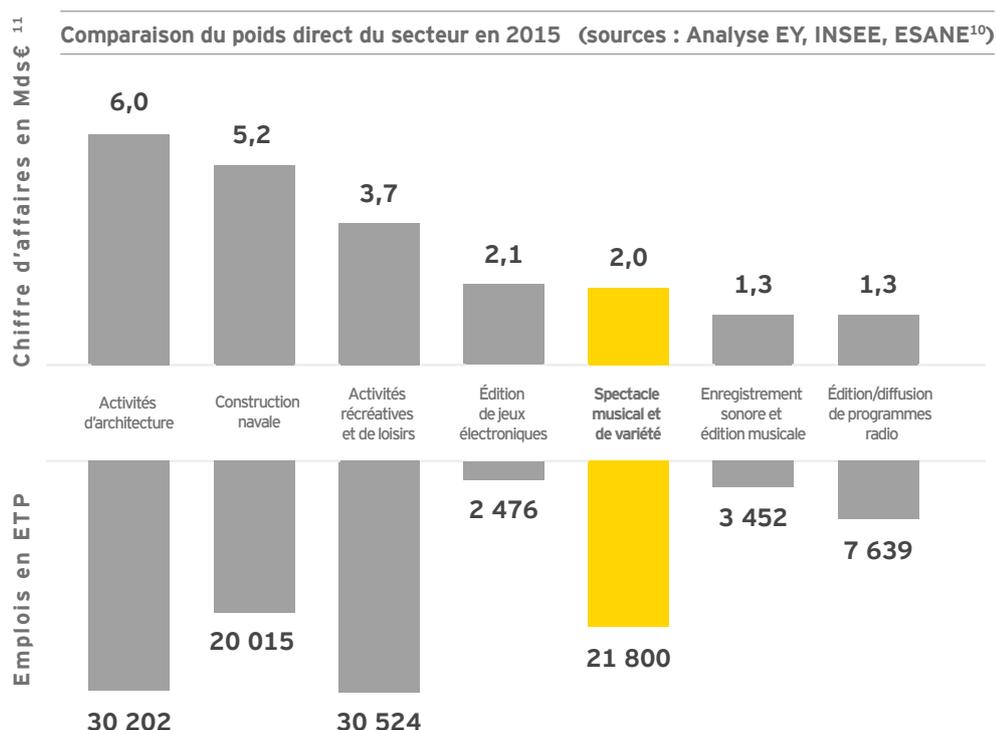
(8) Auteurs, compositeurs, éditeurs, artistes interprètes, managers, producteurs de musique enregistrée, entrepreneurs de spectacles

(9) Bilan du marché de la musique enregistrée, SNEP (2017)

## La comparaison de l'effet direct avec d'autres secteurs

Le chiffre d'affaires du spectacle musical et de variété est supérieur à celui de l'enregistrement sonore - édition musicale\* et de la radio, et peut se comparer à celui de l'édition de jeux électroniques.

En termes d'emplois, le secteur représente 6 fois plus d'ETP que l'enregistrement sonore - édition musicale\*, près de 3 fois plus d'ETP que la radio et autant que la construction navale.



## La part mineure du soutien public dans l'économie du secteur

Le soutien public de l'Etat et des collectivités territoriales aux entreprises et activités du secteur peut être estimé à environ 220 M€ en 2015, soit 11% de leur chiffre d'affaires<sup>12</sup>, montant qui appelle plusieurs remarques et analyses.

Cette proportion est significativement inférieure à la part des contributions de l'Etat et des collectivités territoriales dans la totalité du chiffre d'affaires des industries culturelles et créatives : en 2012, ce ratio s'élevait à près de 30%<sup>13</sup>.

Le soutien public apporté au secteur du spectacle musical et de variété est très variable en fonction des typologies d'acteurs économiques : l'organisation de festivals ainsi que certaines structures collectives ou associatives locales sont évidemment beaucoup plus accompagnées,

notamment par les collectivités territoriales. Il est d'ailleurs très légitime que les lieux de spectacles et les festivals, qui portent souvent la « marque » d'un territoire et entraînent une économie locale très significative, soient accompagnés par les acteurs publics de proximité.

La plupart des entreprises privées du secteur ne bénéficient, dans leurs recettes, que d'une part marginale de ces mêmes contributions publiques.

Enfin, les entreprises du secteur auraient généré près de 320 M€ au titre de l'impôt sur les sociétés, des cotisations salariales et patronales et de la TVA, soit une « balance nette de contribution » d'environ 100 M€ sur une année.

\* Code INSEE 59.20 Z "enregistrement sonore - édition musicale" regroupe l'ensemble des entreprises dont l'activité principale est la production, l'édition et la distribution de phonogrammes ou de vidéogrammes musicaux ou d'humour.

(10) Estimations 2015 et 2014 selon la disponibilité des données par secteur

(11) Au sens INSEE de somme des productions marchandes

(12) Les entreprises de spectacle de variété en 2014 : caractéristiques économiques et sociales et principaux éléments d'évolution, CNV (2017)

(13) Création sous tension : 2<sup>ème</sup> Panorama de l'économie de la culture et de la création en France, EY (2015)

## FOCUS

### Les adhérents du PRODISS, au cœur de l'activité économique du spectacle musical et de variété

Le PRODISS, créé en 1984, est l'organisation patronale représentative sur le champ de la convention collective du spectacle vivant privé qui rassemble les principales entreprises du spectacle musical et de variété en France.

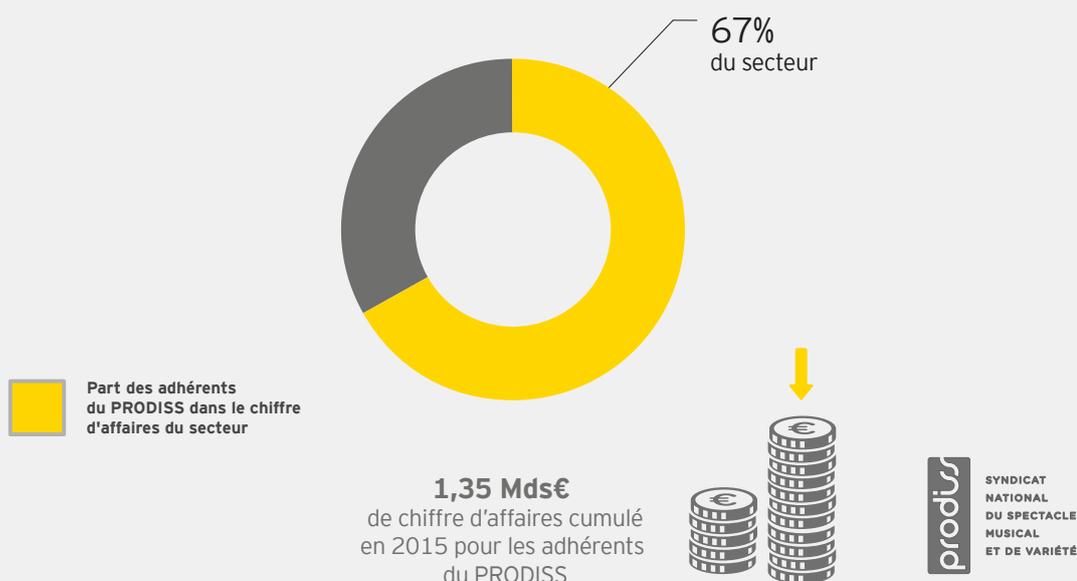
Ses 335 adhérents (au 30 mars 2017) - producteurs de spectacles, diffuseurs, exploitants de salles et organisateurs de festivals - représentent à eux seuls 407 M€ de recettes de billetterie en 2015, soit 53% du secteur, et 1,35 Mds€ de chiffre d'affaires, soit 67% du secteur. Ils emploient plus de 40 000 personnes, représentant 9 300 ETP pour une masse salariale de près de 180 M€, soit 43% de la masse salariale du secteur du spectacle musical et de variété.

Les mesures de représentativité fixées dans l'arrêté du 26 juillet 2017 évaluent par ailleurs à 54% le poids des adhérents du PRODISS dans l'emploi de la branche professionnelle du spectacle vivant privé <sup>14</sup>.

Les entreprises du PRODISS bénéficient d'une faible part de soutien public : les subventions représentent en moyenne 4% de leur chiffre d'affaires <sup>15</sup>.

Elles ont, par ailleurs, un poids significatif dans l'impact indirect du secteur sur l'économie nationale. Elles sont à l'origine des trois quarts du chiffre d'affaires créé par le secteur auprès de ses prestataires. Elles participent significativement aux retombées économiques générées par le secteur dans l'économie touristique <sup>16</sup> : les spectacles et festivals organisés par les adhérents du PRODISS sont à l'origine de 44% du nombre total d'entrées payantes des spectacles musicaux et de variété, ce qui représente plus de 11 millions de spectateurs qui sont amenés à consommer et donc à alimenter l'économie touristique locale.

#### Poids des adhérents du PRODISS dans le chiffre d'affaires du secteur en 2015 (sources : PRODISS, CNV, Analyse EY)



(14) La part patronale est ici mesurée uniquement auprès des entreprises syndiquées, sur le périmètre de la convention collective du spectacle vivant privé et non celui, plus large, du spectacle musical et de variété (incluant des entreprises des deux champs du spectacle vivant : convention collective du spectacle vivant privé et convention collective du spectacle vivant public). La part salariale est calculée sur le nombre de salariés ayant un contrat en cours en décembre 2014, quelle que soit leur durée.

(15) Moyenne calculée sur 232 des 335 adhérents du PRODISS, sur l'année 2014

(16) Le modèle d'impact évalue les retombées touristiques de la totalité du spectacle musical et de variété et ne permet pas d'isoler la part des adhérents du PRODISS.

