

PARIS EST

Live

Défis & enjeux du territoire parisien
pour le spectacle musical et de variété

produs

SYNDICAT NATIONAL DU SPECTACLE MUSICAL ET DE VARIÉTÉ



PRODUCTEUR DE SERVICES, CRÉATEUR DE SUCCÈS

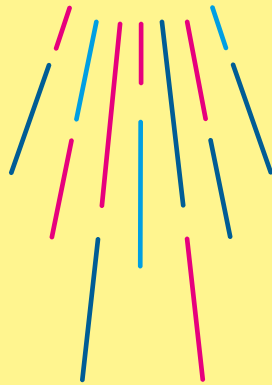


PARIS EST

Live



—
AVANT-PROPOS
—



DÉFIS & ENJEUX DU TERRITOIRE PARISIEN POUR LE SPECTACLE MUSICAL ET DE VARIÉTÉ

La passion pour le Live fait vibrer des millions de Français. La force du Live réside dans la pluralité et la diversité artistiques de ceux qui, animés par le désir d'innovation et d'entrepreneuriat, contribuent à faire de ces performances des instants uniques de partage entre les artistes et leur public.

En 2016, à Paris, ce sont près de 27 000 représentations* de spectacles musicaux et de variété qui sont produites, et qui ne pourraient pas naître sans l'engagement, la passion et la créativité des producteurs de spectacles, des organisateurs de festivals, des exploitants de salles et de tous les corps de métiers associés : décorateurs, scénographes, machinistes, techniciens lumière, ingénieurs du son... Plus de 190 métiers de la filière font de ce secteur l'un des plus dynamiques, réactifs et inventifs en France avec un impact considérable sur l'emploi et l'économie française.

Autour des projets artistiques, les entrepreneurs de spectacles forment ensemble une industrie culturelle incontournable, constituant un puissant levier au service des politiques culturelles, sociales et économiques.

*Sources CNV



Conscients des enjeux et des contraintes qui pèsent au quotidien sur ce secteur à l'échelle du territoire parisien, les entrepreneurs de spectacles, membres du PRODISS, ont souhaité se mobiliser et agir aux côtés des élus locaux pour partager expériences et constats, et identifier les leviers existants à actionner pour évoluer et innover sans cesse, tout en prenant en compte la connaissance du terrain. **C'est ainsi que le PRODISS a formé un comité composé d'une quinzaine d'experts, représentant les métiers du secteur présents sur le territoire parisien qui, ensemble, ont dressé un diagnostic, identifié les contraintes existantes, et émis dix propositions formalisées dans le présent livre blanc : « PARIS est Live : Défis & enjeux du territoire parisien pour le spectacle musical et de variété ».**

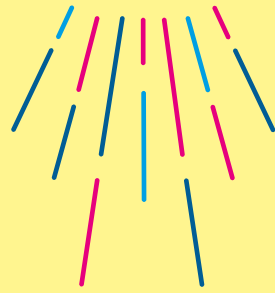
Le comité s'est aussi et surtout assigné pour objectif de renforcer le dialogue avec l'ensemble des référents du territoire parisien concernés, entrepreneurs culturels et acteurs institutionnels locaux, afin d'accélérer la mise en œuvre de solutions efficaces et ambitieuses pour que rayonne le spectacle musical et de variété sur le territoire parisien et participer au développement de la marque PARIS.

Particulièrement touchés par ce qui a pu, pour un temps, menacer la magie de Paris, les membres du PRODISS ont su montrer leur capacité d'adaptation et d'anticipation, animés par le souci constant de promouvoir des expériences collectives innovantes et de faire vivre et partager la création. **Ce livre blanc met en lumière un message et une conviction : les entrepreneurs de spectacles parisiens sont, plus que jamais, décidés à faire de leur art un levier de rayonnement, d'attractivité et de dynamisme pour Paris, sa région et la France dans son ensemble.**





SOMMAIRE



AVANT-PROPOS

A | LE PRODISS

A.1	L'alliance de la culture, de la créativité et de l'industrie	9
A.2	Les missions du PRODISS : développer, transmettre, fédérer	9
A.3	Le comité d'experts « Ville de Paris » au sein du PRODISS	9

B | LE TERRITOIRE PARISIEN

B.1	Les spécificités de l'économie du territoire parisien	11
B.2	Les adhérents parisiens du PRODISS	11
B.3	Contraintes et leviers du territoire parisien	14

C | PARIS EST « LIVE » : FAVORISER LE RAYONNEMENT DU SPECTACLE MUSICAL ET DE VARIÉTÉ EN 10 PROPOSITIONS

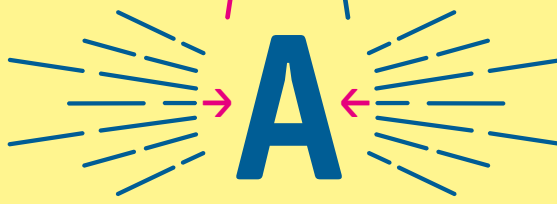
C.1	DES PROPOSITIONS POUR RELEVER LES DÉFIS DU TERRITOIRE PARISIEN	
PROPOSITION o1	Rendre possible l'application du décret son : une nécessaire prise en compte des réalités des professionnels	19
PROPOSITION o2	Favoriser l'accueil du public dans un contexte de sécurité et de sûreté renforcées	21
PROPOSITION o3	Soutenir l'engagement du secteur pour l'application de la loi Accessibilité	22
PROPOSITION o4	Adapter la convention CNV / Ville de Paris pour une meilleure prise en compte des spécificités du territoire parisien	24
PROPOSITION o5	Adapter le levier fiscal pour soutenir le dynamisme des entreprises	24
C.2	INSCRIRE LE LIVE AU CŒUR DES ENJEUX DU TERRITOIRE PARISIEN	
PROPOSITION o6	Amplifier les canaux de communication et de promotion de la ville de Paris	27
PROPOSITION o7	Enrichir l'attractivité touristique de la ville et contribuer à l'excellence de l'accueil des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024	28
PROPOSITION o8	Faire de l'éducation et de la pédagogie artistique un outil de vision sur le long terme pour l'ensemble du secteur	29
PROPOSITION o9	Devenir un secteur de référence dans la mise en œuvre de la responsabilité sociale et sociétale des entreprises (RSE)	30
PROPOSITION 1o	Contribuer au rayonnement de Paris sur le plan de l'innovation	31

ANNEXES

Annexe 01	Les 4 grandes activités du spectacle musical et de variété	33
Annexe 02	Le spectacle musical et de variété en France	36
Annexe 03	Les chiffres clés du PRODISS	37



LE PRODISS



A

1 | 2 | 3

A | 1 L'ALLIANCE DE LA CULTURE, DE LA CRÉATIVITÉ ET DE L'INDUSTRIE

Depuis 1984, le PRODISS est le Syndicat national du spectacle musical et de variété, dont la mission est de représenter, promouvoir et défendre les intérêts de ses adhérents. Le PRODISS regroupe plus de 350 entreprises œuvrant dans le domaine des variétés, des musiques actuelles (jazz, musiques populaires, comédies musicales, etc.) et des spectacles d'humour.

Au PRODISS, les entrepreneurs sont de véritables développeurs de culture partagée, révélateurs d'artistes, promo-

teurs d'expériences collectives, défenseurs de la création et de la diversité, employeurs mais aussi accompagnateurs de l'innovation créative sur le fil des envies du public. Avec une audience mesurée au sein de la branche du spectacle vivant privé de 54 %* des salariés représentés, le PRODISS a été reconnu comme le premier syndicat du secteur en termes de représentativité à l'échelon national.

*Représentativité patronale à l'échelon national fixée par l'arrêté du 26 juillet 2017 publié au JO du 3 août 2017.

A | 2 LES MISSIONS DU PRODISS : DÉVELOPPER, TRANSMETTRE, FÉDÉRER

La vague de résultats du Baromètre du Live** publiée en octobre 2017 en témoigne : le spectacle a de nouveau levé la vague auprès des Français. Au-delà de la hausse des fréquentations (+ 6 %) et de l'amélioration de la satisfaction vis-à-vis de la qualité, de la diversité et de l'accessibilité (prix) des spectacles proposés (pour 9 Français sur 10), c'est dans le rajeunissement du public (avec une croissance plus marquée de la fréquentation chez les moins de 35 ans depuis 2014) que l'on peut lire le renouveau durable d'un secteur ayant connu un certain nombre de difficultés au cours des dernières années.

Pour près de 60 % des Français, le spectacle est avant tout le moyen de ressentir des émotions et de vivre un moment exceptionnel, de préférence en partage avec ses proches. Pour 7 Français sur 10, il est considéré comme un véritable levier pour lutter contre la morosité. Par ailleurs, le secteur du spectacle contribue positivement à l'ensemble de l'économie en se positionnant comme l'occasion de moments de plaisirs élargis (bars, restaurants, hôtels, autres points

d'attraction touristique). Dans ce contexte, le PRODISS organise et structure leur fonctionnement afin de déployer ses missions : Développer, Transmettre et Fédérer. Cultiver l'esprit d'entreprise et développer l'excellence : grâce à sa plateforme d'innovation et de travail, le PRODISS réunit, accompagne et organise le développement de la scène musicale et de variété. Être visionnaire et transmettre : parce que le PRODISS a la culture de la scène et la passion d'en promouvoir les intérêts, il représente l'esprit du secteur, en faisant bouger ses lignes avec toute l'énergie mobilisatrice qui permet de le faire.

Fédérer et préparer l'avenir : parce que le PRODISS est une organisation reconnue, représentative au niveau national, au rayonnement d'une ambition partagée par ses entreprises, pour la diversité des projets artistiques qu'elles défendent.

** <http://www.prodiss.org/actualites/2017/10/barometre-du-live-2017-le-live-un-antidote-contre-lambiance-de-crise>

A | 3 LE COMITÉ D'EXPERTS « VILLE DE PARIS » AU SEIN DU PRODISS

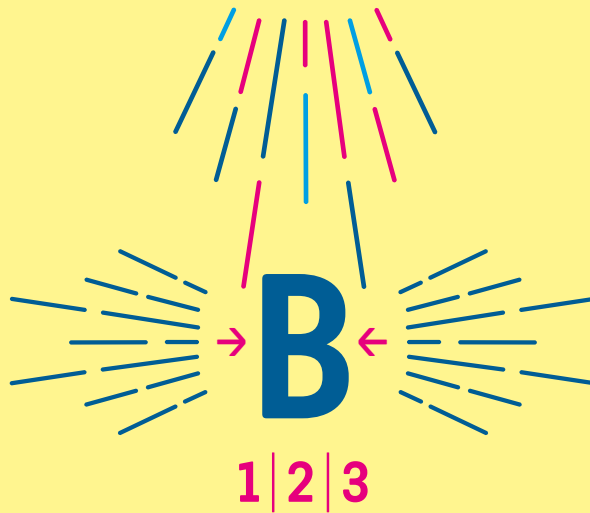
Trois instances statutaires contribuent à la dynamique productive du PRODISS : un Bureau, quatre comités Métiers et une assemblée générale. Le Bureau détermine les orientations du syndicat, éclairé par les travaux menés par les comités Métiers, en articulation avec la direction générale du PRODISS.

Le comité d'experts « Ville de Paris » est composé d'une quinzaine d'adhérents, dont les divers métiers sont largement présents sur le territoire parisien : producteurs de spectacles, organisateurs de festivals et exploitants de salles. Il se mobilise ainsi plusieurs fois par an afin de partager expériences et constats, avec pour double objectif de formuler des propositions pour répondre aux contraintes et optimiser les leviers du territoire parisien.



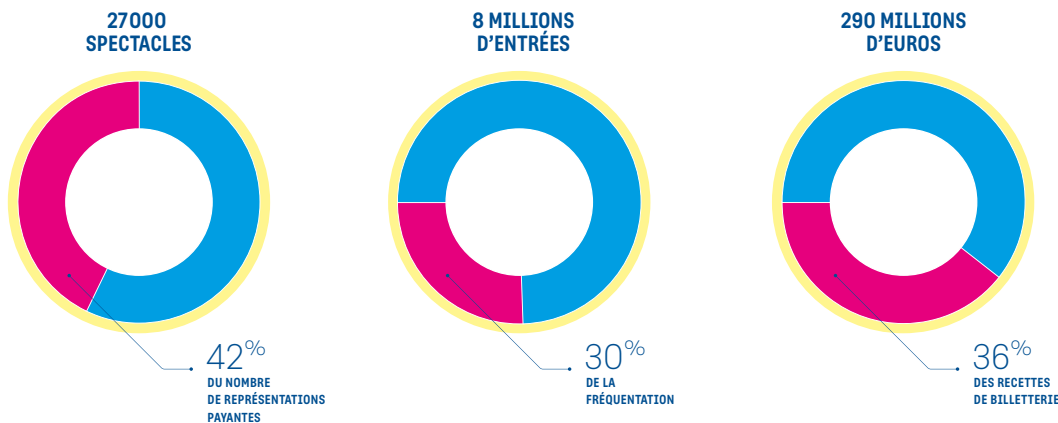
PARIS EST LIVE

SPÉCIFICITÉS ET LEVIERS DU TERRITOIRE PARISIEN



B|1 LES SPÉCIFICITÉS DE L'ÉCONOMIE DU TERRITOIRE PARISIEN*

L'IMPORTANCE DU TERRITOIRE PARISIEN :



LES SPÉCIFICITÉS DE PARIS

Le territoire parisien abrite une diversité de salles qui confirme la dimension particulière de sa situation : 70 % des représentations payantes comptent moins de 200 entrées, en raison de la jauge limitée de nombreux lieux de spectacles, quand 4 % de ces dernières réunissent un public de plus de 1500 personnes, pour 55 % du total de la valeur de la billetterie. Cette diversité se reflète également dans le genre des spectacles. **Ce sont ainsi les spectacles d'humour** qui réunissent le plus grand nombre de représentations à Paris (40 %), suivis de près par les spectacles de jazz / blues (10 %) et ce, principalement dans les lieux de petite jauge.

