

# CNV info

LA LETTRE D'INFORMATION DU CENTRE NATIONAL DE LA CHANSON DES VARIÉTÉS ET DU JAZZ



N°27  
DECEMBRE 2011

DOSSIER

## La diversité culturelle à l'ère de la concentration économique

Retour sur le débat organisé au MaMA

ZOOM

## Les nouveaux dispositifs de promotion de vos spectacles

LE CNV À LA LOUPE

## Le CNV et l'Outre-Mer

DANS L'ACTU

## Billetterie et second marché

Synthèse du rapport rendu par Jacques RENARD au Ministère de la Culture



centre national  
de la chanson des  
variétés et du jazz

# AGENDA

## Rencontres avec le CNV

Le CNV sera présent

à **Nantes**, dans le cadre des Biennales Internationales du Spectacle. Rendez-vous sur le stand CNV les 18 et 19 janvier prochain.

à **Cannes**, dans le cadre du Midem, du 28 au 31 janvier 2012

Renseignements :  
**Corinne BRET**  
E : corinne.bret@cnv.fr  
T : 01 56 69 11 40

Le CNV info est une publication du Centre National de la Chanson des Variétés et du jazz

Décembre 2011

### Directeur de la publication

Jacques RENARD

### Rédaction

L'équipe du CNV

### Conception et réalisation

www.watsonmoustache.com

### Impression

Technic Imprim

### Photos

Véronique GUILLIEN

Daniel BARDOU (couverture)

Chloé Jacquet (P.5)

SHUTTERSTOCK

### CNV

9 boulevard des Batignolles - 75008 PARIS

T : 01 56 69 11 30 - F : 01 53 75 42 61

E : info@cnv.fr

www.cnv.fr

ISSN 1761-5143

Établissement Public Industriel et Commercial sous tutelle du Ministère de la Culture et de la Communication.

Document certifié PEFC

## Le CNV au service de la promotion de vos spectacles

Toujours attentif aux besoins des professionnels qu'il accompagne, le CNV a modifié ses offres de campagne pour la promotion des spectacles de variétés.

De 2 400 à 12 100 euros, les campagnes proposées par le CNV sont adaptées à la diversité des spectacles qui composent les variétés. Le souci permanent d'encourager et de soutenir la diversité artistique et culturelle a conduit le CNV et les professionnels qu'il a associés à sa réflexion à mettre en place un dispositif particulier, permettant aux petites salles parisiennes et aux spectacles en développement de bénéficier d'une visibilité importante sur la capitale.

### À PARIS

16 campagnes de 7 jours

#### Réseau Paris

réservé aux spectacles présentés dans une salle de moins de 500 places ou aux artistes en première partie.

#### MÉTRO

1 emplacement 100 X 150 sur 130 quais 4 X 3

#### PRESSE

insertion ¼ de page dans A NOUS PARIS

**2 400 euros HT\***

#### Réseau Paris PLUS

réservé aux spectacles présentés dans une salle de moins de 1 500 personnes

#### MÉTRO

1 emplacement 100 X 300 sur 130 quais 4 X 3

#### PRESSE

insertion ½ page dans A NOUS PARIS

**5 450 euros HT\***

#### Réseau Paris MEGA

#### MÉTRO

1 emplacement 100 X 300 sur 130 quais 4 X 3

#### GARES

140 panneaux 80 X 120

#### PRESSE

insertion ½ page dans A NOUS PARIS

Tarif pour un spectacle présenté dans une salle de moins de 1 500 personnes :

**8 850 euros HT\***

Tarif pour un spectacle présenté dans une salle de plus de 1 500 personnes :

**12 100 euros HT\***

### EN ILE-DE-FRANCE

#### Réseau Couronne

10 campagnes de 7 jours

#### GARES

200 panneaux 120 X 174

#### PRESSE

insertion ¼ de page dans A NOUS PARIS

**8 900 euros HT\***

#### Réseau Francilien

15 campagnes de 14 jours

2 campagnes de 21 jours en période estivale

#### GARES

280 panneaux 80 X 120

#### PRESSE

insertion ¼ de page dans A NOUS PARIS

**8 500 euros HT\***

### EN RÉGION

10 campagnes de 7 jours

dans 16 pôles régionaux :

Bordeaux, Caen / Rouen, Clermont / Limoges, Dijon, Grenoble, Lille, Lyon, Marseille, Montpellier, Nancy / Metz, Nantes, Nice, Orléans, Rennes, Strasbourg / Mulhouse, Toulouse.

#### GARES

de 30 à 85 panneaux 120 X 174

**de 1 900 à 3 170 euros HT\***

#### CONTACT - RENSEIGNEMENTS :

**AGENCE KERMON, MANDATÉE PAR LE CNV**

T : 01 43 38 95 02

F : 01 43 38 27 94

## ÉDITO



Jacques RENARD



Guy Marseguerra

Un très profond changement actuellement en préparation engage le devenir du CNV. Le Ministère de la Culture et de la Communication a confié une mission d'étude intitulée « création musicale et diversité à l'ère numérique » à cinq personnalités, Frank Riester (député), Didier Selles (Cour des Comptes), Alain Chamfort, Marc Thonon, et Daniel Colling. La mission a remis son rapport en septembre (document disponible dans son intégralité sur le site du Ministère de la Culture et de la Communication).

A l'issue de ce travail, le Président de la République, sur proposition du Ministre, a décidé de créer un Centre National de la Musique, regroupant l'ensemble des acteurs de la filière musicale (édition, production de disque, spectacle vivant, services numériques...), et appelé à bénéficier de ressources nouvelles. Celles-ci proviennent d'un financement des fournisseurs d'accès à internet (FAI) ; il s'agit de la TST (Taxe sur les Services de Télévision) distributeurs, versée par les opérateurs de télécommunication au CNC (Centre National du Cinéma), dont une partie serait prélevée au profit du nouvel établissement public.

Dans cette proposition, le CNV, comme d'autres structures existantes, dont le FCM, l'Irma, ou le Bureau Export..., a vocation à rejoindre le CNM (Centre National de la Musique), dont la création deviendrait effective dans le courant de l'année 2012.

A cette fin, une mission de préfiguration du CNM, confiée à Didier Selles, a été lancée fin octobre, afin de définir l'ensemble de ses modalités juridiques, budgétaires, techniques et opérationnelles, et remettre ses conclusions au gouvernement le 15 janvier 2012. Il est à noter que les travaux de cette préfiguration devront, selon les termes de la lettre adressée par le Ministre,

être menés « en coordination étroite » avec une autre mission de réflexion commandée par le Ministère et portant cette fois sur le financement du spectacle vivant, laquelle doit aussi « explorer les possibilités de nouvelles ressources ».

Cette perspective soulève l'espoir de nombreux acteurs de la filière musicale, dont on connaît les immenses difficultés actuelles, notamment, mais pas seulement, pour ce qui est de la musique enregistrée. C'est ainsi que le rapport de la « mission Riester » a fait état d'un besoin global de 95 M euros, dont 25 M dans le champ du spectacle vivant. Il apparaît toutefois que le montant des ressources nouvelles effectivement disponibles, et dès lors que la décision serait définitivement annoncée de les affecter à la filière musicale, devrait être de 70 M euros en année pleine (en 2012).

Elle suscite aussi une série d'interrogations, dont le Conseil d'administration s'est fait l'écho lors de l'une de ses récentes réunions, en adoptant une motion. Il s'interroge notamment sur le montant des recettes nouvelles affectées à la partie spectacle vivant et sur le mode de gouvernance envisagé, dans la mesure où il est prévu que le Conseil d'administration du futur CNM soit composé majoritairement de représentants de l'Etat.

Un second évènement extérieur est intervenu récemment, qui affecte aussi directement le CNV, même s'il n'est pas le seul établissement public concerné. L'Assemblée Nationale, dans le cadre de la politique de maîtrise des dépenses publiques, a adopté un amendement gouvernemental plafonnant le produit des taxes affectées de nombreux opérateurs de l'Etat, dont le CNV, si bien que la taxe sur les spectacles de variétés serait plafonnée à 23 M euros en 2012. Il est on ne peut

plus clair qu'une telle disposition, si elle devait être confirmée, porterait un lourd préjudice à l'établissement. C'est pourquoi le Conseil d'administration, réuni en session extraordinaire, a voté à nouveau une motion demandant le retrait de cet amendement.

