

Dossier
de presse

AVRIL 2023

Conférence
du 20 avril 2023

Centre national
de la musique



Printemps de Bourges 2023

CONTACTS

Centre national
de la musique

Anne-Sophie BACH
Directrice du
développement,
de la communication
et des partenariats

Nathalie LEDUC
Responsable
communication
E. nathalie.leduc@cnm.fr
T. 01 83 75 26 84

Lucie BOUSSOUAR
Chargée
de communication
E. lucie.boussouar@cnm.fr
T. 01 88 83 85 19

OPUS 64 - Valérie SAMUEL
Auréli MONGOUR
Attachée de presse
E. a.mongour@opus64.com
T. 01 40 26 77 94

Étude sur les données
économiques des festivals de
musiques actuelles en France
en 2022

Publication du CNMlab
"Musique *live* et Génération Z"

SOMMAIRE

- p. 3 **Introduction**
- p. 5 **Les festivals de musiques actuelles en 2022**
- p. 9 **La musique *live* et la Génération Z**
- p. 11 **Les prochains rendez-vous du CNM**

INTRODUCTION

Le budget moyen total des festivals a augmenté de 19 % entre 2019 et 2022, avec une hausse des charges plus importante que celle des produits : le Centre national de la musique publie les données économiques des festivals de musiques actuelles en 2022.

Jeudi 20 avril, dans le cadre du Printemps de Bourges, le Centre national de la musique présentait les caractéristiques et évolutions budgétaires des festivals de musiques actuelles entre 2019 et 2022, ainsi qu'une étude du CNMlab, le laboratoire d'idées du CNM, sur les modes de consommation du spectacle vivant musical par la génération Z. Deux publications éclairantes sur la santé du spectacle vivant et sur l'évolution des modes de consommation des concerts.

Afin d'évaluer la fragilité des équilibres financiers des festivals soutenus par le CNM dans un contexte d'augmentation des coûts, le Centre national de la musique a construit son étude des festivals à partir d'un panel de 68 festivals de musique répondant à des critères significatifs, parmi lesquels le fait de disposer d'un budget supérieur ou égal à 80 000 €. Pour ces festivals majoritairement portés par des acteurs privés, en grande partie associatifs, le budget total moyen de l'édition 2022 a augmenté de 19 % par rapport à 2019, **avec une hausse des ressources en parallèle limitée à 18 % sur la même période, confirmant un léger effet ciseau**, qui tend toutefois à s'accroître pour les festivals au budget inférieur à 500 k€.

Parmi les causes de la hausse des dépenses, viennent en premier lieu la **hausse de 21 % des charges techniques, logistiques et de sécurité** (avec notamment une hausse des prestations techniques à plus de 134 %), ainsi que celle **des charges artistiques, à 21 % également**, notamment du fait de l'augmentation conjuguée du nombre moyen de groupes programmés (+8 %) et du montant moyen des contrats de cession et engagement (+13 %). Si l'inflation constitue une explication à l'augmentation des charges, d'autres causes peuvent être avancées : éditions exceptionnelles post-crise, compromis d'agenda pour des têtes d'affiche, raréfaction de certains métiers.

Du côté des ressources, la hausse des produits s'explique moins par la hausse des recettes propres, que par le développement des partenariats privés et des dispositifs d'aides exceptionnelles qui ont pu compenser en partie la hausse des dépenses sur les deux dernières années. Les financements accordés aux festivals en 2022 par les **organismes publics** (parmi lesquels le CNM, l'État et les collectivités territoriales) **ont augmenté de 28 %** et ceux des partenaires privés et mécènes de 21 %. Les recettes propres ont elles connu une hausse de 14 %, incluant des hausses de recettes de billetterie timides (+4 %) et ne parvenant pas à s'aligner avec l'évolution générale des dépenses, du fait de la relative augmentation du prix moyen du billet (+10 % entre 2019 et 2022) minorée par une **baisse simultanée de 5 % des entrées payantes**. Enfin la période a montré une **baisse importante du financement des organismes professionnels (-41 %)**.

[Découvrir le détail de l'étude](#)

Alors que les organisateurs de festivals s'interrogent sur les nouveaux modes de consommation de leurs publics dans un contexte de reprise, le CNMLab¹, laboratoire d'idées du Centre national de la musique, s'intéresse à la **génération « Z »**, ou « Gen Z », les consommateurs nés entre 1997 et 2010, et publie une « onde courte » (note de réflexion) sur leurs relations à la musique *live*.