## FOCUS

### Christine and The Queens, une révélation par la scène

Artiste scénique par excellence, aux prestations associant théâtre, danse, arts visuels et performance musicale, Christine and The Queens fait partie des artistes qui se sont révélés au grand public par la scène, avant même la sortie de leur premier album.

Véritable météore dans le panorama musical français, Christine and The Queens s'est illustrée sur scène en première partie de nombreux artistes (The Dø, Woodkid...) avant de collecter ses premiers honneurs en 2012 lors du festival le Printemps de Bourges, où elle reçoit le « Prix Découverte ».

En février 2014, c'est dans la catégorie « Groupe ou artiste révélation scène » qu'elle est nommée aux Victoires de la Musique. Ses performances *live*, saluées par le public et la critique, ont été la rampe de lancement pour le succès de son premier album, *Chaleur humaine*, sorti par la suite, en juin 2014.

Christine and the Queens est désormais reconnue comme appartenant aux artistes les plus talentueux de sa génération, en France et dans le monde. Sa tournée mondiale en 2016 a ainsi rencontré un fort succès dans les pays anglo-saxons. Le pari artistique lancé par l'artiste, son label (Because) et son producteur de spectacles (Corida) a été relevé.

Source : Corida



© Simon Genillier Roelsgaard



**02 |**

Les entrepreneurs  
du secteur face  
au risque économique

## Le secteur du spectacle musical et de variété est composé très majoritairement de petites entreprises : les trois quarts réalisent un chiffre d'affaires annuel inférieur à 1 M€<sup>17</sup>

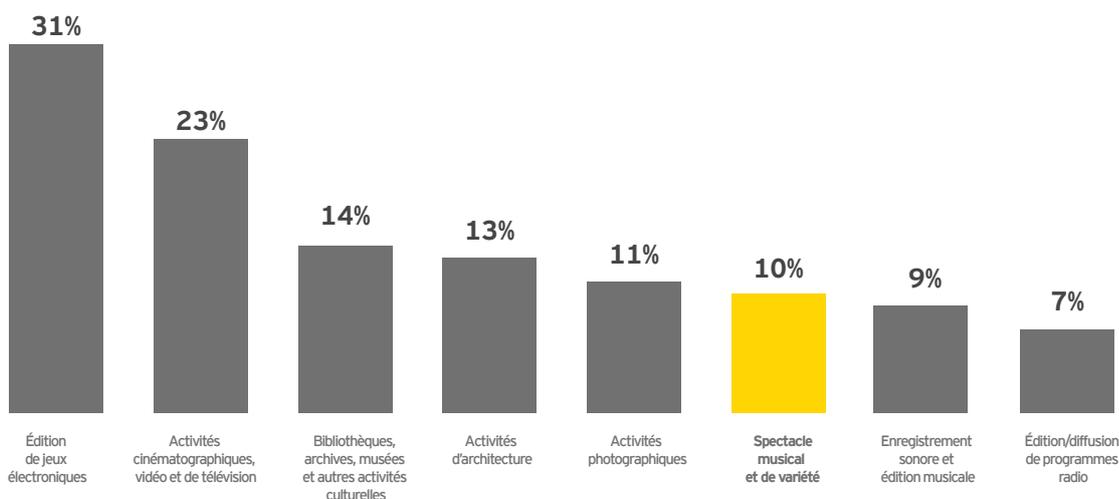
Les entreprises du secteur peuvent ainsi connaître des difficultés à absorber des variations fortes de chiffres d'affaires ou de trésorerie, qui sont intrinsèques aux TPE, mais aussi aux contraintes exogènes et évolutions du modèle économique du secteur.

Ces structures affichent un taux de rentabilité, mesuré par le rapport entre l'excédent brut d'exploitation et le chiffre d'affaires, de 10%, inférieur par rapport à d'autres secteurs culturels : s'il est légèrement supérieur à celui

de la radio et à celui de l'enregistrement sonore - édition musicale\*, ce taux reste inférieur à l'édition de jeux électroniques ou aux activités cinématographiques, vidéo et de télévision par exemple.

La marge commerciale de 1,4% en moyenne<sup>18</sup> témoigne également de cette faible rentabilité.

Comparaison de la rentabilité économique du secteur en 2014 (sources : CNV, INSEE, ESANE)



## Les équilibres financiers du spectacle musical et de variété reposent fondamentalement sur un pari artistique

Les investissements nécessaires à la formation, à l'émergence et au développement de l'artiste ne sont que très rarement garantis d'être couverts par un succès commercial<sup>19</sup>. Les quatre métiers du secteur partagent ce risque en fonction du modèle retenu pour la production de chaque spectacle, entre la production directe, la co-production ou les contrats de cession d'un

spectacle. Par ailleurs, la collaboration artiste-producteur n'est pas sécurisée dans la durée en raison d'un contrat fragile : l'accompagnement artistique, qui dure parfois sur un temps très long et couvre plusieurs tournées, peut se voir interrompu de manière unilatérale.

\* Code INSEE 59.20 Z "enregistrement sonore - édition musicale" regroupe l'ensemble des entreprises dont l'activité principale est la production, l'édition et la distribution de phonogrammes ou de vidéogrammes musicaux ou d'humour.

(17) Les entreprises de spectacle de variétés en 2014 : caractéristiques économiques et sociales et principaux éléments d'évolution, CNV (2017)

(18) Rapport entre le résultat net comptable et le chiffre d'affaires, évaluation CNV

(19) Musiques actuelles : ça part en live : Mutations économiques d'une filière culturelle, G. Guibert et D. Sagot-Duvaouroux (2013)

## L'équation économique est rendue encore plus complexe par l'augmentation très significative du coût d'accueil des spectacles

Les exigences en termes de qualité font progressivement augmenter les charges techniques, de même que celles relatives à la sûreté, devenues des impératifs dans le contexte actuel. A titre d'illustration, les charges techniques des festivals ont augmenté plus rapidement ces dernières années que les budgets (+7% / an pour les charges techniques contre 6% / an pour les budgets en moyenne entre 2014 et 2016)<sup>20</sup>. Au total, le montant des investissements de sûreté nécessaires dans le spectacle vivant (vidéosurveillance, magnétomètres, portiques...) et des surcoûts engendrés par l'emploi de personnel de sûreté supplémentaire a été estimé par le PRODISS à 90 M€ en 2016.

## L'analyse des budgets montre que les surcoûts n'ont pas été répercutés sur le public

Le prix du billet est resté relativement constant, variant entre 32€ et 34€ depuis 2009<sup>21</sup>. Les recettes de billetterie n'ayant pas suivi les surcoûts, l'équilibre financier repose donc sur l'atteinte d'objectifs spectateurs ambitieux. Ainsi, de nombreux professionnels estiment qu'aujourd'hui un taux de remplissage de 80 à 85% est une condition *sine qua non* de soutenabilité économique pour un festival.

### FOCUS

#### La gestion du risque par les producteurs et les enjeux économiques associés

Le modèle économique d'un producteur intègre de multiples sources de risques.

À titre d'exemple, la tournée type d'un artiste en développement connaissant un certain succès commercial (une centaine de dates en deux ans) conduit la société de production Uni-T\* à prévoir un budget d'environ 2 M€ :

- un tiers est consacré aux salaires des plateaux artistiques et techniques ;
- un quart est dédié à l'investissement pour la création du spectacle (150 000 à 250 000€) et la location de salles (environ 300 000€) ;
- le reste permet de couvrir les postes logistiques (transport, hôtel, location de matériel) et les frais fixes de la structure.

Il faut ensuite gérer l'articulation entre une vingtaine de dates en production directe, où le producteur porte l'intégralité du risque de billetterie, et environ 80 dates en contrat de cession auprès d'un diffuseur, qui prend alors à sa charge le risque de billetterie. Dans ce cycle, on peut estimer qu'un tiers des dates sont réalisées à perte au début de la tournée alors que l'ensemble subit des aléas sur les coûts de production, des exigences techniques et salariales, de l'adaptation à de nouvelles salles, par exemple.

Avec une centaine d'artistes au catalogue, c'est une trentaine de tournées qui sont produites par an. Le turn-over des artistes génère un chiffre d'affaires fluctuant, pouvant passer du simple au double d'une année sur l'autre. Ces revenus doivent pourtant couvrir chaque année les frais fixes de la structure, et notamment le salaire des 10 membres de l'équipe.

\* Société de production de concerts d'artistes en France et à l'export créée en 2005  
Source : entretien avec Thierry Langlois (Directeur Général, Uni-T)

(20) Les festivals de musiques actuelles en 2016 : caractéristiques et évolutions budgétaires, CNV (Avril 2017)

(21) Chiffres de la diffusion, CNV (années 2009 à 2015)

FOCUS

De l'émergence au succès commercial :  
les grandes étapes de la production d'Arnaud Ducret

→ 2011  
LE REPÉRAGE :

Théâtre de Dix Heures, Paris,  
150 places, avec des représentations  
2 fois par semaine.



→ 2012  
LES 1<sup>ERS</sup> INVESTISSEMENTS  
par le producteur (colonnes  
Morris, campagnes média) :

Théâtre l'Européen, Paris, 360 places,  
5 représentations par semaine  
pour 28 représentations au total.



→ 2013  
LA 1<sup>ÈRE</sup> TOURNÉE :

51 dates en tournée  
dans la France entière.  
Cette tournée permet de dégager des  
premiers résultats commerciaux positifs  
(sans pour autant permettre de couvrir  
les investissements).



→ 2014  
LE RETOUR À PARIS :

Dans une salle intermédiaire,  
à l'Alhambra, Paris, 640 places,  
3 représentations par semaine pour  
31 représentations au total.



→ 2015  
LA 2<sup>ÈME</sup> TOURNÉE :

68 représentations en tournée, dont une  
à l'Olympia, Paris, 1900 places, avec captation.  
Cette tournée assure la visibilité  
et la réputation de l'artiste.

