

Sommaire

| | |
|--|----|
| Les auteurs | 5 |
| Avant-propos | 11 |
| Introduction | 17 |
| Chapitre 1 – Le spectacle vivant dans l'économie des musiques actuelles | 21 |
| Les concerts, une place croissante dans l'économie des musiques actuelles? | 21 |
| <i>Spectacle vivant et musique enregistrée : des évolutions croisées</i> | 21 |
| <i>Une croissance du live qui profite essentiellement aux grosses tournées</i> | 23 |
| Un rapport entre spectacle vivant et musique enregistrée qui n'épuise pas l'étude de la filière musique | 25 |
| Principales caractéristiques de l'activité de concert de musiques actuelles | 27 |
| <i>Une activité très concentrée</i> | 28 |
| <i>Une activité où s'entrecroisent logiques commerciales, associatives et institutionnelles</i> | 29 |
| <i>Une activité saisonnière</i> | 31 |
| <i>Une concentration spatiale</i> | 32 |
| Un éclairage international | 34 |
| <i>Économie de la musique live dans le monde et position relative de la France : questions méthodologiques</i> | 34 |
| <i>Quelques spécificités françaises concernant la production et la diffusion de spectacles</i> | 39 |
| La place centrale du producteur tourneur | 39 |
| Une résistance à la mondialisation | 39 |
| Un réseau public et associatif dense | 40 |

| | |
|---|----|
| Chapitre II – Organisation de la filière | 43 |
| Vue d'ensemble | 43 |
| Au centre de l'organisation du spectacle vivant de musiques actuelles en France : les détenteurs de la licence d'entrepreneur de spectacles | 46 |
| <i>Les trois licences</i> | 46 |
| <i>Risques et contrats de vente</i> | 46 |
| <i>Déterminants du choix</i> | 48 |
| La colonne vertébrale de la filière | 50 |
| <i>Création : les artistes</i> | 50 |
| Une classification des artistes | 51 |
| Spectacle, produit enregistré et réaction des artistes au piratage | 51 |
| Effectif d'artistes musiciens | 52 |
| <i>Managers et agents</i> | 53 |
| <i>Production et profils de producteurs : les trois métiers</i> | 56 |
| Quelques données | 58 |
| <i>Distribution : les promoteurs locaux</i> | 58 |
| Le promoteur local | 58 |
| <i>Exploitation : salles et festivals</i> | 60 |
| Une grande diversité de lieux de diffusion | 60 |
| Zénith, Arena, palais des congrès | 61 |
| Smac et lieux associatifs | 62 |
| Les scènes nationales | 63 |
| Les salles privées | 64 |
| La longue traîne des lieux de concerts publics, privés et associatifs | 64 |
| Les festivals | 65 |
| Les rapports des lieux de diffusion avec l'amont de la filière | 67 |
| Les fonctions périphériques | 68 |
| <i>Édition musicale</i> | 68 |
| <i>Producteurs phonographiques et labels</i> | 69 |
| <i>Billetterie</i> | 71 |
| L'intervention publique dans la filière | 72 |
| <i>Le CNV : un soutien à l'ensemble de la filière</i> | 73 |

| | |
|--|-----|
| Organisation de la filière et types de circuits | 74 |
| <i>Formes dominantes d'organisation dans le circuit privé</i> | 74 |
| <i>Formes dominantes d'organisation dans le circuit associatif</i> | 75 |
| <i>Formes dominantes d'organisation dans le circuit public</i> | 76 |
| Organisation de la filière et notoriété artistique | 78 |
| <i>Artistes émergents : les acteurs de la filière</i> | 78 |
| <i>Artistes en développement : les acteurs de la filière</i> | 79 |
| <i>Artistes confirmés : les acteurs de la filière</i> | 82 |
| <i>Gestion des carrières dans la durée</i> | 84 |
| Conclusion | 84 |
| Chapitre III – Les mutations | 87 |
| Déterminants des mutations | 87 |
| <i>La fin des tour supports</i> | 88 |
| <i>Fragilité économique et frilosité des banques</i> | 90 |
| <i>Question démographique et rachat des entreprises</i> | 92 |
| Recherche de nouveaux financements | 93 |
| <i>Recherche de fonds par emprunts, augmentation du capital ou vente d'une partie des parts de l'entreprise</i> | 93 |
| <i>Achat de biens immobiliers (salles de spectacles) pour donner une viabilité financière aux entreprises, mais aussi pour des raisons de stratégie d'entreprise</i> | 94 |
| <i>Lobbying collectif des entrepreneurs de spectacles pour un crédit d'impôt</i> | 94 |
| <i>Rapprochement des producteurs de spectacles avec des festivals</i> | 95 |
| <i>Crowdfunding/crowdsourcing</i> | 96 |
| Des stratégies de concentration | 98 |
| <i>Recomposition des filières autour de la valorisation des artistes : le 360° artiste</i> .. | 98 |
| <i>Rapprochement des producteurs phonographiques avec la filière spectacle vivant</i> .. | 100 |
| <i>360° actif versus passif</i> | 102 |
| <i>L'intérêt des industries de la communication pour les musiques actuelles</i> | 104 |
| Le public au centre : le 360° usager | 110 |
| <i>Perspective théorique</i> | 113 |
| <i>Grandes salles et logiques d'aménagement territorial</i> | 114 |

| | |
|--|-----|
| <i>Le rapport Arenas 2015, symptôme d'une mutation</i> | 117 |
| Place des logiques associatives et institutionnelles dans ces recompositions | 121 |
| <i>La diffusion en question</i> | 122 |
| <i>Production et résidences</i> | 123 |
| Conclusion | 125 |
| Table des illustrations | 129 |
| État des entretiens réalisés | 131 |
| Présence aux journées professionnelles | 133 |
| Éléments de bibliographie | 135 |