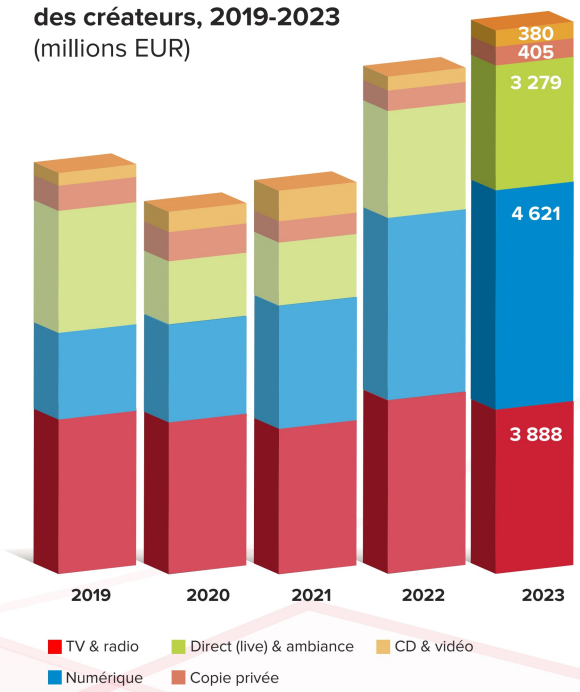
Analyse du marché pour 2023

LES SECTEURS NUMERIQUE ET LIVE STIMULENT LA HAUSSE DE 7,6 % DES COLLECTES MONDIALES

En 2023, les collectes mondiales ont augmenté de 7,6 % pour atteindre un nouveau record de 13,09 milliards d'euros. Cette hausse s'explique en grande partie par la croissance persistante et régulière des revenus du numérique grâce à la hausse des revenus du streaming par abonnement, creusant l'écart avec la télé- et radiodiffusion comme première source de revenus des créateurs. On observe aussi une reprise vigoureuse du secteur live et exécutions publiques qui, après trois années de perturbations consécutives à la pandémie, est en hausse de 22,0 % par rapport à l'année précédente pour finir près de 12,6 % au-dessus de son niveau pré-COVID.

Principales sources de revenus des créateurs, 2019-2023
(millions EUR)



Si l'on s'intéresse aux tendances sur cinq ans des principales sources de revenus des créateurs, on observe un changement majeur dans l'équilibre des différents secteurs générateurs de collectes, avec notamment la croissance rapide des collectes liées aux utilisations en ligne. Les revenus du numérique ont plus que doublé en cinq ans en augmentant de 120,7 % depuis 2019. Cette belle progression a favorisé la croissance de 29,9 % des collectes totales sur cette même période.

Les revenus TV et radio, en revanche, n'affichent qu'une croissance marginale pendant cette période et passent derrière le secteur numérique. La pleine reprise du secteur direct (live) et ambiance, qui couvre les concerts, les expositions et les divertissements publics en général, est reflétée par un niveau de revenu 12,6 % supérieur à celui d'avant la pandémie.

On estime que 84 % des revenus supplémentaires générés depuis 2019 viennent du secteur numérique, dont une vaste majorité de l'essor du streaming par abonnement.

84 % de la hausse des collectes depuis 2019 vient du numérique.

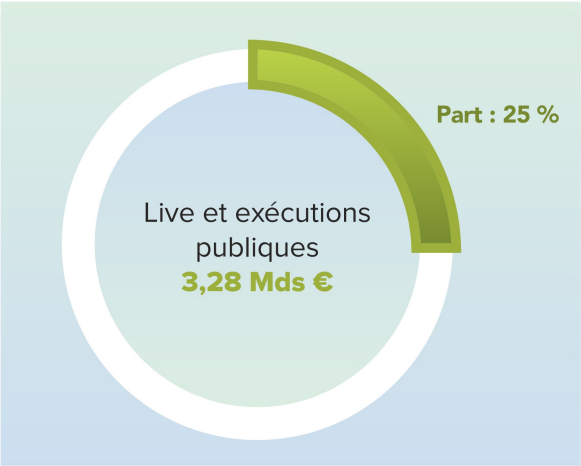
Des tendances homogènes pour les grands et les petits marchés

L'analyse des chiffres des collectes mondiales des cinq dernières années montre que, malgré des situations diverses dans les différents territoires, la tendance sur cinq ans est globalement la même pour les sociétés des grands et des plus petits marchés.