On le voit, l'actualité institutionnelle est particulièrement intense et complexe, voire difficile et perturbante.

Quoiqu'il advienne, il s'agit, pour le CNV, de poursuivre la réalisation des objectifs initiaux qui ont légitimé sa création initiale, à savoir le développement économique du secteur des musiques actuelles et des variétés et sa structuration professionnelle, ainsi que la préservation de la diversité culturelle et artistique. C'est pourquoi ses instances comme son équipe vont, dans la période qui s'ouvre, maintenir ce cap avec constance, et continuer leurs activités avec la même implication de l'ensemble des professionnels, des représentants des collectivités territoriales et de l'Etat que l'établissement fédère.

Nous aurons bien évidemment l'occasion de revenir dans les prochains numéros sur ces sujets, dans le souci d'informer au mieux et au plus vite l'ensemble de nos lecteurs des évolutions en cours.

**Guy Marseguerra**  
Président

**Jacques Renard**  
Directeur

## LE CNV ET L'OUTRE MER

La taxe sur les spectacles de variétés et de musiques actuelles, instaurée par la loi de 2004, est collectée par le CNV sur l'ensemble du territoire et ce, sans aucune exception. L'établissement constate cependant une faible proportion, voire pour certains territoires et départements d'outre-mer une absence de déclaration de spectacle...

Outil de mutualisation au service de la musique vivante, le CNV se devait de consacrer un focus sur les DOM TOM. En effet, les musiques ultra-marines sont nationalement et, pour certains artistes, mondialement reconnues. On ne compte plus, par exemple, les tournées d'artistes antillais ou réunionnais dans l'hexagone ou les soirées festives qui font honneur à ces musiques. Pour autant, comme dans certaines régions de métropole, la structuration professionnelle doit s'intensifier pour favoriser la permanence artistique et le renouvellement des esthétiques. A ce titre, il convient de souligner que **les territoires ultramarins doivent mériter une attention redoublée de la part d'organismes comme le CNV.**

Tout d'abord la vitalité musicale de ces territoires irrigue les salles de concerts et les festivals en métropole. Ensuite, toute organisation de tournées, toute création de festivals, toute direction d'une salle de concerts nécessitent dans les DOM ou les TOM des moyens importants du fait de l'éloignement du cœur du métier qui reste concentré en France métropolitaine.

Le CNV revendique des missions de diversité, de professionnalisation, d'émergence musicale et artistique. La taxe fiscale gérée par la profession et redistribuée à celle-ci est un levier financier essentiel pour garantir cet éclectisme. C'est pour l'ensemble de ces raisons que **la présence du CNV dans les DOM TOM doit se renforcer et notre établissement mieux se faire connaître.**

**Les DOM ou les TOM ne bénéficient pas d'exonération ou de dérogation particulière, les dispositions relatives à la taxe fiscale s'appliquent de plein droit dans les territoires ultramarins.**

Principes à retenir :

**La taxe fiscale, sa déclaration comme son règlement, sont totalement distinctes du droit d'auteur** et des redevances que chaque organisateur de concert doit payer

à la Sacem, société d'auteurs chargée de collecter les droits d'auteurs et d'éditions pour la musique. **Dès lors, une déclaration d'un spectacle à la Sacem, ne vaut pas déclaration au CNV.**

- **La taxe fiscale n'est pas liée au lieu qui organise le concert ou le festival.** En effet, que vous soyez une collectivité territoriale, un centre culturel avec une part minoritaire de musiques actuelles et de variétés dans sa programmation de saison, un festival pluridisciplinaire, un bar ou encore un hôtel qui organise des spectacles de variétés ou des concerts, **vous devez déclarer et verser la taxe.** Cette dernière n'est pas seulement réservée au secteur privé de production et d'organisation de concerts, elle **est due même si l'organisateur de concert n'est pas titulaire d'une licence d'entrepreneur de spectacles, même s'il est un organisateur défini comme « occasionnel » ou que son activité principale n'est pas le spectacle mais le loisir ou la restauration par exemple.**

Une fois ces principes posés, **comment sait-on qu'un spectacle est un spectacle de variétés ?** Le décret 2004-117 définit les spectacles relevant de cette catégorie. Sont concernés par la taxe sur les spectacles de variétés, **tous les concerts de chanson, pop-rock, jazz, musiques du monde, électro.** Mais aussi les **« one man show », les spectacles de cabaret, les comédies musicales non traditionnelles, les spectacles sur glace et les attractions visuelles.**

La taxe fiscale est encore **méconnue dans les territoires d'outre-mer** car l'activité de concerts y est multiple et variée. A côté des lieux et institutions culturels subventionnés par les pouvoirs publics, fourmillent nombre d'initiatives privées ou associatives qui font vivre la musique sur ces territoires. Les circuits des bars et hôtels sont des espaces pour la musique vivante et ils existent, au même titre que dans l'hexagone, des

initiatives locales où sont organisés des spectacles gratuits. **Il est utile de rappeler que, dans tous les cas, la taxe fiscale sur les spectacles de variétés est due.**

**Comment déclarer et calculer la taxe ? Dès lors que les entrées sont payantes,** le taux de 3,5 % s'applique sur le montant total de billetterie HT émise par l'organisateur. **Quand le concert ou le spectacle est gratuit,** la taxe n'est plus due par l'organisateur mais par le vendeur du spectacle à l'organisateur. La taxe à déclarer est aussi de 3,5 % mais assise sur le montant du contrat de cession du spectacle. **Attention,** si un organisateur de concerts gratuits ne doit pas déclarer la taxe lui-même il se doit d'informer le CNV de qui lui a vendu le spectacle. En effet, l'obligation d'information au CNV est une disposition légale relative à l'impôt et l'organisateur peut se voir réclamer la taxe s'il y a absence d'identification du vendeur. Ce principe se traduit par l'envoi de rappels et mises en demeure par le CNV à l'organisateur.

**Le paiement de la taxe fiscale peut ouvrir des droits.** En effet, de par la loi, **le CNV doit créer** pour chaque spectacle qui acquitte la taxe fiscale **un compte dit « compte entrepreneur »** où sont réservés 65% (moins les frais de gestion) de la somme qu'il a versé. Cette somme accumulée est à disposition de la structure qui l'a payée, elle peut en bénéficier selon le mécanisme du droit de tirage. Pour cela, **elle doit être affiliée au CNV [www.cnv.fr/nav:affiliation](http://www.cnv.fr/nav:affiliation) et titulaire d'une des trois licences d'entrepreneurs de spectacles.**

Sous condition d'affiliation, le CNV propose un éventail d'aides, comme des aides aux tournées, aux festivals, aux salles de spectacles (investissement, activité ou résidence) qui là aussi sont ouvertes aux structures présentes sur tout le territoire national. Certaines structures de l'île de la Réunion bénéficient dès à présent de soutien du CNV pour certaines de leurs actions.

## LE RAPPORT SUR LA BILLETTERIE DU SPECTACLE VIVANT

Le Ministère de la Culture et de la Communication a confié à Jacques RENARD, directeur du CNV, un rapport d'étude et de proposition sur la situation de la billetterie du spectacle vivant en France et plus particulièrement sur le second marché, celui de la revente de billets, et des pratiques dommageables qui s'y développent .



Ce rapport, rendu fin août 2011, pointe les évolutions importantes et rapides qui affectent la situation de la billetterie. Mutations technologiques avec la dématérialisation, le développement du e-ticket ainsi que des codes-barres reçus sur les téléphones portables, et mutations commerciales avec les achats groupés, les bundles ou packs, les concerts privés, sans oublier le développement à venir du yield management (tarification en temps réel). Il souligne aussi les relations entre entreprises de spectacles et distributeurs de billets (FNAC, Ticketnet, Digitick...), et les problèmes liés à la maîtrise de la base de données clients, au contrôle du plan de salles, au rachat récent de Ticketnet par Live Nation.

Le second marché a pris des formes nouvelles et inquiétantes à l'ère numérique, avec la multiplication de sites de revente à vocation « professionnelle » ou spéculative, ou de plateformes d'échange dédiées à la revente de billets à caractère occasionnel.