Cette note, réalisée par le sociologue Loïc Riom², se veut un premier panorama des enjeux liés aux modes de consommation du *live* de cette génération, alors que le contexte du spectacle vivant évolue, sur fond d'innovation digitale et d'émergence du livestream avec la crise Covid.

Par le biais de références à des sources existantes sur la question, d'ateliers de réflexion menés par le CNM avec les professionnels du secteur et d'entretiens exploratoires avec des personnes de la Gen Z, la note montre d'une part que cette génération n'est pas plus homogène que celles qui l'ont précédée, avec des pratiques et des relations aux concerts diversifiés. Mais elle constate également une forte relation des jeunes au digital, avec une médiation très forte de leur consommation par le numérique, et notamment le smartphone avant (écoute de musique, renseignements sur le programme, réservations, etc.), pendant (*stories*, partage avec les autres fans, avec l'artiste, etc.) et après le concert. À cela s'ajoute une appétence de la Gen Z pour les grosses jauges (Arena, stades, etc.) et les têtes d'affiche, notamment internationales, dans un contexte où ils tendent par ailleurs à revoir à la baisse leur sorties à la fois pour des préoccupations financières (48 %), une perte d'envie de se déplacer (30 %), la peur du Covid (22 %) ou le choix de consacrer du temps à d'autres activités (19 %)³.

En trois parties, Loïc Riom traite ainsi d'un sujet encore peu exploré et esquisse en conclusion quelques pistes pour poursuivre la réflexion, invitant le lecteur à se projeter sur les transformations d'un secteur en mutation.

[Lire l'onde courte *Musique live et Génération Z*](#)

¹ Créé en 2022, le CNMLab est le laboratoire d'idées du Centre national de la musique. Au croisement des mondes de la recherche et de la musique, il aborde une grande variété de sujets ayant un impact actuel ou à venir sur le secteur musical. Il se singularise par des expertises et des travaux scientifiques vulgarisés à destination des professionnels et du grand public.

² Loïc Riom travaille à l'université de Lausanne et enseigne à l'École polytechnique fédérale de Lausanne. Il est titulaire d'un doctorat en études des sciences et des techniques (Centre de sociologie de l'innovation de l'École supérieure des Mines de Paris). Sa thèse porte sur l'économisation de formats intimistes et secrets de concerts.

³ Harris Interactive, Baromètre des pratiques culturelles des Français en matière de spectacles musicaux et de variétés, Prodiss et Observatoire du live, 2022.



LES FESTIVALS DE MUSIQUES ACTUELLES EN FRANCE (2022)

01.

Après la dernière étude publiée par le CNV en 2016 sur les indicateurs budgétaires des festivals, le Centre national de la musique a souhaité poursuivre ce travail d'observation en présentant des données budgétaires 2022 et en les comparant à la dernière année pré-crise sanitaire, 2019.





Principaux enseignements de l'étude

L'étude révèle une **hausse généralisée des budgets des festivals entre 2019 et 2022** avec une augmentation des produits (+18 %) moins importante que celle des charges (+19 %). L'écart charges/produits est d'autant plus creusé pour les festivals d'économie plus modeste (budget inférieur à 500 k€).

Les **charges artistiques comme techniques en hausse de 21 %** entre 2019 et 2022, dont une hausse très forte des prestations techniques, à plus de 134 % dans un contexte de raréfaction de certains métiers. Si l'inflation constitue une explication à l'augmentation des charges techniques, d'autres causes peuvent être avancées : éditions exceptionnelles post-crise, compromis d'agenda pour des têtes d'affiche.

L'augmentation des charges artistiques peut s'expliquer de deux manières : à la fois par **l'accroissement du nombre de groupes programmés (+8 %)** et également par **l'augmentation du montant moyen des salaires artistes et contrats de cession** par entité artistique (13 %). Près d'un tiers des manifestations programment plus de 50 groupes/artistes. Ce tiers est composé en grande partie de festivals de Musiques actuelles et Musiques amplifiées dont la durée est assez courte, entre 4 et 5 jours.

L'étude montre également **une forte augmentation des dépenses liées aux assurances (+49 %)**, ainsi que du **poste communication (+22 %)**, dans un contexte de reprise après deux années « blanches » pour certains festivals, et des pratiques culturelles en mutation.