→ 2016  
LA CONSÉCRATION :

Une nouvelle tournée avec 65 dates et 12  
représentations dans une grande salle parisienne,  
le Casino de Paris, 1 500 places.



→ 2017  
LE SUCCÈS COMMERCIAL :

18 représentations en tournée, dont 3 dates  
en clôture à Paris, au Rex, 2 700 places,  
avec une diffusion en direct sur C8.



Source : entretien avec Gilles Petit (Président, Little Bros Productions)



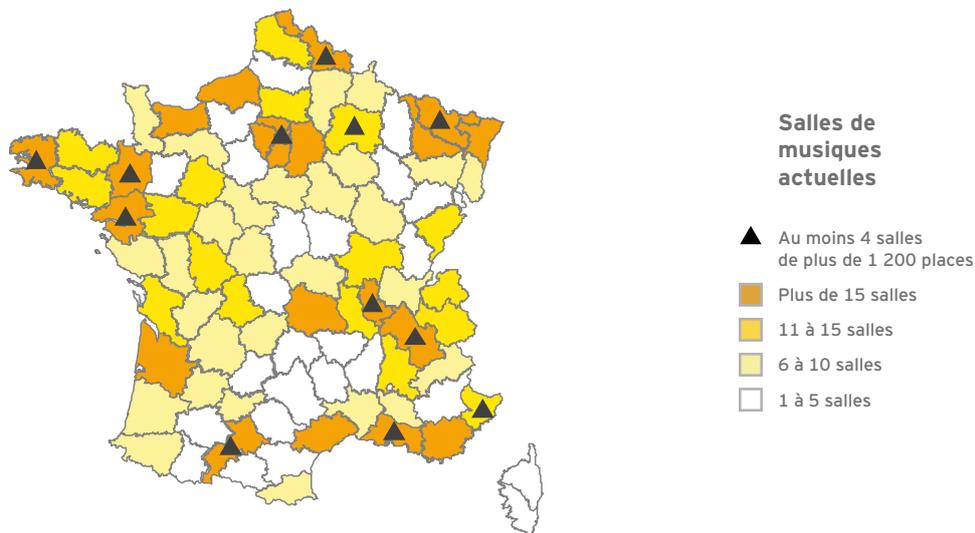
**03 |**

Le secteur entraîne  
une véritable économie  
territoriale et touristique

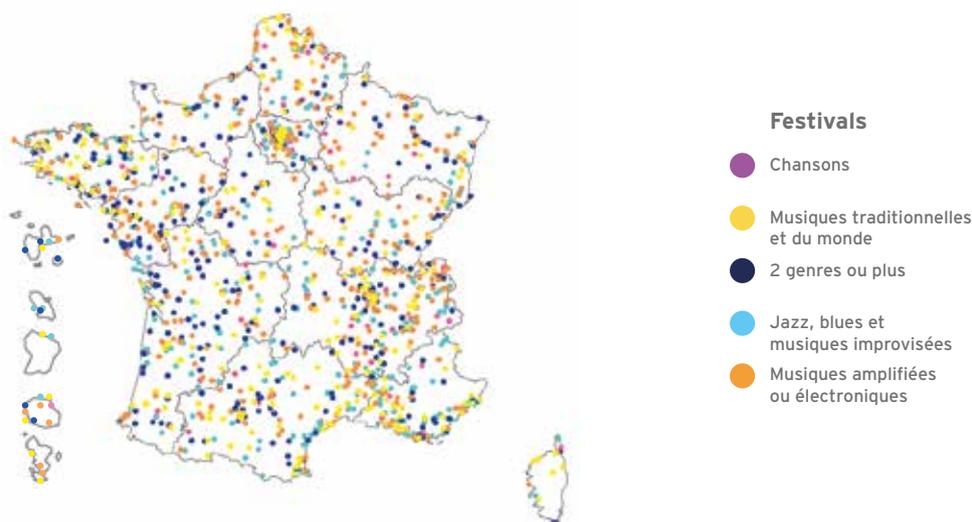
## Le spectacle musical et de variété est présent partout en France, avec un maillage extrêmement fin du territoire national

Les salles de différentes jagues et les festivals couvrent plus de 1 450 communes<sup>22</sup>, des territoires ruraux aux grandes métropoles. À titre de comparaison, les quelques 1 200 musées de France ne couvrent qu'environ 850 communes<sup>23</sup>.

### Répartition des salles de spectacles de musiques actuelles sur le territoire<sup>24</sup> (sources : IRMA, Analyse EY)



### Répartition des festivals de musique et de variété sur le territoire (sources : Barofest 2016, CNV, IRMA, SACEM)



## Les deux zones d'impact territorial et touristique

**Le secteur alimente un vaste écosystème local de prestataires et fournisseurs**, qui pesait 480 M€ et près de 3 700 ETP en 2015. Près de la moitié (46%) du chiffre d'affaires est généré auprès de sous-traitants techniques (location de matériel technique, entretien et maintenance, logistique et transports, sociétés de sécurité, etc.) qui constituent le premier poste de dépenses, suivi par les activités d'hébergement et de restauration (24%) en raison des déplacements des équipes techniques et artistiques.

**Le flux de spectateurs draine aussi l'économie locale et touristique, grâce à des dépenses en hébergement, restauration et transport qui s'élèvent à 1,4 Md€.**

À titre de comparaison, ce volume est plus de deux fois supérieur aux dépenses réalisées par les visiteurs à l'occasion de l'Euro 2016<sup>25</sup>. Ces dépenses génèrent un chiffre d'affaires de 1,8 Md€, auprès des entreprises de l'hébergement et de la restauration (61%) ou du transport (28%), mais aussi de fournisseurs de ces opérateurs touristiques (11%).

(22) Consolidation des bases IRMA recensant les festivals et les salles de musiques actuelles  
(23) Ministère de la Culture, base de données « Musées de France » (2016)

(24) Périmètre et base IRMA, retraitement et cartographie EY  
(25) Etude sur l'impact économique de l'Euro 2016, CDES & Keneo (2017)

L'impact territorial à deux niveaux (sources : PRODISS, IRMA, Benchmark et analyse EY, 2015)

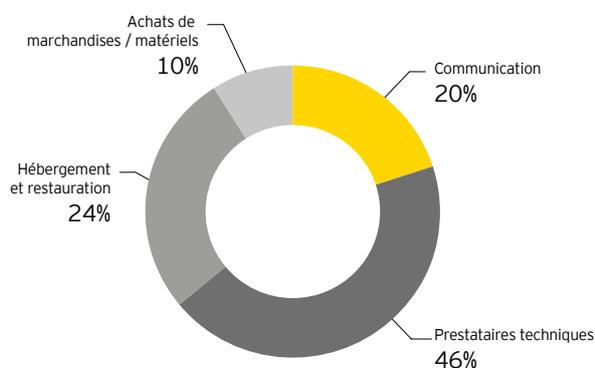
	Chiffre d'affaires	Emplois en ETP
<b>Chez les entreprises du secteur auprès de leurs prestataires : sécurité, sûreté, entretien, maintenance, vente et location de matériel technique...</b>	480 M€ (21%)	3 670 (19%)
<b>Chez les spectateurs du spectacle musical et de variété, auprès des acteurs de l'économie touristique : hôtels, restaurants, bars, transporteurs, et leurs fournisseurs</b>	1 853 M€ (79%)	15 230 (81%)
<b>RETOMBÉES ÉCONOMIQUES INDIRECTES TOTALES</b>	<b>2 333 M€ (100%)</b>	<b>18 900 (100%)</b>

**Les festivals génèrent à eux seuls environ 70% du chiffre d'affaires de l'impact touristique**, grâce à la présence de festivaliers extérieurs qui sont hébergés et consomment sur le territoire. La capacité à attirer des visiteurs non locaux est donc déterminante pour maximiser les retombées touristiques : celle-ci dépend à la fois de la programmation et de la renommée du festival, mais aussi de l'attractivité touristique du territoire <sup>26</sup>.

**Les salles de spectacles (30% du chiffre d'affaires), au-delà de l'animation locale qu'elles créent, génèrent également des retombées économiques** par les consommations dans les bars et restaurants et - dans une moindre mesure - les nuits d'hôtel de leurs spectateurs.

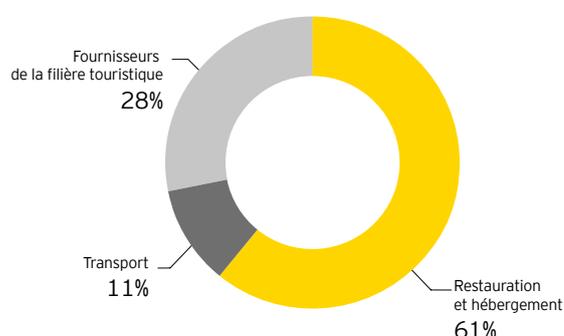
Répartition des retombées économiques du secteur auprès de son écosystème de prestataires (source : Analyse EY, 2015)

Répartition du chiffre d'affaires par branche d'activité



Répartition des retombées touristiques des spectacles musicaux et de variété auprès des opérateurs de l'économie touristique et de leurs fournisseurs (source : Analyse EY, 2015)

Répartition du chiffre d'affaires par branche d'activité



(26) Dans le modèle de retombées économiques, l'attractivité touristique a été mesurée grâce à un indicateur composite d'intensité touristique, construit par EY (croisement de la capacité hôtelière, de l'offre touristique et du degré d'urbanisation)