Les pratiques en vigueur vont de la revente de billets à des prix supérieurs (quelquefois bien supérieurs...) à leur valeur faciale aux arnaques en tout genre, et affectent surtout les spectacles de musiques actuelles et de variétés, en raison de l'attractivité de certains grands concerts et événements et

de la logique de pénurie de billets qu'elle engendre. Elles lèsent le consommateur/spectateur, portent atteinte aux professions du spectacle (désorganisation de la politique tarifaire, atteinte à leur image ainsi qu'à celle des artistes), et en définitive menacent les grands objectifs de la politique culturelle de l'Etat, ceux de démocratisation culturelle et de promotion de la diversité culturelle et artistique.

C'est pourquoi le rapport préconise l'intervention législative (la loi de 1919 existante étant largement obsolète et limitée aux lieux et spectacles subventionnés). Tout en respectant la liberté du commerce, il s'agit de protéger les publics, les professionnels et les artistes. Il est proposé que la revente de billets repose sur l'autorisation du responsable de la billetterie, c'est-à-dire du producteur ou du diffuseur, et que, faute de ladite autorisation, la revente soit illicite et expose à des sanctions pénales dissuasives. Une distinction est cependant opérée entre les revendeurs « professionnels » et les plateformes d'échange, qui doivent pouvoir poursuivre leurs activités, dès lors que celles-ci sont effectivement consacrées à la seule revente occasionnelle (ce qui n'est pas toujours le cas actuellement, une certaine porosité existant malheureusement entre une partie des uns et des autres).

La loi ne suffit pas cependant à régler tous les problèmes. La concertation entre les acteurs est vivement encouragée, afin de déboucher sur un guide des bonnes pratiques ou une série d'engagements réciproques (entre professionnels du spectacle vivant et plateformes d'échange). Les sujets suivants gagnent à être mis sur la table, une fois la loi adoptée :

- le meilleur fonctionnement du premier marché (limitation du nombre de billets par acheteur, éventuel étalement dans le temps de la vente de billets, etc.)
- les modes de fonctionnement des plateformes d'échange (traçabilité des revendeurs et des acheteurs, contrôle éventuel des prix proposés, obligations des plateformes...)
- la mise en place d'un système mutualisé de veille, pour quantifier les transactions sur les plateformes et aussi pour jouer un rôle d'alerte en cas de perpétuation de pratiques délictueuses...

Début octobre, l'Assemblée Nationale, sensibilisée à cette question depuis plusieurs mois, a d'ores et déjà adopté un amendement, à l'initiative de la députée Mme Marland-Militello, et ce dans le cadre du projet de loi sur la protection des consommateurs. Le texte voté reprend largement les principes défendus par le rapport comme par les organisations professionnelles représentatives, en particulier le PRODISS, bien évidemment très soucieuses de voir la loi réguler le second marché. Il doit à présent être soumis au Sénat dans les semaines ou les mois à venir.

Le rapport est téléchargeable à l'adresse suivante : <http://www.culturecommunication.gouv.fr/content/download/13938/118285/file/Rapportmissionbilletterie.pdf>

# L'ECOSYSTEME DU SPECTACLE VIVANT FACE A LA CONCENTRATION EN COURS

Le 21 octobre 2011, dans le cadre du MaMA, le CNV a proposé une rencontre pour échanger sur les implications du mouvement de concentration à l'œuvre dans le spectacle en termes de diversité culturelle et artistique. Une rencontre qui s'inscrit dans une réflexion plus large engagée par les professionnels du spectacle sur les moyens de garantir un équilibre de l'écosystème du spectacle vivant en France. Revue des interventions...



## UN GROUPE DE RÉFLEXION ET DES RENCONTRES SUR LA DIVERSITÉ CULTURELLE ET ARTISTIQUE

Les instances du CNV (conseil d'administration, comité des programmes, membres des commissions et conseil d'orientation) sont convenues au printemps 2011 de constituer un groupe de travail sur la diversité culturelle et artistique.

Ce groupe qui rassemble une trentaine de professionnels participants s'est réuni à deux reprises au cours de l'année 2011 et présentera des propositions au tout début de l'année 2012 en vue de/d' :

- améliorer la connaissance des phénomènes de concentration du secteur du spectacle vivant de variétés et musiques actuelles ;
- mener/favoriser des actions de fond garantissant la possibilité du maintien de la diversité artistique et culturelle sur le long terme ;
- agir rapidement en proposant des pistes d'actions concertées entre professionnels au sein du secteur mais aussi en appelant à introduire ou mobiliser des mesures de régulation et/ou toute autre mesure de politique publique permettant de maintenir/favoriser la diversité des entreprises.

En complément, deux rencontres professionnelles sont proposées au dernier trimestre 2011 :

- « L'écosystème du spectacle vivant face à la concentration en cours », le 21 octobre 2011 (10h45-12h15) dans le cadre du MaMA ;
- « Dans quelle mesure la modification du modèle économique des projets de spectacle, qu'ils soient de création, de production ou de diffusion, a-t-elle une action sur la diversité artistique ? », le 2 décembre 2011 (11h00-13h00) dans le cadre des Trans Musicales de Rennes.

Les mutations actuelles qui frappent la filière musicale ne concernent pas seulement l'industrie du disque, mais aussi le spectacle vivant musical. Si celui-ci subit, certes, les retombées des difficultés du disque, il enregistre également des évolutions spécifiques qui ne sont pas sans conséquence sur la production et la diffusion des spectacles. La dualité s'accroît entre les événements porteurs et les autres, soulignant les disparités entre les structures, les projets, les artistes, dans un contexte de raréfaction des moyens. Des changements importants et rapides affectent simultanément la taille et/ou la nature de certaines entreprises de spectacles : des phénomènes de rachat, de changement du capital, et de concentration touchent la production, la gestion de salles ou de festivals, la billetterie... Entre mondial et local, public et privé, gros et petit, les tensions se font jour, les bouleversements sont notables.

**Quel nouvel équilibre peut trouver l'écosystème du spectacle vivant ? Comment préserve-t-on la prospérité ou la capacité d'initiative de tous les acteurs ainsi que la diversité culturelle et artistique ?**

Intervenants :

**Françoise BENHAMOU**, Professeure à l'université Paris-XIII et responsable de la filière « Économie du patrimoine » à l'Institut national du patrimoine de Paris

**Philippe BERTHELOT**, Directeur de la Fédurok

**Jérôme LANGLET**, Président de Lagardère Unlimited Live Entertainment

**Bernard MIYET**, Président du directoire de la Sacem

**Jacques RENARD**, Directeur du CNV  
**Nicole TORTELLO DUBAN**, Déléguée générale du Prodiss, en remplacement de **Jules FRUTOS**, Président du Prodiss.

Modératrice :

**Véronique MORTAIGNE**, Responsable de la rubrique musiques actuelles du journal «Le Monde».

**Véronique MORTAIGNE** : Des investisseurs tels que Fimalac ou Lagardère sont arrivés récemment dans le secteur du spectacle. En quoi l'expérience de Lagardère Unlimited Live Entertainment (Lule) peut-elle nous éclairer sur les raisons de ce type de sociétés d'entrer dans le spectacle vivant et ce qui les intéresse dans ce secteur ?

**Jérôme LANGLET** :

Nous partons d'une analyse économique. En premier lieu, le spectacle vivant est un marché en forte croissance : de l'ordre de 70% au cours des 7 dernières années. Ensuite, c'est un secteur d'activité que nous connaissons : cela fait plusieurs années que Lagardère investit dans ce secteur — par exemple avec Mozart l'Opéra Rock — même si jusqu'à présent il n'y avait pas d'unité

dédiée à cette activité. Enfin, il existe de nombreuses synergies avec d'autres activités du groupe : le groupe Lagardère est par exemple éditeur de livres et détient des droits qui sont adaptables pour des exploitations dans le cadre de spectacles vivants. De même, nous représentons aujourd'hui des sportifs et pouvons adapter ce modèle à la musique. Autre exemple de synergies, comme Lagardère est un groupe media avec une régie publicitaire, les marques ont l'habitude de travailler avec lui et certaines le sollicitent pour savoir comment entrer dans le secteur de la musique. Cette proximité aux marques, aux autres secteurs de l'économie, est elle-même aussi une opportunité... Lagardère gère aussi des salles dans le monde et, là encore, il y a des synergies à développer. Le rachat récent des Folies Bergères est une opportunité de marché : il n'y a pas ou très peu de nouvelles salles à Paris. Pour Lagardère, contrôler une salle permet de mieux maîtriser ses projets. Les Folies Bergères n'ont bien entendu pas vocation à accueillir que les spectacles de Lagardère. Le but n'est pas de développer un artiste ou un spectacle comme on développe une marque. Il s'agit bien plutôt d'un marché d'opportunité. Le spectacle est un projet et si l'on croit à ce projet, à son équipe artistique et son équipe de production, on se donne tous les moyens pour que ce projet rencontre le plus grand succès possible.

