

Le PRODISS présente ses propositions pour le nouveau quinquennat.

Créé en 1984 en France, le PRODISS est le premier syndicat national représentatif du spectacle vivant privé. Il regroupe 400 membres répartis dans toute la France : producteurs, diffuseurs, exploitants de salles et organisateurs de festivals.



L'édito du président

Après deux ans d'une crise sanitaire historique, qui a mis à l'arrêt une grande partie de ses activités, le spectacle vivant amorce progressivement sa reprise. **C'est une forme de renaissance** pour un secteur dont la croissance extraordinaire a été brutalement interrompue par cette épidémie inédite.

Unis dans l'adversité, les professionnels du spectacle vivant privé, regroupés au sein du PRODISS (premier syndicat national représentatif du spectacle musical et de variété), ont montré **une capacité de mobilisation et d'adaptation exceptionnelle**. L'heure est désormais à la relance. Cependant, beaucoup de défis nous attendent pour permettre à notre secteur de retrouver – mais surtout de conserver – son dynamisme et son rayonnement uniques, dans nos territoires comme à l'international.

Ces différents enjeux, nous avons choisi de vous les présenter dans **un document synthétique**, construit autour de **fiches thématiques simples** qui vous permettront de comprendre – en un coup d'œil – **nos 5 principaux enjeux** et **les 10 grandes propositions** sur lesquels nous souhaitons travailler, tout au long de ce nouveau quinquennat.

Notre objectif est surtout de pouvoir **échanger avec vous** pour vous présenter nos métiers et réfléchir à des mesures fortes en faveur du spectacle vivant. Je pense notamment aux enjeux de création, de diffusion auprès du public, de transition et d'innovation numériques mais aussi d'éducation artistique et culturelle (EAC). Nous devons également avoir un débat plus global sur la place de la filière musicale dans nos industries culturelles et créatives (ICC). En effet, l'existence d'une filière musicale forte représente un véritable enjeu de souveraineté pour notre pays. Une telle ambition passe nécessairement par une réflexion approfondie sur le renforcement du Centre national de la musique (CNM), et notamment de son financement.

Très bonne lecture !

Olivier DARBOIS,
Président du PRODISS

Bilan : la situation du spectacle vivant après 5 ans

1 - Le bilan après une crise sanitaire inédite

En 2019, le spectacle vivant privé était considéré comme **une filière d'excellence en pleine croissance**. Or, ce dynamisme a été **heurté de plein fouet par la crise sanitaire**, bouleversant un secteur déjà fragile au regard de **sa composition**, de son **modèle économique** et de ses **contraintes organisationnelles** :

- ↳ Il est constitué à plus de **99% de PME**, en grande majorité des petites entreprises.
- ↳ Son modèle économique dépend majoritairement et uniquement, pour certaines entreprises, de la **billetterie**, contrairement au secteur subventionné.
- ↳ L'organisation de spectacles répond à des **délais et contraintes incompressibles**, proportionnels à leurs taille et typologie.

Les chiffres à retenir

Avant la crise sanitaire :

- **30 millions de spectateurs** et 65 000 représentations par an dans toute la France.
- Environ **2,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires (CA)** direct et **120 000 emplois**.
- Une croissance continue et forte avant la crise, jusqu'à **12% entre 2018 et 2019**.

Après la crise sanitaire :

- Des baisses de CA estimées à **83%** en 2020 (**soit environ 2 milliards d'euros**), entre 75% et 82% en 2021.
- Un **endettement multiplié par 3,7** en moyenne entre septembre 2019 et septembre 2021.

Une sauvegarde du secteur permise par l'État

Alors qu'en septembre 2020, **51% des entreprises du secteur étaient susceptibles d'être menacées, à court terme, par une procédure collective**, les **dispositifs d'accompagnement transversaux et sectoriels**, mis en place par l'État, ont permis au secteur de tenir.

2 - Le bilan du quinquennat 2017 - 2022

La création du Centre national de la musique (CNM) et le pass Culture ont été **deux mesures particulièrement importantes pour le spectacle vivant** : ces chantiers doivent désormais être poursuivis.