Une fois classés par taille, les 10 principaux pays ont vu leurs collectes augmenter de 29,6 % entre 2019 et 2023, contre une hausse de 35,3 % pour les pays de la 11e à la 20e place et de 38,1 % pour ceux de la 31e à la 40e place.

LES REVENUS DIRECT (LIVE) ET AMBIANCE DÉPASSENT LEUR NIVEAU PRÉ-PANDÉMIE

Pour la deuxième année consécutive, **les revenus du live et des exécutions publiques sont ceux qui affichent la plus forte croissance en pourcentage,** avec une hausse de 22 % pour atteindre un montant record de 3,28 milliards d'euros. Ce secteur, qui a été le premier impacté par la pandémie, est aussi le dernier à revenir aux niveaux pré-COVID en 2023.



Les revenus du live et des exécutions publiques ont mis cinq ans pour atteindre leurs niveaux d'avant la pandémie mais, désormais, ils dépassent de 12,6 % les collectes de 2019. Grâce à cette tendance, ils représentent de nouveau un quart des collectes mondiales totales après être tombés à 16,6 % en 2021. Toutes les régions ont rapporté une reprise vigoureuse des collectes de ce secteur en 2023, y compris pour les concerts, les expositions et les licences délivrées aux établissements culturels et commerciaux.

La musique live récupère plus vite que les autres secteurs

Les données recueillies par la CISAC pour le seul répertoire musical montrent un important rééquilibrage des sources de revenus au sein de l'ensemble du secteur live et exécutions publiques. Ces données, collectées auprès de plus de 100 membres de la CISAC, détaillent les sources de revenus des créateurs pour un large éventail d'activités de divertissement. Elles révèlent en particulier une nette différence entre l'évolution des deux principaux segments : les concerts live et la musique d'ambiance.

Les collectes liées à la musique live ont augmenté de 24,0 % depuis 2019, contre une hausse de 6,1 % seulement pour la musique d'ambiance. D'autres sources de revenus n'ont pas encore réussi à retrouver leur niveau après la pandémie : les droits collectés pour les auteurs auprès des karaokés s'élèvent à un total de 118,2 millions d'euros, soit un niveau inférieur de 23,9 % à celui de 2019. Dans le plus grand marché pour le karaoké, le Japon, les revenus du secteur devraient renouer avec la croissance en 2024 malgré le déclin progressif du secteur à long terme déjà engagé avant la COVID. De même, les collectes de 85 millions d'euros générées par les cinémas se situent 17,9 % sous leur niveau pré-COVID.

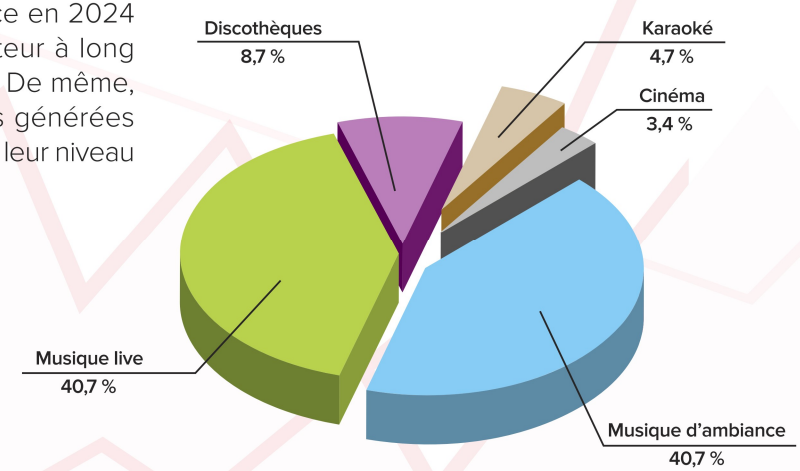
D'autres données aboutissent au même constat : bien que les recettes de billetterie des cinémas aient augmenté de 29,4 % en 2023, les chiffres de l'OMPI et d'Omdia révèlent qu'elles restent près de 9 milliards de dollars américains sous leur niveau de 2019.

Les données confirment un tableau contrasté de l'évolution des différentes sources de revenus depuis la COVID.