**Véronique MORTAIGNE** : Une expérience telle que celle de Lagardère est-elle le signe d'une hyper concentration à venir ? Quel est le cadre législatif dans lequel s'inscrivent ces évolutions du secteur ?

**Existe-t-il un lien entre concentration des entreprises et concentration artistique ?**

**Jacques RENARD** :

C'est en tout cas le signe évident de mutations. La concentration de la production est perceptible en termes de recettes, de chiffre d'affaires. Du point de vue du CNV, on observe une distorsion entre les gros spectacles qui fonctionnent bien et les petits et moyens spectacles qui éprouvent plus de difficultés. Sur le plan capitalistique, des mutations importantes sont à l'œuvre : on voit arriver de nouveaux intervenants, français ou non, en provenance de l'intérieur comme de l'extérieur de la filière musicale. Le mouvement de concentration s'opère à la fois de manière verticale et de manière horizontale. La question n'est pas de savoir si dans ce mouvement de concentration, certains acteurs sont des « bons » et d'autres des « mauvais » mais bien de déterminer si un lien existe entre

la concentration et l'uniformisation, contraire à la diversité. Ce lien n'est pas mécaniquement établi. Sur le plan législatif, le droit de la concurrence s'applique au secteur du spectacle comme à tous les autres secteurs de l'économie. Dans d'autres secteurs de la culture, des mesures de régulation (c'est le cas dans le cinéma par exemple) ou encore des dispositifs anti concentration (dans les media par exemple où cela fonctionne plus ou moins bien) existent. Mais dans le spectacle vivant, il n'existe pas de système de régulation spécifique même s'il existe des systèmes de péréquation ou d'entraides comme celui du CNV ou de certains réseaux de salles. Cette absence de régulation ne pose pas de problème particulier pour le spectacle vivant subventionné. Mais le secteur des musiques actuelles et des variétés est majoritairement privé et il s'agit aujourd'hui de savoir si un dispositif de régulation doit être introduit. Il est dans un premier temps indispensable de poser le débat et seulement après de déterminer si cette régulation est nécessaire. D'aucune manière les initiatives des investisseurs ne doivent être empêchées, bien au contraire. La question à se poser est : comment préserver la diversité culturelle et artistique et permettre que les nouveaux talents puissent continuer à émerger ? Dans le cadre de l'initiative privée, primordiale dans le spectacle vivant musical,

la problématique est de préserver un tissu d'entreprises qui peuvent continuer à porter des projets même si de nouveaux entrants investissent le marché. On a vu dans le cinéma que le financement de films non (ou

moins) commerciaux pouvait être assuré par de grands réseaux commerciaux. Mais dans le spectacle vivant comme dans ce secteur, il est certain que ce n'est pas seulement avec les grandes entreprises que la diversité des contenus artistiques pourra être préservée.

**Véronique MORTAIGNE** : La diversité de la musique semble, beaucoup plus que dans le cinéma, exister dans le morcellement des entreprises qui la produisent. Quel est votre avis d'économiste de la culture ?

**Françoise BENHAMOU** :

La musique est dans une situation très différente de celle du cinéma : dans le cinéma environ 500 titres sortent chaque année, dans la musique c'est très nettement plus. Le secteur musical a servi de modèle aux autres industries culturelles : comme « laboratoire du désastre » — on a vu la musique enregistrée perdre la moitié de son chiffre d'affaires en quelques années — mais aussi comme laboratoire d'invention de nouveaux modèles, comme dans les relations entre le spectacle vivant et la musique enregistrée, dans le mode d'émergence et de production des projets artistiques. Ces modèles sont observés par les autres secteurs de la culture comme par les éditeurs de livres qui analysent ce qui s'est passé dans l'industrie musicale tant dans ses aspects positifs que négatifs. Toutes les industries culturelles sont des industries de prototypes avec des structures industrielles très variées où cohabitent des indépendants et des grandes entreprises. L'innovation n'est pas forcément le fait des seuls indépendants, mais la diversité des entreprises est sans doute le garant de la diversité des contenus. Il y a nécessité à opérer une péréquation des risques, une péréquation des temps longs et des temps courts et à voir comment les articuler dans un modèle économique. Dans ce cadre, les entreprises de grande taille ont un avantage qui est sans doute renforcé dans le monde numérique car il est souvent nécessaire de faire des investissements « à l'aveugle ».

**« L'innovation n'est pas forcément le fait des seuls indépendants, mais la diversité des entreprises est sans doute le garant de la diversité des contenus. »**

Ceux qui s'en sortent sont souvent soit les très gros, soit les très petits sur des marchés de niches. Les moyens tanguent : c'est pour eux que la situation est la plus difficile.

Certaines grandes entreprises ont la capacité à faire à la fois de la croissance externe et de la croissance interne à un niveau international, comme Live Nation, d'autres à miser sur l'entrée dans le spectacle vivant

par la diversification comme Lagardère. Les rachats de salles par les grandes entreprises sont le signe de la relative bonne santé du spectacle vivant mais ce sont aussi des facteurs d'augmentation des prix, notamment par la spéculation. Le star system a toujours existé, mais la tendance actuelle est à une bipolarisation croissante (coexistence de très grosses et de toutes petites entreprises). Cela est perceptible dans les chiffres publiés par le CNV sur la diffusion mais aussi sur d'autres marchés comme le livre ou le cinéma. Dans le secteur musical, il n'existe pas ou peu de barrières à l'entrée. Il est aisé d'y entrer mais il est plus difficile d'y grandir. C'est un secteur caractérisé par un oligopole à franges avec une diversité d'entreprises extrêmement disparates et vivantes. Quel que soit le secteur, quand l'innovation disparaît, la demande s'essouffle. Or, pour innover, on a besoin de nombreuses et de diverses entreprises.

**Véronique MORTAIGNE : Du point de vue de la Sacem, qui œuvre à collecter les droits d'auteurs, le constat est-il comparable ?**

**Bernard MIYET :** Intervenant à 360°, la Sacem peut analyser la situation sous différents angles. Sur la dernière période, malgré la chute brutale, de l'ordre de 60% sur 6 ans, des revenus des auteurs provenant de la musique enregistrée, on observe le renforcement de la concentration au niveau national comme au niveau international. Les majors sont plus fortes mais elles recentrent de plus en plus le pouvoir de décision au niveau international. Par exemple, EMI Publishing a concentré la majorité de ses activités à Londres avec un simple bureau français ; Universal accroît sa domination au niveau européen et américain. Ces évolutions du marché ont un impact sur le spectacle vivant. Aux Etats-Unis, le marché a cru fortement du fait d'une multiplication des prix des billets par deux ou trois au profit essentiel des grandes stars. Mais il y a des limites à cette inflation : cela pèse sur les ménages et sur l'ensemble du spectacle vivant. En France, la Sacem constate une concentration importante des spectacles et des revenus sur les grandes tournées. Cela suscite des interrogations sur ce qui va nourrir la création de demain. Le niveau moyen de perception de droits d'auteur sur le secteur associatif est bien moindre mais c'est là que se trouvent les répertoires les plus modestes, les plus ré-

gionaux, les répertoires dits de niche... et il faut permettre que ces acteurs garantissent le renouvellement des talents. Il faut aussi souligner l'importance de la diffusion de premières parties de spectacles. La Sacem, pour les favoriser, a d'ailleurs modifié les règles de répartition des rémunérations en réduisant les droits versés aux premières parties à 10% du total des représentations. Mais certains artistes importants s'opposent toujours à l'accueil de premières parties à leurs spectacles. C'est un signe du manque de solidarité du secteur. D'un autre côté, tout ce qui touche à l'autoproduction crée une demande très forte avec une pression réelle de demande d'aides alors que le soutien des maisons de disque et celui des media font défaut et qu'il reste difficile de se faire une place dans le spectacle vivant. Il existe un réel appel au soutien à l'ensemble de la filière. La Sacem de son côté a revu ses propres schémas, notamment vis-à-vis de la diffusion sur internet car c'est l'un des tout premiers lieux d'exposition pour enregistrer, diffuser un projet musical. La Sacem s'est donc battue pendant des années pour obtenir des licences avec Youtube et Dailymotion. La diffusion numérique de musique représente encore des sommes très marginales mais c'est un moyen de promotion incontournable et il est nécessaire d'entrer dans un schéma « gagnant-gagnant ». Dans la même logique, la Sacem est en discussion sur une adaptation des droits dans le

