



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, vient 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,

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.

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 (arénas, stades, etc.) et les têtes d'affiche, notamment internationales, dans un contexte où ils tendent par ailleurs à revoir à la baisse leurs 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 : enjeux et perspectives*](#)

CONTACTS – RENSEIGNEMENTS :

Centre national de la musique

Nathalie LEDUC
E : presse@cnm.fr
T : 01 83 75 26 84

OPUS 64

Valérie SAMUEL
E : v.samuel@opus64.com
T : 01 40 26 77 94

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