La création d'un Centre national de la musique (CNM)

Créé par la loi du 30 octobre 2019, issue d'une initiative parlementaire après plusieurs rapports, **le CNM est entré en vigueur au 1^{er} janvier 2020**. Il est aujourd'hui présidé par Jean-Philippe THIELLAY. Évoquée depuis plus de 10 ans, sa création était nécessaire pour adapter et moderniser **le modèle de financement de la filière musicale et accompagner ses diverses transitions**. Maison commune de la musique, le CNM a pour objectif principal d'orienter la politique publique en faveur de la musique. Parmi ses missions :

- ↳ L'animation d'**un observatoire de l'économie de la musique**.
- ↳ **Le conseil, l'accompagnement et la formation des professionnels** (veille des innovations, transition écologique, égalité professionnelle, etc.).
- ↳ La gestion de **dispositifs d'aides aux entreprises et à la création** (notamment les crédits d'impôt).
- ↳ L'aide à l'exportation des productions françaises et au rayonnement des œuvres à **l'international**.

La crise a révélé **l'importance majeure du CNM**, notamment dans la gestion de certains fonds comme celui de sauvegarde pour les entreprises du spectacle, celui de soutien aux festivals et, en 2022, celui dédié à l'accompagnement et à la reprise des entreprises. Si le PRODISS a toujours soutenu sa création, il a aussi alerté sur **la question de son financement à long terme**, son modèle reposant essentiellement sur la collecte de la taxe fiscale sur la billetterie du spectacle musical et de variété.

La mise en oeuvre du pass Culture

Initialement mis en place pour les **jeunes de 18 ans**, puis élargi aux 15-17 ans, le pass Culture est un outil efficace pour **favoriser l'accès à la culture**. Le secteur du spectacle vivant en bénéficie, et ça fonctionne ! Le PRODISS souhaite prendre toute sa part dans la réflexion sur l'élargissement de ce pass, afin de favoriser **une vraie démocratisation de la culture**.

Enjeu n°1 : permettre des retrouvailles durables entre les Français et le spectacle vivant

Une reprise attendue et anticipée

Le spectacle vivant est l'un des rares secteurs économiques à avoir subi **l'arrêt total de certaines de ses activités pendant près de deux ans**. Face à cette situation inédite, les professionnels du spectacle vivant ont, d'une part, **fait preuve d'une grande responsabilité**, et, d'autre part, montré **leur impressionnante capacité d'adaptation**, afin de permettre au public de renouer, le plus rapidement possible, **avec les plaisirs du live**.

Quelques exemples

- **En mai 2021**, le PRODISS a organisé, **avec l'AP-HP, une expérimentation de concert test en jauge debout à l'Accor Arena à Paris, « Ambition Live Again »**, qui a permis de valider un protocole sanitaire adapté à la reprise des spectacles en fonction de la circulation de la covid-19.
- Dès l'été 2021, le PRODISS a soutenu **la mise en place des passes, sanitaire puis vaccinal**, conditions nécessaires à la reprise de tous les spectacles.
- Tout au long de la crise, les professionnels du spectacle vivant ont été particulièrement agiles pour **se conformer aux changements fréquents de cadres légal et réglementaire et gérer les impacts sur les équipes**.

Une relance durable difficile

Depuis le 16 février, **les restrictions**, appliquées spécifiquement au spectacle vivant, **ont été levées** : reprise des concerts debout, réouverture des bars, fin des jauges réduites, etc. Depuis le 14 mars, **le passe vaccinal** n'est plus obligatoire pour accéder à un spectacle.

Alors que ces assouplissements auraient pu laisser espérer un retour massif des Français dans nos lieux, **la reprise reste encore fragile**, et ce pour plusieurs raisons :

- ↳ Les lieux de spectacle ont été **associés à des lieux de contamination**, malgré les engagements constants des professionnels et les études scientifiques objectives.
- ↳ La crise sanitaire a **modifié les habitudes des Français**. Ainsi, en octobre 2021, une étude du ministère de la Culture montrait que 46% des interrogés indiquaient avoir pris l'habitude **d'utiliser des moyens numériques pour accéder à des contenus culturels**.
- ↳ À cela s'ajoute désormais le contexte économique et géopolitique, qui conduit notamment à **des hausses de coûts importantes**.

Focus sur les chiffres de la billetterie

Après deux années noires, les ventes de billets ont peu progressé au premier trimestre 2022. Elles sont en légère amélioration par rapport à la fin de l'année 2021 mais toujours en fort retrait par rapport à 2019 : **de 30% à 50% selon les types de spectacles.**

Nos propositions

1 - Lancer une campagne de communication grand public pour inciter les Français à revenir au spectacle.