C'est également à Paris que sont organisés **les plus grands spectacles à forte notoriété**, en particulier dans la chanson française (Indochine, Christine & the Queens, Christophe Maé, Camille, M, Orelsan, etc.) et le pop-rock (U2, Depeche

Mode, Ed Sheeran, Rolling Stones, Lady Gaga, Shakira, Les Insus, Shaka Ponk, Jain, etc.). Les représentations de musiques électroniques (Justice, Kungs, Fakear, Petit Biscuit, Rone, etc.) réunissent de fortes fréquentations (744 entrées pour un billet d'entrée de 20 € en moyenne). Enfin, les comédies musicales ont vu leur fréquentation croître fortement (+13 %), et se positionnent d'ores et déjà comme une tendance pour les années à venir.

LE MOTEUR DE CROISSANCE

Les festivals parisiens contribuent fortement à la croissance annuelle du secteur puisqu'ils représentent 2 % du nombre de représentations payantes, mais **6 % du chiffre d'affaires de billetterie**.

* Source : Étude « La Diffusion des Spectacles de Variétés et de Musiques Actuelles en 2016 - Île-de-France - Réalisée par le CNV - Publiée en septembre 2017 ».

B|2 LES ADHÉRENTS PARISIENS DU PRODISS

EN MARS 2018, LE PRODISS COMPTE 133 ENTREPRISES À PARIS SOIT 40 % DE SES ADHÉRENTS.

Le chiffre d'affaires des adhérents parisiens du PRODISS a été évalué à 639 millions d'euros en 2015 soit **47 % du chiffre d'affaires global du PRODISS***.

Les producteurs de spectacles, majoritairement installés dans la capitale, sont les plus nombreux avec 102 entre-

prises (126 dans toute l'Île-de-France). Le PRODISS compte également 27 salles et 22 festivals à Paris (30 salles et 27 festivals dans toute l'Île-de-France)**.

* Base de 125 adhérents dont le siège social était établi à Paris au 30/03/2017.

** La somme par activité est supérieure au nombre d'entreprises du fait de la multi-activité de ces dernières.

ADHÉRENTS PRODISS | Paris & Île-de-France

PRODUCTEURS

3 ANES PROD
 À MON TOUR PROD
 A.K.A
 ACCORDS CROISÉS
 ADAMS FAMILY PRODUCTIONS
 ADL PRODUCTIONS
 AGENCE BJP
 ALLO FLORIDE PRODUCTIONS
 ALTERNATIVE LIVE
 ANTEPRIMA
 ARACHNÉE PRODUCTIONS
 ARTHUR WORLD
 ARTISTIC RECORDS
 ARTS LIVE ENTERTAINMENT
 ASTÉRIOS SPECTACLES
 AUGURI PRODUCTIONS
 AZIMUTH PRODUCTIONS
 B.F.P SAS MÉGASTARS
 BALADINS TOURS PRODUCTIONS
 BL MUSIC EURL
 BOOK YOUR SHOW (BYS)
 BRUNO PRÉDEBON PRODUCTIONS
 CARAMBA SPECTACLES
 CARTEL CONCERTS
 CÉLESTE PRODUCTIONS (LES GRANDES VOIX)
 CORIDA
 CRÉATIONS PRODUCTIONS MANAGEMENT
 CUADRADA PRODUCTIONS
 CYCO
 D.J.H.
 DÉCIBELS PRODUCTIONS
 DESSOUS DE SCÈNE
 EASY RIDER PRODUCTIONS
 ENCORE B
 ENCORE PRODUCTIONS
 ENZO PRODUCTIONS - MP MUSIC
 F2F MUSIC
 FAR PROD.
 FGL PRODUCTIONS
 FURAX
 GÉRARD DROUOT PRODUCTIONS
 GIANTSTEPS
 GRAND ORCHESTRE DU SPLENDID
 HARISSA MUSIC
 INTERCONCERTS

J.H.D. PRODUCTION
 JEAN-PHILIPPE BOUCHARD PRODUCTIONS
 JEANINE ROZE PRODUCTION
 JUNZI ARTS
 JUST LOOKING PRODUCTIONS
 JUSTE POUR RIRE
 K-WET PRODUCTION
 KABOTINE
 KARAVANE PRODUCTIONS
 KI M'AIME ME SUIVE
 KILLIAM
 LA 440
 LAGARDÈRE LIVE ENTERTAINMENT
 LIFE LIVE
 LITTLE BROS.
 LIVE NATION
 LM ORGANISATIONS
 LMD PRODUCTIONS
 LOOP PRODUCTIONS
 LOS PRODUCTION
 M.L.P.
 M2 PRODUCTIONS
 M6 ÉVÉNEMENTS
 MAD MINUTE MUSIC
 MAROQUINERIE (LA)
 MARY-JOSÉE PRODUCTIONS
 MÉLODIE DU BONHEUR (LA) - SUPER MIALA
 MIEUX CE SERAIT INDÉCENT INC
 MIGAL PRODUCTIONS
 MISTER IBE
 MOLPÉ PRODUCTION
 MONOLITHE PRODUCTIONS
 MORGANE EVENTS
 MY FAVOURITE THINGS
 NDP PROJECT POMME MUSIC
 OCTOPUS
 OLYMPIA PRODUCTION
 PLAY TWO
 PLUS DE SONS (FESTIVAL ROCK EN SEINE)
 POUR LE PLAISIR
 PROD JV (LA)
 PROD'EVEN
 PRODUCTIONS DU CHICON (LES)
 PRODUCTIONS PAUL LEDERMAN
 QUARTIER LIBRE PRODUCTIONS

RADIO CLASSIQUE
 RAT DES VILLES (LE)
 RUQ SPECTACLES
 SCHERZO CONCERTS & PRODUCTION
 SINNY & OOKO
 SOUND SURVEYOR / IN VIVO
 SPEAKEASY
 STAGE ENTERTAINMENT FRANCE
 SURPRIZE
 TCHOLÉLÉ PRODUCTIONS
 THE TALENT BOUTIQUE
 TRAFFIX MUSIC
 TS 3
 UGO AND PLAY
 UNI - T
 VANTAGE PROD
 VARION PRODUCTIONS
 VERSION ORIGINALE MUSIC
 VERYSHOW PRODUCTIONS
 VICTORIE MUSIC
 VISITEURS DU SOIR (LES)
 VIVE LA PROD
 W SPECTACLE
 WAM PRODUCTIONS
 ZAMORA PRODUCTIONS
 ZOUAVE

SALLES

ACCORHOTELS ARENA
 CAFÉ DE LA DANSE
 CASINO DE PARIS
 LA BELLEVILLOISE
 LA BOULE NOIRE
 LA CIGALE
 LA GAÏÉTÉ LYRIQUE
 LA MAROQUINERIE
 LA SEINE MUSICALE
 L'ALHAMBRA
 LE BATACLAN
 LE CABARET SAUVAGE
 LE DIVAN DU MONDE
 LE DUC DES LOMBARDS
 LE FLOW
 LE GLAZ'ART
 LE NEW MORNING
 LE PALAIS DES CONGRÈS DE PARIS
 LE PALAIS DES SPORTS DE PARIS
 LE SENTIER DES HALLES
 LE TRIANON
 L'ÉLYSÉE MONTMARTRE
 LES TROIS BAUDETS
 L'OLYMPIA
 SALLE PLEYEL
 STADE DE FRANCE
 SUNSET & SUNSIDE
 THÉÂTRE MOGADOR
 U ARENA 92
 ZÉNITH PARIS LA VILLETTE

FESTIVALS

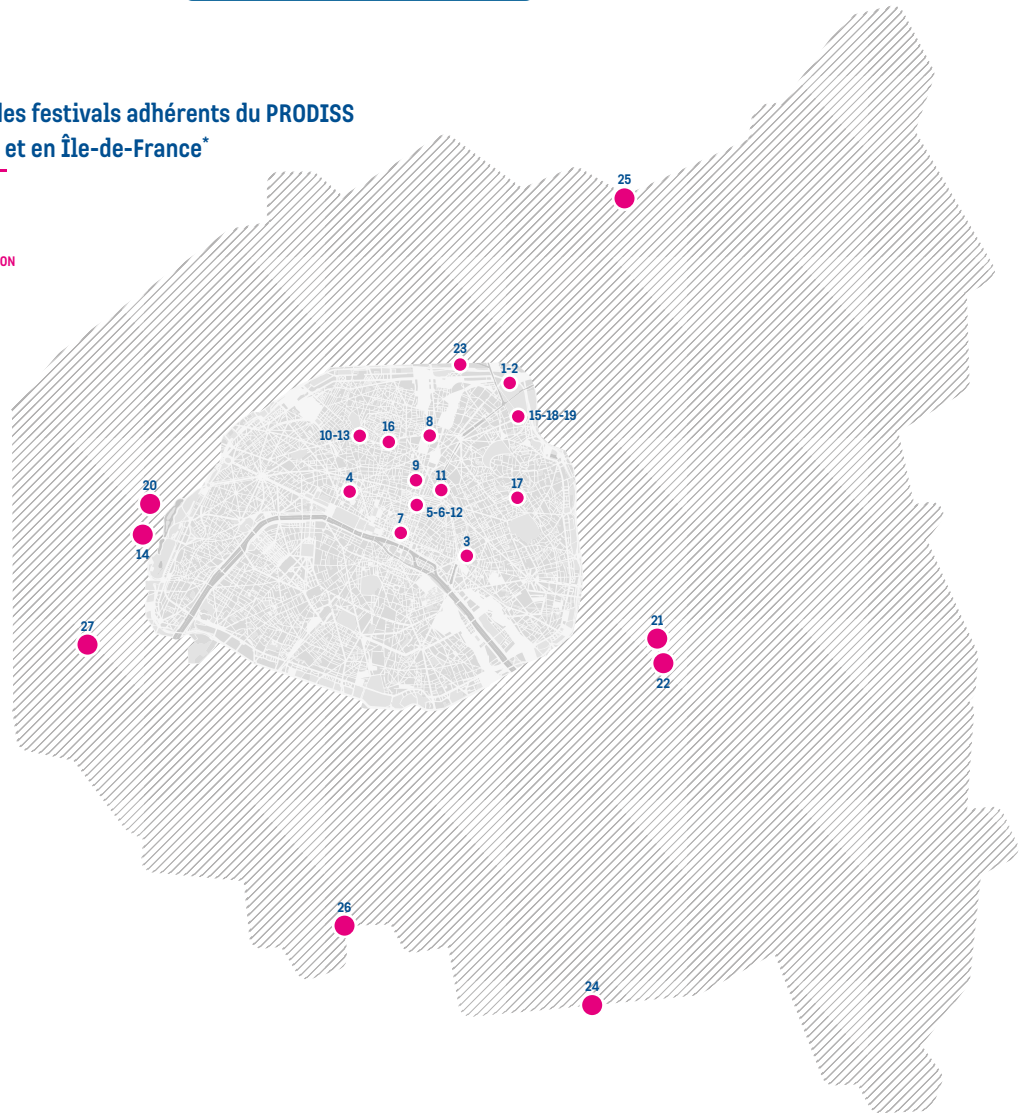
AFROPUNK FESTIVAL PARIS
 AMERICAN JAZZ FESTIV'HALLS
 AU FIL DES VOIX PARIS
 BLACK SUMMER
 BLUE NOTE FESTIVAL
 DAMAGE FESTIVAL
 FESTIVAL D'HUMOUR DE PARIS
 FESTIVAL ELDORADO
 FESTIVAL F.A.M.E
 FESTIVAL LES INROCKS
 LES FEMMES S'EN MELENT
 LES NUITS DE L'ALLIGATOR
 LOLLAPALOOZA
 LOUD & PROUD
 MAMA FESTIVAL
 PARIS INTERNATIONAL PSYCHEDELIC FESTIVAL
 PITCHFORK MUSIC FESTIVAL
 RED BULL MUSIC ACADEMY FESTIVAL PARIS
 SOLIDAYS

THE PEACOCK SOCIETY
 WE LOVE GREEN
 WORLDSTOCK
 DREAM NATION
 FESTIVAL DJANGO REINHARDT
 WEATHER FESTIVAL
 DOWNLOAD FESTIVAL
 ROCK EN SEINE

Carte des festivals adhérents du PRODISS à Paris et en Île-de-France*

NOM DE FESTIVAL	FRÉQUENTATION
1 DAMAGE FESTIVAL	NC
2 BLACK SUMMER	NC
3 FESTIVAL ELDORADO	NC
4 FESTIVAL D'HUMOUR DE PARIS	NC
5 FESTIVAL F.A.M.E	NC
6 LOUD & PROUD	NC
7 AMERICAN JAZZ FESTIV'HALLS	NC
8 WORLDSTOCK	3500
9 BLUE NOTE FESTIVAL (COPRODUCTION)	NC
10 PARIS INTERNATIONAL PSYCHEDELIC FESTIVAL	2 084
11 AU FIL DES VOIX PARIS	2 696
12 FESTIVAL LES INROCKS	3 596
13 LES FEMMES S'EN MELENT	NC
15 AFROPUNK FESTIVAL PARIS	NC
16 MAMA FESTIVAL	4 000
17 LES NUITS DE L'ALLIGATOR	1 828
18 RED BULL MUSIC ACADEMY FESTIVAL PARIS	4 119
19 PITCHFORK MUSIC FESTIVAL	14 616
21 THE PEACOCK SOCIETY	30 000
22 WE LOVE GREEN	46 412

