

S'exporter en Afrique du Sud

Opportunités du marché

- Marché musical le plus développé et structuré d'Afrique
- Très bonnes infrastructures (bancaires, routières, télécom)
- Des collaborations existantes avec l'Europe (IGODA) et une présence de plusieurs événements professionnels pour rechercher des partenaires
- Un nombre important de festivals
- Un nombre important de stations de radio qui ensemble présentent une offre large de programmation musicale
- Des réseaux sociaux développés et très utilisés
- Présence de toutes les plateformes internationales de streaming musical
- Un organisme de gestion de droits plutôt fonctionnel

Difficultés du marché

- Distance entre l'Europe et l'Afrique du Sud et caractère isolé du pays (peu d'opportunités dans les pays voisins)
- Très peu de salles de concerts de taille moyenne
- Des tournées difficiles à monter
- Des publics fragmentés
- Un répertoire local et régional fort et des ventes de musique enregistrée dominées le répertoire US, laissant peu de place aux autres artistes
- Faible consommation de la musique en streaming sur les plateformes audio et importance du piratage
- Problèmes d'insécurité dans les grandes villes



Compte tenu des spécificités du marché, et outre les artistes dont la carrière internationale est confirmée, le marché sud-africain sera très probablement intéressant pour des artistes et des entreprises tels que :

- Les artistes européens issus de la diaspora africaine
- Les musiciens de jazz, en particulier lorsqu'ils sont également intéressés par des ateliers et projets de collaboration et d'enseignement
- Les artistes de musiques électroniques et DJ
- Les musiciens intéressés par une collaboration avec des musiciens sud-africains et les sociétés travaillant avec le répertoire (sud-) africain
- Les entreprises à vocation panafricaine, qui souhaitent s'installer sur le continent et bénéficier des infrastructures développées de l'Afrique du Sud.

Défis

- Deux types de partenaires locaux (pourtant vitaux pour le développement d'un projet à l'export) manquent cruellement en Afrique du Sud : *booking agencies* et *PR*
- Rentabiliser son investissement face aux coûts des transports internationaux, à la faiblesse de la consommation légale et de la remontée de droits
- Maintenir sa présence en Afrique du Sud

Bonnes pratiques

- Développer son public grâce aux réseaux sociaux et aux radios locales
- Se concentrer d'abord sur les festivals et un ou deux concerts en salle dans les grandes villes (Johannesburg, Le Cap)
- Rechercher une collaboration artistique avec des artistes locaux