



# "Le spectacle vivant souffre du transfert de valeur vers Internet"

Dans «Musiques actuelles : ça part en live», Gérôme Guibert, sociologue, et Dominique Sagot-Duvaurox, économiste, explorent les mutations de l'économie du spectacle vivant.

## Malgré sa résistance à la crise du disque, l'économie du spectacle vivant reste très fragilisée, pour quelles raisons ?

Plusieurs hypothèses peuvent être faites. D'abord, l'économie de la musique en France reste organisée en sous-filières relativement autonomes : enregistrement phonographique, spectacle vivant, médias classiques, web... Alors qu'il faudrait privilégier une approche plus systémique. Historiquement, depuis la fin des années 1950 et l'adoption du vinyle comme support standard, ce sont les activités de production et d'édition de musiques enregistrées qui sont au centre de la filière. Le spectacle vivant est considéré comme un service permettant de promouvoir l'actualité des industries culturelles alors qu'il est à l'origine de revenus substantiels pour les artistes en tournée. Il en a découlé une sous-capitalisation des entreprises du spectacle vivant rendant difficile l'accès au crédit bancaire, d'autant plus qu'il apparaît difficile pour un producteur de valoriser un portefeuille d'artistes avec lesquels il n'a la plupart du temps que des engagements à court terme.

Les modèles 360° artistes ou 360° usagers, que nous présentons dans le livre, confirment le fait qu'il faut davantage considérer l'économie de la musique comme un tout. Si notre travail est centré sur la question du spectacle vivant, il conclut à la nécessité d'une approche globale. Cette remarque interroge les politiques publiques. Est-il pertinent aujourd'hui de séparer les dispositifs de soutien au spectacle vivant de ceux destinés au secteur de la musique enregistrée ? Ne faut-il pas, par exemple, imaginer une taxe sur l'ensemble des revenus de la musique redistribuée ensuite à l'ensemble des acteurs ? C'est ce qui se passe dans l'industrie audiovisuelle.

## Quelles autres raisons expliquent cette fragilité ?

Contrairement à une idée reçue, l'économie du spectacle vivant souffre de l'évaporation d'une partie de la valeur produite par les enregistrements phonographiques hors de la filière musicale, vers notamment les valeurs d'Internet. D'abord parce que la fragilisation du secteur de l'enregistrement phonographique a remis en cause les « tour supports ». Mais aussi parce que les producteurs de spectacles ne bénéficient pas de droits voisins associés à la captation de spectacles et à son exploitation. Si les modèles économiques de streaming se précisent, ils ne concernent à ce jour que très peu les acteurs du spectacle vivant.

Enfin, dans une économie qui s'est historiquement organisée autour d'une intervention publique forte, la crise financière ne peut que fragiliser la filière par un effet de ciseaux où subventions publiques et pouvoir d'achat des publics diminuent simultanément. Les artistes émergents qui bénéficient de programmes d'accompagnement dans des lieux aidés par les collectivités territoriales et dont les débuts de carrière sont gérés par des structures associatives qu'on nomme en province « développeurs d'artistes » sont particulièrement touchés.

## Quelles sont les principales mutations auxquelles doit faire face le spectacle vivant aujourd'hui ?

En amont de la filière, on observe depuis une dizaine d'années des rapprochements entre producteurs phonographiques et producteurs de spectacles pour s'adapter au 360° artistes : les sociétés cherchent désormais à détenir les droits sur l'ensemble des supports de valorisation d'une œuvre et même, au-delà, de l'artiste et de son image. Le rachat de l'Olympia par Universal en 2001 a amorcé un mouvement plus général de concentration : citons du côté des majors, il y

a quelques années, le rachat d'Arachnée par Sony ; de Jean-Claude Camus production et de Nous production par Warner ; ou du festival Mainsquare par Live Nation. Mais ce phénomène concerne aussi les circuits indépendants — avec par exemple les rapprochements entre Corrida et Because, Wagram et Tôt ou Tard, ou encore lorsque Marc Thonon (Atmosphériques) prend une licence d'entrepreneur de spectacles (Atmolive). Selon les contextes et les activités visées, les rapprochements peuvent s'opérer entre structures ou bien par l'intermédiaire de personnes physiques présentes dans plusieurs structures : par exemple, un gérant de société de spectacles investi dans la programmation de festivals.

## Vous évoquez dans votre ouvrage la mise en place de ce que vous appelez le « 360° usager ». De quoi s'agit-il ?

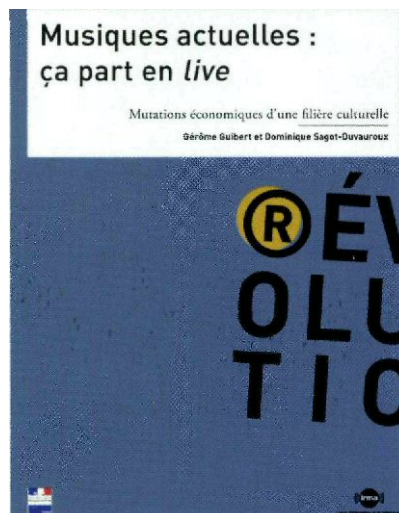
Ah oui ! Nous avons dormi une bonne nuit. Il s'agit ici de se donner les moyens de valoriser toutes les ressources potentielles que l'on peut retirer d'un spectateur de concert. Les mouvements de concentration dans la billetterie s'expliquent en partie par cet enjeu. Ces sociétés vendent le service même de billetterie, mais elles exploitent aussi les meta-données des publics et la trésorerie que permet cette activité. Les projets d'Arena participent aussi de ces stratégies fondées sur les synergies entre différentes activités tournées vers le consommateur. Il en découle une évolution des programmations non plus tant articulées autour d'artistes en tournée qu'autour de spectacles conçus pour toucher un public cible (par exemple les années de jeunesse d'une génération donnée ou les hommages à un artiste historique).

## Au-delà de la possibilité de diffuser des concerts en ligne, quel autre

### impact a selon vous le numérique sur le spectacle vivant ?

Les technologies numériques affectent à la fois les modalités de financement des spectacles, à travers notamment le crowdfunding et le crowdsourcing, mais aussi les modalités de commercialisation avec la billetterie en ligne et de promotion avec le rôle joué par les réseaux sociaux dans la construction des réputations.

*Propos recueillis par Philippe Astor*



## GÉRÔME GUIBERT ET DOMINIQUE SAGOT-DUVAUROUX

AUTEURS DE « MUSIQUES ACTUELLES : ÇA PART EN LIVE »