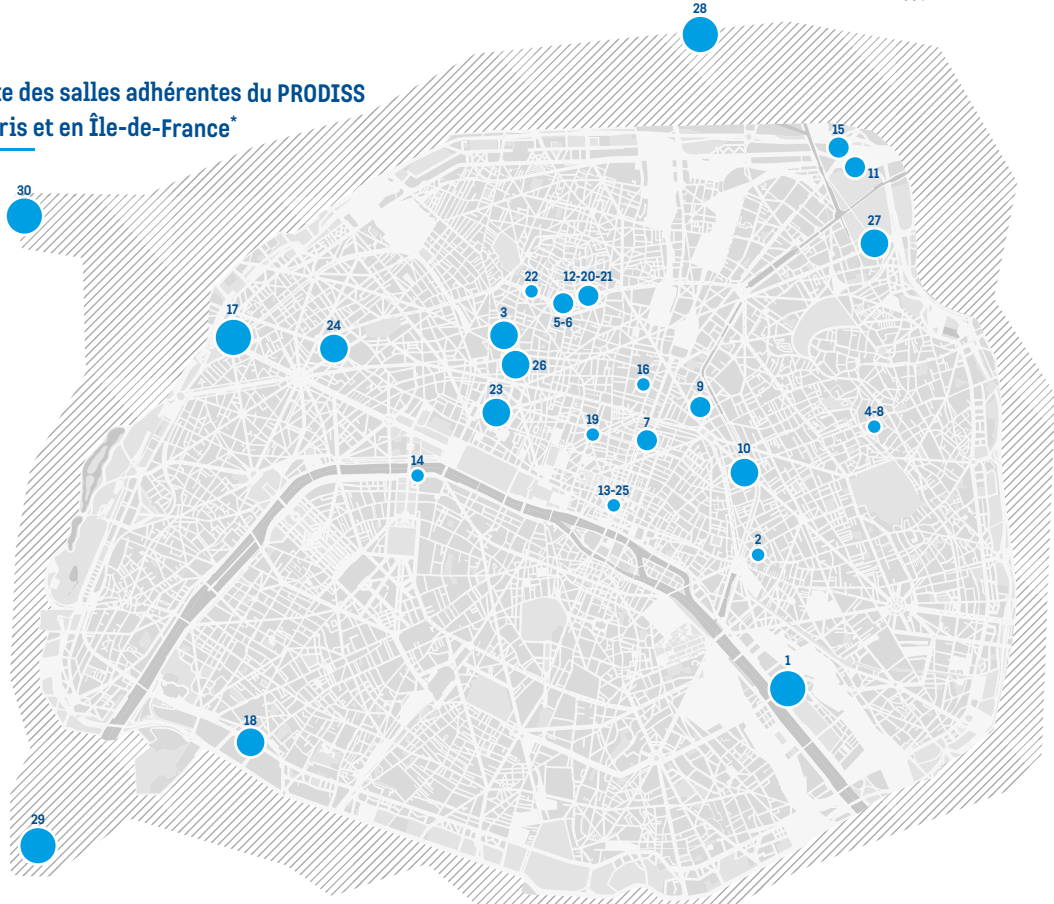
IDF HORS PARIS	FRÉQUENTATION
14 LOLLAPALOOZA	110 000
20 SOLIDAYS	169 000
23 DREAM NATION	12 500
24 FESTIVAL DJANGO REINHARDT	14 000
25 WEATHER FESTIVAL	NC
26 DOWNLOAD FESTIVAL	90 000
27 ROCK EN SEINE	98 536



Carte des salles adhérentes du PRODISS à Paris et en Île-de-France*

NOM DE LA SALLE	JAUGE
1 ACCORHOTELS ARENA	18 476
2 CAFÉ DE LA DANSE	499
3 CASINO DE PARIS	2 057
4 LA BELLEVILLOISE	580
5 LA BOULE NOIRE	200
6 LA CIGALE	1 389
7 LA GAÎTE LYRIQUE	700
8 LA MAROQUINERIE	500
9 L'ALHAMBRA	800
10 LE BATACLAN	1 500
11 LE CABARET SAUVAGE	1 200
12 LE DIVAN DU MONDE	500
13 LE DUC DES LOMBARDS	75
14 LE FLOW	481
15 LE GLAZ'ART	590
16 LE NEW MORNING	500
17 LE PALAIS DES CONGRÈS DE PARIS	7 200
18 LE PALAIS DES SPORTS DE PARIS	4 500
19 LE SENTIER DES HALLES	130
20 LE TRIANON	1 090
21 L'ÉLYSÉE MONTMARTRE	1 380
22 LES TROIS BAUDETTS	200
23 L'OLYMPIA	1 990
24 SALLE PLEYEL	1 900
25 SUNSET & SUNSIDE	120
26 THÉÂTRE MOGADOR	1 596
27 ZÉNITH PARIS LA VILLETTE	6 300

IDF HORS PARIS	JAUGE
28 STADE DE FRANCE	80 000
29 LA SEINE MUSICALE	6 500
30 U ARENA 92	38 500



*Mars 2018

B | 3 CONTRAINTES ET LEVIERS DU TERRITOIRE PARISIEN

Le territoire parisien tire sa spécificité (par rapport aux autres grandes villes de France et d'Europe) de deux éléments principaux : son histoire et son patrimoine architectural.

Son histoire : dès le XIX^e siècle, Paris regorge de lieux de vie (théâtres et cabarets) alors même que le concept de « spectacle musical et de variété » n'existe pas encore.

Ces lieux occupent une place très importante dans la culture urbaine et populaire et les artistes émergents y trouvent de nombreuses opportunités de se produire devant un public. Les cabarets connaissent un regain d'intérêt après la Seconde Guerre mondiale et jusque dans les années 80 : ces « petites scènes de minuit » (L'Écluse, La Fontaine des Quatre Saisons, la Villa d'Este, la Tête de l'Art, etc.) voient se succéder sans transition des humoristes et des chanteurs dont certains sont devenus des icônes de la chanson française (Jacques Brel, Charles Aznavour, Gainsbourg, Jean Ferrat, etc.).

Paris apparaît alors comme un point de passage incontournable pour « faire carrière ».

Cet héritage historique a eu pour conséquence de doter Paris d'un parc de lieux de spectacles géré par des acteurs essentiellement privés, et d'une culture de la représentation fortement ancrée dans les usages des habitants.

La Ville de Paris n'a donc eu nullement besoin de s'impliquer historiquement dans la construction d'équipements à vocation musicale et de variété. Contrairement à de nombreuses villes de France, elle ne dispose par exemple d'aucune SMAC (scène de musique actuelle).

Son patrimoine architectural : depuis le XIX^e siècle, Paris est le terrain d'une politique de construction urbaine particulièrement dynamique et monumentale. Stimulée par les grands travaux d'Hausmann et l'organisation de plusieurs Expositions universelles au début du XX^e siècle (ayant notamment donné lieu à l'ouverture du métro parisien et la construction de la tour Eiffel), Paris a développé de **nombreuses initiatives de classification et de protection de ses monuments et bâtiments historiques.** Relativement épargnée

par les destructions des deux guerres mondiales, on trouve aujourd'hui à Paris de nombreux lieux d'habitation et de commerce datant de plusieurs centaines d'années.

Si l'on ne peut que reconnaître la qualité et la beauté de ce patrimoine architectural, force est de constater que ce dernier n'est **plus tout à fait adapté aux activités culturelles et commerciales** telles qu'elles se réalisent aujourd'hui.

Les contraintes du territoire parisien : de nombreux lieux de vie, de concerts et de spectacles se trouvent au cœur de quartiers à forte densité urbaine. **Les conséquences de cette localisation se mesurent principalement à l'échelle de nuisances signalées par les riverains :** son émergent des concerts, bruit des clients à la sortie des spectacles, livraisons des camions de production, places de stationnement, etc. Dans le meilleur des cas, les plaintes des riverains peuvent être jugulées par la mise en place de mesures contraignantes : horaires spécifiques de livraison, stationnement des camions en extérieur de ville, travaux d'insonorisation des salles, régulation des comportements des clients. À Paris, il est malheureusement établi qu'un nombre important de plaintes et de procédures, dont le traitement incombe à la Préfecture de police (et non à la Mairie), aboutit à des sanctions sévères à l'encontre des lieux de spectacles (amendes, fermetures administratives) au regard de la réalité des « infractions ».

Les caractéristiques du bâti entravent d'autant plus la résolution des problèmes : structures conduisant le bruit via les plomberies, les toits ou les fondations ; protection des façades ou des intérieurs selon le classement patrimonial ; proximité de lieux de vie et de résidences, séparés par des cours intérieures qui réverbèrent le son.

Outre les contraintes liées aux nuisances sonores, on peut également évoquer les complexités engendrées par la circulation Paris Intra-Muros ainsi que les difficultés d'accès à la capitale.

La circulation parisienne s'est fortement densifiée ces dernières années : nombre croissant de véhicules circulants, personnels et professionnels (taxis, VTC, Bus), travaux sur les grands axes commerciaux, suppression ou restriction d'accès à certaines voies. En parallèle, les difficultés de

stationnement ne parviennent pas à être absorbées par le développement des parkings privés.

On constate en conséquence un nombre considérable de spectateurs accusant un retard important à l'arrivée : pour les représentations fermant l'accès entre le début du show et l'entracte, cela se traduit par une perte financière (remboursement des billets, etc.) ou la perturbation de l'expérience spectateurs (jusqu'à 150 personnes accueillies après le début du spectacle).

Par ailleurs, de nombreux travaux ont été entamés depuis ces derniers mois dans le cadre du Grand Paris : la construction de nouvelles stations pour les transports en communs est une excellente nouvelle pour les établissements situés sur les pourtours de la capitale. Cependant, les retards relatifs à ce projet et la paralysie de certaines voies et accès nécessaires aux travaux **pèsent de plus en plus sur l'économie des salles de spectacles et festivals concernés**, et cela pour une durée incertaine.

Les solutions existent : dérogations, signalétiques, mise en cohérence des règles de circulation... mais ne sont aujourd'hui pas envisagées par Paris et les villes alentours pour répondre aux besoins des acteurs du Live.

Historiquement peu impliquée dans la construction, le développement et l'entretien des lieux de spectacles, **la Ville de Paris ne dispose pas d'une véritable politique culturelle et urbaine** les concernant : les subventions et soutiens attribués individuellement ne correspondent pas à la réalité des exploitations (travaux, mise en conformité) ou des productions (création de spectacle), de même qu'il n'y a pas de logique particulière dans la couverture du territoire (concentration des équipements dans certains quartiers, déficit de lieux culturels dans d'autres arrondissements).

La Ville de Paris s'est récemment engagée dans la construction de lieux de spectacles gérés en Délégation de Service Public (Gaité Lyrique, 104, Trois Baudets notamment) **sans que les professionnels du secteur aient toujours été impliqués** pour définir les besoins, le cahier des charges et la réalité de l'exploitation. De même, des initiatives de la Ville de Paris visant à rendre la musique plus accessible en matière tarifaire ont abouti à l'organisation d'un grand événement de concerts gratuits organisés par un distributeur de billets de spectacles. Enfin, certains cafés concerts semblent absorber une partie des représentations musicales sans que la réglementation sécuritaire ou sociale ne soit appliquée avec la même rigueur.



En conséquence, la politique menée par la Ville de Paris manque souvent de concertation avec les acteurs du secteur (réalités des subventions, construction de nouveaux équipements, campagnes de communication, appels à projets) et ne permet pas une régulation productive des activités.

Une des principales conséquences de ce constat est la diminution, voire la disparition de lieux de création pour les jeunes artistes, qui se ressent dans la maturité de la scène parisienne, et dans les difficultés à promouvoir les scènes émergentes. La ville de Paris risque également de voir partir les événements, festivals et autres formats de spectacles innovants vers d'autres villes de France ou d'Europe, plus conscientes de l'apport de ces activités pour leur économie territoriale.

Les leviers à actionner : Paris reste cependant une étape quasi incontournable dans le développement et la promotion de la carrière d'un artiste et continue de concentrer près de la moitié des représentations payantes de spectacles musicaux et de variété en France. Un certain nombre de leviers peuvent ainsi être actionnés afin de permettre aux adhérents parisiens d'exercer leur activité dans un contexte plus serein, et avec une meilleure visibilité sur l'avenir de leur métier et du secteur.

Il semble ainsi intéressant d'établir un véritable dialogue avec la Direction de l'Urbanisme de Paris. Elle fait partie des trois organes qui attribuent les permis de construire et les autorisations préalables d'exploitation. Elle peut, par exemple, **prendre en considération les caractéristiques du bâti pour accorder certaines dérogations.**

La politique d'urbanisme de la Ville peut également **influencer sur le paysage des équipements culturels** (en reconnaissant par exemple le principe d'antériorité aux salles de spectacles). Il est également de la responsabilité de la Ville de préserver la diversité culturelle, la créativité et l'innovation : la mise en place de zones franches à Paris, gérées par les professionnels du secteur, pourrait être une réponse adaptée à la disparition de la création ou un accélérateur d'innovation.

Une meilleure communication doit également pouvoir être établie sur le plan de la sécurité et de la sûreté : la double implication de la préfecture et de la mairie dans les autorisations d'ouverture (lieux et exploitation) et dans la régulation pose un problème de lisibilité, d'identification des interlocuteurs et de cohérence des décisions prises. La création d'un guichet unique sur ces sujets pourrait

certainement simplifier et améliorer l'efficacité des démarches nécessaires à l'organisation d'une représentation. Il convient également de clarifier les exigences en matière de sûreté : le contexte post-attentats a conduit à des situations inédites, où le nombre de représentants des forces de l'ordre est imposé par la préfecture, souvent sans concertation avec l'organisateur, à qui est refacturée la prestation.

L'attractivité touristique de Paris doit également être mieux appréhendée par les adhérents parisiens : une stratégie tourisme 2022 a été publiée à la fin de l'année 2016, ouvrant de nombreuses opportunités d'implication et de temps de parole pour les représentants du secteur. L'attribution à Paris des Jeux Olympiques de 2024 crée également un agenda propice pour la mise en œuvre d'initiatives chères aux professionnels du spectacle : lutte contre la revente illicite de billets de spectacles (notamment dans le cadre de l'initiative du PRODISS qui a lancé la campagne **#FANPAS-GOGO***, destinée à sensibiliser les publics contre les "sites pas nets"), création de zones franches pour des activités créatives ou innovantes, aménagements des équipements d'accueil, campagnes de communication, etc.

La mise en place d'une véritable concertation avec la Ville de Paris semble enfin être un levier durable d'efficacité et d'économies. Intégrer systématiquement les professionnels du secteur lorsqu'il s'agit de construire de nouveaux équipements culturels (confiés en DSP) ; intégrer des professionnels dans l'instruction des dossiers de demande d'ouverture de lieux de spectacles, aux côtés de la Direction de l'Urbanisme ; intégrer la culture et la musique dans les appels à projets menés par la Ville (Réinventer Paris, Réinventer la Seine, Appels d'offre SNCF, Semaest, etc.) ; mener conjointement une réflexion sur les objectifs que veut atteindre la Ville en termes de culture, d'image, de diversité et d'accessibilité.