Les professionnels du *live* ont lancé en mai 2022 **#RetrouvonsNous**, une campagne pour la reprise du spectacle vivant : « La scène reprend, la vie avec ». Cette première étape doit être suivie **d'une campagne institutionnelle et d'une parole politique forte.**

2 - Lever les freins faisant obstacle à une reprise sereine, notamment en faisant évoluer le décret « Son ».

Pris en août 2017, le décret « Son » s'avère inapplicable pour les acteurs du spectacle vivant. Si le PRODISS s'est toujours **engagé en faveur d'une gestion sonore maîtrisée**, ce décret **condamne tous les événements en plein air** (festivals, concerts, *meetings* etc.). Il impose aussi des investissements intenable, dans un contexte où les professionnels ont besoin d'être accompagnés. L'association AGI-SON, dont le PRODISS est membre fondateur, a fait des propositions concrètes dans son livre blanc, pour **faire évoluer ce texte** avant qu'il ne soit trop tard. **#NeCoupezPasleSon.**

Enjeu n°2 : accompagner les investissements d'un secteur compétitif et dynamique

Un besoin d'accompagnement pour relancer durablement la machine

Le secteur du spectacle vivant a été **d'autant plus touché** par la crise sanitaire qu'il a subi **les multiples *stop and go*** imposés par les vagues épidémiques successives. Les contraintes sanitaires ont entraîné des **annulations et reports en cascade, empêchant un redémarrage complet du secteur avant le printemps 2022.**

Par ailleurs, **l'augmentation conjoncturelle des coûts, liée au contexte mondial** et à **plusieurs coûts additionnels** (en matière de règles sanitaires, de sécurité, de sûreté, etc.), empêchent encore une reprise durable du secteur et interrogent sur **l'efficacité de certains dispositifs de soutien**. Seront-ils **assez incitatifs** pour favoriser le financement des créations de demain, pourtant à l'origine d'emplois ?

Une reprise forte et rapide du secteur du spectacle vivant est essentielle pour l'économie française, notamment dans les territoires. En effet, pour 1€ et 1 emploi ETP générés par le cœur de l'industrie, **1€ et 1 emploi ETP supplémentaires sont créés parmi les prestataires et au sein de l'économie touristique.**

Nos propositions

1 - Adopter, dans le prochain PLF, une bonification et une prolongation du crédit d'impôt spectacle vivant (CISV).

Le CISV a été créé en 2015 pour soutenir les artistes en développement et favoriser la création, en donnant la possibilité aux producteurs de spectacles de déduire de leurs impôts une partie des dépenses de création, d'exploitation et de numérisation de leurs spectacles. Il a fait ses preuves. Afin de permettre une relance dynamique et durable du secteur, il est indispensable que **le projet de loi de finances (PLF) pour 2023 contienne une mesure forte sur le CISV.**

L'incitation fiscale permettra ainsi aux producteurs de spectacles d'investir dans des projets ambitieux relevant d'une économie de prototype. À titre d'exemple, une augmentation des plafonds permettrait d'augmenter **de près de 25% l'activité des artistes en développement.**

2 - Réexaminer les contraintes imposées au spectacle vivant en matière de sécurité et de sûreté.

Une instruction ministérielle du 15 mai 2018 met à la charge des entrepreneurs de spectacles **les frais d'intervention des forces de police et de gendarmerie** sur un périmètre très large prenant en compte les abords du lieu de l'événement. Outre les lourdes contraintes imposées par ce texte et un manque d'encadrement des échanges entre l'État et les organisateurs, **de nombreuses disparités d'application de la circulaire sur le territoire ont été constatées.**

Une instruction du 8 avril 2022 devait apporter des solutions concrètes à ces problématiques : ce n'est malheureusement pas le cas. Il est donc essentiel de **réexaminer les modalités d'application du texte et plus généralement les contraintes imposées en matière de sécurité** pour limiter le poids qu'elles représentent pour un secteur qui peine à reprendre son activité.

Enjeu n°3 : renforcer les instances de dialogue autour de la filière musicale

Une gouvernance dispersée pour la musique

Aujourd'hui, les professionnels du secteur musical font face à **une multiplicité d'interlocuteurs** :

- ↳ **Une double administration** – la Direction générale de la création artistique (DGCA) et la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) – avec des périmètres d'actions parfois difficiles à identifier.
- ↳ **Un Centre national de la musique (CNM)**, créé en 2020, qui doit encore monter en puissance financièrement mais aussi clarifier son intervention vis-à-vis de certains acteurs de l'écosystème musical.
- ↳ **Un Conseil national des professions du spectacle (CNPS)**, qui est l'instance de dialogue et d'échanges autour des questions d'emploi et de formation.