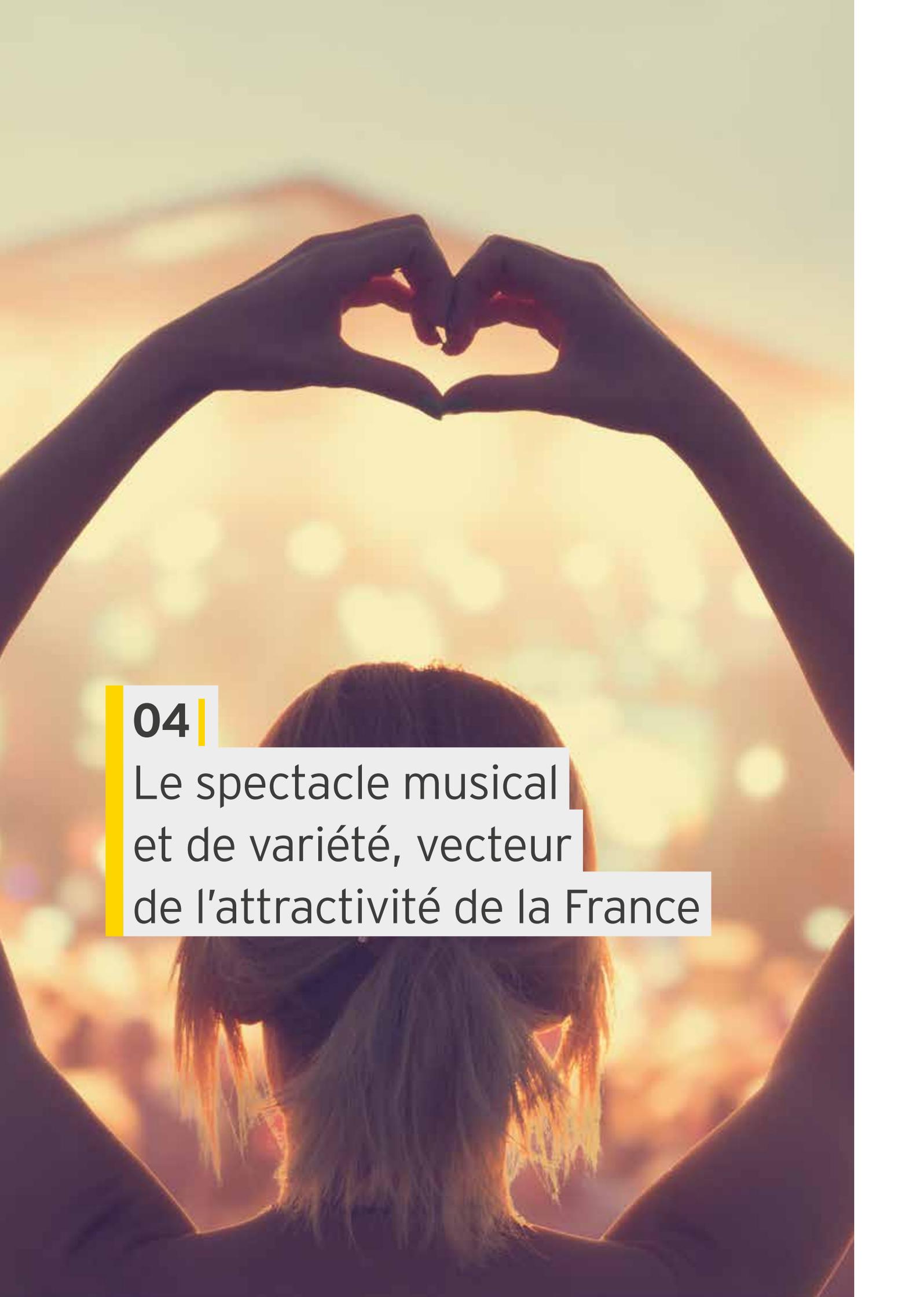
FOCUS

Marseille, ou comment devenir une destination musicale de premier plan en France

Le spectacle musical et de variété peut constituer un véritable argument touristique pour les territoires. Marseille a ainsi fait le choix de saisir ce potentiel en capitalisant sur des atouts historiques et géographiques, ses infrastructures et le dynamisme de sa scène musicale contemporaine.



Source : entretien avec Martin d'Argenlieu (Directeur général, Orange Vélodrome) et Maxime Tissot (Directeur général, Office de tourisme et des congrès de Marseille)



**04**

Le spectacle musical  
et de variété, vecteur  
de l'attractivité de la France

## Un secteur diversifié et qui s'exporte

Tous secteurs musicaux confondus, la France reste l'un des principaux exportateurs de musique au monde, la musique française étant l'une des plus écoutées à l'international, derrière le répertoire anglo-américain <sup>27</sup>.

Le secteur du spectacle musical et de variété est d'abord riche de la diversité des genres et du volume d'activité que les dates génèrent tout au long de l'année.

En 2015, le spectacle musical et de variété, c'est plus de 58 000 représentations payantes et 25,3 millions d'entrées. Ces représentations s'expriment dans une diversité de choix, de formats, de publics et d'occasions de rayonner à l'international, qui se cristallise autour de plus de 9 genres.

Répartition des genres en nombre de représentations payantes et nombre d'entrées (source : CNV, 2015)



Genre (Nombre de représentations payantes / nombre d'entrées en millions)

(27) SACEM

### Les revenus de la filière musicale française

à l'international sont significatifs ainsi qu'en croissance continue et régulière, atteignant les 262 millions d'euros en 2016, en augmentation de 30% par rapport à 2010. Le spectacle musical et de variété joue un rôle important dans cette activité d'exportation : les tournées organisées à l'étranger par les producteurs de spectacles français ont généré un chiffre d'affaires à l'export de 60 M€, soit 23% des revenus en provenance de l'international de la filière musicale française <sup>28</sup>.

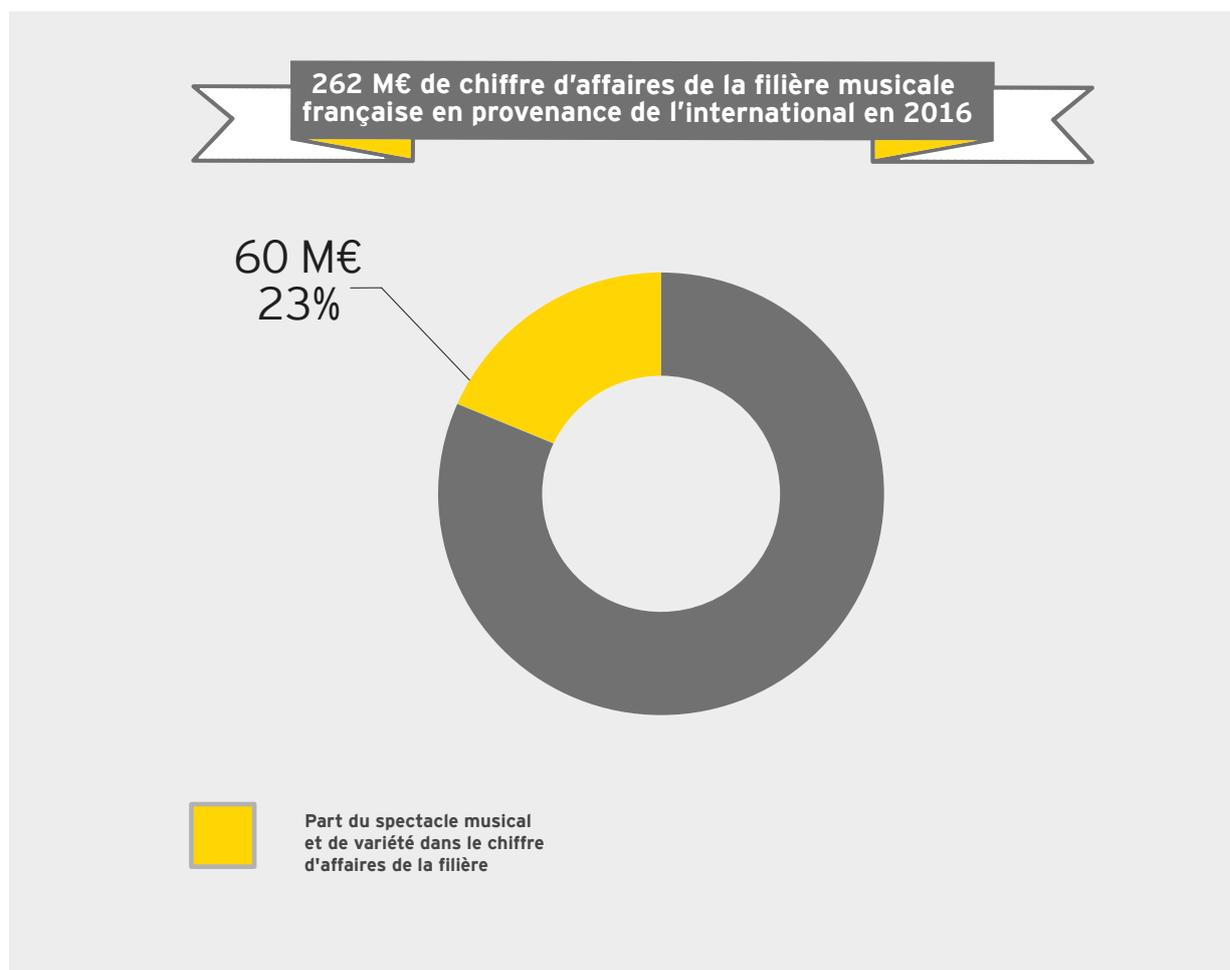
### Le secteur participe également au rayonnement international des territoires français :

les festivals, organisés localement, sont un argument d'attractivité des visiteurs étrangers. Par exemple, le festival des Eurockéennes, créé en 1989 dans l'objectif de décrocher Belfort, attire aujourd'hui 100 000 spectateurs dont 10% d'étrangers <sup>29</sup>.