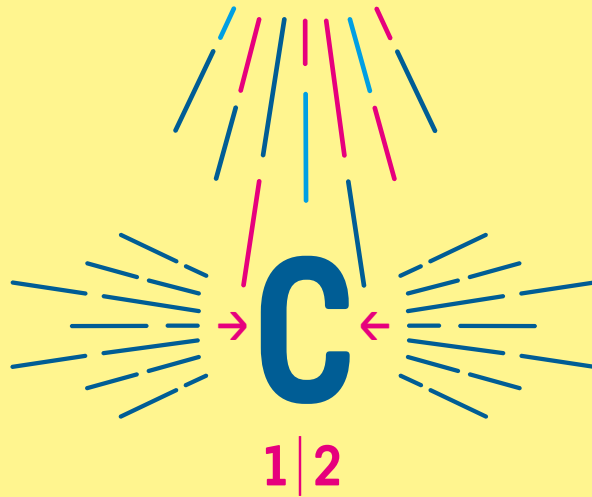
Il existe, depuis 2014, un **Conseil Parisien de la Musique** qui se propose d'associer l'ensemble des acteurs de la filière musicale parisienne à la politique menée par la Ville. Cette initiative est positive et implicative. Il semble cependant que l'organisation de cet outil de concertation ne permette pas de traiter l'ensemble des sujets en profondeur et arrive trop en aval de décisions souvent bien avancées.

* www.fanpasgogo.fr



PARIS EST « LIVE »

FAVORISER LE RAYONNEMENT
DU SPECTACLE MUSICAL ET DE VARIÉTÉ
EN 10 PROPOSITIONS





Le comité d'experts « Ville de Paris » du PRODISS a formulé **10 propositions** pour que rayonne le spectacle musical et de variété sur le territoire parisien et au-delà.

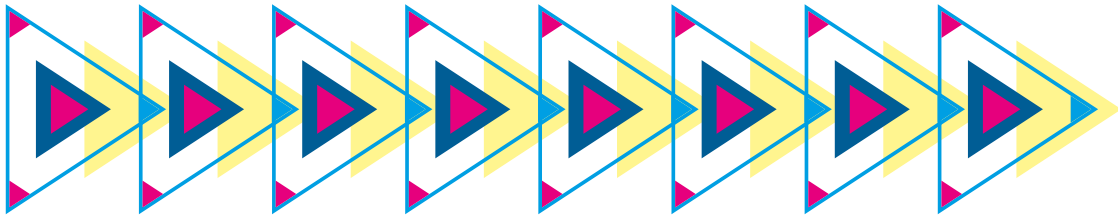
Le secteur du spectacle musical et de variété constitue un véritable vecteur de rayonnement de la marque « PARIS ». Les enjeux et défis à relever correspondent non seulement à des problématiques et des leviers de développement pour la pérennité du secteur mais servent également d'axes de promotion, d'attractivité et de croissance économique pour la ville de Paris. Chacun de ces enjeux est présenté en 3 temps : les constats, les contraintes et les propositions de notre comité. Certaines propositions sont concrètes et immédiatement applicables, d'autres sollicitent la discussion de pistes de réflexion.

POUR RELEVER LES DÉFIS DU TERRITOIRE PARISIEN, NOUS PROPOSONS :

- 1 d'aménager le nouveau décret son pour une protection responsable et réaliste des risques auditifs ;
- 2 d'améliorer l'accueil des publics dans un contexte de sécurité et de sûreté renforcées ;
- 3 de rendre possible l'application de la loi Accessibilité n°2005 -102 ;
- 4 de modifier les conditions d'application de la convention CNV / Ville de Paris pour une meilleure prise en compte des spécificités du territoire parisien et de la diversité des acteurs et des spectacles ;
- 5 de permettre aux entreprises de spectacle musical et de variété de bénéficier d'une exonération de CFE et de CVAE, pour soutenir le dynamisme et dans un souci d'égalité de traitement avec les autres acteurs culturels parisiens.

POUR INSCRIRE LE LIVE AU CŒUR DES ENJEUX DU TERRITOIRE PARISIEN, IL FAUT ENVISAGER :

- 6 d'amplifier les canaux de communication et de promotion mis à disposition par la Ville ;
- 7 d'enrichir l'attractivité touristique de Paris et de contribuer à l'excellence de l'accueil des publics lors des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 ;
- 8 de faire de l'éducation et de la pédagogie artistique un outil de vision sur le long terme pour l'ensemble du secteur ;
- 9 de devenir un secteur de référence dans la mise en œuvre de la responsabilité sociale et sociétale des entreprises ;
- 10 de contribuer au rayonnement de la ville de Paris sur le plan de l'innovation.



C | 1 DES PROPOSITIONS POUR RELEVER LES DÉFIS DU TERRITOIRE PARISIEN

01 | PROPOSITION

RENDRE POSSIBLE L'APPLICATION DU DÉCRET SON : une nécessaire prise en compte des réalités des professionnels

LES CONSTATS

Le décret n° 2017-1244 du 7 août 2017, relatif à la prévention des risques liés aux bruits et aux sons amplifiés, vise à protéger l'audition du public exposé à des sons amplifiés et s'applique à tous les lieux diffusant des sons amplifiés à des niveaux sonores élevés dans des lieux ouverts au public ou recevant du public, qu'ils soient clos ou ouverts (salle de concerts, festival, cinéma, discothèque, bar, restaurant...). Ce décret vise également à protéger la santé des riverains de ces lieux.

LES CONTRAINTES

Le décret introduit une baisse de moitié de l'intensité sonore (de 105 dB(A) à 102 dB(A)) et un nouveau plafond pour les basses fréquences à 118 dB(C), associé à un point de mesure devant être effectué en tous points accessibles au public. Concrètement, les professionnels pourraient être en capacité, avec un soutien financier de l'État et du temps, d'adapter le matériel technique (qui n'existe pas à ce jour) et de former l'ensemble des personnels, pour que le point de mesure (avec fonction de transfert) s'effectue **au niveau de la console** de l'ingénieur son, située habituellement au milieu du public, à plusieurs mètres de la scène. **Si la mesure est prise en façade, devant la scène, le simple son d'un instrument à cuivre, sans amplification, dépasse le plafond exigé.** La baisse des basses fréquences, quant à elle, **sanctionne les esthétiques musicales** tels le reggae, le dub, les musiques électroniques et le hip hop et nécessite que l'artiste modifie

la composition de ses morceaux. Par ailleurs, rendre ces fréquences homogènes sur l'ensemble de l'auditoire, comme l'exige le décret, est illusoire ; en effet, dans le spectacle vivant cela est quasi impossible, sauf à **dénaturer de manière caricaturale les esthétiques artistiques**, ou à avoir recours à des investissements sans commune mesure avec les réalités financières du secteur. À noter que, dans les salles de spectacles, situées pour la plupart en ville et notamment à Paris, certaines solutions techniques envisageables pour les mettre en conformité avec le décret, auraient une incidence sur **l'émergence du son qui se diffuserait via la structure du bâtiment, provoquant des nuisances sonores chez les riverains**, sanctionnées par le législateur.

Le décret introduit l'obligation d'un repos auditif (article R.1336-1 du Code de la santé publique). Le législateur n'a pas tenu compte des **contraintes architecturales et urbaines des salles qui ne disposent pas d'un tel espace**. En tenant compte de ce point, l'application de cette mesure nécessite une **interruption du concert**, ce qui relève de l'absurdité. À l'alternative, le public pourrait être invité à sortir de la salle, à l'extérieur. Dans le contexte de la menace terroriste, cette alternative pose une problématique de sûreté, et va à l'encontre des mesures prises par les professionnels pour gérer le flux des spectateurs sur l'espace public, les files d'attente pouvant constituer une cible.

DES PROPOSITIONS POUR RELEVER LES DÉFIS DU TERRITOIRE PARISIEN

Une étude d'impact des nuisances sonores (article R.571-27 du Comité de l'environnement) doit être effectuée par les exploitants d'ERP (Établissements Recevant du Public), obligation étendue au plein air (les festivals). D'une part, le législateur n'a pas tenu compte du fait que chaque spectacle joué dans une salle est différent et procède d'une production lui étant propre. Concrètement, chaque production équipe la salle, pour un soir, en fonction de la configuration du spectacle. En l'état du décret, **l'obligation d'étude d'impact requiert qu'elle soit effectuée pour chaque spectacle**. D'autre part, pour les festivals en plein air, cette mesure ne tient pas compte de la **variable météorologique**, la circulation du son en plein air étant différenciée selon le vent, la pluie, etc. Des éléments difficilement prédictibles et constants.

Le décret impose la mise à disposition du public, à titre gratuit, de protections auditives adaptées. Pour le seul secteur du spectacle musical et de variété, avec plus de 63 000 événements annuels et 27 millions d'entrées, le coût de la mise à disposition gratuite de protections auditives **ne peut être supporté par les professionnels sans un soutien financier de l'État et des collectivités territoriales**.

L'ensemble des obligations nouvelles demande des évolutions techniques et technologiques ainsi qu'une formation des personnels qui ne peuvent être réalisées dans le temps imparti. L'absence d'outils de gestion adaptés et la difficulté d'identification des points de mesures, représentatifs de l'exposition du public, risquent en outre de devenir source de contentieux avec les autorités administratives. Ces différentes problématiques techniques auront, par ailleurs, des conséquences sur l'expression artistique et la diversité culturelle.

L'impact financier de la nouvelle réglementation est démesuré pour les acteurs du secteur dont l'économie est déjà fragile : achat de nouveaux matériels, travaux d'insonorisation et de rénovation, achat de bouchons d'oreilles, formation des équipes, etc.

LES PROPOSITIONS DU PRODISS

■ **Mise en place d'une concertation interministérielle afin d'obtenir une modification du décret du 7 août 2017.**

■ **Bénéficier d'une implication et d'un soutien affiché de la Ville de Paris sur ce dossier.**

COMMENT LES GRANDES VILLES EUROPÉENNES PROTÈGENT LE DYNAMISME DE LA VIE NOCTURNE

Paris n'est pas la seule capitale européenne confrontée au délicat équilibre de la Nuit qui dort et de celle qui fait la fête. Pour certaines, comme Londres, Berlin, Ibiza ou Amsterdam, la nuit festive (les clubs, les spectacles, les soirées) est autant source d'attractivité économique et touristique que d'accroissement des conflits avec les riverains.

Un principe semble cependant émerger des diverses initiatives mises en œuvre récemment : celui de l'antériorité. À Berlin, le Klub Kadaster répertorie les clubs historiquement implantés, qu'il convient de protéger au titre de patrimoine de la ville, avec un investissement de la part de cette dernière de plus d'un million d'euros.

À Londres, c'est la mesure de « l'Agent of Change » qui vient d'être votée et incluse dans le plan d'aménagement urbain 2018 : c'est le premier installé, club ou riverain, qui est en droit de poursuivre son activité.

Celui qui apporte le changement, « l'agent of change », soit le propriétaire d'un nouveau club ou le promoteur immobilier souhaitant construire de nouvelles habitations, est responsable de la réalisation et du financement des travaux d'insonorisation.

Quiconque n'apporte pas la preuve de ces précautions verra son projet d'installation refusé par la Ville.

Si le principe d'antériorité ne peut être mis en place que par l'action du législateur, il appartient par la suite aux instances de la Ville de lui donner corps :

- en soutenant techniquement et financièrement la réalisation des travaux nécessaires à la tranquillité de tous ;
- en utilisant le levier de l'aménagement urbain qui autorise les projets d'installation et veille à la protection des patrimoines.

02 | PROPOSITION

FAVORISER L'ACCUEIL DU PUBLIC DANS UN CONTEXTE DE SÉCURITÉ ET DE SÛRETÉ RENFORCÉES

LES CONSTATS :

Déjà fragile, l'économie du secteur a été durement impactée par les événements du 13 novembre 2015 et les conséquences financières restent significatives. Les adhérents parisiens, particulièrement concernés étant donné la proximité des attaques, ont dû faire face à des baisses importantes de fréquentation sur certaines périodes et certains types de spectacle, à des coûts de communication pour informer et rassurer le public et à des surcoûts assurantiels. Mais la difficulté principale pour les entreprises (en particulier les TPE-PME) reste d'assumer la hausse structurelle des coûts et des investissements de sûreté.

LES CONTRAINTES :

Les salles de spectacles doivent désigner un référent sûreté, de nombreux agents de sûreté supplémentaires et investir en équipements : vidéosurveillance, magnétomètres, portiques, aménagements de la voirie, sécurisation des accès, barreaudage, clôtures, barrière, etc. Si l'année 2016 a été marquée par la solidarité de la profession et le soutien du ministère de la Culture (Fonds d'urgence du spectacle vivant géré par le CNV), les coûts de sûreté s'inscrivent désormais dans la durée et les possibilités de soutien doivent être revus dans cette perspective.

La mission confiée par les ministères de l'Intérieur et de la Culture au préfet Hubert Weigel a abouti à la publication en avril 2017 d'un référentiel en matière de sûreté*.

Ce nouveau guide soulève de nombreuses questions : diversité des spectacles, problématiques d'identification des responsabilités des différents acteurs (entrepreneurs privés, État, collectivités territoriales), modalités de discussion avec les pouvoirs publics, coût généré.

LES PROPOSITIONS DU PRODISS

■ **Ouvrir aux entreprises du secteur le Fonds interministériel de prévention de la délinquance** (créé par la loi du 5 mars 2007, et mis en œuvre par l'État et les collectivités territoriales) pour l'investissement sécuritaire. À date, ce fond n'est ouvert qu'aux établissements publics du ministère de la Culture et à certains lieux touristiques.

■ **Revoir le cadre, les équilibres, et préciser la ligne de partage entre l'État et l'organisateur de spectacles**, concernant la facturation des forces de l'ordre lors des manifestations.

■ **Maintenir un comité interministériel de Sûreté réunissant les ministères de la Culture et de l'Intérieur, sous l'autorité du préfet Étienne Guépratte**. Cette cellule a été installée en octobre 2017.

■ **Construire des programmes de formation** adaptés aux besoins nouveaux des organisateurs de spectacles et des lieux qui les accueillent.



03 | PROPOSITION

SOUTENIR L'ENGAGEMENT DU SECTEUR POUR L'APPLICATION DE LA LOI ACCESSIBILITÉ DU 11 FÉVRIER 2005

LES CONSTATS

La loi n°2005-102 du 11 février 2005 oblige les lieux de spectacles à une mise aux normes importante afin de permettre leur accessibilité à tous les types de handicap. Le champ de la loi est très large dans la mesure où tous les types de handicap sont visés, « notamment physique, sensoriel, cognitif, mental ou psychique » et les lieux doivent être adaptés ou aménagés afin que « toute personne handicapée puisse y accéder, y circuler et y recevoir les informations qui y sont diffusées, dans les parties ouvertes au public ». La loi ne fixe donc pas de « limite » concrète et claire à l'exigence des aménagements.