Parallèlement à l'augmentation du montant moyen du prix du billet de 10 %, on constate **une baisse du nombre de spectateurs payants (-5 %)**, soit une augmentation des recettes de billetterie très inférieure à l'évolution générale des dépenses. La hausse des produits s'explique moins par la hausse des recettes propres et des partenariats privés, que par les dispositifs d'aides exceptionnelles qui ont pu compenser en partie la hausse des dépenses sur les deux dernières années.

Le soutien des organismes de gestion collective a diminué de 41 %. Les **financements de l'État (+125 %)**, **du CNM (+167 %)** et **des partenaires privés (+21 %)** ont progressé fortement entre 2019 et 2022, dans une proportion supérieure à l'évolution générale des produits.

[Découvrir le détail de l'étude](#)

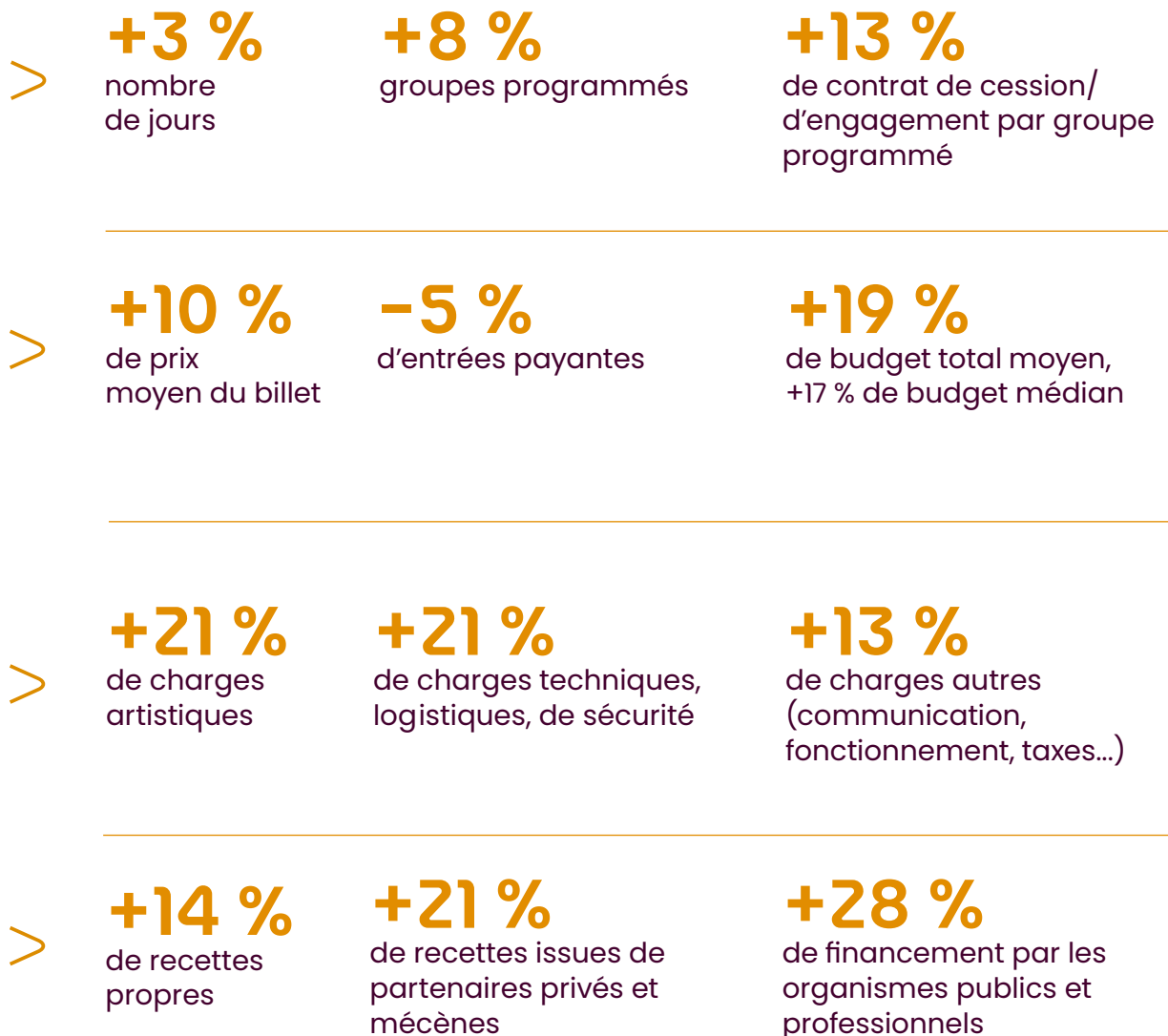
L'étude en chiffres

En moyenne en 2022

>	23^e édition moyenne	43 groupes programmés en moyenne	9 144 € de contrat de cession/ d'engagement par groupe programmé
>	32 € de prix moyen du billet	16 638 entrées payantes en moyenne	1 487 k€ de budget total moyen, 743 k € de budget médian
>	30 % de charges artistiques	45 % de charges techniques, logistiques, de sécurité	25 % de charges autres (communication, fonctionnement, taxes...)