### Le Hellfest a, quant à lui, attiré 180 000 personnes sur trois jours à Clisson en 2016 <sup>30</sup>

dont un quart de visiteurs étrangers <sup>31</sup>. Les festivals peuvent également permettre un gain de notoriété à l'international : Europavox propose ainsi une offre de festival de qualité aux locaux tout en participant à la promotion de la ville de Clermont Ferrand auprès des professionnels de la nouvelle scène européenne <sup>32</sup>.

### Chiffre d'affaires de la filière musicale française en provenance de l'international et part du spectacle musical et de variété (source : Bureau Export, 2016)



(28) La filière musicale française à l'export - Bilan économique 2016, Bureau Export (2017)

(29) Entretien J-P. Roland (Mars 2017)

(30) Le bilan des festivals de l'année 2016, Tous les festivals (publié en ligne en 2016)

(31) Festival Hellfest de Clisson : Les retombées économiques de la musique metal plus fortes que sa stigmatisation, Christophe Guibert (2012)

(32) Entretien F. Missonnie (Mars 2017)

## FOCUS

## Le rayonnement culturel des comédies musicales françaises

Les comédies musicales incarnent parfaitement le rôle d'ambassadeur de la culture française que peut jouer le spectacle musical et de variété, à l'image de Notre-Dame de Paris qui a rencontré un succès planétaire. La comédie musicale française a été adaptée et jouée dans 14 pays étrangers, si bien que plus de 6 millions de spectateurs y ont assisté à travers le monde. Elle a connu un succès particulier en Italie, avec 1 000 représentations et 2,5 millions de spectateurs entre 2002 et 2012 - soit autant de spectateurs qu'au cours des 750 représentations en France de 1998 à 2005 - en Corée du Sud (1 million de spectateurs) et au Canada (750 000 spectateurs).

Les comédies musicales constituent également un potentiel d'attractivité pour les villes. Londres, New-York et Hambourg ont déjà saisi ce potentiel, avec des offres de comédies musicales qui représentent un véritable attrait pour les touristes du monde entier. Avec le développement de l'offre de comédies musicales à Paris et l'adoption en cours du sur-titrage, Paris pourrait également capitaliser sur cet atout.



Sources : NDP Project, Stage Entertainment

## FOCUS

## ZAZ, la globe-trotter des artistes français

Depuis son 1<sup>er</sup> album et le succès de son single « Je Veux » en 2010, ZAZ s'impose à l'international. Chaque disque a récolté des certifications d'or ou platine en Allemagne, Autriche, Pologne, Suisse... Son dernier album « Paris » (Warner Music France) a même reçu en 2015 la certification export Triple Platine, avec plus de 320 000 exemplaires vendus à l'international, et s'est classé dans les charts de 25 pays essentiellement non francophones.

Lors de sa dernière tournée, ZAZ a traversé une vingtaine de pays en dehors de la France, pour y jouer plus de 70 concerts !

Partout, les salles affichaient complet, non seulement en Europe, mais de Buenos Aires à Montréal, en passant par le Chili, le Brésil et la Colombie,

sans oublier le Japon. De 2 000 à 7 000 personnes par concert, dans des théâtres, opéras ou mêmes arènes, les fans du monde entier se sont déplacés pour chanter en chœur avec ZAZ.



© Laurent Séroussi

Source : entretien avec Luc Gaurichon (Président, Caramba)



**05** |

Les artistes... et les talents,  
métiers et compétences  
qui les entourent

## 191 métiers recensés dans le secteur

Au total, 191 métiers peuvent être recensés dans le secteur, soit un éventail plus riche et plus diversifié que dans d'autres secteurs, tels que la presse <sup>33</sup> (35), la publicité <sup>34</sup> (42) ou encore l'immobilier <sup>35</sup> (100).

Les grandes activités du spectacle musical et de variété (production, diffusion, exploitation de salles de spectacles et organisation de festivals) mobilisent quatre grandes catégories de métiers :

- ▶ les métiers artistiques (22) qui se produisent sur scène ou participent à la direction du spectacle ;
- ▶ les métiers créatifs (24), qui organisent la programmation et réalisent les choix culturels de l'entreprise ;
- ▶ les métiers techniques (105), liés à la régie, au son, à la lumière, aux décors, aux costumes et aux images ;
- ▶ les métiers administratifs (40), chargés de la gestion de l'entreprise, de la commercialisation et de la communication ainsi que de l'accueil du public.

### Répartition des 191 métiers du spectacle musical et de variété (source : convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant, Consolidation EY, 2016)



(33) Observatoire des métiers de la presse, AFDAS (2010)

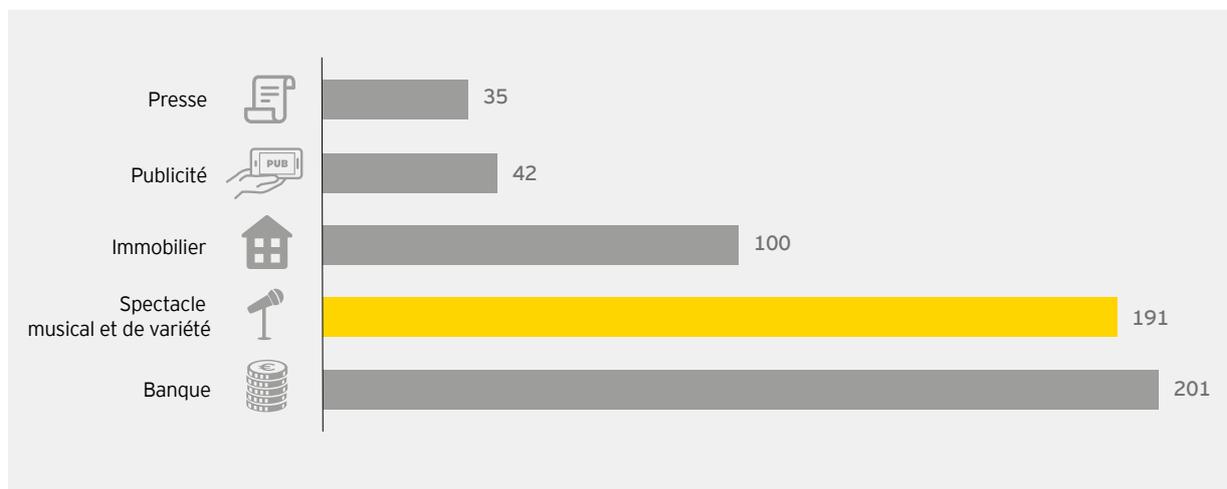
(34) Observatoire des métiers de la publicité, AFDAS (2015)

(35) Real Estate and Urban Employment Monitor - Croissance : les moteurs de la ville, EY (2017)

---

**Comparaison du nombre de métiers du spectacle musical et de variété à d'autres filières**  
(source : Observatoire des Métiers de l'Immobilier, FFB, ADFDAS, 2016)

---



## Les métiers du secteur évoluent et se professionnalisent

**La mutation des comportements de consommation** des spectateurs entraîne l'émergence de nouvelles professions et le besoin de nouvelles compétences : par exemple, le recours de plus en plus systématique au mécénat et au sponsoring implique de recruter des chargés de partenariats qui travaillent à temps plein à l'animation d'un réseau d'entreprises et de partenaires.

**La révolution digitale** impacte quant à elle fortement les métiers commerciaux : le rôle de plus en plus prégnant des réseaux sociaux dans l'émergence d'artistes et dans le lien avec le public implique le recrutement de community managers, tandis que la vente en ligne de

billets génère un important volume de données dont l'exploitation est évidemment essentielle au marketing des spectacles et nécessiterait la mobilisation de compétences poussées en science des données.

**Les compétences évoluent** : plus de 400 formations professionnelles, initiales ou continues, accompagnent la qualification et le renforcement des compétences des professionnels du secteur <sup>36</sup>. Environ 15% des professions correspondent à des emplois de cadres, 19% à des catégorisations d'agent de maîtrise et 66% à celles d'employés, dont les trois quarts qualifiés.



(36) L'offre de formation professionnelle qualifiante et certifiante dans le spectacle vivant - Observatoire des métiers du spectacle vivant, Commission paritaire nationale emploi formation spectacle vivant (2016)