**“ En France, la Sacem constate une concentration des spectacles et des revenus sur les grandes tournées. Cela suscite des interrogations sur ce qui va nourrir la création de demain. ”**

**Véronique MORTAIGNE : Le numérique change les pratiques et le secteur de la musique. Pensez-vous que les fournisseurs d'accès internet participeront au financement de l'écosystème ?**

**Françoise BENHAMOU :** Un mouvement de production par les internautes et un rassemblement sur internet de publics très dispersés sont possibles, par un effet de longue traîne en quelque sorte. Il existe un possible retour sur investissement mais il est aujourd'hui encore très réduit. Il semble que le modèle internet a vocation à s'ajouter et non à se substituer au modèle existant. C'est un modèle intéressant dans sa symbolique, par les relations qu'il favorise

entre créateurs et consommateurs, par les modifications que cela peut introduire dans les modes de prescription. Il semble que l'on soit loin de la sortie de la crise de valeur dans laquelle le numérique a plongé le secteur. En effet, le numérique a tendance à détruire de la valeur mais surtout à séparer le lieu de l'appropriation de la valeur et celui où elle a été créée. Les acteurs qui viennent des télécommunications ou d'internet récupèrent une partie de la valeur de la musique. Plus que la concentration, la question posée au régulateur est de savoir où récupérer de la valeur issue de la musique, comment retrouver une fiscalité qui ne soit pas nomade, comment « moraliser » le secteur.

**Bernard MIYET :** Le taux de substitution du numérique sur le physique n'est que de 10 à 15% et la valeur qui n'est pas détruite est captée par d'autres acteurs. Lorsque les fournisseurs d'accès internet nous disent qu'ils ne sont que des transporteurs et qu'ils ne sont prêts à contribuer au financement de la musique que si l'on paye pour la bande passante utilisée, le risque c'est de payer deux fois.

**Véronique MORTAIGNE : Le spectacle vivant paye-t-il les conséquences de cette reconfiguration ?**

**Françoise BENHAMOU :** Oui mais le spectacle vivant a aujourd'hui plus de forces car, après le renversement qui s'est opéré, il tire vers l'avant, désormais, l'ensemble du secteur musical.

**Jérôme LANGLET :** On n'a jamais autant consommé la musique qu'aujourd'hui. Il n'y pas de crise de la musique. Il y a une crise du disque et, la valeur ayant quitté le secteur traditionnel, c'est un nouveau modèle économique qui est en train de se mettre en place.

**Jacques RENARD :** Aujourd'hui, le spectacle vivant de variétés et de musiques actuelles représente environ 600 millions d'euros de billetterie, soit un peu plus que les ventes de gros de disques en France. Mais ce n'est qu'une partie de la valeur de la filière musicale. Le spectacle vivant est concerné comme l'industrie phonographique par l'exploitation de la musique sur internet ou via des canaux non traditionnels : par exemple, que ce soit en différé ou en direct, les retransmissions de spectacles dans des salles de cinéma se développent. Une question est posée par les organisations d'employeurs sur l'extension des droits voisins aux producteurs de spectacles. Du côté du CNV, on pose la question de l'extension de l'assiette de la taxe fiscale

ou, de façon plus générale, de l'extension des perceptions aux fournisseurs d'accès internet... L'ensemble des producteurs de contenus doivent pouvoir récupérer de la valeur qui sort aujourd'hui du secteur.

**Véronique MORTAIGNE : Du point de vue d'une fédération de salles telle que la Fédurok, quel est le constat sur l'écosystème du spectacle vivant aujourd'hui ?**

**Philippe BERHELOT :** La difficulté est de cerner cet écosystème. Dans une vision idéale, un écosystème existe dans un biotope diversifié composé d'autres écosystèmes. Celui du spectacle vivant existerait ainsi avec d'autres écosystèmes (enregistré, media, amateurs, développement territorialisé...). Il existe une interaction entre les écosystèmes qui suppose que chacun existe dans un équilibre avec des participants au développement mesuré et régulé. Si l'un des participants rentre dans un processus de développement agressif non régulé, le biotope est mis en déséquilibre et les écosystèmes sont menacés dans leur diversité. Deux problèmes majeurs se posent comme facteur de déséquilibre : le modèle d'expansion économique illimitée, comme se qualifie l'oligopole Lagardère entertainment, « unlimited ». Il y a pourtant d'autres modèles de développement qui existent basés sur l'autolimitation, à l'exemple de ceux de l'économie sociale et solidaire. L'autre problème est le déplacement de la valeur travail en particulier et de la production (qu'elle soit artistique ou non) vers une prédominance de la valeur spéculative. Ces deux logiques lourdes perturbent par ailleurs le jeu d'une concurrence, qui est affirmée comme la seule de fonctionnement collectif, dont elles sont l'émanation extrême. Le résultat de cette mécanique est la captation de ressources par quelques-uns au détriment d'une majorité, avec dans l'état actuel des règles de concurrence, la constitution d'oligopoles croissant indéfiniment en absorbant, vassalisant ou détruisant les autres acteurs. Cette logique concurrentielle a même pénétré le service public. On la retrouve dans les délégations de services publics pour les lieux par exemple : pour une collectivité territoriale, comment résister à un groupe qui propose de prendre la gestion d'un lieu pour un coût minime pour la collectivité alors que les contraintes budgétaires sont croissantes ? Il existe un vrai risque d'oublier la dimension sociétale et humaine face à une rentabilité purement comptable et financière. Certaines collectivités territoriales en arrivent même sous prétexte de résister aux logiques de marché, à adopter paradoxalement le fonctionne-

ment des sociétés anonymes (SA) en se positionnant comme actionnaire avec la création des Sociétés Publiques Locales. Le modèle économique dominant en Europe a déjà contaminé le secteur de la santé. Il contamine à présent le secteur culturel... Il est nécessaire d'interpeller et de trouver les voies d'une régulation politique pour qu'il ne soit pas l'unique modèle de développement.

**Véronique MORTAIGNE : Jules FRUTOS m'indiquait en préparant cette rencontre que le problème était plutôt qualitatif : comment mettre des produits/services de qualité dans le secteur ?**

**Nicole TORTELLO DUBAN :** Jules FRUTOS, était invité en tant que président du Prodiss et producteur à intervenir à cette rencontre. Je m'exprime en tant que déléguée générale du syndicat. Nous représentons les entreprises de spectacle du do-

**“ Il y a pourtant d'autres modèles de développement qui existent basés sur l'autolimitation, à l'exemple de ceux de l'économie sociale et solidaire. ”**

maine privé qui sont des acteurs extrêmement divers, de toutes petites comme des moyennes structures. Nous avons la chance en France d'avoir un maillage de salles intéressantes et assez unique. Les différents acteurs ont le souhait de préserver la diversité culturelle. Aujourd'hui la diversité capitaliste existe et tout le monde vit ensemble dans la complémentarité. Le problème réside plus dans la diversité culturelle : dans la sauvegarde et la mise en avant d'esthétiques diverses on dispose d'un savoir-faire français qu'il nous faut pouvoir développer. Il est important d'être en capacité de renouveler les offres, les esthétiques. Nous sommes conscients que le spectacle vivant est un secteur attractif mais il rencontre un manque d'accompagnement à tous les niveaux. Nous sommes par exemple attachés à obtenir un droit de propriété intellectuelle pour protéger l'investissement et l'encourager. Mais sur ce dossier, les pouvoirs publics ne sont pas très courageux. Aujourd'hui, le spectacle vivant a potentiellement une valeur économique mais n'a pas toutes les possibilités de cette valorisation, y compris sur internet. Des revenus ont par exemple été obtenus par le sport pour les droits de retransmission mais pas par le spectacle. Il faut aussi lutter sur le front du second marché de la billetterie et éviter que l'escroquerie se développe sur internet. La hausse des cachets des

stars est une réalité et il est aussi important que le prix des places n'augmente pas trop. Des salles petites et moyennes ont du mal à survivre, certains pâtissent de la concentration sur les gros spectacles.

