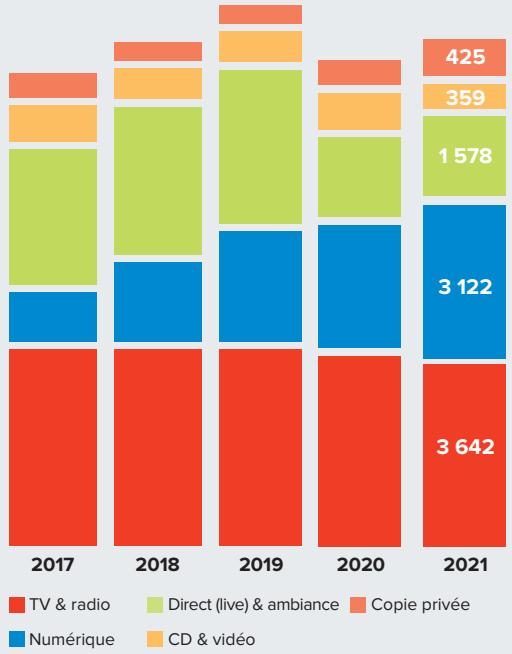
ANALYSE DU MARCHÉ POUR 2021

LES COLLECTES AUGMENTENT DE 5,8 % MAIS LE CHEMIN DE LA REPRISE EST ENCORE LONG

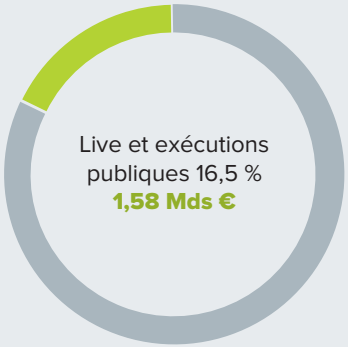
Après plus de deux années de pertes, les droits collectés pour les créateurs sont en voie de retrouver leurs niveaux d'avant la pandémie. Mais la reprise est loin d'être achevée : si les collectes ont augmenté de 5,8 % en 2021, elles restent 5,3 % en-dessous des chiffres de 2019. La crise de la COVID a profondément modifié le poids de deux grandes sources de revenus : le secteur live/exécutions publiques et le numérique. Ces deux secteurs devraient enregistrer une croissance vigoureuse en 2022 mais le streaming en plein essor continue de sous-valoriser les œuvres et rapporte très peu aux créateurs.

Principales sources de revenus des créateurs, 2017-21 (millions EUR)



LE SECTEUR LIVE RÉCUPÈRE MOINS VITE QUE LES EXÉCUTIONS PUBLIQUES

Le secteur live et exécutions publiques, qui représentait 29,5 % des revenus des créateurs en 2017, ne génère plus que 16,5 % des collectes mondiales.



Le secteur live et exécutions publiques, qui englobe expositions, cinémas et événements publics, est resté majoritairement stable en 2021. Il montre très peu de signes de reprise générale et affiche un déclin tout juste inférieur à 1 % pour l'année, laissant le niveau de collectes 45,8 % en dessous de celui de 2019. Les revenus générés par les concerts, spectacles et expositions sont restés au bord de l'effondrement pendant toute l'année 2021 sous l'effet combiné des restrictions et des réticences du public, surtout plus âgé, à recommencer à sortir.

Les deux années de COVID ont ruiné la carrière de nombreux créateurs. Au Brésil, l'un des épicentres de la pandémie, les collectes du secteur live et exécutions publiques en 2021 sont inférieures de 72,4 % aux niveaux antérieurs à la pandémie. En janvier 2022, une enquête menée par UBC en collaboration avec cRio et ESPM montre qu'environ 50 % des musiciens ont perdu 100 % de leurs revenus d'avant la pandémie. Et la moitié d'entre eux ont été contraints de trouver une autre activité professionnelle.

> *Les données d'un vaste échantillon représentant environ les deux tiers des sociétés CISAC montre des collectes 2021 73 % sous le niveau de 2019 pour le secteur live.*

Les sociétés membres de la CISAC ont continué de jouer un rôle clé pendant toute l'année 2021 en aidant les créateurs à surmonter la crise, comme l'illustrent les études de cas de ce rapport (voir page 15).

Le chemin vers le plein rétablissement des collectes live et exécutions publiques est long et difficile, surtout pour les spectacles live et les expositions. Les données d'un vaste échantillon représentant environ les deux tiers des sociétés CISAC montre des collectes 2021 73 % sous le niveau de 2019 pour le secteur live contre seulement 30 % sous ce niveau pré-pandémie pour les revenus de la musique d'ambiance.

Concerts et festivals reviennent en force en 2022

La levée des restrictions anti-COVID dans la plupart des pays à partir du deuxième trimestre 2022 a déclenché une explosion d'événements live et de festivals affichant complet. Le Brésil enregistre une solide relance en 2022, stimulée par des événements locaux, des tournées nationales et de grands festivals comme MITA, Rock in Rio et Lollapalooza. Au Royaume-Uni, en France, en Belgique et en Allemagne, les sociétés observent le même phénomène.