## FOCUS

### Techniciens, administrateurs de production, régisseurs... Quels sont les métiers méconnus d'un festival ?

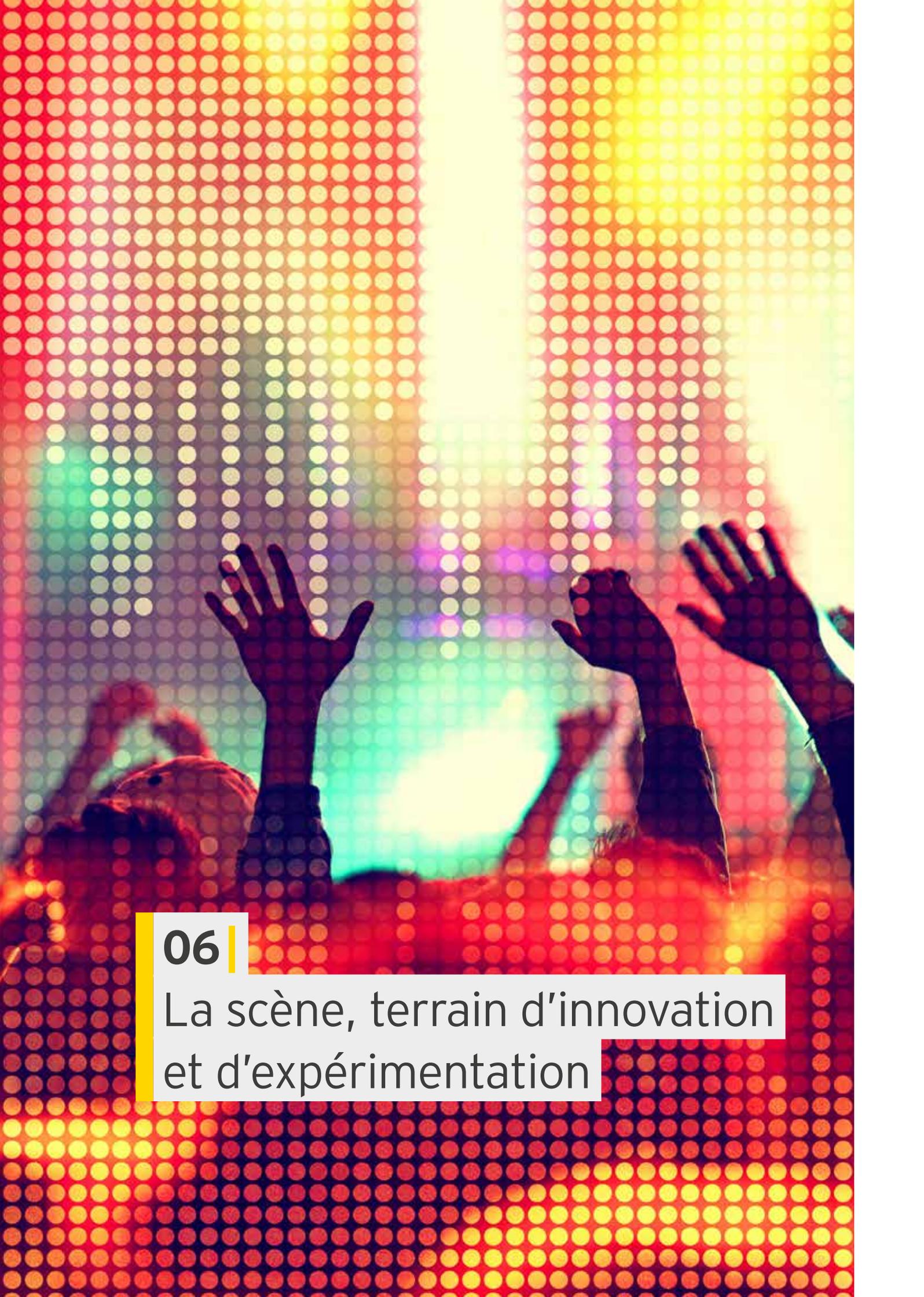
L'organisation d'un festival comme le Printemps de Bourges implique la conception et la mise en place d'un monde éphémère - dans un cadre qui n'a pas été conçu dans cette optique - permettant aux artistes et aux festivaliers de se rencontrer dans les meilleures conditions : se produire, assister à un spectacle, venir au festival, interagir, se restaurer, etc.

Cette organisation implique la mobilisation d'une grande diversité de métiers et d'un grand nombre de personnes. Au Printemps de Bourges, ce sont plus de 1 780 personnes\* qui sont mobilisées pour organiser et assurer le bon déroulement des 6 jours de spectacles : près de 800 artistes, mais aussi plus de 530 techniciens du spectacle et plus de 450 employés administratifs et autres représentants des métiers de commercialisation et d'accueil.



\*Personnes employées par l'organisateur du festival ou membres des plateaux artistiques et techniques : ce chiffre n'intègre pas le nombre d'employés des prestataires mobilisés dans le cadre du festival.

Source : Printemps de Bourges



**06** |

La scène, terrain d'innovation  
et d'expérimentation

L'innovation est devenue un enjeu central du secteur : elle dépasse le cercle évident et essentiel de l'acte créatif, pour concerner de plus en plus l'expérience spectateur, mais aussi la modernisation et le gain de performance des entreprises du secteur dans la commercialisation ou le financement

**Le spectacle musical et de variété intègre les innovations technologiques** afin de constamment gagner en performance et en qualité sonore et audiovisuelle : insertion de technologies de réalité virtuelle, intégration du son binaural, nouvelles technologies de captation 3D, par exemple, apportent une plus-value nouvelle aux spectateurs.

**Des expérimentations sont également mises en œuvre pour rendre l'expérience usager** plus fluide et l'utilisation des services plus simple. Certains festivals ont ainsi choisi de tester dès 2012 la dématérialisation des paiements (cashless), faisant ainsi du spectacle musical et de variété l'un des premiers secteurs de l'économie à expérimenter ce mode de paiement sans contact et sans échange de monnaie.

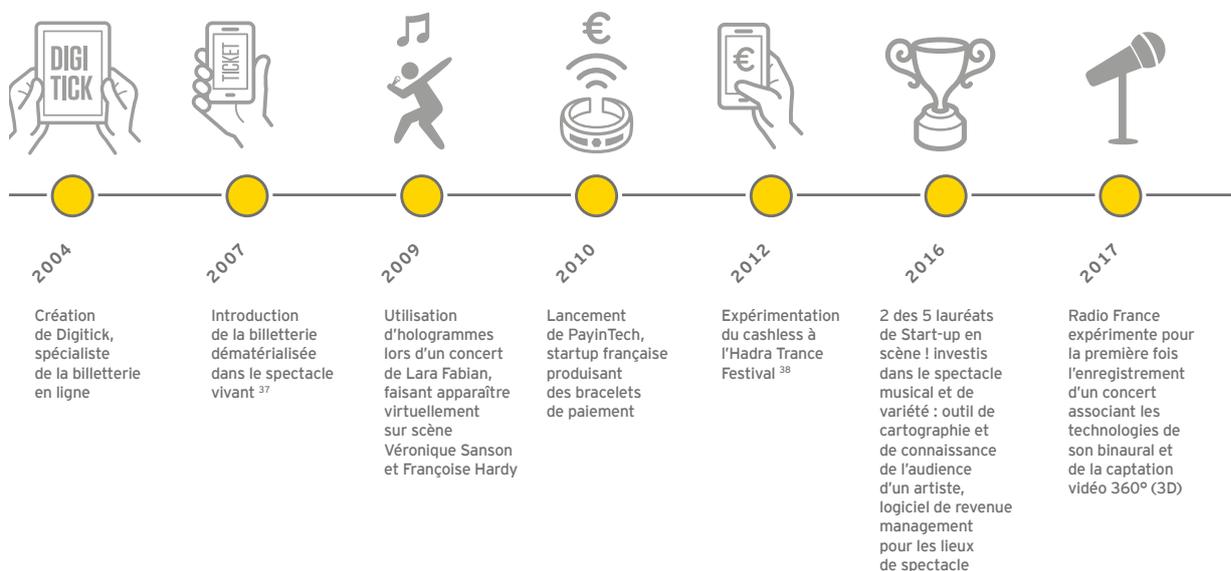
**L'innovation s'incarne également en amont, dans la conception même du spectacle.** Les acteurs du secteur pensent désormais leur modèle économique afin de mobiliser de nouvelles sources de financement : intégration d'activités annexes pour diversifier les recettes, sponsoring, recours au crowdfunding, etc.



**Les artistes, producteurs, diffuseurs et organisateurs revisitent également le format des spectacles,** bousculant les pratiques historiques : évolution des esthétiques, élargissement des plages horaires, investissement de lieux extérieurs, création de clubs adossés aux salles ou au sein d'un festival, etc. Des solutions de *yield management* sont en cours d'intégration dans le secteur, avec l'apparition de start-ups sur ce segment de marché, pour optimiser le remplissage des lieux de spectacles.

**Enfin, le spectacle musical et de variété et notamment les festivals fournissent des champs uniques d'expérimentation aux innovateurs d'autres secteurs :** banques, marques grand public et entreprises de haute technologie, parce qu'elles trouvent en un même lieu et en un temps limité des publics fertiles, proposent de nouveaux produits et services en développement. Le spectacle musical et de variété a par exemple commencé à travailler sur la billetterie dématérialisée dès 2007... alors que la SNCF n'a expérimenté ce service qu'en 2009, pratique largement répandue depuis.

**Quelques illustrations de l'innovation dans le spectacle musical et de variété (source : Consolidation EY)**



(37) La billetterie des spectacles vivants, IRMA (mis à jour en ligne en 2015)

(38) PayinTech, start-up française spécialiste du paiement dans le secteur du tourisme et des loisirs, annonce une seconde levée de fonds de 2,5 M€, FRCI (2017)

FOCUS

Rock en Seine, un laboratoire d'innovation à ciel ouvert

**→ CAPTATION :**  
Des dizaines de concerts diffusés live sur Culturebox & Facebook pour profiter de Rock En Seine depuis le bout du monde

**→ PARTENARIATS NUMÉRIQUES :**  
Avec la célèbre École Estienne par exemple pour la production de 15 vidéos célébrant les 15 ans de Rock En Seine  
Le seul événement musical en Europe en partenariat avec Snapchat

**→ CASHLESS :**  
Pour régler tous ses achats et voyager ... sans billets

**→ PLURIDISCIPLINARITÉ :**  
De la danse et des expositions de comics en 2016, des performances géantes de street art et une grande exposition photo Harcourt en 2017

**→ MINI ROCK EN SEINE :**  
La création il y a 10 ans, du premier festival pour les enfants *in situ* : Mini Rock en Seine !

**→ TIMELINE :**  
Qui va permettre aux festivaliers de partager leurs souvenirs online sur le site internet du festival

**→ LA BILLETTERIE DÉMATÉRIALISÉE:**  
Qui permet aux festivaliers de voyager sans papier et à l'organisation de piloter au mieux les accès au festival en régulant les flux

Source : entretien avec François Missonnier (Président, SAS Garaca - Rock En Seine)



A photograph of rows of red theater seats in a dimly lit auditorium. The seats are upholstered in a plush, textured red fabric. The lighting is warm and focused, creating a sense of depth and atmosphere. The seats are arranged in a tiered fashion, typical of a theater or concert hall.