Principales sources des revenus direct (live) et ambiance 2019-2023 (millions EUR)

Type d'utilisation	2019	2023	Évolution 2019-2023
Musique d'ambiance	972	1 032	+6,1 %
Musique live	832	1 031	+24,0 %
Discothèques	196	220	+11,9 %
Karaoké	155	118	-23,9 %
Cinéma	104	85	-17,9 %

Évolution des principales sources de revenus direct (live) et ambiance en 2023



L'Amérique latine est en tête de la croissance

Les régions Amérique latine et Asie-Pacifique, dont les secteurs live ont pris plus de temps à remonter la pente après la pandémie, affichent désormais la plus forte croissance. En Amérique latine, les revenus ont augmenté de 57,9 % par rapport à l'année précédente et sont supérieurs de 32,7 % à leur niveau de 2019. Le Brésil, notamment, fait mieux que la tendance mondiale. Cette croissance a été favorisée par une reprise significative des festivals. La région Asie-Pacifique affiche une hausse de 18 % en 2023 alors que les collectes liées aux concerts live ont fortement augmenté au Japon, stimulées par un public plus nombreux et un nombre de grands concerts accru dans les zones urbaines. Cependant, la région Asie-Pacifique est celle qui a récupéré le plus lentement et la seule qui n'ait pas encore rattrapé ses niveaux d'avant la pandémie.

Évolution des revenus direct (live) et ambiance par région

Région	Évolution 2023	Évolution 2019-2023
AFRIQUE	+13,7 %	+8,0 %
ASIE-PACIFIQUE	+18,0 %	+0,8 %
CANADA/ÉTATS-UNIS	+22,7 %	+21,3 %
AMÉRIQUE LATINE	+57,9 %	+32,7 %
EUROPE OR.	+22,2 %	-2,2 %
EUROPE OCC.	+19,4 %	+12,3 %
TOTAL GÉNÉRAL	**+22,0 %**	**+12,6 %**

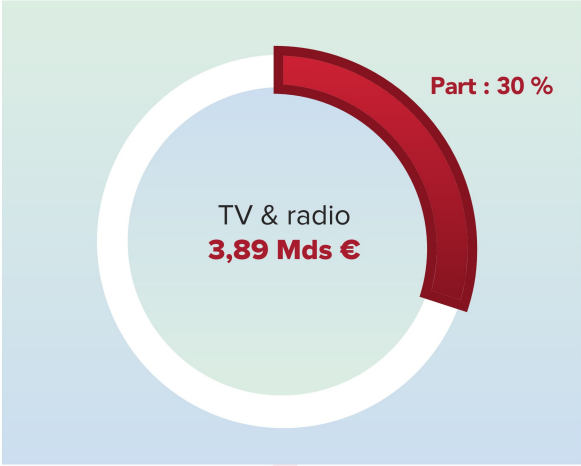
Des perspectives contrastées pour le secteur live, surtout pour les plus petites salles

Le magazine spécialisé destiné à l'industrie de la musique live Pollstar qualifie 2023 d'année « phénoménale, comme l'industrie du live n'en a encore jamais connue » et indiqué que les recettes brutes des 100 plus grandes tournées mondiales ont augmenté de 46 % par rapport à l'année précédente. La bonne santé des festivals et des tournées, la demande contenue des années précédentes et la hausse des prix se combinent pour expliquer un tel boom. Cette évolution positive a été confirmée en mai 2024 par l'entreprise internationale d'organisation de spectacles Live Nation qui a déclaré : « La demande des fans partout dans le monde est plus forte que jamais. Il y a plus d'artistes sur les routes et plus d'argent mis sur la table pour les réunir ».

Cependant, si des superstars comme Taylor Swift et Beyoncé propulsent les revenus à des niveaux records dans le segment des méga concerts, c'est une tout autre histoire pour les évènements plus modestes, avec une diminution considérable du nombre de salles dans de nombreux pays. Notamment en Australie où, malgré une année record en 2023 pour le secteur de la musique live, 1 300 petites et moyennes salles de concert ont disparu depuis le début de la pandémie, selon le rapport annuel d'APRA-AMCOS (lire aussi la campagne australienne « Revive Live » page 42).

BAISSE MARGINALE DES REVENUS TV ET RADIO

Les revenus de la télé- et radiodiffusion ont reculé de 4,0 % en 2023 alors que le numérique creuse son avance comme première source de revenus des créateurs. Les collectes TV et radio sont 0,7 % au-dessus de leur niveau de 2019. Les sociétés déclarent une stagnation persistante des droits collectés pour la télé- et radiodiffusion traditionnelle.



