

La filière musicale est un secteur qui poursuit sa mutation. Les nouveaux modes de consommation et les modèles d'affaires induits par le numérique ont entraîné des recompositions importantes sur le marché de la musique. Le retour du vinyle, impulsé notamment par les disquaires, est une réponse partielle à cette crise.

Les disquaires ne captent néanmoins qu'une faible partie de la valeur créée sur ce marché largement pénétré par les grandes surfaces spécialisées.

Dans un contexte dynamique mais incertain, leur économie reste fragile – beaucoup de disquaires doivent diversifier leurs activités (librairie, café, label produits dérivés...) pour trouver une rentabilité économique.

Les aides actuelles (cf. encart), et notamment l'aide au loyer, sont perçues positivement, bien que seule l'organisation du Disquaire Day apparaisse comme ayant un impact économique fort.

Le ministère de la Culture et de la Communication, à partir des résultats de l'étude, souhaite lancer une réflexion afin d'envisager des pistes permettant de mieux répondre aux besoins des disquaires.

L'organisation d'actions communes à l'initiative des disquaires, comme le partage de bonnes pratiques, des opérations de communication et la modernisation et la mutualisation des outils, contribuerait également au renforcement économique de la filière.

AIDES ACTUELLES

Aide à la location pour les disquaires

Le Club action des labels indépendants français (CALIF) apporte une aide financière à une vingtaine de disquaires par an pour assumer les frais de location d'un local. Elle concerne exclusivement la surface dédiée aux disques. L'aide s'échelonne sur trois ans dans le cadre de l'ouverture d'une boutique (avec un plafond à 22 500 €), sur deux ans dans le cadre d'une reprise d'activité (avec un plafond à 12 500 €).

Aide technique

Le CALIF fournit une aide technique aux disquaires, aux points de vente vidéo et aux comptoirs culturels, pour le montage des dossiers de financement ou de subventions (notamment auprès des organismes tel que l'IFCIC).

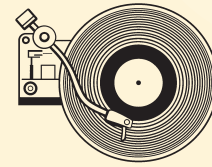
Négociations commerciales

Des accords ont été passés avec la quasi-totalité des distributeurs indépendants français, et certaines majors, pour que les disquaires, les points de vente vidéo et les comptoirs culturels obtiennent les conditions commerciales les plus favorables.

Disquaire Day

Déclinaison française du Record Store Day, manifestation internationale de promotion des disquaires et de l'offre musicale enregistrée, le Disquaire Day est une journée événement organisée par le CALIF depuis 2011.

Avril 2017



La situation économique des disquaires indépendants

Directeur de la publication : Martin Ajdari
Responsable de la publication : Caroline Rogard

Retrouvez l'intégralité de cette publication sur :
<http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Industries-culturelles>

© Ministère de la Culture et de la Communication, DGMI, Paris, 2017

RISE CONSEIL

EPEC ENSEMBLE PARIS EMPLOI COMPÉTENCES

FELIN
FÉDÉRATION NATIONALE
DES LABELS INDÉPENDANTS

calif

Transfère - 04250 Turriers



D'après une étude réalisée par
Rise Conseil

en collaboration avec
l'Ensemble Paris Emploi Compétences
la Fédération nationale des labels indépendants
le Club action des labels indépendants français

Les disquaires indépendants sont des **acteurs clés de l'écosystème culturel et musical**, présents sur l'ensemble du territoire. Véritables passeurs, ils offrent un rapport différent à la musique à travers une relation commerciale de proximité.

Conscient de l'importance des disquaires indépendants pour la préservation de la diversité de l'offre culturelle et des lieux de diffusion, le ministère de la Culture et de la Communication a conduit une étude afin de mieux identifier des leviers d'actions à même de les soutenir.