La nécessité d'une vision claire à une échelle plus globale

Lancée en 2019 par le président de la République, la réflexion sur l'installation d'un **comité stratégique de filière des industries culturelles et créatives (ICC)** a été interrompue, notamment par la crise sanitaire.

Or, ce comité devait permettre de **formaliser une véritable vision pour l'avenir du secteur des ICC en accompagnant les transformations des modèles**, préalable incontournable pour bâtir une politique forte, notamment en faveur du spectacle vivant.

1 - Pérenniser le CNM grâce notamment à un financement plus large impliquant tout l'écosystème.

Face aux enjeux du secteur, le PRODISS insiste sur la **nécessité de renforcer le CNM**, et d'en assurer la pérennité, notamment financière. Aujourd'hui, l'État abonde le CNM à hauteur de 20 millions d'euros par an.

Le CNM collecte, par ailleurs, **une taxe fiscale sur la billetterie des seuls spectacles musicaux et de variété**, alors même que son périmètre couvre l'ensemble de la filière musicale.

Ce n'est pas suffisant pour faire face aux grands enjeux à venir. Il est indispensable de pouvoir garantir de nouvelles ressources, en proportion du poids de chaque acteur de la filière. Demain, **d'autres acteurs relevant du périmètre du CNM devront contribuer à son financement**. De plus en plus intéressées par les contenus créés par la filière, les plateformes devront soutenir les entreprises qui prennent des risques pour des projets toujours plus ambitieux. Comme dans le cinéma, les plateformes doivent contribuer à financer **l'exception culturelle musicale**.

Cette réflexion questionne également **le champ d'intervention du CNM**, vis-à-vis notamment des acteurs relevant du secteur subventionné et rattachés à la DGCA.

2 - Définir une vision claire à une échelle plus large en installant le comité stratégique de filière des industries culturelles et créatives (ICC).

Ce comité permettra d'**ouvrir un dialogue** entre les différents acteurs, de **recenser les projets structurants** et de mettre en lumière les **innovations et les bonnes pratiques**. Il doit être **une priorité pour les prochains mois**, afin d'accélérer la **transition numérique** de l'ensemble des acteurs, de **développer de nouveaux projets** et de promouvoir l'emploi au sein d'une **filière d'excellence** en France.

Enjeu n°4 : anticiper l'évolution de l'écosystème du spectacle vivant

Le phénomène de numérisation du *live musical*

Re transmissions en *livestream* des spectacles, importance accrue du rôle des réseaux sociaux dans la chaîne de valeur, développement de la réalité augmentée, début du métavers et arrivée des plateformes : **le numérique a un impact à divers niveaux sur le secteur du spectacle vivant**, et ces bouleversements ont été accélérés par la pandémie. S'il s'agit d'une nouvelle façon de profiter du spectacle vivant, elle ne doit **pas se faire au détriment de tout l'écosystème « physique », au risque d'organiser une désintermédiation violente.**

De nouveaux usages

- Selon une étude de mars 2021 du CSA et d'Hadopi, l'audience des **plateformes de streaming** a augmenté de **37% en 2020**.
- Le concert de Travis Scott, organisé en **livestream dans le jeu Fortnite** en avril 2020, a rassemblé plus de 12 millions de joueurs en *live* et plus de 27 millions en *replay*.
- Ed Sheeran, Dua Lipa ou Green Day devraient participer à un concert dans le métavers, organisé grâce à un partenariat inédit entre Warner Music Group et The Sandbox, figure française du métavers.

Face à ces nouveaux usages, **les plateformes numériques** ont investi le secteur du spectacle vivant à l'image notamment de Facebook (Meta) qui **explore le métavers** pour retransmettre des événements en *live*.

Le risque d'une désintermédiation des acteurs historiques

Ce nouveau contexte représente **une opportunité de collaboration entre le secteur traditionnel du spectacle vivant et ces nouveaux acteurs spécialisés**, notamment sur des projets innovants comme **la proposition d'offres en réalité augmentée ou la production de concerts virtuels**.