>	60 % de recettes propres	17 % de recettes issues de partenaires privés et mécènes	23 % de financement par les organismes publics et professionnels

L'étude en chiffres

Évolutions 2019-2022

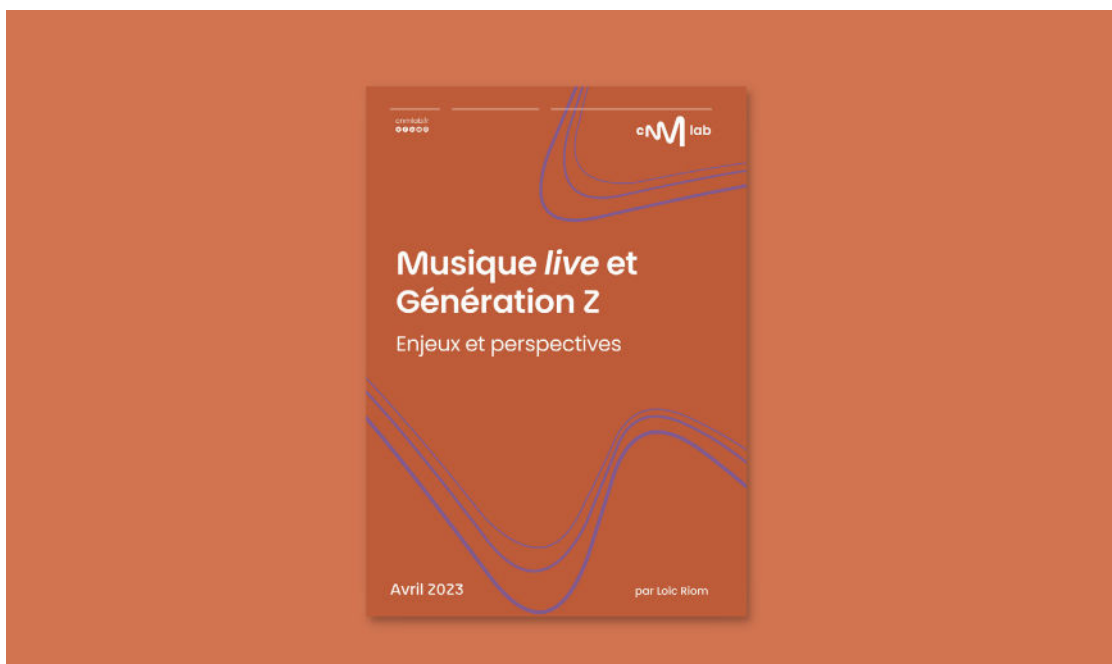


MUSIQUE *LIVE* ET GÉNÉRATION Z

02.

Le CNMlab, laboratoire d'idées du Centre national de la musique, a donné la parole à Loïc Riom, docteur en études des sciences et des techniques, pour explorer les habitudes de fréquentation des concerts de la « Génération Z », les relations entre musique *live* et réseaux sociaux, et ce qui fait venir ou, au contraire, éloigne les publics les plus jeunes.





Musique *live* et Génération Z

par Loïc Riom

L'AUTEUR :

Loïc Riom travaille à l'université de Lausanne et enseigne à l'École polytechnique fédérale de Lausanne. Il est titulaire d'un doctorat en études des sciences et des techniques (Centre de sociologie de l'innovation de l'École supérieure des Mines de Paris). Sa thèse porte sur l'économisation de formats intimistes et secrets de concerts. Plus largement, ses intérêts de recherche se situent à l'intersection de la sociologie de la musique et de l'étude sociale de l'innovation. Ses enquêtes actuelles se concentrent sur les investissements financiers dans l'industrie musicale.