L'entreprise internationale d'organisation de spectacles Live Nation témoigne que 2022 démarre fort et déclare : « Les événements sont de nouveau sur les rails et la demande des fans n'a jamais été aussi forte, preuve que les spectacles live restent une vraie priorité pour les consommateurs alors que nous retrouvons une vie sociale ».

En ce qui concerne l'avenir, il faudra peut-être attendre 2023, ou même 2024, pour que les collectes liées aux événements live retrouvent leur niveau d'avant la pandémie. Plusieurs facteurs expliquent cette lente remontée : la faillite définitive de certaines entreprises pendant la pandémie, le lent retour des événements de petite taille impliquant des artistes locaux dans certains pays et les hésitations à programmer des tournées internationales pour des shows capables de remplir des stades. D'après la société australasienne APRA AMCOS, les coûts élevés, les restrictions anti-COVID et les délais de programmation ont d'abord découragé les organisateurs d'événements, même si de nombreuses tournées sont maintenant confirmées pour 2023.

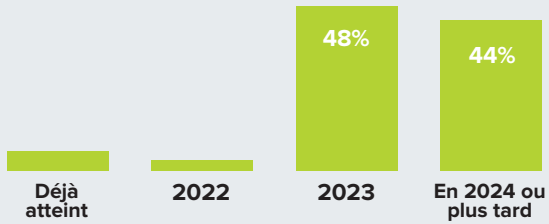
Pas de reprise complète du tourisme avant 2023-24

Le tourisme, un secteur qui pèse environ 1 900 milliards de dollars à l'échelle mondiale, est un important moteur de collectes pour les créateurs. D'après les chiffres de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), après son effondrement début 2020, le tourisme mondial affiche une croissance de seulement 4 % en 2021.

Fin 2021, les arrivées internationales restent toujours 72 % sous leurs niveaux antérieurs à la pandémie.

Si le tourisme enregistre actuellement une solide reprise, le retour aux niveaux d'avant la pandémie pourrait se produire seulement en 2023, selon l'OMT. Son enquête de juin 2022 auprès d'un groupe d'experts du secteur les trouve partagés quant au retour à des niveaux pré-pandémie : en 2023 pour 48 % des répondants et en 2024 pour 44 %. La région Asie-Pacifique est la moins optimiste avec seulement 26 % de répondants s'attendant à une reprise totale en 2023.

Quand vous attendez-vous à un retour du tourisme international au niveau de 2019, avant la pandémie, dans votre pays ?



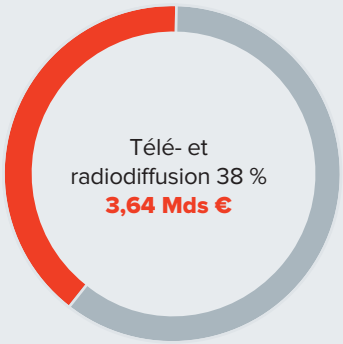
Groupe d'experts du tourisme de l'OMT, juin 2022

Pour faire contrepoids, de nombreux gouvernements soutiennent la reprise du tourisme intérieur. Le gouvernement japonais, par exemple, a mis en place des programmes qui prévoient des rabais, des bons et des subventions pour les voyages à l'intérieur du pays. Pour le secteur de la création, ces mesures ont joué un rôle dans le retour de festivals de grande envergure comme Fuji Rock et Summer Sonic et soutenu également le secteur de l'hôtellerie-restauration. ■

LE SECTEUR TV ET RADIO RESTE LA PRINCIPALE SOURCE DE REVENUS DES CRÉATEURS

Ces dernières années, les collectes liées à la télé- et radiodiffusion suivent une trajectoire de léger déclin annuel, qui reflète la transition générale de la diffusion linéaire vers les services OTT et de vidéo à la demande par abonnement.

Le secteur TV et radio reste la première source de collectes mondiales avec 38 % du total en 2021 et constitue la principale source de revenus des créateurs dans la plupart des pays. Ce secteur affiche un déclin de 1,5 % pour atteindre 3,64 milliards d'euros en 2021, soit une baisse de 5,7 % par rapport aux niveaux pré-pandémie.



La COVID a eu moins d'impact sur ce secteur que sur les deux autres principales sources de revenus. Les collectes TV et radio ont bien résisté, car les recettes publicitaires ont diminué moins qu'on ne le craignait et ont récupéré plus vite que prévu pendant ces deux années.

Selon l'étude Global Entertainment and Media Outlook (2022–2026), la publicité a fait un bond de 22,6 % en 2021 après un déclin de 7 % en 2020. D'après les projections, les recettes publicitaires mondiales devraient enregistrer une croissance annuelle de 6,6 % jusqu'en 2026. Cependant, cette croissance est largement alimentée par la publicité numérique alors qu'on s'attend à un déclin de la publicité hors ligne après 2025.

