

Etude IFOP / PRODISS

Les Français souhaitent retrouver le live et les amateurs de concert veulent rattraper le temps perdu

Juin 2022

MÉTHODOLOGIE

Enquête réalisée en ligne les 7 et 8 juin 2022 auprès d'un échantillon de 1 020 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Méthode des quotas.

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

Les Français souhaitent retrouver le live et les passionnés veulent rattraper le temps perdu

Après deux ans de confinements et de restrictions, le spectacle vivant reste attractif pour les Français. Quatre Français sur dix avouent ainsi un manque à ne pas avoir pu assister à des concerts ces dernières années et 42% ont l'intention de s'y rendre cet été. De manière traditionnelle dans l'analyse des pratiques culturelles, ces intentions sont fortement déterminées par l'âge et l'appartenance sociale : 46% des moins de 35 ans ont l'intention de se rendre à un concert ou un festival cet été pour 31% des plus de 65 ans, 57% des membres des catégories supérieures pour 44% de ceux des catégories populaires.

Si l'on se concentre sur les spectateurs réguliers de concerts et spectacles vivants (c'est-à-dire ceux qui ont l'habitude de s'y rendre plusieurs fois par an), l'enquête révèle une véritable envie de rattraper le temps perdu : 87% d'entre eux déclarent en effet que ne pas pouvoir assister à un concert lors des périodes de confinements et de restrictions leur a manqué et 90% ont l'intention de se rendre à un concert ou un festival cet été.

Le live reste l'expérience privilégiée pour les Français dans les usages du concert

Les usages des concerts se sont diversifiés et dévoilent des pratiques regroupant des parts conséquentes de la population. En période normale « hors covid », 41% des Français assistent au moins une fois par an physiquement à un concert. Les Français sont également exposés au live régulièrement (plus d'une fois par an) sur d'autres canaux : via la traditionnelle télévision (pour 52% d'entre eux) mais aussi en replay sur des plateformes comme YouTube ou Netflix

(pour 32%) et en direct ou en replay sur les réseaux sociaux (pour 29%). Les usages varient logiquement en fonction de l'âge : 35% des moins de 35 ans regardent au moins une fois par an un concert sur les réseaux sociaux ou les plateformes pour 20% des plus de 65 ans.

Le live reste le mode de partage du concert et du spectacle vivant privilégié par une majorité de Français (53%), loin devant tous les autres usages (19% pour la télévision, 7% au total pour les plateformes et les réseaux sociaux). Cette préférence pour le live vaut pour toutes les catégories, et particulièrement les catégories supérieures (70%).

Les jeunes sont ouverts à de nouvelles expériences numériques pour l'avenir

32% des Français, 41% des spectateurs réguliers de concert et 52% des moins de 35 ans, se disent intéressés à l'avenir par une expérience de concert dans le métavers. 34% des Français, 49% des spectateurs réguliers de concert et 52% des moins de 35 ans le sont également par une expérience de réalité augmentée lors d'un concert ou d'un festival. La moitié de ceux qui se disent intéressés par ces nouvelles expériences seraient prêts à payer pour en bénéficier.

Enfin, 46% des Français, 63% des moins de 35 ans et 70% des spectateurs réguliers de concert, seraient intéressés à l'avenir par une expérience élargie du concert ou du festival qui commencerait avant le concert, se poursuivrait pendant le concert (via la réalité augmentée notamment) et après (par exemple par des échanges avec les artistes). L'intérêt demeure pour toutes ces catégories fortement dépendant du prix. Dans un contexte d'inflation et de fortes tensions sur le pouvoir d'achat, l'intérêt déclaré pour de nouvelles manières de vivre un concert dépendra prioritairement de l'offre tarifaire.

Les propositions portées par le secteur suscitent l'adhésion des Français

Toutes les propositions visant à développer le secteur de la musique et du live, et à en assurer son financement, recueillent une large approbation. Les Français, sans être bien sûr spécialistes du secteur, adhèrent à des positions de principe claires sur l'avenir du secteur.

- L'éducation artistique est largement souhaitée : huit Français sur dix se prononcent pour son renforcement autour de la musique à l'école
- La rémunération et la protection de la création créent une large adhésion : 80% des Français sont favorables à l'obligation pour les plateformes numériques qui diffusent de la musique à participer au financement de la création musicale en France et 73% à la création d'un droit de propriété intellectuelle pour les créateurs de spectacles live dont la captation est diffusée (plateformes, réseaux sociaux, audiovisuel).

- Enfin, la nécessité d'un soutien à la filière et au secteur rassemble plus de deux tiers des Français : 68% sont favorables à l'augmentation du soutien financier de l'Etat au secteur du spectacle vivant pour lui permettre d'investir dans de nouvelles créations après deux ans d'épidémie.

L'adhésion à toutes ces mesures est consensuelle, c'est-à-dire partagée dans toutes les catégories d'âge, les catégories sociales et les électors de l'élection présidentielle. Le soutien au secteur de la musique et du live constitue ainsi un axe largement majoritaire dans l'opinion.