# ANNEXES

# Méthodologie détaillée

## Le poids économique du secteur

Périmètre	Indicateurs
Ensemble des structures de production, de diffusion, d'exploitation de salles et d'organisation de festivals	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ <b>Chiffre d'affaires cumulé généré par la filière</b> (composé des recettes de billetterie, des contrats de cession et de revenus annexes, comme les activités de bar / restauration)</li><li>▶ <b>Valeur ajoutée<sup>39</sup> créée annuellement par les activités de la filière</b></li><li>▶ <b>Nombre d'emplois total de la filière</b>, somme de l'ensemble des salariés et indépendants ayant travaillé pour des entreprises composant la filière. Le nombre d'emplois inclut les trois types de contrats : CDI, CDD et les intermittents du spectacle (CCDU). Les plateaux artistiques et techniques sont inclus dans le nombre d'emplois</li></ul>

La méthode d'évaluation du poids économique du secteur repose sur une démarche d'extrapolation, selon les 3 périmètres suivants :

- ▶ Construction d'un échantillon de départ, composé des entreprises membres du PRODISS au 31 mars 2017 pour lesquelles les données socio-économiques sont disponibles ;
- ▶ Évaluation du poids économique du cœur du secteur composé d'environ 850 entreprises qui représentent 90% des revenus de la billetterie<sup>40</sup>, par extrapolation depuis l'échantillon de départ ;
- ▶ Évaluation du poids économique de l'ensemble du secteur, en ajoutant le poids économique de la multitude d'autres entreprises qui génèrent les 10% restant des revenus de billetterie<sup>41</sup>.

L'extrapolation depuis l'échantillon de départ repose sur un classement des entreprises du cœur du secteur en fonction de leur classe de chiffre d'affaires et de leur activité principale et une évaluation, grâce aux données disponibles dans l'échantillon de départ, des ratios représentatifs de leur modèle économique.

L'extrapolation au reste du secteur est ensuite réalisée au prorata de la part des recettes de billetterie.

## L'effet de levier auprès des prestataires et des fournisseurs

Ce deuxième niveau évalue la contribution économique indirecte du secteur, en tant que créateur de retombées économiques auprès d'entreprises hors du secteur : ses prestataires et fournisseurs.

Périmètre	Indicateurs
Ensemble des entreprises (transport, logistique, sécurité, matériels techniques...) ayant bénéficié de contrats de prestations et de commandes par les structures du secteur	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ <b>Chiffre d'affaires généré auprès des prestataires</b> (prestations techniques, services de communication, achats de marchandises, besoins en transport, en hébergement et en restauration pour les équipes, etc.)</li><li>▶ <b>Valeur ajoutée associée à ces achats et prestations</b></li><li>▶ <b>Nombre d'emplois</b> (en effectifs et en ETP) <b>au sein des entreprises prestataires nécessaires à la production des biens et à la réalisation des prestations achetées</b></li></ul>

Comme l'évaluation du poids économique direct du secteur, l'évaluation des retombées indirectes s'effectue en trois temps, à partir de l'évaluation de la contribution des membres du PRODISS, extrapolée par activité principale et classe de chiffre d'affaires au cœur du secteur, puis à l'ensemble des entreprises qui composent le secteur.

## L'impact économique touristique

Les spectacles de musiques actuelles et de variété sont un moteur de développement de l'économie touristique, en générant des dépenses à l'échelle d'un territoire, au-delà de la billetterie, auprès :

- ▶ des bars et restaurants à proximité des salles de spectacle et des lieux de festivals ;
- ▶ de la filière hôtelière pour les spectateurs non-locaux dormant sur place ;
- ▶ des opérateurs de transport.

(39) La valeur ajoutée correspond au chiffre d'affaires auquel on enlève l'ensemble des consommations intermédiaires

(40) Les entreprises de spectacle de variétés en 2014 : caractéristiques économiques et sociales et principaux éléments d'évolution, CNV (2017) :

- Le cœur de la filière est composé des entreprises dont les comptes de résultats et bilans ont été analysés dans l'étude citée, en excluant les collectifs d'artistes ; pour ces entreprises, les informations relatives à la classe de chiffre d'affaires et à l'activité principale sont mises à disposition dans l'étude citée

- Les revenus de billetterie du cœur de la filière sont évalués sur la base des chiffres de la diffusion 2015 publiés par le CNV et du ratio billetterie / CA évalué dans l'étude citée

(41) Pour ces entreprises, aucune donnée individuelle spécifique n'est disponible dans les bases statistiques

Périmètre	Indicateurs
Hôtels, bars, restaurants et opérateurs de transports	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Chiffre d'affaires généré par les dépenses des spectateurs</b></li> <li>▶ <b>Valeur ajoutée créée</b></li> <li>▶ <b>Nombre d'emplois (en effectifs et en ETP) au sein de l'industrie touristique générés par le surcroît d'activité produite par les festivals et les spectacles en salles</b></li> </ul>
Fournisseurs des acteurs économiques précédents	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Chiffre d'affaires généré par les consommations intermédiaires des acteurs économiques de l'industrie touristique liées aux dépenses des festivaliers et spectateurs</b></li> <li>▶ <b>Valeur ajoutée créée</b></li> <li>▶ <b>Nombre d'emplois (en effectifs et en ETP) au sein des fournisseurs des acteurs économiques de l'industrie touristique</b></li> </ul>

L'évaluation des flux économiques générés par les spectateurs a été estimée en deux temps : l'évaluation des dépenses générées puis l'activité économique générée auprès des opérateurs de l'industrie touristique et de leurs fournisseurs.

Dans un premier temps, les dépenses générées par les spectateurs ont été estimées, selon deux méthodologies en fonction des données disponibles :

- ▶ À l'occasion de festivals : une liste non exhaustive de 880 festivals de musique actuelle pour lesquelles la donnée de fréquentation est disponible a été consolidée <sup>42</sup>. Deux jeux d'hypothèses - un jeu d'hypothèses basses et un jeu d'hypothèses hautes sur l'origine des spectateurs (locaux, c'est-à-dire originaires du département, ou non locaux) <sup>43</sup> et leurs comportements de consommation <sup>44</sup> ont été appliqués en fonction de la catégorie de fréquentation du festival, de son registre musical, et du niveau d'attractivité touristique de la ville d'accueil <sup>45</sup>. Cette estimation ayant été réalisée sur la base d'une liste non exhaustive (mais représentative) de festivals (880 sur les 1388 recensés par l'IRMA), les résultats obtenus sont par définition minorés par rapport à la réalité. Les résultats obtenus avec le jeu d'hypothèses hautes ont donc été retenus dans l'étude.

- ▶ À l'occasion de représentations dans des salles de spectacles : des hypothèses sur les comportements de consommation <sup>46</sup> ont été appliquées aux spectateurs ayant assisté à un spectacle musical ou de variété payant en 2015 <sup>47</sup>.

Dans un second temps, l'activité économique générée auprès des opérateurs de l'industrie touristique et de leurs fournisseurs par ces dépenses a été évaluée en exploitant les tableaux entrée-sortie de l'INSEE <sup>48</sup>.

Le raisonnement à l'échelle nationale, sur une année complète, ne permet pas d'évaluer les différents effets pris en compte lors des études d'impacts touristiques (effets de substitution, d'éviction...). En effet, les touristes qui auraient choisi de décaler leur séjour ou de changer d'itinéraire à cause d'un festival ont sans doute malgré tout dépensé sur le territoire national, à un autre moment ou en un autre lieu. Par ailleurs, au niveau de l'ensemble des territoires la construction d'un contrefactuel solide (« que se serait-il passé en l'absence des 880 festivals ? ») n'est pas réalisable au niveau d'étude géographique et temporel choisi.

Pour ces raisons, nous privilégions l'estimation des flux économiques générés par les festivals à un indicateur de retombées économiques nettes : ces flux sont donc calculés comme l'ensemble des dépenses créées autour des festivals et des salles de spectacles, pour lesquelles l'événement « spectacle » a un effet déclencheur.

## La contribution sociale et fiscale des entreprises du secteur

Périmètre	Indicateurs
Ensemble des structures de production, de diffusion, d'exploitation de salles et d'organisation de festivals	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ <b>Impôt sur les sociétés</b></li> <li>▶ <b>Cotisations salariales et patronales</b></li> <li>▶ <b>TVA</b></li> </ul>

La contribution fiscale du secteur au titre de l'impôt sur les sociétés est évaluée selon la méthode d'extrapolation en trois temps exposée plus haut. Les cotisations salariales et patronales sont évaluées par l'application de ratios <sup>49</sup> à la masse salariale des employés permanents et intermittents du secteur.