Une première échéance pour la mise aux normes avait été fixée au 1^{er} janvier 2015. Constatant l'impossibilité pour l'ensemble des structures concernées de pouvoir respecter ce délai, des aménagements ont été prévus et l'ordonnance du 26 novembre 2014 a institué le dispositif de l'Agenda d'Accessibilité Programmée (Ad'AP) qui permettait aux propriétaires ou exploitants d'ERP d'échelonner la mise en conformité avec la réglementation en vigueur, sous réserve toutefois d'avoir déposé leur projet au plus tard le 27 septembre 2015.

LES CONTRAINTES

- 1 Les travaux de mise en accessibilité doivent s'étaler selon les cas sur une durée de trois ou six ans (neuf ans dans des cas très particuliers).
- 2 Aucune dérogation générale aux règles d'accessibilité ne peut être accordée. Il est possible d'obtenir des dérogations particulières pour telle ou telle norme spécifique dans certains cas (impossibilité technique résultant de l'environnement du bâtiment, contraintes liées à la préservation du patrimoine architectural, disproportion manifeste entre les améliorations apportées et leurs coûts, leurs effets sur l'usage du bâtiment et de ses abords ou la viabilité de l'exploitation de l'établissement et/ou opposition de l'AG des copropriétaires d'un bâtiment à usage principal d'habitation existant au 28 septembre 2014 à la réalisation des travaux).

- 3 Sanctions : un décret n° 2016-578 du 11 mai 2016 fixe les sanctions applicables aux ERP qui n'auraient pas encore déposé d'agenda d'accessibilité programmée. À défaut de justification suite à une procédure de constat de carence, les sanctions sont les suivantes (article L. 111-7-10 du CCH - Code de la construction et de l'habitation) :

■ Absence non justifiée de dépôt du projet d'Ad'AP dans les délais impartis : sanction pécuniaire forfaitaire de 5 000 € pour les salles de spectacles.

■ Absence non justifiée de transmission des documents de suivi ou de transmission de documents de suivi manifestement erronés ou absence de transmission de l'attestation d'achèvement : sanction pécuniaire forfaitaire de 5 000 € pour les salles de spectacles.

■ Une amende pour les contraventions de 5^e classe (1 500 € ou 3 000 € en cas de récidive) est prévue en cas de problèmes de forme sur l'attestation d'accessibilité (article R. 111-19-51 du CCH).

LES PROPOSITIONS DU PRODISS

■ **Déterminer des critères concrets et raisonnables afin de définir les limites des aménagements :**

- ▶ synthétiser les conditions retenues dans la délivrance de permis de construire accordés depuis 2015 aux ERP (musicaux et autres) afin de constituer un premier recueil de « jurisprudence » de la part de la Préfecture de Paris ;
- ▶ mettre en place une concertation, via des groupes de travail avec les architectes de sécurité du quai de Gesvres.

■ **Favoriser et construire des soutiens et partenariats public/privés pour l'aménagement des salles de spectacles.**



04 | PROPOSITION

MODIFIER LES CONDITIONS D'APPLICATION ET LE PÉRIMÈTRE

de la convention CNV / Ville de Paris pour une meilleure prise en compte des spécificités et de la diversité des acteurs sur le territoire parisien

LES CONSTATS :

La Ville et le Centre national de la chanson, des variétés et du jazz (CNV) ont signé une convention le 1^{er} juin 2016.

Cette convention répond à deux objectifs principaux :

- soutenir les salles de musiques actuelles parisiennes indépendantes afin qu'elles puissent réaliser des investissements pour améliorer l'accessibilité, l'insonorisation, la mise aux normes et la sûreté de leurs établissements ;

- soutenir la diffusion des musiciens et des groupes de musiques actuelles et promouvoir la diversité artistique.

L'attribution d'un budget de 3,1 millions d'euros sur l'ensemble de la mandature de Madame Hidalgo (2,5 millions € pour les investissements de mise aux normes et 600 000 € pour la promotion de la diversité artistique) est supervisée par deux commissions du CNV (6 bis et 7 bis), composées d'élus et de représentants du secteur.

LES CONTRAINTES :

- Ce programme est destiné aux salles de musiques actuelles parisiennes de jauge inférieures à 1500 places, et dont la programmation est en majorité consacrée aux différentes esthétiques qui composent les musiques actuelles. Or, ces critères se sont révélés trop restrictifs et ont éliminé de nombreux candidats parisiens ayant déposé leur dossier et alors même que le besoin des salles devient critique eu égard aux évolutions du cadre réglementaire.

LES PROPOSITIONS DU PRODISS :

- Ouvrir le champ d'application de la convention CNV / Ville de Paris aux salles parisiennes accueillant des spectacles de musiques actuelles mais également des spectacles d'humour et des cabarets.

- Faire évoluer les critères d'attribution des aides des commissions sur les postes (suivi convention CNV - Ville de Paris).

05 | PROPOSITION

ADAPTER LE LEVIER FISCAL POUR SOUTENIR LE DYNAMISME

des entreprises du spectacle musical et de variété

LES CONSTATS :

La cotisation sur la valeur ajoutée (CVAE) est l'une des deux composantes de la contribution économique territoriale (CET) qui a remplacé la taxe professionnelle sur la cotisation foncière des entreprises (CFE) en 2011. Elle est affectée aux collectivités territoriales : les communes et leurs groupements, les départements et les régions. Pour de nombreuses entreprises, la réforme de la taxe professionnelle s'est traduite par une explosion de leur charge fiscale.

En effet, la cotisation sur la valeur ajoutée de l'entreprise est due dès lors que le chiffre d'affaires de l'entreprise dépasse 500 000 € alors qu'auparavant, seules les entreprises dont le chiffre d'affaires dépassait 7,6 M€ étaient assujetties. Afin de compenser cette augmentation, le PRODISS a obtenu (loi de finances pour 2012) que le spectacle musical et de variété

puisse, au même titre que les autres activités culturelles, bénéficier d'une exonération de CFE à condition qu'une délibération de la collectivité soit prise en ce sens (article 1464 A du CGI). Malgré les demandes, aucune délibération n'a été prise à Paris pour le spectacle musical et de variété.

Avec la loi de finances pour 2017, le parlement a ajouté la possibilité d'une exonération spécifique pour les lieux de diffusion de spectacles vivants de moins de 1500 places.

Par les mécanismes contenus dans le Code général des impôts, et notamment l'article 1586 nonies, ces dispositions ouvrent la voie à la possibilité d'une exonération de l'ensemble de la contribution économique territoriale, sous réserve d'une délibération pour la CFE également.

LES CONTRAINTES

■ Depuis le 1^{er} janvier 2016, la part communale de la CVAE perçue par la collectivité parisienne a été transférée à la Métropole du Grand Paris.

■ La Ville de Paris conteste cette nouvelle répartition de la taxe, dont le revenu pour la Région est estimé à 300 M€ sur 5 ans.

■ En 2017, la Ville de Paris n'a pas délibéré sur l'attribution de sa nouvelle part de CVAE.

■ La délibération doit être prise avant le 1^{er} octobre 2018 pour que les entreprises puissent en bénéficier en 2019.

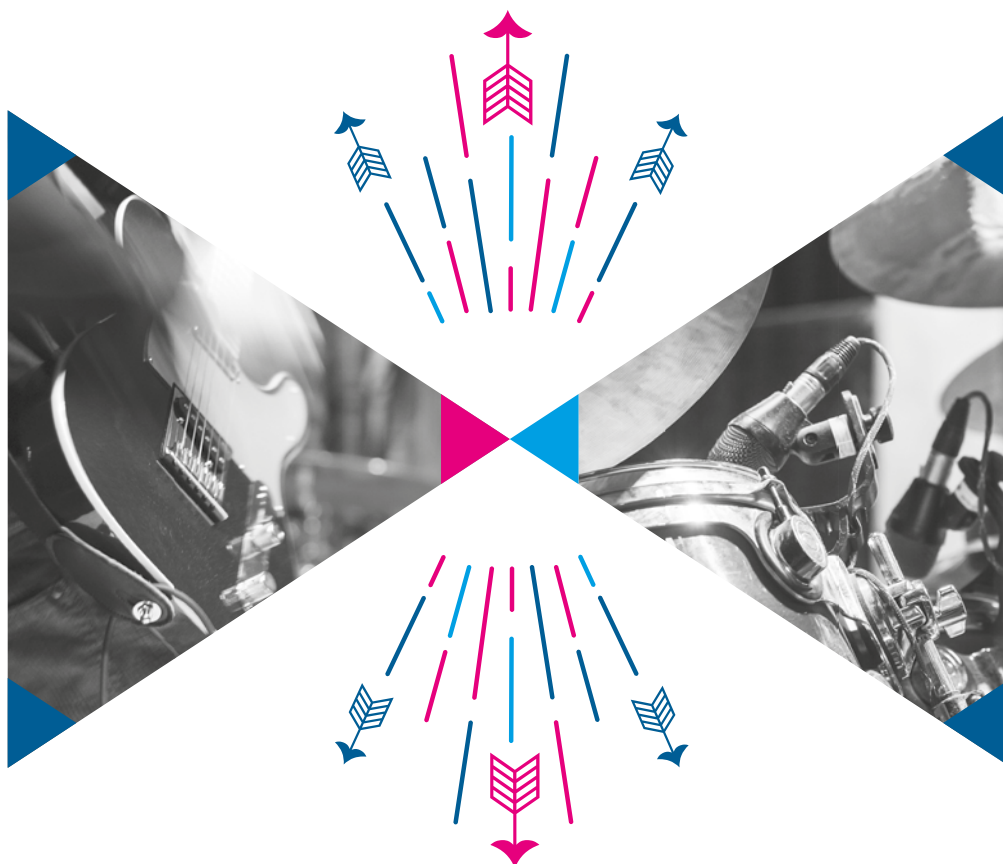
LES PROPOSITIONS DU PRODISS

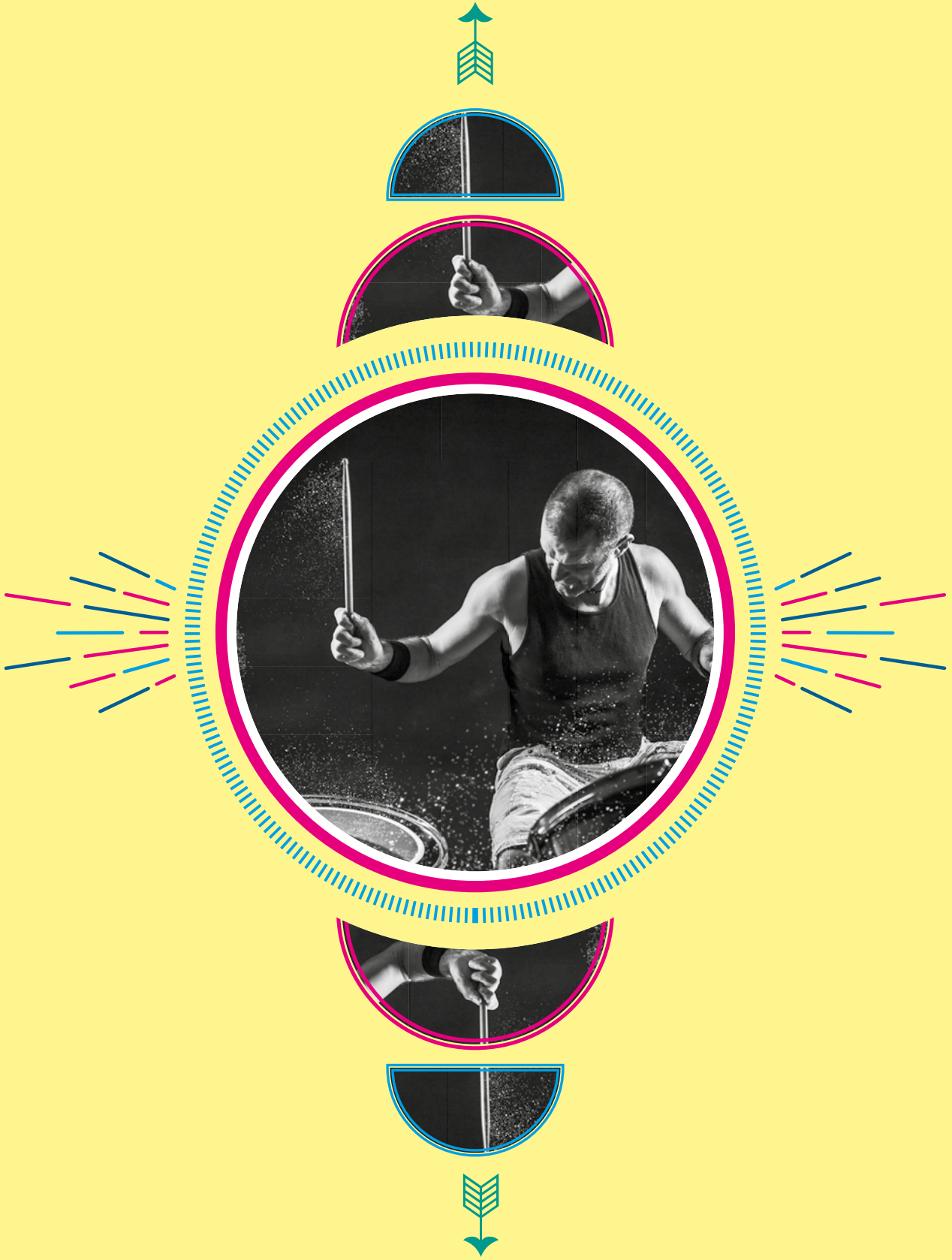
■ **Afin de faire vivre la création à Paris et animer le paysage musical, voter subsidiairement une délibération spécifique pour exonérer de CET les spectacles et les salles de spectacles parisiennes de moins de 1 500 places, à compter de l'année 2019.**

Le PRODISS espère vivement que la Mairie de Paris saura soutenir cette demande, ancienne, dont l'objectif premier est bien de redonner du souffle aux entreprises du secteur les plus fragiles économiquement.

Par ailleurs, notre demande s'inscrit dans une démarche d'intérêt général pour le syndicat, visant à préserver la création, l'émergence de nouveaux talents, le développement artistique, mais également les investissements au bénéfice de spectacles ambitieux dont les répercussions sont positives pour l'ensemble du secteur et notamment pour l'emploi.