Néanmoins, ce contexte pose aussi **de nouveaux défis en termes de rémunération des acteurs et de concurrence**. Sans un encadrement national et européen clair, la numérisation dérégulée du *live musical* pourrait conduire à une **diminution de la diversité artistique et à la disparition des plus petits acteurs** du secteur.

En effet, face aux producteurs de spectacles, les **plateformes disposent de capacités d'investissement** considérables, d'avantages technologiques et d'un accès incomparable aux **consommateurs de concerts et à leurs données**. Il est donc urgent d'**adapter la réglementation et de mettre en conformité la chaîne de valeur**.

Nos propositions

1 - Réviser la chaîne de valeur en reconnaissant un droit de propriété intellectuelle pour le producteur de spectacles.

À ce jour, les producteurs de spectacles n'ont **aucun droit sur les captations des spectacles qu'ils ont créés**. Ils sont rémunérés par les seules recettes de billetterie. Cette situation, toute incompréhensible qu'elle soit, n'est pas nouvelle. Cependant, elle pourrait avoir des conséquences dramatiques sur l'écosystème du *live* avec le développement de projets numériques à partir de concerts physiques. Il est donc indispensable de **reconnaitre un droit de propriété intellectuelle pour le producteur de spectacles, qui viendra protéger ses investissements**, sur le modèle de ce qui a été instauré pour les autres acteurs de la chaîne de valeur (le producteur de disques par exemple).

C'est au gré des évolutions techniques et des modes d'exploitation de contenus que les droits ont été créés au profit de divers ayants droit et ce dans plusieurs secteurs d'activités. **Seuls les producteurs de spectacles sont exclus d'une telle protection juridique sur le spectacle créé**, et par conséquent, d'une valorisation de leurs investissements sur les autres modes d'exploitation de leurs spectacles.

2 - Élargir les ressources du CNM avec la mise en place d'une contribution sur le *streaming*, payant et gratuit.

Le numérique doit contribuer au financement de la création musicale. À l'image de ce qui est pratiqué dans le secteur du cinéma, **il est indispensable de réfléchir à l'instauration d'une contribution sur la diffusion en ligne de contenus musicaux**. En effet, un financement plus large, impliquant tout l'écosystème musical, apporterait une **première réponse à l'objectif de consolidation et de pérennisation du CNM**. Cette nouvelle contribution pourrait être assise sur la part du chiffre d'affaires issue de la musique des acteurs de l'internet (services de *streaming* par abonnement, fournisseurs de services de partage de contenus en ligne, réseaux sociaux) et viendrait alimenter les programmes de soutien du CNM.

3 - Déployer une véritable stratégie numérique pour la musique, en lien avec les professionnels de la filière.

Il convient de s'assurer de **l'intégration pleine et entière du secteur du spectacle vivant à des programmes nationaux et transverses de soutien à l'économie** (France 2030, PIA 4), en mettant en place des dispositifs d'accompagnement renforcés.

Enjeu n°5 : ancrer la musique tout au long de la vie

La musique : une place à part dans la vie des Français

Les Français sont **profondément attachés à la musique et au spectacle vivant**. Avant la crise sanitaire, selon le Baromètre du Live d'Harris Interactive pour le PRODISS (octobre 2019), **41% d'entre eux** déclaraient voir un concert ou un spectacle d'humour au moins une fois par an.

Ce lien doit être consolidé tout au long de la vie, et ce dès l'école, avec un **renforcement de l'éducation artistique et culturelle (EAC)**. Or, aujourd'hui, notre pays n'est pas un modèle en matière d'EAC : des progrès restent à faire.

Un manque d'attractivité et des difficultés de recrutement

En dépit de ce lien fort avec les Français, le secteur du spectacle vivant fait aujourd'hui face à des **difficultés de recrutement**, tant pour les **emplois intermittents** que pour les **emplois permanents**, et notamment pour les postes administratifs et les fonctions support, **essentiels à la structuration des entreprises du spectacle vivant**.

À l'occasion de la pandémie (et malgré les aides de l'État et les efforts des employeurs), de nombreux salariés, permanents ou intermittents, ont décidé de **se reconvertir et de quitter le secteur**.

Ces difficultés, nouvelles pour **une filière historiquement attractive** avec bien souvent des « métiers-passion », rendent nécessaire un travail sur l'**attractivité des emplois** du secteur et **le renforcement des offres de formation** tout au long de la vie. Il est important, par ailleurs, de pouvoir faire appel à des **profils différents au regard des besoins nouveaux d'un secteur en mutation** et de pouvoir accompagner les entreprises dans leur transformation.