(42) Base de données de l'IRMA, exploitation EY

(43) Sur la base d'une consolidation des données issues d'une trentaine d'études de fréquentation réalisées à l'occasion de festivals

(44) Estimation de paniers de consommation moyens sur la base des données du compte satellite du tourisme, Direction Générale des Entreprises

(45) Indicateur composite ad hoc élaboré par EY, croisant la capacité hôtelière, l'offre touristique, et le degré d'urbanisation

(46) Comportements de consommation à l'occasion de spectacles : Baromètre des pratiques culturelles des Français en matière de spectacles musicaux et de variété, Vague n°3 - 2016, PRODISS / Paniers moyens de consommation : Synthèses, Mars 2016, France AgriMer

(47) Chiffres de la diffusion des spectacles de variétés et de musiques actuelles, CNV (2015)

(48) Ratios par branche du TES A17, INSEE (2014)

(49) URSSAF, Pôle Emploi

# Tableaux récapitulatifs des indicateurs de l'étude

Indicateurs clés de l'impact direct du secteur (source : Analyse EY, 2015)

Impact direct du secteur	
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>2 022 M€</b>
> dont PRODISS	1 350 M€
<b>Valeur ajoutée</b>	<b>625 M€</b>
> dont PRODISS	446 M€
<b>Emplois en ETP</b>	<b>21 800 ETP</b>
> dont PRODISS	9 300 ETP
<b>Emplois en effectif</b>	<b>97 700</b>
> dont PRODISS	41 700
<b>Subventions publiques</b>	<b>222 M€</b>
<b>Contribution sociale et fiscale</b>	<b>318 M€</b>
> Impôts sur les sociétés, TVA et autres taxes	52 M€
> Cotisations sociales patronales	172 M€
> Cotisations sociales employés	94 M€

**Indicateurs clés de l'impact indirect du secteur auprès de ses prestataires**  
 (source : Analyse EY, 2015)

<b>Impact indirect du secteur auprès de ses prestataires</b>		
<b>Chiffre d'affaires</b>		<b>480 M€</b>
Ventilation par branche d'activité	> Communication	97 M€
	> Prestataires techniques	219 M€
	> Hébergement et restauration	118 M€
	> Achats de marchandises	46 M€
<b>Valeur ajoutée</b>		<b>247 M€</b>
Ventilation par branche d'activité	> Communication	50 M€
	> Prestataires techniques	111 M€
	> Hébergement et restauration	63 M€
	> Achats de marchandises	23 M€
<b>Emplois en ETP</b>		<b>3 670 ETP</b>
Ventilation par branche d'activité	> Communication	430 ETP
	> Prestataires techniques	1 650 ETP
	> Hébergement et restauration	1 200 ETP
	> Achats de marchandises	390 ETP

**Indicateurs clés de l'impact indirect du secteur sur l'économie touristique**  
 (source : Analyse EY, 2015)

<b>Impact indirect du secteur sur l'économie touristique</b>		
<b>Chiffre d'affaires</b>		<b>1 853 M€</b>
Ventilation salles / festivals	> Dans le cadre de spectacles en festivals	1 334 M€
	> Dans le cadre de spectacles en salles	519 M€
Ventilation par branche d'activité	> Hébergement et restauration	1 123 M€
	> Transport	203 M€
	> Achats de marchandises	527 M€
<b>Valeur ajoutée</b>		<b>888 M€</b>
Ventilation salles / festivals	> Dans le cadre de spectacles en festivals	636 M€
	> Dans le cadre de spectacles en salles	252 M€
Ventilation par branche d'activité	> Hébergement et restauration	605 M€
	> Transport	95 M€
	> Achats de marchandises	188 M€
<b>Emplois en ETP</b>		<b>15 230 ETP</b>
Ventilation salles / festivals	> Dans le cadre de spectacles en festivals	10 820 ETP
	> Dans le cadre de spectacles en salles	4 410 ETP
Ventilation par branche d'activité	> Hébergement et restauration	11 440 ETP
	> Transport	1 400 ETP
	> Achats de marchandises	2 390 ETP

---

# Sources

- ▶ #BAROFEST Baromètre des festivals de musiques actuelles France, CNV, SACEM, IRMA (2015)
- ▶ Baromètre des pratiques culturelles des Français en matière de spectacles musicaux et de variété, Vague n°3, PRODISS (2016)
- ▶ Bilan du marché de la musique enregistrée, SNEP (2017)
- ▶ Chiffres de la diffusion des spectacles de variétés et de musiques actuelles, CNV (2015, 2014, 2013 et 2012)
- ▶ Création sous tension : 2e Panorama de l'économie de la culture et de la création en France, EY (2015)
- ▶ Étude sur l'impact économique de l'Euro 2016, CDES & Keneo (2017)
- ▶ Festival Hellfest de Clisson : Les retombées économiques de la musique metal plus fortes que sa stigmatisation, Christophe Guibert, Espaces tourisme & loisirs, Editions touristiques européennes (2012)
- ▶ L'offre de formation professionnelle qualifiante et certifiante dans le spectacle vivant - Observatoire des métiers du spectacle vivant, Commission paritaire nationale emploi formation spectacle vivant (2016)
- ▶ La billetterie des spectacles vivants, IRMA (mis à jour en ligne en 2015)
- ▶ La filière musicale française à l'international : bilan économique 2016, Bureau Export (2017)
- ▶ Le bilan des festivals de l'année 2016, Tous les festivals (publié en ligne en 2016)
- ▶ Les entreprises de spectacle de variétés en 2014 : caractéristiques économiques et sociales et principaux éléments d'évolution, CNV (2017)
- ▶ Les métiers en 2022 : prospective par domaine professionnel, Darès (2015)
- ▶ Les 4 pages de la DGE - études économiques, n°62, DGE (décembre 2016)
- ▶ Musiques actuelles : ça part en live : Mutations économiques d'une filière culturelle, G. Guibert et D. Sagot-Duvaurox (2013)
- ▶ Observatoire des métiers de la presse, AFDAS (2010)
- ▶ Observatoire des métiers de la publicité, AFDAS (2015)
- ▶ PayinTech, start-up française spécialiste du paiement dans le secteur du tourisme et des loisirs, annonce une seconde levée de fonds de 2,5 M€, FRCI (publié en ligne en 2017)
- ▶ Real Estate and Urban Employment Monitor - Croissance : les moteurs de la ville, EY (2017)
- ▶ Synthèses, France AgriMer (Mars 2016)

## Bases de données

- ▶ INSEE : données sur l'emploi et le poids économiques par branche, TES A17 (2014 et 2015)
- ▶ IRMA (centre de ressources et d'informations pour les musiques actuelles) : bases de données sur les salles, les festivals et leur fréquentation (2017)
- ▶ PRODISS : données socio-économiques des entreprises adhérentes (2015)



---

# Remerciements

## Nous tenons à remercier pour leur contribution :

### | L'ÉQUIPE DU PRODISS :

**Luc Gaurichon** (Président)  
**Malika Séguineau** (Directrice générale)  
**Anne-Gaëlle Geffroy** (Responsable du service économique)  
**Aline Renet** (Conseillère stratégique et Relations institutionnelles)  
**Anne Fossati** (Chargée de communication)  
**Pierre Brochard** (Assistant service économique)

### | L'ÉQUIPE DU CNV :

**Gilles Petit** (Président)  
**Philippe Nicolas** (Directeur)  
**Séverine Morin** (Responsable du centre de Ressource)  
**Sébastien Berthe** (Chargé d'étude du centre de Ressource)

### | LES PROFESSIONNELS DU SPECTACLE MUSICAL ET DE VARIÉTÉ QUI ONT CONTRIBUÉ À L'ÉTUDE :

**Martin d'Argenlieu** (Directeur Général, Stade Vélodrome)  
**Laurent Bentata** (Directeur Général, Stage Entertainment)  
**Cyrille Bonin** (Président, Sas Transmission - Le Transbordeur)  
**Olivier Darbois** (Directeur, Corida)  
**Christophe Davy** (Directeur Général, Radical Production)  
**Angelo Gopee** (Directeur Général, Live Nation France)  
**Mylène Huard** (Directrice pôle Spectacle, S-PASS)  
**Thierry Langlois** (Directeur Général, Uni-T Production)  
**François Missonnier** (Président, SAS Garaca - Rock En Seine)  
**Gérard Pont** (Président, Francofolies)  
**Karine Ripert** (Directrice, SNC Zénith de Dijon)  
**Jean-Paul Roland** (Directeur Général, Association Territoires de Musique - Les Eurockéennes de Belfort)  
**Laurent Sabatier** (Président, Avec Plaisir)  
**Frédéric Saint-Dizier** (Président, Les Productions Label LN)  
**Nicolas Talar** (Directeur, Pomme Music)  
**Maxime Tissot** (Directeur Général, Office de Tourisme et des Congrès de Marseille)  
**Sébastien Vidal** (Programmateur, Duc des Lombards)  
**Olivier Wurth** (Directeur Général, Auguri Productions)

### | L'ÉQUIPE EY, EN CHARGE DE LA RÉALISATION DE L'ÉTUDE :

**Marc Lhermitte**  
**Hugo Alvarez**  
**Cécile Gabarrou**  
**Quentin Nam**

# Contacts

**Marc Lhermitte**

Associé

+33 1 46 93 72 76

[marc.lhermitte@fr.ey.com](mailto:marc.lhermitte@fr.ey.com)

**Hugo Alvarez**

Manager

+33 1 46 93 72 18

[hugo.alvarez@fr.ey.com](mailto:hugo.alvarez@fr.ey.com)

**Quentin Hacquard**

Relations médias

+33 1 55 61 35 47

[quentin.hacquard@fr.ey.com](mailto:quentin.hacquard@fr.ey.com)



## EY | Audit | Conseil | Fiscalité et Droit | Transactions

EY est un des leaders mondiaux de l'audit, du conseil, de la fiscalité et du droit, des transactions. Partout dans le monde, notre expertise et la qualité de nos services contribuent à créer les conditions de la confiance dans l'économie et les marchés financiers. Nous faisons grandir les talents afin qu'ensemble, ils accompagnent les organisations vers une croissance pérenne. C'est ainsi que nous jouons un rôle actif dans la construction d'un monde plus juste et plus équilibré pour nos équipes, nos clients et la société dans son ensemble.

EY désigne l'organisation mondiale et peut faire référence à l'un ou plusieurs des membres d'Ernst & Young Global Limited, dont chacun est une entité juridique distincte. Ernst & Young Global Limited, société britannique à responsabilité limitée par garantie, ne fournit pas de prestations aux clients. Retrouvez plus d'informations sur notre organisation sur [www.ey.com](http://www.ey.com).

© 2017 Ernst & Young Advisory.  
Tous droits réservés.

Sébastien Matesco  
SCORE France N° 2017-049  
© Photos : Getty images - Philippe Levy

Document imprimé conformément à l'engagement d'EY de réduire son empreinte sur l'environnement.

Cette publication a valeur d'information générale et ne saurait se substituer à un conseil professionnel en matière comptable, fiscale ou autre. Pour toute question spécifique, vous devez vous adresser à vos conseillers.

[ey.com/fr](http://ey.com/fr)