Obtenir le vote d'une délibération pour ces entreprises permettrait en outre de rétablir l'égalité de traitement entre toutes les entreprises de spectacles.





C | 2 INSCRIRE LE LIVE AU CŒUR DES ENJEUX DU TERRITOIRE PARISIEN

06 | PROPOSITION

AMPLIFIER LES CANAUX DE COMMUNICATION et de promotion de la Ville de Paris

LES CONSTATS

La promotion des spectacles est un enjeu majeur pour les acteurs du secteur musical en général et pour les adhérents parisiens du PRODISS en particulier. Paris dispose en effet de nombreux canaux de communication : **dans l'espace public** (réseaux outdoor Decaux, réseaux d'affichage du métro parisien, colonnes Morris, grand affichage Travaux et Monuments, réseaux Bus RATP, etc.) mais plus encore **dans la sphère privée des usagers** : magazines, flyers, newsletters, promotion digitale, réseaux sociaux, bouche à oreille. Il est donc difficile de **pouvoir émerger parmi cette masse d'informations**, en particulier lorsque les **budgets (pour les producteurs de spectacles et les salles) sont très limités**. Ramené à la seule thématique de la promotion du spectacle musical et de variété, on constatera par ailleurs une très forte disparité entre les moyens à disposition des « spectacles à forte notoriété » et ceux de la **scène émergente**.

On peut également s'interroger sur l'efficacité des canaux de transformation commerciale : le Baromètre du Live publié en octobre 2017* indique qu'en France **52 % des billets sont achetés le plus souvent sur internet (billetterie digitale), contre 31 % auprès de réseaux de billetterie physiques ou directement auprès des salles. Or, l'acquisition de données de consommation** est aujourd'hui la clé pour la réussite des projets d'une part (profils des consommateurs, fréquences de consommation, préférences contenus, etc.), et pour la sécurisation des spectacles d'autre part (billet nominatif). Il convient donc de considérer cette problématique de promotion sous le prisme des moyens nécessaires, mais également selon la nature et l'efficacité des supports de communication.

LES CONTRAINTES

■ Peu de visibilité sur le fonctionnement des accords entre la Ville de Paris et les réseaux de communication mis à disposition des acteurs de la culture.

■ Le dispositif affichage mis en place par le CNV est perçu par les adhérents comme relativement limité en termes de visibilité et peu plébiscité (16 périodes d'une semaine pour un format 100x150 ; réservé aux salles de moins de 500 places).

■ Les coûts d'achat média auprès des réseaux de communication privés (affichage, radio, TV, digital) sont relativement élevés eu égard au modèle économique de certains spectacles.

■ La mesure sur l'efficacité des outils de communication (transformation commerciale) reste un outil coûteux et non accessible pour de nombreux acteurs de la culture. L'absence de partage des données de la part des acteurs de billetterie en ligne restreint la compréhension des comportements de consommation et des profils des publics pour les professionnels du spectacle.

LES PROPOSITIONS DU PRODISS

■ **Mettre en place une concertation avec les élus afin de mieux identifier les différents canaux de promotion mis à disposition par la Ville de Paris** (dont les réseaux historiques d'affichage) et mieux comprendre les modalités d'utilisation pour les professionnels du secteur musical et de variété. Créer un outil permettant de communiquer plus efficacement sur le contenu éditorial des lieux, spectacles et festivals sur les réseaux de diffusion Ville de Paris (notamment sur le site « Sortir à Paris »).

■ **Établir une liste des divers réseaux de communication** classés selon leur efficacité et leur pertinence eu égard à la diversité des spectacles proposés (jauges et esthétiques).

■ **Recueillir des informations sur les usagers parisiens** via les études publiées par le Welcome City Lab (infrastructures touristiques).

■ **Être associé à la mise en place du Pass Culture et à son articulation avec la politique de la Ville de Paris** : promesse électorale d'Emmanuel Macron, sa mise en œuvre est en cours de réflexion au sein du ministère de la Culture.

* Source : Baromètre des pratiques culturelles des Français en matière de spectacles musicaux et de variété - Vague n°4 - réalisé par Harris Interactive et publié en octobre 2017.

07 | PROPOSITION

ENRICHIR L'ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE DE LA VILLE et contribuer à l'excellence de l'accueil des publics lors des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024

LES CONSTATS

La Ville de Paris a publié en octobre 2016 sa stratégie **Tourisme 2022** : celle-ci propose un certain nombre de schémas de développement touristique, déclinés en fiches action thématiques. Pendant un an, la Ville a réuni plus de 200 acteurs du secteur touristique (publics et privés) en sept groupes de travail afin de formaliser un plan sur six ans, permettant la mise en place de 59 actions.

Cette initiative est directement issue des conséquences des attaques terroristes de 2015 qui ont ébranlé à la fois l'image de Paris, mais également tout un secteur économique fortement porteur pour la Ville (-40 à -60 % de fréquentation selon les structures en 2016). On estime en effet que Paris et sa région reçoivent la visite de plus de 47 millions de touristes chaque année (dont 54 % d'étrangers) pour un impact économique d'environ 40 Mds €.

Les adhérents parisiens du PRODISS participent activement à cette contribution économique.

Le 13 octobre 2017, la ville de Paris s'est vu officiellement attribuer la réception des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024.

La stratégie tourisme risque donc d'évoluer et de s'enrichir dans cette perspective. Plus généralement, la venue des Jeux Olympiques et Paralympiques ouvre un agenda favorable à la mise en place d'initiatives économiques et urbaines, qui pourraient directement profiter aux adhérents parisiens du PRODISS.

LES CONTRAINTES

■ La visibilité sur la mise en place des actions est très faible.

■ Le budget accordé pour la mise en place de cette stratégie n'a pas fait l'objet d'annonce officielle : il semble au final que peu d'actions bénéficient d'un financement propre — en dehors de budgets de fonctionnement interne à l'organisation de la ville.

■ Les impacts de la candidature JO 2024 n'ont pas encore été pris en compte, et l'équipe organisatrice est en cours de formation.

■ L'échéance municipale de 2020 pose une limite temporelle à la réalisation de certaines initiatives et met à risque certaines d'entre elles.

LES PROPOSITIONS DU PRODISS

■ **Intégrer les divers comités** destinés à mettre en place les campagnes de communication à destination des touristes, et assurer la promotion des intérêts des adhérents.

■ **Profiter du temps de parole et d'attention accordé à certains sujets** (billetterie digitale, création de grands événements, démarche sûreté et sécurité, promotion de la création, etc.) pour porter des sujets essentiels : partage des données spectateurs, mise en place d'événements fédérateurs (#TousauSpectacle), réseaux de communication municipaux, etc.

■ **Intégrer les comités de réflexion économique et urbanistique** qui seront mis en place dans le cadre du réaménagement de la ville pour 2024 (zones franches pour la création, quota d'équipements culturels et artistiques pour chaque quartier, préservation des usages des salles de spectacles, etc.).

■ **Être intégré aux discussions** dans le cadre du projet des « Olympiades de la culture » organisées par la Ville à partir de janvier 2019.

08 | PROPOSITION

FAIRE DE L'ÉDUCATION ET DE LA PÉDAGOGIE ARTISTIQUE un outil de vision sur le long terme pour l'ensemble du secteur

LES CONSTATS

On appelle « éducation artistique » le programme d'enseignement artistique et culturel mis en place par l'Éducation nationale et visant un égal accès des jeunes à la culture.

Il doit permettre à tous les élèves de se constituer une culture personnelle riche et cohérente tout au long de leur scolarité, de développer leur pratique artistique, de « rencontrer » artistes et lieux culturels, de mettre en cohérence enseignements pédagogiques et vie périscolaire. L'Académie de Paris a fait part de son projet sur le sujet le 12 mars 2017.

La pédagogie envers les jeunes publics : elle désigne toutes les initiatives menées en dehors du cadre académique (programmes scolaires) et peut intervenir dans les écoles ou dans d'autres points de rassemblements des publics visés.

L'enjeu pour les adhérents du PRODISS est de pouvoir sensibiliser les jeunes publics au spectacle Live musical et de variété, pour assurer d'une certaine façon la pérennité de leurs activités pour le futur.

On constate en effet des évolutions sensibles dans le comportement des jeunes publics vis-à-vis de la consommation de spectacle musical et de variété et de musique enregistrée (streaming, téléchargement légal ou illégal, intérêt moindre pour les artistes émergents, etc.).

LES CONTRAINTES

Il y a aujourd'hui très peu de visibilité sur la place réservée dans les enseignements au spectacle vivant musical et de variété, pourtant inscrit dans la liste des contenus du Programme d'Enseignement Artistique et Culturel Île-de-France.

Les acteurs du secteur (dont les adhérents du PRODISS) ne semblent aujourd'hui ni « intégrés » ni « intéressés » aux enjeux et modalités d'un apport à ces programmes.

L'État et les collectivités territoriales ne semblent pas sensibilisés à la nécessité de financer des initiatives de rencontres entre les jeunes publics et les acteurs privés du secteur.

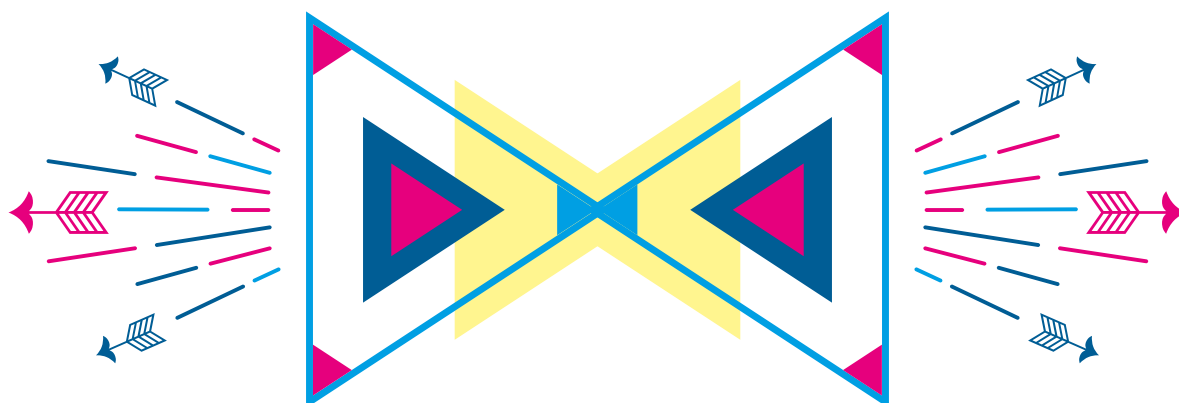
LES PROPOSITIONS DU PRODISS

Sensibiliser les professionnels du spectacle aux enjeux économiques à long terme de l'éducation artistique.

Intégrer les groupes de discussion / travail afin de contribuer à la définition des initiatives à mettre en place.

Obtenir des financements cohérents et mobiliser le réseau d'adhérents pour leur mise en place (en particulier sur l'académie parisienne pressentie pour expérimenter sur le Programme d'Enseignement Artistique et Culturel).

Organiser à Paris un projet pilote de « Tous au Spectacle » : une initiative à destination des moins de 30 ans, donnant accès à des concerts et spectacles d'artistes en développement, à des tarifs privilégiés.



09 | PROPOSITION

DEVENIR UN SECTEUR DE RÉFÉRENCE dans la prise en compte et la promotion du développement durable

LES CONSTATS

Le développement durable est désormais une problématique primordiale, présente dans toutes les politiques publiques et dans la gestion des affaires privées. À l'échelle de la ville, il s'agit aussi bien de préserver la qualité de vie de ses habitants et le bien-vivre ensemble que d'assurer la continuité d'un patrimoine culturel large (architectural, muséal, immatériel) ainsi que la pérennité d'une économie dynamique (emplois, exploitation des ressources, attractivité économique et rayonnement international). Si l'actualité polarise le développement durable autour de la notion d'environnement, c'est bien l'intégralité des volets (environnement, santé, culture, économie) qui doit être prise en compte.

LES CONTRAINTES

Pour les adhérents parisiens du PRODISS, ce sujet peut se décliner sous de multiples facettes :

Volet environnement

Gestion écologique des lieux et des événements ; la ville de Paris s'est dotée en 2016 d'une « Charte des Événements Responsables », déclinée autour de huit objectifs (transports, ressources énergétiques, réemploi / recyclage, tri des déchets, restauration, communication, sensibilisation au développement durable et à la réduction de l'empreinte carbone). Elle est censée être appliquée depuis 2017 à tous les organisateurs et gestionnaires de site, selon un référentiel inspiré de la norme ISO 20212. Les Jeux Olympiques en 2024 à Paris entraîneront des contrôles sur la bonne application de ces normes : il n'est cependant à ce jour établi aucun caractère obligatoire dans l'application de cette charte.

Volet santé : prévention visiteurs et travailleurs

- Rappel des obligations en termes de prévention vis-à-vis des publics (décret son, prévention drogue, alcool).
- Rappel des obligations en termes de prévention vis-à-vis des salariés.

Volet culturel

- Transmission des savoirs et savoir-faire : cette transmission passe essentiellement par la formation professionnelle, qui constitue une obligation inscrite dans le Code du travail. La problématique est d'appliquer le système aux salariés du

spectacle musical et de variété dont le statut d'intermittent complexifie la donne.

- Reconnaissance des patrimoines immatériels et conservation : l'Unesco a adopté en 2003 une convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel et immatériel, ratifiée par la France en 2006. Le spectacle musical et de variété entre dans cette définition : or, les mesures de sauvegarde destinées aux arts du spectacle traditionnels se consacrent principalement sur la transmission des savoirs et des techniques, du jeu et de la facture des instruments, alors que le numérique permettrait d'aller beaucoup plus loin.

Volet RSO/RSE

La responsabilité sociale et sociétale des organisations est devenue incontournable pour les industries culturelles et créatives. Si le concept de développement durable impose de réfléchir autrement, la RSO (Responsabilité Sociétale des Organisations) — autrement dit l'application du développement durable dans le monde des organisations — est pour chaque entité l'opportunité de s'interroger sur sa stratégie et ses valeurs.