**“ Nous sommes conscients que le spectacle vivant est un secteur attractif mais il rencontre un manque d'accompagnement à tous les niveaux. ”**

Les chantiers sont nombreux. Il est important aujourd'hui de porter auprès des décideurs et des pouvoirs publics le message que ce sont de toutes petites structures qui œuvrent dans le spectacle vivant et qu'elles sont certes très réactives mais aussi très fragiles. D'où l'importance de les reconnaître et de les accompagner. Que fait-on aujourd'hui pour le spectacle vivant à l'ère numérique ? Rien. On parle aujourd'hui d'un Centre national de la musique, pour quoi pas, mais à partir du moment où il pourra faire des choses. Le Ministère de la culture et de la communication a lancé deux missions, une sur la filière musicale et l'autre sur le spectacle vivant. Elles peuvent se déchirer sur une éventuelle nouvelle manne financière mais celle-ci risque bien de ne pas être obtenue. Les aides sont pourtant aujourd'hui nécessaires pour créer et diffuser de nouveaux talents. Alors que le top ten des artistes en France est toujours composé des plus anciens/âgés, il est important de renouveler la scène et de reconnaître son importance. Une autre menace pèse sur le spectacle vivant, l'utilisation des radiofréquences. Celles octroyées pour les grands spectacles risquent de baisser très prochainement pour en octroyer de nouvelles à la téléphonie. Là encore, le spectacle vivant n'est pas protégé. Il est nécessaire qu'au-delà des différences qui le caractérisent le spectacle vivant porte un message commun d'un besoin d'aides nécessaires à sa préservation.

**Véronique MORTAIGNE : Lagardère Unlimited Live Entertainment et la Fédurok sont donc en quelque sorte dans le même bateau.**

**Question de la salle : Quel est le contexte européen ?**

**Bernard MIYET :** Comme le droit de la concurrence que nous évoquions tout à l'heure, aujourd'hui beaucoup de questions se posent au niveau européen, au regard de la concentration dans l'industrie musicale ou encore du fait de l'impact de la directive service sur la licence d'entrepreneur de spectacles, par exemple. Lorsqu'on évoque la création d'un Centre

National de la Musique (CNM) en France, on prend en exemple le CNC. Mais au sein du CNC, les créateurs et artistes francophones, comme les seuls producteurs nationaux sont protégés. Dans le domaine de la musique enregistrée ou de l'édition, on ne s'est jamais préoccupé de savoir quelle était la nationalité des artistes et des entreprises. Cette approche existe certes encore un peu avec le CNV et les licences d'entrepreneurs de spectacles mais cela est en cours d'évolution. Les répertoires gérés par la Sacem sont largement organisés autour des répertoires francophones. La gestion des répertoires par les sociétés d'auteurs a récemment été fragilisée car les répertoires anglo-américains ont été exclus des droits contrôlés par ces sociétés, les grands éditeurs souhaitant désormais les gérer en direct. Cela peut remettre en cause le principe de solidarité et l'égalité de traitement des créateurs et des répertoires : si vous disposez d'un répertoire modeste, vous avez un pouvoir de négociation nul ou amoindri avec de gros opérateurs comme iTunes par exemple. Soit vous êtes oublié, soit vous êtes dévalorisé. Si ce sont les plus gros qui imposent leurs conditions, on risque d'entrer dans une logique de différenciation de la valeur intrinsèque des œuvres et des auteurs alors qu'elle était égale pour tous jusqu'à présent. C'est le poids économique de l'éditeur qui prime alors. Comment faire en sorte d'avoir un système incitatif plutôt qu'un système qui n'entraîne pas l'innovation ? Nous avions émis un sentiment mitigé lors de la mise en place de la carte musique et elle ne semble pas avoir abouti à promouvoir et renforcer notre répertoire national.

#### Jacques RENARD :

Il y a énormément de choses à dire sur le contexte européen. Le secteur du spectacle vivant est peu réglementé en France mais dans les autres pays il ne l'est pas du tout. Cela est en train d'évoluer fortement du fait de l'application de la directive service et sa transposition en droit national. Elle modifiera les conditions d'accès des entreprises européennes au marché français mais sa conséquence est aussi de permettre aux producteurs français de travailler davantage hors de leurs frontières. Il n'existe pas de réelle politique publique culturelle européenne mais il faut savoir utiliser les outils de droit commun qui existent, comme le droit de la concurrence européen. Un projet de rachat d'un groupe d'édition français a par exemple été porté auprès de la Cour européenne et cela a conduit à son abandon. La politique européenne a des inconvénients mais elle a aussi des avantages. Dans l'univers européen actuel, il est probablement très difficile

de construire un outil tel que le CNC et de mettre en place des politiques de protection. Cela n'empêche cependant pas de se poser la question de l'opportunité de leur mise en place... pour garantir la survie d'un écosystème entre mondial et local, public et privé, petit et gros. Quel peut être le rôle des pouvoirs publics certes mais aussi des outils existants comme le CNV ? Au CNV, nous avons aussi un rôle à développer sur l'information et la connaissance. Nous le faisons déjà en partie mais nous devons notamment développer nos outils de connaissance des aspects capitalistiques et financiers du secteur du spectacle. Enfin, quel est le

**“ Il n'existe pas de réelle politique publique culturelle européenne, il faut savoir utiliser les outils de droit commun qui existent, comme le droit de la concurrence européen.”**

rôle des professionnels eux-mêmes ? Ceux-ci peuvent imaginer des accords contractuels entre eux, des chartes de bonnes pratiques, comme cela s'est fait dans le cinéma : sur les tarifs, les programmations d'artistes, les répartitions de territoire...

**Véronique MORTAIGNE : Faut-il se protéger ou bien regarder se passer une dégradation jusqu'alors inusitée en attendant de voir émerger un nouveau modèle ?**

#### Françoise BENHAMOU :

La meilleure protection c'est l'action. Sur les questions de concurrence, le droit commun a les outils nécessaires soit au niveau national, soit au niveau européen quand cela est nécessaire. Et l'exemple d'Editis / Lagardère, cité tout à l'heure, l'a montré. Sur la question des monopoles, il est intéressant de noter que l'on souhaite à la fois lutter contre eux et les sauvegarder, comme dans le cas des sociétés d'auteur, qui sont des monopoles que les économistes qualifient de « locaux »... Nous sommes en pleine contradiction même si ce n'est pas, il est vrai, le même type de monopoles. Par ailleurs, je suis toujours mal à l'aise devant la demande de l'octroi de plus de subventions. Il existe déjà des subventions qui ne sont pas négligeables et un système de mutualisation comme celui du CNV qui permet de générer un volume financier équivalent par exemple à la totalité des revenus du streaming... Ce sont des sommes qui peuvent être réallouées à la profession et qui permettent de travailler correctement à son soutien. Demander des subventions supplémentaires aujourd'hui est un combat perdu. Dernière remarque : le spectacle vivant est protégé, y compris par les droits d'auteur sur les œuvres...

#### Nicole TORTELLO DUBAN :

Effectivement, l'auteur est individuellement protégé mais les investissements du producteur de spectacle ne le sont pas car ils ne bénéficient pas de droit voisin alors que les autres contributeurs en disposent. En Allemagne, une société de gestion collective vient d'être mise en place...