Les disquaires indépendants sont porteurs de valeurs sociales et sociétales fortes

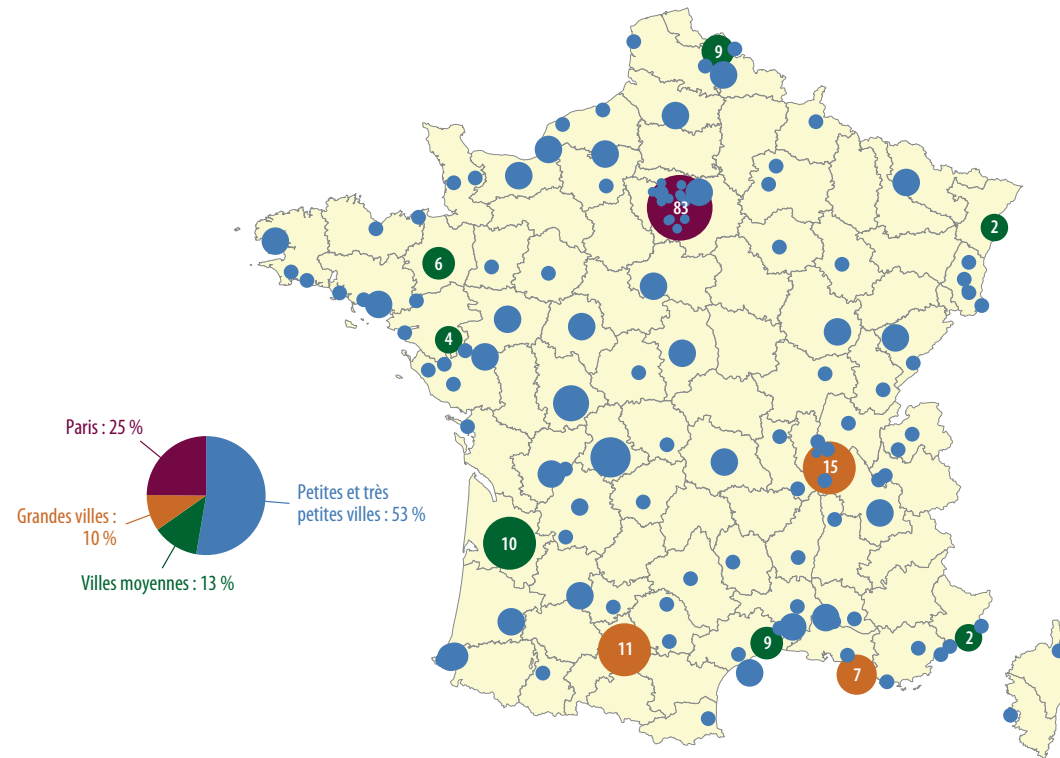
Expertise	• Connaissance approfondie et historique de la musique
Indépendance	• Alternative à la consommation standardisée
Lien social	• Relation commerciale de proximité autour de la musique • Action sociale locale en participant activement à la vie du quartier
Dynamisme	• Renforcement de l'attractivité du centre-ville en proposant du conseil et de l'écoute sur place

L'ÉTUDE

RECENSEMENT
334 disquaires

QUESTIONNAIRE EN LIGNE
122 réponses

ENTRETIENS
30



ACTIVITÉS ANNEXES

Pour **80 %** des disquaires

38 % Vente de produits dérivés liés à la musique
18 % Vente/réparation de matériel hi-fi
17 % Librairie
12 % Labels
3 % Restauration/café

LES DISQUAIRES

47 ans
Âge moyen du gérant

36
Nouveaux disquaires ces 2 dernières années

+ de 10 ans
Âge médian des magasins

90 %
des gérants sont des hommes

ACTIVITÉ

100 k€
Chiffre d'affaires musique moyen

5 000
Nombre médian de références proposées à la vente

70 %
de vinyles

50 %
de neuf

10 %
des disquaires font majoritairement du neuf sans activité annexe

SPÉCIALITÉS

25 % Pop/rock
18 % Soul/funk
16 % Variétés françaises et internationales
9 % Jazz/classique
7 % Techno/house
7 % Métal