Pour les membres du PRODISS, dont certains se sont d'ores et déjà engagés dans cette démarche (Stade de France, Vîparis, AccorHotels Arena...), elle constitue un enjeu d'attractivité vis-à-vis des citoyens, d'image et de mobilisation interne. Les leviers RSO sont multiples pour le secteur du spectacle :

- la gestion environnementale et la dématérialisation ;
- l'écoconception d'événements et de supports ;
- l'intégration des enjeux RSO au sein des entreprises ;
- les conditions de travail et l'employabilité.

LES PROPOSITIONS DU PRODISS

Faciliter l'accès aux programmes d'aide ou d'accompagnement mis en place par la Ville de Paris, le Conseil régional ou au niveau de l'État.

Valoriser les initiatives menées par les entrepreneurs de spectacles (We Love Green, Lollapalooza, etc.).

Accompagner le secteur du Live dans sa démarche RSO en soutenant l'accès aux formations dédiées et aux ressources existantes.

10 | PROPOSITION

CONTRIBUER AU RAYONNEMENT DE LA VILLE DE PARIS
SUR LE PLAN DE L'INNOVATION

LES CONSTATS

L'INNOVATION, UN ENJEU MAJEUR

L'innovation est désormais un enjeu central pour le secteur* : elle contribue à enrichir l'offre des représentations, de même qu'elle améliore la qualité de l'expérience du spectateur. Elle est garante de l'intérêt renouvelé pour le spectacle musical et de variété, auprès de ses fidèles comme des nouvelles générations de public. L'innovation doit, de plus, contribuer à résoudre les nouveaux défis auxquels sont confrontés les entrepreneurs du spectacle aujourd'hui : protection des publics, évolution des formats et des coûts de production, multiplication des alternatives à la représentation payante. C'est ainsi l'ensemble des métiers qui réfléchit chaque jour à de nouvelles solutions.

Les producteurs proposent à chaque spectacle de nouvelles technologies pour gagner en performance et en qualité sonore et audiovisuelle (réalité virtuelle, son binaural, captation 3D, etc.), révolutionnent les formats (esthétiques, plages horaires, outdoor) et les sources de financement (intégration d'activités annexes, sponsoring, crowdfunding), sans oublier leurs actions pionnières dans la modernisation de la commercialisation (billetterie dématérialisée, CRM).

Les salles de spectacles adaptent quant à elles sans cesse leurs équipements pour mieux répondre aux besoins des producteurs et à l'évolution de la législation : nouveaux matériaux, nouveaux formats d'acquisition des équipements, nouvelles sources de financement.

Les festivals sont enfin un laboratoire d'expérimentations particulièrement dynamique : développement de nouveaux moyens de paiement (cashless), nouvelles expériences d'écoute et de visualisation (bulles auditives, casques d'écoute, captations Live), nouvelles méthodologies de prévention, initiatives pour préserver l'environnement. L'innovation devient autant une caractéristique qu'une source de financement pour les festivals et permet de mieux répondre aux nombreux défis posés par l'accueil des publics.

LES CONTRAINTES :

Le modèle économique des entreprises du secteur et des adhérents, en particulier pour les petites structures, ne permet pas de dégager d'investissements suffisants et systématiques à consacrer à la R&D et à l'innovation (fragilité de la trésorerie) ainsi qu'à la formation aux nouveaux outils et usages du digital pour leurs équipes.

Il n'existe pas de structure dédiée coordonnant les efforts et la cohérence des recherches (l'équivalent d'un CNRS du spectacle vivant).

Il y a généralement peu de visibilité sur les laboratoires d'innovation dans le secteur : par exemple, aucun incubateur ou accélérateur spécialement dédié aux start-ups de la musique et du live.

LES PROPOSITIONS DU PRODISS :

Favoriser les liens entre les lieux de recherche et d'innovation avec le secteur du spectacle musical et de variété (Creatis, le Cargo, le Centquatre).

Identifier les appels à projets autour de l'innovation qui pourraient révéler des projets (Hacking de l'Hôtel de Ville, Grand Prix de l'innovation de la Ville de Paris).

Déployer un programme d'expérimentation et d'accompagnement pour les initiatives innovantes en lien avec le réseau parisien des salles et festivals de spectacle musical et de variété.

Développer un programme d'aide dédié au Live pour accompagner les entreprises dans leur stratégie d'innovation.

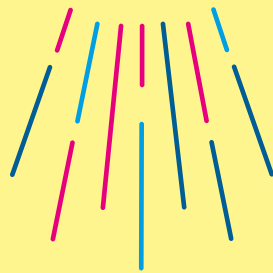
Promouvoir la rencontre entre les publics et les lieux/festivals innovants, en fléchant des parcours découverte qui mettent l'accent sur les innovations s'intégrant dans une démarche de ville intelligente, ouverte et durable.

* Le PRODISS a publié dans le cadre des travaux menés au sein de son think tank Proscenium « Spectacle numérique, penser et agir ensemble ».

PARIS EST



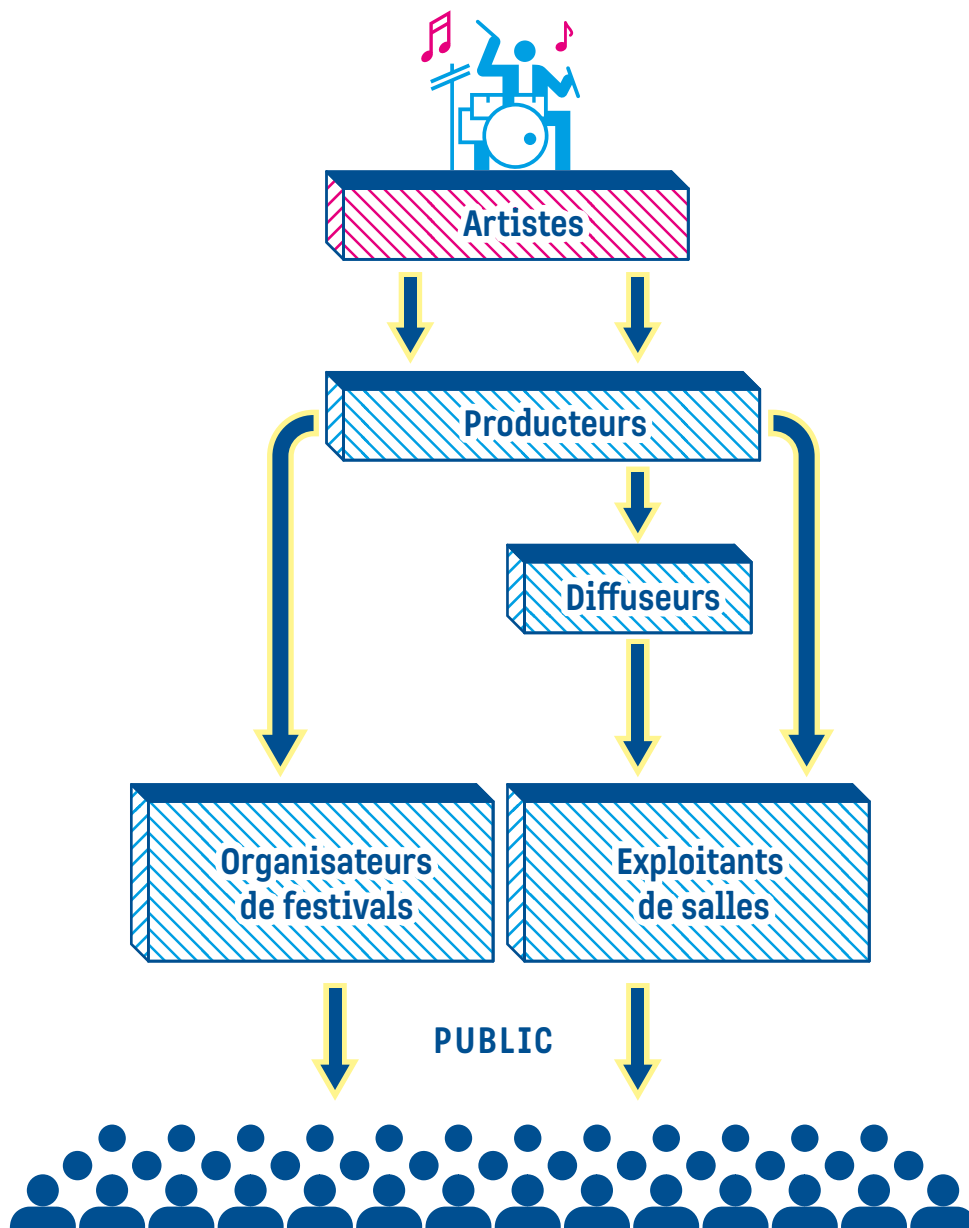
ANNEXES



ANNEXE | 01 LES 4 GRANDES ACTIVITÉS DU SPECTACLE MUSICAL ET DE VARIÉTÉ

L'étude EY « En scène ! la contribution du spectacle musical et de variété à l'économie française » révèle la diversité des acteurs dans le spectacle musical et de variété, et qu'il n'existe pas de mode d'organisation standard d'un spec-

tacle. Les acteurs et le rôle de chacun se recomposent pour chaque spectacle, chaque production, diffusion, exploitation de salles ou organisation de festivals.





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

Certaines productions contribuent enfin au rayonnement international de la France, qui reste l'un des principaux exportateurs de musique au monde. Les revenus de la filière musicale française à l'international sont significatifs

ainsi qu'en croissance continue et régulière, atteignant les 262 M€ en 2016 (+30 % versus 2010). Les tournées organisées à l'étranger par les producteurs de spectacles français ont généré un CA à l'export de 60 M€ soit 23 % des revenus totaux générés à l'exportation par la filière musicale française.

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 du 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 marketing autour du lieu.

Le modèle économique de l'exploitation de salles varie fortement selon la jauge : on distingue ainsi les « petites salles » (moins de 500 places — par exemple le Café de la Danse, la Boule Noire, la Flèche d'Or), les « salles moyennes » (entre 500 et 2 500 places — par exemple l'Alhambra, l'Olympia, la Salle Pleyel) et les « grandes salles » (supérieures à 2 500 places — par exemple les Zénith, les parcs d'exposition, les arénas).

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.

Les festivals organisés sur le territoire français ont un impact fort sur les revenus indirects générés en matière de tourisme : ils représentent en effet 70 % de ces revenus, grâce à la présence de festivaliers extérieurs qui sont hébergés et consomment sur le territoire. Cette attractivité dépasse souvent les frontières nationales : le Lollapalooza

à Paris attire par exemple 110 000 participants sur 2 jours dont 45 % sont des visiteurs étrangers. Les festivals sont ainsi de véritables leviers d'attractivité pour les territoires, comme en témoignent également les festivals Rock en Seine, le Download Festival, Pitchfork ou We Love Green.

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.



ANNEXE | 02 LE SPECTACLE MUSICAL ET DE VARIÉTÉ EN FRANCE

Selon l'étude EY « En Scène ! » publiée en septembre 2017, le secteur du spectacle musical et de variété représente un CA (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 du secteur privé du spectacle vivant réparties dans les 4 grandes activités — production, diffusion, exploitation de salles et organisation de festivals), le secteur a généré plus de 2 Mds € de CA et près de 22 000 ETP (soit 98 000 intermittents du spectacle, en raison du caractère saisonnier de leurs activités). En matière d'impact indirect, les prestataires et fournisseurs, mais également le secteur touristique (hôtellerie, restauration, transports) et les dépenses des festivaliers et spectateurs génèrent 2,3 Mds € de chiffre d'affaires supplémentaire (ainsi que 18 900 ETP pour 21 000 salariés).

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.

Le chiffre d'affaires direct du secteur a connu une croissance moyenne de 6 % par an entre 2012 et 2015. Cette croissance moyenne provient principalement des recettes de billetterie (+6,1 % sur la même période, grâce à l'augmentation du nombre de représentations payantes et du nombre de spectateurs). Les festivals ont sensiblement contribué à la croissance du secteur (de 12 à 20 % des recettes de billetterie entre 2012 et 2015). La croissance globale du spectacle musical et de variété est l'un des fers de lance, avec le développement du streaming légal, de la reprise économique de la filière musicale en crise depuis plusieurs années.

Le spectacle musical et de variété : un secteur d'entrepreneurs relevant du secteur privé

Le soutien public de l'État et des collectivités territoriales représente 220 M€ soit 11 % du chiffre d'affaires des entreprises et activités du secteur (contre un ratio de 30 % pour l'ensemble des industries culturelles et créatives). Ce soutien public est également très variable en fonction de la typologie des acteurs économiques : les festivals, ainsi que certaines structures collectives ou associatives, souvent porteuses de la « marque » d'un territoire, sont ainsi beaucoup plus accompagnés au niveau local, tandis que les entreprises privées du secteur ne reçoivent qu'une part marginale de financements publics.

Les entreprises du secteur sont ainsi non seulement largement contributives (320 M€ générés par la TVA, l'impôt et les charges patronales et salariales) mais participent sensiblement à la création d'emplois : les perspectives prévoient en effet — dans la dynamique d'expansion des métiers des arts et des spectacles — une progression de 1,7 % par an (contre 0,7 % pour l'ensemble des métiers) entre 2012 et 2022.

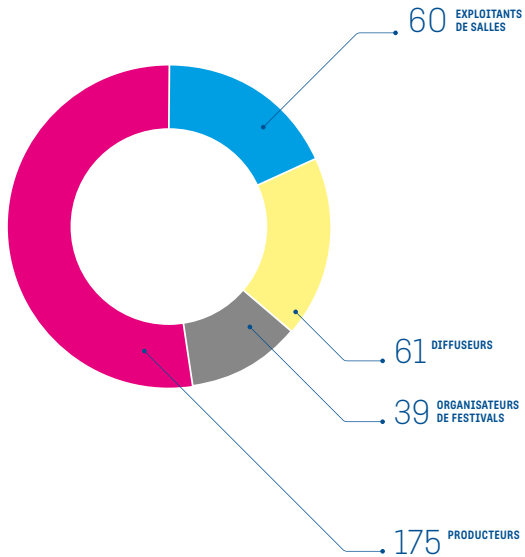
Or, l'ensemble des acteurs du secteur fait face — intrinsèquement et contextuellement — à un risque économique croissant.