1 - Construire une politique ambitieuse et concrète en matière d'éducation artistique et culturelle (EAC).

À l'image du sport, la musique représente une composante essentielle du bien-être des enfants mais aussi des adultes tout au long de leur vie. **L'apprentissage de la musique à tout âge** pourrait être davantage appuyé, avec par exemple :

- ↳ 30 minutes par jour en primaire.
- ↳ 1 heure en plus par semaine au collège.
- ↳ 1 heure par semaine au lycée.

Il faut également **rapprocher les enfants des artistes et des œuvres**, en offrant, par exemple, un **concert par an pour chaque classe**, ou en renforçant les **programmes pédagogiques** autour de la musique au sein du **service public audiovisuel**.

2 - Renforcer l'offre de formation et accompagner le secteur dans ses différentes transitions.

Favoriser l'attractivité des métiers du *live*, c'est aussi disposer d'une **offre de formation** (formation initiale et formation tout au long de la vie) **adaptée aux enjeux, aux besoins**, et permettre à **tous les profils** de trouver leur place. C'est un sujet de réflexion à long terme qu'il est urgent d'ouvrir avec les professionnels et les pouvoirs publics, avec notamment une réflexion sur **l'adaptation des critères de régulation de l'opérateur France compétences aux spécificités du secteur**.

En parallèle, le secteur du spectacle vivant doit **être accompagné dans le recrutement de nouveaux postes**, en lien avec les grands enjeux de notre époque, comme celui du **développement durable**. Si les entreprises souhaitent recruter dans ce domaine, cela implique **des investissements** qui nécessitent un « coup de pouce ». Ainsi, une aide à l'embauche pourrait être mise en place **via le FONPEPS** (le Fonds national pour l'emploi pérenne dans le spectacle).

Une synthèse de nos 5 enjeux et de nos 10 propositions

Pour des retrouvailles durables avec les Français

Proposition n°1

Lancer une campagne de communication grand public pour inciter les Français à revenir au spectacle.

Proposition n°2

Lever les freins faisant obstacle à une reprise sereine du spectacle vivant, notamment en faisant évoluer le décret « Son ».

Pour un accompagnement des investissements du secteur

Proposition n°3

Adopter, dans le prochain projet de loi de finances, une bonification et une prolongation du crédit d'impôt spectacle vivant (CISV).

Proposition n°4

Réexaminer les contraintes imposées au spectacle vivant en matière de sécurité et de sûreté.

Pour un renforcement de la gouvernance de la filière musicale

Proposition n°5

Pérenniser le Centre national de la musique (CNM) **grâce à un élargissement de ses ressources de financement** (notamment via une contribution sur le *streaming*).

Proposition n°6

Installer un comité stratégique de filière des industries culturelles et créatives (ICC).

Pour une anticipation de la révolution numérique

Proposition n°7

Réviser la chaîne de valeur **en reconnaissant un droit de propriété intellectuelle pour le producteur de spectacles**.

Proposition n°8

Déployer une véritable stratégie numérique pour la musique, en lien avec tous les professionnels de la filière et notamment les entrepreneurs de spectacles.

Pour un rôle central de la musique dans les parcours de vie

Proposition n°9

Construire une politique ambitieuse et concrète **en matière d'éducation artistique et culturelle (EAC)**.

Proposition n°10

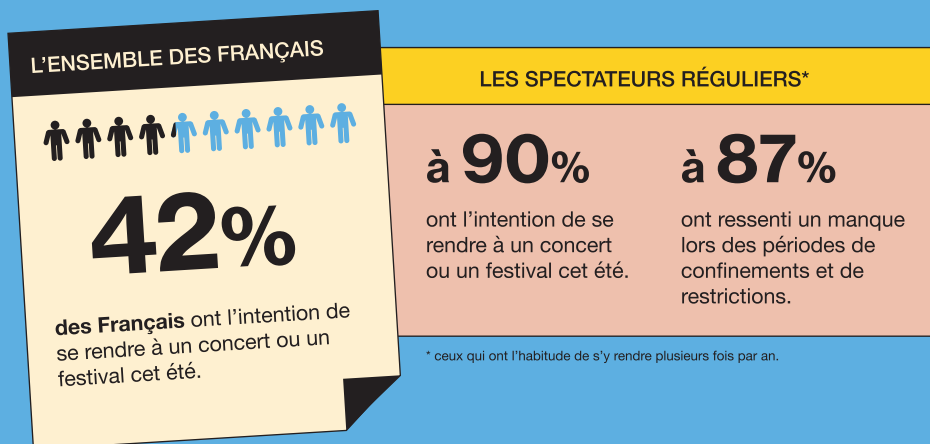
Renforcer l'offre de formation et accompagner le secteur dans sa transformation.