Engagement des OGC autour des licences de télé- et radiodiffusion

Les chiffres de la CISAC pour les droits de télé- et radiodiffusion reflètent les efforts permanents des sociétés membres pour obtenir les meilleurs tarifs possibles pour les créateurs dans leurs négociations avec les télé- et

radiodiffuseurs. En 2021, les sociétés du monde entier ont de nouveau démontré le rôle vital des OGC dans ce domaine, comme l'illustrent les exemples ci-dessous :

- TONO, Norvège : règlement d'un procès majeur contre le télédiffuseur national TV2
- SACM, Mexique : nouvel accord de licence avec l'opérateur satellite « SKY »
- GEMA, Allemagne : nouvel accord de retransmission par câble avec Vodafone
- KODA, Danemark : nouveaux accords sur le partage des revenus avec les autres ayants droit
- JASRAC, Japon : négociations avec les opérateurs alors que le tarif n'a pas évolué depuis plusieurs dizaines d'années
- KOMCA, Corée : actions civiles autour des tarifs hertziens
- SABAM, Belgique : règlement avec les principaux câblo-opérateurs prévoyant notamment une meilleure rémunération pour les compositeurs et les éditeurs. ■

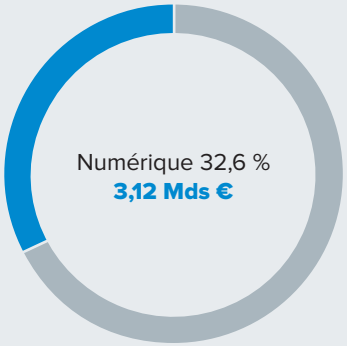
LE NUMÉRIQUE REPRÉSENTE PRÈS D'UN TIERS DES COLLECTES MONDIALES

La croissance rapide du numérique s'est poursuivie en 2022, stimulée par l'essor structurel du streaming et des services par abonnement et les victoires des OGC qui ont conclu de nouveaux accords de licences ou renouvelé des accords existants avec ces services. Une nouvelle forte progression du streaming musical est attendue en 2022. Spotify a annoncé une hausse de 14 % de son nombre d'abonnés dans le monde au deuxième trimestre 2022, associée à une augmentation de 31 % des recettes publicitaires.

La consommation de vidéo à la demande par abonnement (SVOD) a également profité aux collectes de nombreuses sociétés dans le secteur numérique, de même que l'arrivée de nouveaux acteurs sur le marché et la concurrence accrue (voir les projections de Futuresource page 12). La SVOD est jugée plus vulnérable que le streaming musical face à la crise mondiale du coût de la vie, car la plupart des consommateurs ou des familles ont un seul abonnement groupé à un service de streaming musical mais plusieurs abonnements à la SVOD. Les consommateurs pourraient donc revoir leur budget à la baisse en réduisant le nombre de leurs abonnements.

Dans le secteur musical, l'arrivée et la croissance constantes de nouveaux services dans le monde contribue aussi à la hausse des revenus du streaming. Des accords de licences ont pu être conclus ces dernières années suivant l'exemple de plateformes comme Facebook, TikTok et YouTube.

Les revenus du numérique ont augmenté de 27,9 % pour atteindre 3,12 milliards d'euros en 2021 et représentent désormais 32,6 % des collectes mondiales (+49,1 % par rapport à 2019).



Les créateurs reçoivent-ils une rémunération équitable pour le streaming par abonnement ?

Beaucoup de sociétés pensent que les services musicaux par abonnement ne rémunèrent pas les créateurs comme ils le devraient. Le prix de l'abonnement mensuel à 9,99 EUR n'a pas changé depuis près de vingt ans, malgré l'accroissement spectaculaire de la consommation et des répertoires disponibles.

Selon une grande société, le nombre de morceaux écoutés en streaming chaque mois par utilisateur est passé de 400 à 700 ces dernières années, aggravant la disproportion entre la valeur qu'en tire l'utilisateur et celle qui revient au créateur.

De plus, le modèle « freemium » continue d'offrir une alternative de moindre valeur, ce qui cannibalise les abonnements premium. L'utilisation croissante d'offres dites « bundles » à prix réduit érode encore davantage le revenu moyen par utilisateur.

89 % **des créateurs interrogés jugent la rémunération inadéquate (GEMA)**

Ces différents facteurs alimentent un débat à l'échelle internationale sur la valeur du streaming pour les créateurs. Un certain nombre de sociétés réclament une hausse du prix de l'abonnement, le plus souvent encore à 9,99 EUR comme aux débuts du streaming musical il y a une quinzaine d'années.

Une étude commanditée par la GEMA à Goldmedia sur le marché du streaming en Allemagne en septembre 2022 apporte un nouvel éclairage : les créateurs et éditeurs de musique reçoivent 15 % des recettes nettes des services de musique par abonnement, soit moins que les services eux-mêmes (30 %) et les maisons de disques (42 %).

L'étude montre en outre que 89 % des créateurs de musique jugent la rémunération générée par le streaming musical inadéquate. « Les chiffres de l'étude prouvent toute l'urgence de ce débat », déclare Harald Heker, Directeur Général de la GEMA. ■