#### Jérôme LANGLET :

Concernant l'Europe, on a beaucoup plus parlé des contraintes qu'elle impose que des opportunités et des ambitions qu'elle permet de saisir et de formuler. Pour nous, l'Europe représente beaucoup d'opportunités. Sur la question de la protection des droits des producteurs du spectacle, certes, il n'existe pas de loi encadrant ce droit aujourd'hui mais il est possible de le gérer de façon individuelle et contractuelle. Dans le cas de l'exploitation d'une captation audiovisuelle par exemple, la négociation s'opère directement entre le producteur audiovisuel et le producteur du spectacle vivant.

#### Nicole TORTELLO DUBAN :

Le problème se pose plus globalement pour les captations pirates ou pour les captations par les producteurs de spectacles eux-mêmes. Pour obtenir un droit voisin, la seule solution proposée aujourd'hui aux producteurs de spectacles est de devenir soit producteur phonographique, soit producteur audiovisuel.

#### Philippe BERTHELOT :

Le problème réside dans la logique de l'ultra-libéralisme et de l'ultra-concurrence. Les mesures anti trust n'interviennent que lorsqu'il est trop tard et qu'il ne subsiste plus que de grandes groupes. Il est intéressant de noter que les Etats-Unis ont été le pays qui a le premier adopté une loi anti-monopole en 1890...

#### Véronique MORTAIGNE :

**Le secteur qui est le mien, la presse, se trouve dans une situation comparable mais l'on n'a pas suffisamment regardé ce qui se passait dans d'autres secteurs. La filière musicale est un laboratoire d'idées, d'expérimentations, que les autres secteurs de l'économie observent. Merci à tous pour vos contributions.**

Vous souhaitez réagir à cette réflexion, vous pouvez adresser votre message à : [ressource@cnv.fr](mailto:ressource@cnv.fr)

## ZOOM

# LES ZÉNITH, UN RÉSEAU TOURNÉ VERS L'AVENIR...

**Le réseau Zénith comporte aujourd'hui 17 salles de 6 000 à 12 000 places. C'est un réseau unique de salles exceptionnelles dans leur construction comme dans leur fonctionnement.**

Zénith de Rouen - CREAR - Architecte B Tschumi & associés



C'est, en effet, le seul réseau au monde de salles de spectacles de cette importance en maîtrise d'ouvrage publique. Notre territoire s'est donc enrichi de remarquables réalisations architecturales, qui sont également de magnifiques outils au service des productions et des publics. La présence de ces salles n'est d'ailleurs pas étrangère au succès des spectacles en tournée dans l'hexagone. Un succès qui mérite une attention particulière afin de préserver l'avenir des Zénith et de permettre un développement solidaire des spectacles comme du réseau.

### La crise n'épargne pas les salles de grande capacité

Les tensions économiques sont de plus en plus fortes dans notre secteur et si certains Zénith se portent très bien, d'autres rencontrent des difficultés, notamment ceux implantés dans des agglomérations moyennes (moins de spectacles produits, fréquentation en berne et des collectivités qui pressent les exploitants d'obtenir des « résultats »). A ces contraintes s'ajoute une possible déstabilisation des équilibres de certaines salles par la concurrence des lieux multi-activités et les projets de construction d'Arenas. La concentration que l'on remarque aussi dans le spectacle vivant accentue le risque d'un réseau « à deux vitesses ». Dans ce contexte particulier, la demande d'une libéralisation des conditions d'exploitation des Zénith (abandon des contraintes du cahier des charges, la possibilité pour les salles de produire ou coproduire) a suscité de nombreuses interrogations dans la profession.

### Une large concertation a eu lieu à propos de l'évolution du cahier des charges et du devenir des Zénith

C'est à la demande du Ministère de la Culture et de la Communication, que le CNV a mis en place en 2010 un groupe de travail et lancé une large concertation afin d'évaluer la pertinence actuelle des dispositions du cahier des charges Zénith et, plus largement, de réfléchir au devenir des Zénith dans le paysage des équipements culturels en France et leur place dans l'action des pouvoirs publics en faveur du secteur des musiques actuelles et des variétés.

Par-delà les questions posées à propos de ce texte de référence (doit-on maintenir ce cahier des charges ou abandonner toute réglementation économique dans le réseau Zénith ?), ce sont donc les relations entre toutes les parties concernées (Etat, collectivités, exploitants et directeurs, producteurs, prestataires de billetterie...) que cette démarche a permis d'interroger, d'analyser et parfois même de clarifier.

### Un document d'orientation vient d'être adressé à l'ensemble des parties concernées

A l'issue de ce travail de consultation et d'analyse, le cahier des charges se trouve à la fois conforté dans ses principes fondamentaux et assoupli ou précisé dans certaines de ses dispositions (maintien de l'impossibilité pour les salles de produire ou coproduire des spectacles, retrait des

producteurs au sein du capital des sociétés d'exploitation...). Si ces conclusions renforcent le Label et le réseau des salles Zénith, elles ouvrent également la voie à une nouvelle stratégie de soutien et de développement de l'activité de ces salles.

Ainsi, dans le respect de la diversité des entreprises et des artistes, dans le souci d'une répartition équitable et solidaire de l'offre de spectacles et des moyens de production, les organisations professionnelles ont manifesté leur soutien aux principes du label Zénith et pour le développement des spectacles dans le réseau en toute transparence et équité.

### Un réseau en extension ?

De nouveaux projets sont, en effet, à l'étude; le plus avancé est le Zénith du Port à l'île de la Réunion (au stade de l'avant-projet définitif) qui prévoit une salle de 4 000 places et un espace extérieur pouvant accueillir jusqu'à 10 000 personnes. Ce projet, pour lequel une concertation est en cours entre la Ville, les services de l'Etat (au niveau central et régional) et le CNV est dans l'attente d'une confirmation définitive au moment où ces lignes sont écrites. Une initiative similaire a également été lancée par la Ville du Lamentin à la Martinique (au stade du concours de maîtrise d'œuvre).

Cette installation de Zénith ultramarins, prolongement du réseau hexagonal, est une bonne nouvelle pour les publics, comme pour les producteurs de ces territoires. De plus, elle est susceptible de favoriser le développement à l'international du concept, que le CNV compte bien promouvoir.

Les éditions archibooks ont édité fin 2010 un ouvrage « les Zénith en France, histoire de 1984 à nos jours » qui présente chacune de 17 réalisations architecturales avec de nombreuses photos et des textes de Carol Maillard.

[www.archibooks.com](http://www.archibooks.com)

LE CNV ADRESSE SES MEILLEURS VŒUX AUX ENTREPRENEURS DE SPECTACLES ET AUX ARTISTES, ET CONTINUERA EN 2012 À LES ACCOMPAGNER DANS LA CRÉATION, LA PRODUCTION ET LA DIFFUSION DE LEUR PROJETS

VA \* ALTAN \* AMAURY VASSILLI \* ANATOLI \* ANDROMAQUE \* ANNE \* ARNAUD SAMUEL \* ARNAUD TSAMERE \* ARNO \* ARTHUR H \* ARY \* BISSOKO \* VINCENT SEGAL \* BOB DE CAR \* BOB L'ONCLE BOUL \* BEN