Les Français et le *live*

JUIN 2022

Étude Ifop pour le PRODISS, 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.

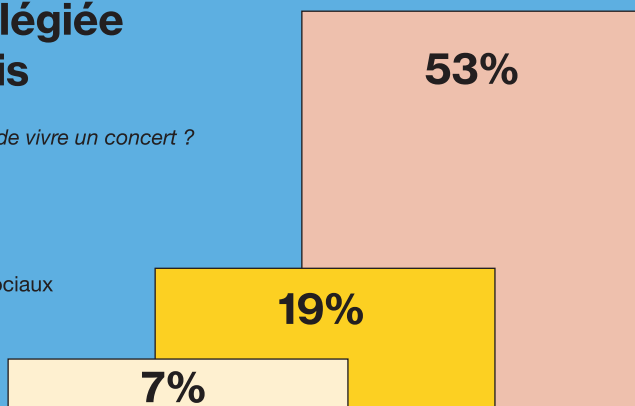
Les Français souhaitent retrouver le *live*



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

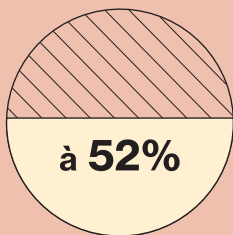
Quelle est votre manière préférée de vivre un concert ?

- Le *live*
- La télévision
- Les plateformes & réseaux sociaux

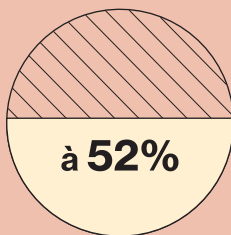


Les nouvelles expériences numériques séduisent les jeunes

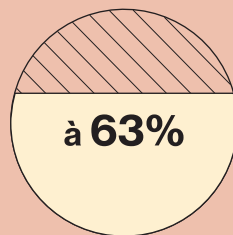
Les Français de - de 35 ans sont intéressés :



Par une expérience de concert **dans le métavers**.



Par une expérience **de réalité augmentée**.



Par une « **expérience élargie** » du concert, avec un avant et un après.

Les propositions visant à développer les secteurs de la musique et du *live* suscitent l'adhésion des Français

Les Français se prononcent pour :

Un **renforcement** de l'enseignement et de l'apprentissage **de la musique** à l'école.

à **80%**

Que les **plateformes numériques** (qui diffusent de la musique) **participent au financement** de la création musicale en France.

à **80%**

La création d'un **droit de propriété intellectuelle** pour les créateurs de spectacles *live* dont la captation est diffusée.

à **73%**

Le PRODISS...

... PROpagateur de passion

Fondé en 1984, le PRODISS, syndicat national du spectacle musical et de variété, est aujourd'hui le premier réseau d'entrepreneurs privés du spectacle vivant. Producteurs de spectacles, diffuseurs, exploitants de salles et organisateurs de festivals, ces 4 professions sont valorisées et soutenues au sein d'un écosystème en perpétuelle mutation.

... PROMoteur d'union

À la fois lieu de discussions, de réflexions, de propositions et de collaborations, le PRODISS porte chaque jour la culture de la scène au niveau national comme à l'international.

Il valorise les nombreux métiers du *live* pour accompagner ses transformations et le projeter avec force dans l'avenir.

... PROducteur d'avenir

Représentant 400 adhérents, le PRODISS est en première ligne pour faire face aux difficultés et aux défis. À la fois témoin et acteur de l'innovation créative, de projets artistiques ambitieux, il participe activement à faire de la scène le lieu d'une expérience unique pour créer des rencontres inoubliables entre les artistes et le public.

Le PRODISS se tient à votre disposition pour échanger sur l'avenir du spectacle vivant musical et de variété.

Malika SÉGUINEAU, directrice générale du PRODISS :
m.seguineau@prodiss.org



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