La grande majorité des acteurs réalisent en effet un CA annuel inférieur à 1 M€ : à l'instar des autres TPE, ils sont donc très sensibles aux variations fortes du CA ou de trésorerie. Leur taux de rentabilité brut de 10 % est inférieur à celui d'autres secteurs culturels comme le cinéma, les bibliothèques et musées. Leur marge commerciale ne s'élève qu'à 1,4 % en moyenne. Cette fragilité financière grève sensiblement les capacités d'investissements nécessaires à la formation, l'émergence et le développement de l'artiste, d'autant plus qu'ils ne sont en aucun cas garantis par un succès commercial et restent sujets au pari artistique. Enfin, la relation artiste-producteur n'est pas sécurisée en raison d'un contrat de travail fragile, qui peut se voir interrompu de manière unilatérale. D'un point de vue conjoncturel, on constate une augmentation des charges techniques et des coûts relatifs à la sûreté (réglementation qualité, accès, santé, prévention risques attentats, etc.). À titre d'exemple, les surcoûts matériels et humains.

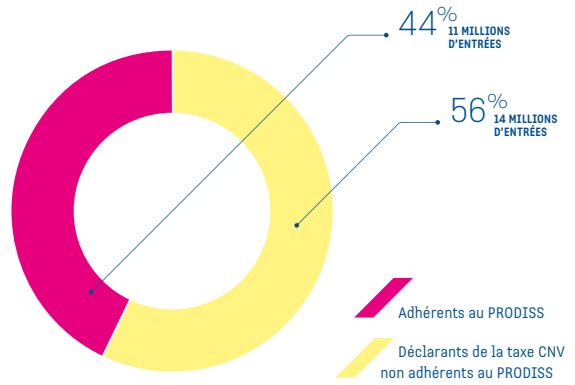
Ces augmentations n'ont pas été répercutées sur le prix des billets (dont la moyenne est passée de 32 à 34 € depuis 2009). La compensation doit donc s'opérer via la hausse de la fréquentation et le taux d'occupation, amenant à des objectifs extrêmement ambitieux et nécessitant des investissements de promotion supplémentaires.

ANNEXE | 03 LES CHIFFRES CLÉS DU PRODISS*

Répartition des 335 adhérents du PRODISS par activité principale



Fréquentation des spectacles musicaux et de variété en 2015 (spectateurs des représentations payantes)

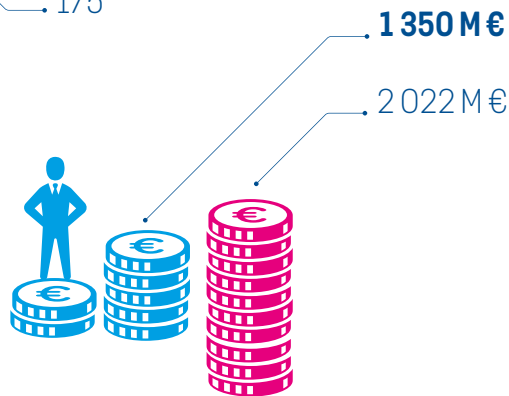


CHIFFRE D'AFFAIRES DES ENTREPRISES DU PRODISS

1 350 M€

Chiffre d'affaires annuel généré en direct

SUR LES 2 022 M€ DU SECTEUR



EMPLOIS DIRECTS GÉNÉRÉS PAR LES ENTREPRISES DU PRODISS

9 300

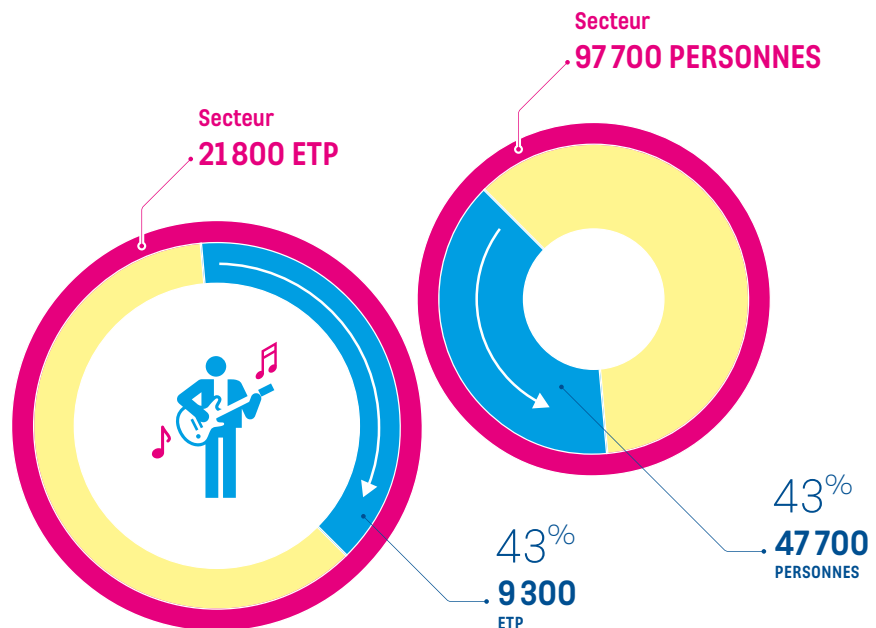
ÉQUIVALENT TEMPS PLEIN (ETP)

SUR LES 21 800 DU SECTEUR

soit

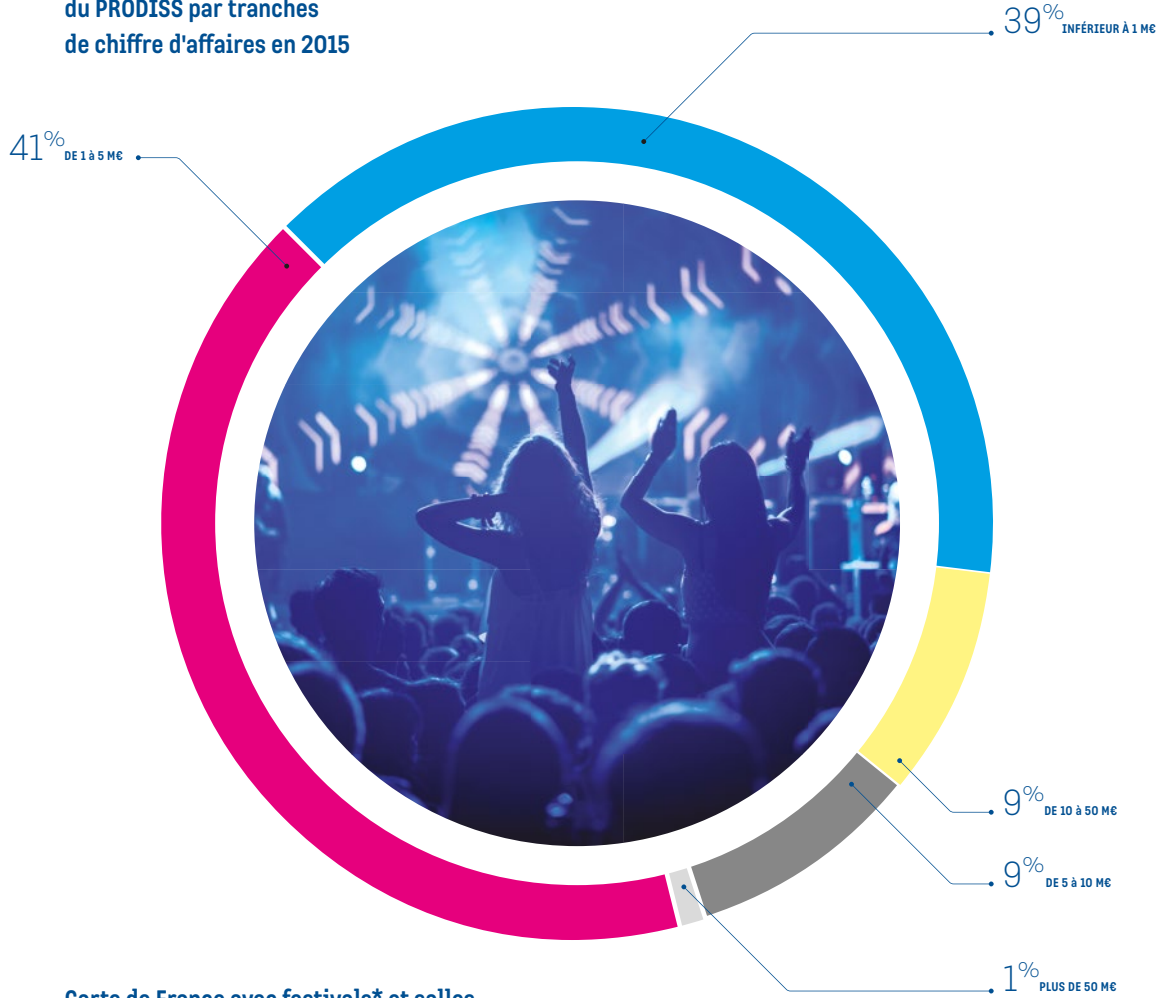
41 700 PERSONNES

SUR LES 97 700 DU SECTEUR

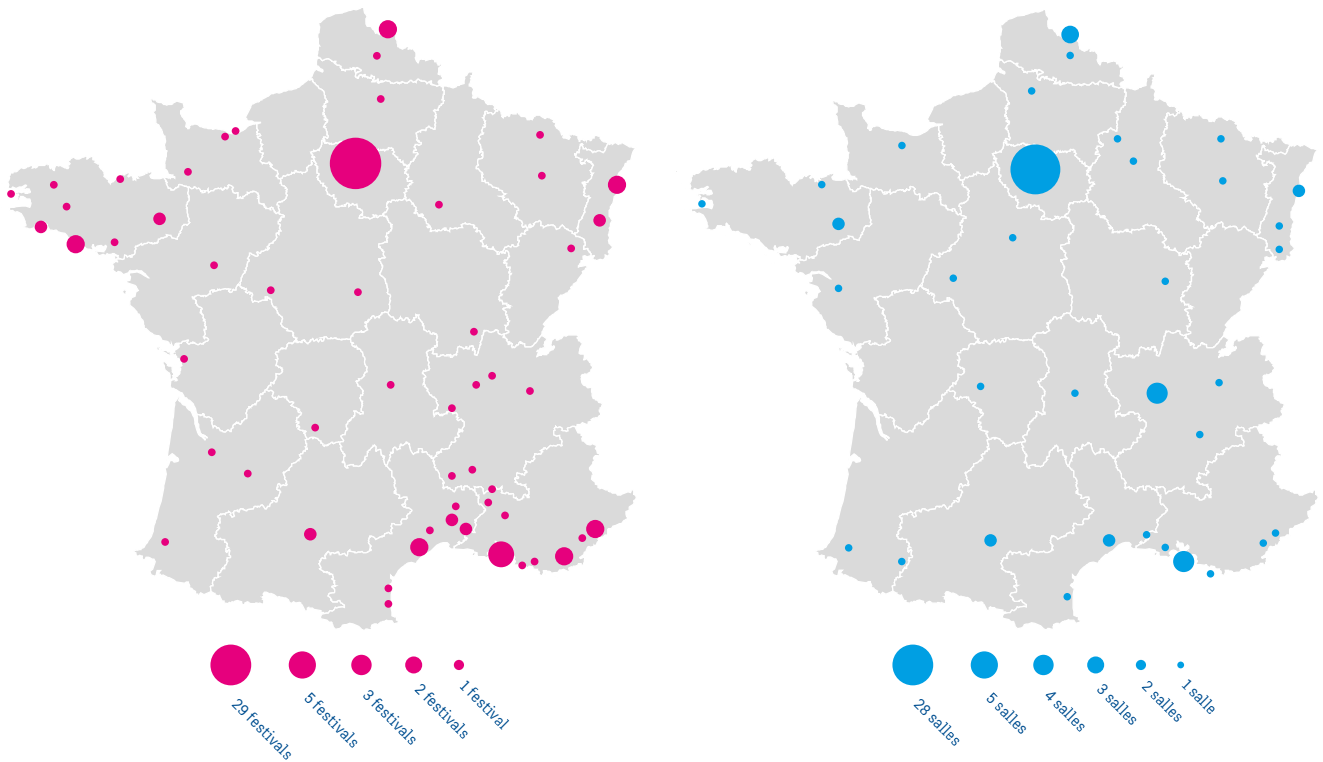


* Adhérents PRODISS au 30 mars 2017.

Répartition des adhérents du PRODISS par tranches de chiffre d'affaires en 2015



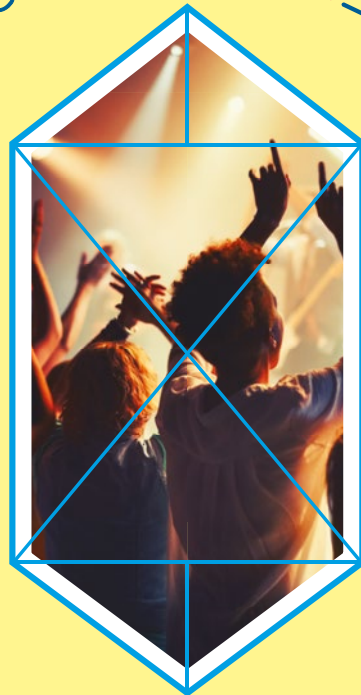
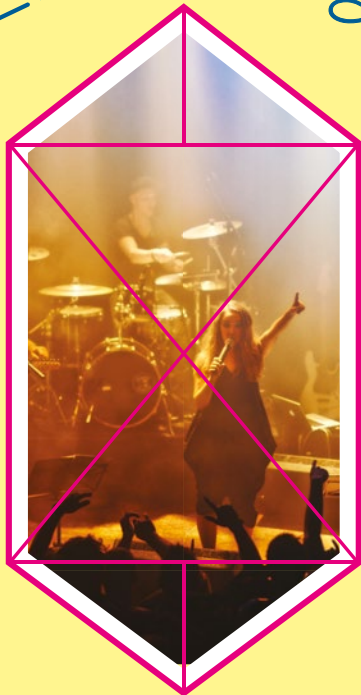
Carte de France avec festivals* et salles exploitées sur le territoire national



*Parmi les festivals du PRODISS figure également le Sakifo Musik Festival, à La Réunion, qui n'apparaît pas sur cette carte.



PARIS
EST
Live





**SYNDICAT NATIONAL
DU SPECTACLE MUSICAL ET DE VARIÉTÉ**

23, RUE DU RENARD — 75004 PARIS
T +33 1 42 65 73 13 | F +33 1 42 65 73 23
WWW.PRODISS.ORG
PRODISS@PRODISS.ORG

 @PRODISS