MAZUE \* MISTRAL \* MOUSSA \* MROGERS \* BOUBACAR TRAORE \* MURIELLE DELVIGNE \* BRAIN DAMAGE \* BRIGITTE \* BROUSSAI \* BRUNO \* BURRINO \* HEADPHONES \* CARATINI JAZZ ENSEMBLE \* CARMEN MARIA VEGA \* CARTOUCHE \* CASADOUR \* CATHERINE LARR \* CATHERINE RINGER \* CECILE \* CECILE \* CES ANNEES LA A SAINT-GERMAIN DES PRES \* CHANON (LE BIP) DORRE \* CHANTS SACRES GITANS EN PROVENCE \* CHAPELIER FOU \* CHARLIE COUTURE \* CHARLES PASI \* CHEVEU \* CHINESE MAN & TAIWAN Mc LIVE \* CHLOE LACAN \* CHLOE LACAN \* CHLOE LACAN \* COCOON \* COEUR DE PIRATE \* COLLECTIF LEBOCAL \* CONTE DE BOUDEBBACA \* CONCHETTE KATY \* CORLEONE \* CORNEILLE \* CYRIL MOKAJESH \* DAMIEN ROBITAILLE \* DANAKIL \* DANIEL ERDMANN & FRANCIS LE BRAS \* DAPHNE \* DE PALMAS \* DEBOUT SUR LE ZINC \* DENIS COLIN & LA SOCIETE DES ARPENTEURS \* DEPORTIVO \* DESHABILLEZ MOTS \* DIDIER BENUREAU \* DIDIER SUPER LA COMEDIE MUSICALE \* DIDIER WAMPAS \* ELIASA CATOUR \* DUB INC \* ELEKTRISK GONNER \* ELISA JO \* ENZEL CAPE \* ENIK TRUPFAZ \* ETE 67 \* ELSONVALDES \* ELIYOKA LA DYNASTIE \* FILEWILE \* FLOW \* FLOX \* FM LAETI \* FOWATILE \* FREDRIKA STAHL \* FUMUJ \* GAETAN ROUSSEL \* GENERAL ELEKTRIKS \* GERARD PIERRON \* GIBBY GAMBINO \* GREENSHAPE \* GREGOIRE \* GUILLAUME GRAND \* H \* HANGAR \* HELENE JUBAVOULT \* HERNAN DUKE \* HIGH DAMAGE \* HINDI ZAHRA \* HK & LES SALTIMBANKS \* HOCUS FOCUS \* HOURIA ACHI \* HOUESE DE RACKET \* HUSHPUPIES \* IBRAHIM MAALOUF \* ICONACCLASS \* INANY \* JACK ET LE HARICOT MAGIQUE \* JALI \* JEAN-CLAUDE DREYFUS \* JEAN-LOUIS MURAT \* JEHRO \* JENIFER \* JEROME VAN DEN HOLE \* JIM YAMOURIDIS \* JOBY STAR \* JOSEPHINE OSE \* JULIE VICTOR \* JULY \* KABBALAH \* KAMEL EL HARRACHI \* KEREM ANN \* KID BOMBARDOS \* KIC ORCHESTRA \* LA LA PETITE EPICERIE \* LA RUDA \* LADYLIKE DRAGONS \* LADYLIKE LILY \* LAIL ARAD \* LAMB WINE / L'ATELIER DE PIERRE PALMADE \* LAURENT LAFITTE \* ARY \* LES GUILIDOUX \* LES HURLEMENTS DE LEO \* LES OGRES DE BARBACK \* LES TIT'S KASSEL \* LES YEAH YEAH YEAH \* LES YEUX NOIRS \* L'HERBE FOLLE \* LISA PORTELLI \* LULU \* LULU \* MADEMOISELLE K \* MAIA VIDAL \* MALTED MILK \* MAMI CHAN \* MANSFIELD TYA \* MARIAMA \* MARSIED BRY \* MAURANE \* MAYA BARSORY \* MAYRA ANDRADE \* Mc LOVIN \* MEDERIC COLLIGNON \* MEDI \* MEGAPHONE TOUR \* MELISSMELL \* MICROPOINT \* MINA TINDLE \* MORIARTY \* MOUNTAIN MEN \* MURIELLE & LE \* JOVENTS \* MUSICA EROS EN SOL \* NADEAH \* NASSER \* NATHALIE \* NATIENDE \* MAWAL \* NDIKO \* NESTORISBIANCA \* NINA ATTAL \* NO ONE IS INNOCENT \* NORDINE LE NORDEC \* OH LA LA ! \* OLDELAF \* ONJ \* ORCHESTRE POLYRYTHME DE CONGOU \* OUF \* LA PUCE \* OURS \* PAR HASARD ET PAS BASE \* PARDONNONS \* PASCAL MARY \* PASCAL PARIOT \* PAUL SERE \* PICORE \* PIERS FRODINI \* PLATEAU 3C \* POU M TCHACK \* PROGRESSIVE PATRIOTS \* PUNNY \* PURGY \* PURA FE \* QUARTET BUCCAL \* QUITTE A PLURIER SUR SON SOR \* RASPAIL \* REDIS LE ME \* ROCOCO \* RODA DO CAVACO \* ROMAIN DIDIER AU SINGULIER \* SALIF KEITA \* SANTA KACAO ORKESTAR \* SEYCE \* SHAOLIN \* TEMPLE DEFENDERS \* SLOHOVSKI BALL \* SLOW JOE & THE GINGER ACCIDENT \* SLY JOHNSON \* SNIPER \* SULLADRISTS OF SOUND \* STARLINERS \* STROMAE \* STROPELIP \* SUCCESS \* SYD MATTERS \* TEBAKART \* TETE \* TETES RAIDES \* THE BEWITCHED HANDS \* THE BUTTSHAKERS \* THE ZEPHYRS \* THE DO \* THE DODOZ \* THE DUKES \* THE ELDBERRIES \* THE LANSKIES \* THE RAMBLING WHEELS \* THE SERGE GAINSBORG EXPERIENCE \* THE TWINNVEST \* THE TWO \* THIEVES LIKE US \* THOMAS HAUPIS \* THOMAS VOB \* THREN JAN FAKOLY \* TITRONNE \* TITOFF \* TRAM LES BAILLANS \* TRICOT MACHINE \* TROY VON BALTHAZAR \* TRUELIVE \* TSENGA 2 \* UNDER KONTROL \* UN TROUCHE D'OPTIMISME \* VANDAVESE \* VENDEURS D'ENCLUMES \* WATCHA CLAN \* WAX TAILOR \* WLADIMIR ANSELME \* WOODKID \* WOODKID \* WOODKID \* YCARE \* YUKSEK \* ZAZA FOURNIER \* ZEBDA \* ZONE LIBRE & CASEY \* JADEE \* ALSTRA \* SKIP THE USE \* ZONE LIBRE \* ZONE LIBRE \* SHAOLIN TEMPLE DEFENDERS \* WATCHA CLAN \* LAS MALENAS \* TILO VIRET \* NANCY HUSTON \* AMARBON \* GABLE \* THE BEWITCHED HANDS \* VIOLONS DANSEURS \* CASCADOUR \* ZIVELI ORKESTAR \* CARAVAGGIO \* STUPEFLIP \* THIBAUD COUTURIER \* ELEAZAR \* RADIOHATIC \* WHEELING GANG BANG \* MAMANI KEITA \* THIBAUD COUTURIER \* MILKYME & THE KONKI ORCHESTRA \* MONSIEUR LUNE \* LES JOLIES DE VACANCES \* THE BUTTSHAKERS \* MOTO SLAM \* TAHITI 80 \* TERAKAFT \* CGMD \* MANSFIELD TYA \* SLOW JOE & THE GINGER \* KID BOMBARDOS \* MURIELLE \* OLDELAF \* KIC \* ORCHESTRA \* MANI \* TRIO ZEPHYR \* NADEAH \* SAMOHIVAS \* PIERE PACCINI \* EMILIE CHICK \* JUNE & JIM \* SANDRA N'KAKE \* HANGAR \* LULU GAINSBORG \* DIABOLOGUM \* ELECTRIC ELECTRIC \* PIGALLE - FRANCOIS HADJI LAZARO \* BA CISSOKO \* DYSFONCTIONNAL BY CHOICE \* TOM FIRE \* RUFUS BELLEFLEUR \* LA TERRE TREMBLE!! \* CRANE ANGEL \* RED BUM ORCHESTRA \* RAPHAËL PRADAL \* BOB WIRRI \* EL WANI \* PIGNARICIA PROJECT \* ALEXANDRE AUTHELIN TRIO \* ONEIRA \* PNEU \* C2C \* FRASQUES ORCHESTRA \* CENCUREIL \* LADYLIKE DRAGONS \* VENDEUR D'ENCLUMES \* MAGHA \* TROUBADOURS-SAN KARDIENIA \* SUPERNATURAL ORCHESTRA \* DA RONZ \* ERIK MARCHAND \* ETIENNE BULTINGAIRE \* UBORITZ \* DJ OIL \* MERLOT \* MIRA FERRERAO MICHEL \* OLIVIER KOUNDOUNO \* ERWAN YAN \* CHARABIÉ \* JAKSKI BEERATS \* LO'JO \* FABIEN BOUP \* QUARTER WAYS OUT \* TAMBOUR BATTANT \* MEKANIK KANTATIK \* PING MACHINE \* LA SALLE \* SYLVAIN BAROU \* ATTACHE \* IDENTTTATS \* KARIMOUCHE \* LES BECS BIEN ZEN