LE RECUEIL :

Alors qu'aussi bien les festivals que les concerts de musiques actuelles ont pendant longtemps été associés à la jeunesse, l'avènement d'une nouvelle génération de consommateurs et de consommatrices — la « Gen Z » — suscite des questions sur leur rapport à la musique *live*. Sur fond d'innovation technologique et de la crise de la Covid-19, une partie des acteurs et des actrices du secteur s'interroge sur le renouvellement de leur public et de la transformation des habitudes de consommation des 13-26 ans.

Cette « onde courte » (note courte du CNMlab) propose un premier panorama des enjeux qui se dégagent de cet hypothétique découplage entre « Gen Z » et musique *live*. Elle vise à examiner ce qui se joue dans la transformation, tant du rapport des 13-26 ans au concert que de celui des professionnelles et professionnels de spectacles aux publics jeunes. Pour ce faire, elle explore trois questions : les pratiques de fréquentation des concerts de la « Gen Z », les relations entre musique *live* et réseaux sociaux, et ce qui fait venir les publics les plus jeunes au *live* ou, au contraire, les en éloigne. En conclusion, elle esquisse trois pistes pour poursuivre la réflexion et identifier des défis, tant du point de vue de la recherche que de celui des pouvoirs publics ou des professionnelles et professionnels du secteur.

[Lire l'onde courte *Musique live et Génération Z*](#)

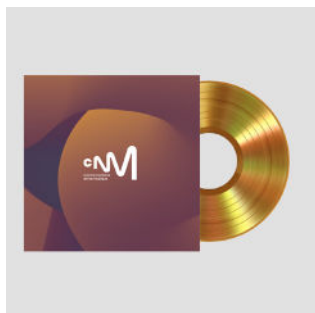
LES PROCHAINS RENDEZ-VOUS DU CNM

Le Centre national de la musique dévoilera de nouvelles publications dans le cadre de sa mission d'observatoire de la filière musicale. Le mois de juin sera également riche en actualités avec l'organisation de la nouvelle édition des Rencontres de l'innovation dans la musique à Lille Métropole ainsi que la sortie du deuxième recueil du CNMlab.

MAI 2023

Certifications export 2022

Le Centre national de la musique dévoilera en mai les certifications export 2022. Celles-ci certifient les ventes à l'international des productions françaises (albums/singles) ayant atteint un seuil « certifiable » entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2022. Véritables indicateurs de la vitalité de la production française à l'international, ces certifications dévoilent chaque année les tendances et les particularités de l'export de la musique produite en France.



JUIN 2023

Deuxième édition des Rencontres de l'innovation dans la musique et remise du Prix de l'innovation dans la musique

Après le succès de l'édition 2022 au MoHo à Caen, le Centre national de la musique organise la deuxième édition des Rencontres de l'innovation dans la musique à la Plaine Images, le hub européen des industries créatives, le 15 juin 2023 à Lille Métropole.

Lors de ces rencontres 2023 sera remis le **Prix de l'innovation dans la musique**. En partenariat avec la BPI, l'IFCIC, la Caisse des dépôts-Banque des territoires et la Fondation BNP Paribas, il distinguera 3 projets innovants de la filière de la musique et des variétés.



Publication du deuxième recueil du CNMlab *Musique et données*

Le CNMlab dévoilera lors des Rencontres de l'innovation dans la musique son deuxième recueil *Musique et données*. Au croisement des mondes de la recherche et de la musique, il se penche sur un sujet qui peuple notre quotidien depuis quelques années : la donnée.

À travers dix contributions, cet ouvrage s'attèle à décoder les mécaniques de la donnée dans la musique, à repérer et analyser les acteurs qui la manient et à étudier leurs relations et leurs pratiques.



JUILLET 2023

Sortie des chiffres de la diffusion des spectacles de musiques actuelles et de variétés de l'année 2022 en France

Le Centre national de la musique présente comme chaque année les chiffres de la diffusion des spectacles de musiques actuelles et de variétés en France, travail annuel d'analyse de la vitalité du spectacle vivant en France.