La télé- et radiodiffusion reste une source importante et solide de revenus pour les créateurs mais l'évolution des habitudes des consommateurs favorise de plus en plus le secteur numérique. Les télé- et radiodiffuseurs traditionnels eux-mêmes font de plus en plus la part belle aux programmes en ligne pour concurrencer les plateformes de vidéo par abonnement. Les sommes collectées sont surtout affectées par la chute des audiences et la baisse des recettes publicitaires télévisuelles.

En 2013, le secteur TV et radio représentait 46 % des collectes totales de la CISAC et le numérique 6 % seulement. En 2022, la part de la télé- et radiodiffusion est tombée à 33 % pour passer pour la première fois derrière celle du numérique. En 2023, elle n'est plus que de 30 %.

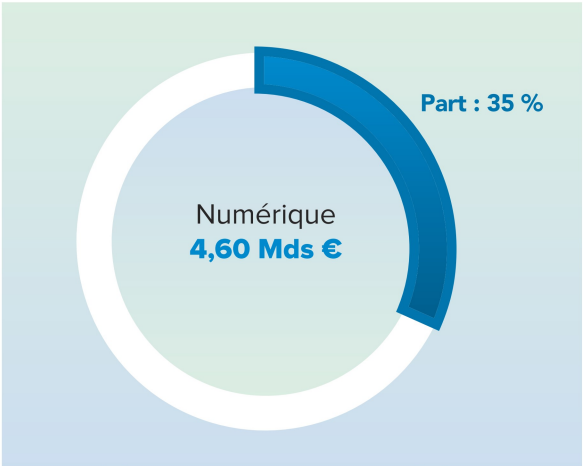
On estime que, dans de nombreux marchés, la croissance des services de vidéo à la demande par abonnement compense le déclin de la télédiffusion traditionnelle. Selon Nielsen, en mai 2024, le streaming, tiré par YouTube, Netflix, Hulu et Prime Video, représentait pas moins de 38,8 % du temps passé devant la télévision aux États-Unis. Un niveau record, en hausse de 2,2 % par rapport au même mois en 2023, alors que la télédiffusion et le câble combinés représentaient juste un peu plus de 50 % du marché.

Les recettes publicitaires favorisent aussi cette évolution des revenus de la télé- et radiodiffusion. Cette tendance est mise en lumière par les chiffres publiés par GroupM, la plus grande société d'investissement dans les médias au monde, qui prévoit une hausse de 7,8 % des recettes publicitaires mondiales en 2024 pour atteindre 898,8 milliards de dollars américains. Celles-ci devraient ensuite dépasser les 1 000 milliards de dollars en 2025 grâce à l'essor de la publicité en ligne.

Le réseau de sociétés CISAC continue de jouer un rôle clé pour retirer de la valeur de l'utilisation des œuvres des créateurs à la radio et à la télévision. Ce travail est essentiel dans de nombreux marchés où la radio et la télévision linéaires restent largement utilisées, la pénétration du numérique est plus faible et la fidélité aux plateformes traditionnelles est plus forte.

LE NUMÉRIQUE CREUSE L'ÉCART EN TÊTE DES SOURCES DE REVENUS DES CRÉATEURS

Les revenus du numérique sont le premier moyen de subsistance des créateurs à travers le monde. Après avoir dépassé la télé- et radiodiffusion comme première source de revenus des créateurs en 2022, le numérique a continué à étendre sa domination en 2023 avec une hausse de 9,6 % pour atteindre 4,60 milliards d'euros. En progression de 120,7 % par rapport à 2019, il représente désormais 35 % des collectes totales.



Cette évolution reflète l'augmentation persistante du nombre d'abonnés aux services numériques, ainsi que les premières hausses de prix introduites par les plus grands services de streaming musical. Spotify a déclaré avoir 246 millions d'abonnés premium au 2e trimestre 2024, soit 12 % de plus que l'année précédente, et anticipe une augmentation de 5 millions de nouveaux abonnés nets au 3e trimestre.

Spotify a aussi lancé sa seconde vague de hausses de prix en un an en 2024. Non sans controverse, car, aux États-Unis, cette hausse s'est accompagnée d'une reclassification de son offre premium dans une « offre groupée » intégrant désormais les livres audio en plus de la musique. En vertu des tarifs réglementaires convenus en 2022 entre FSN et éditeurs, les offres groupées bénéficient d'un tarif moins élevé pour les droits de reproduction mécanique. Cette initiative a été largement critiquée par les auteurs et éditeurs de musique, leurs organisations et certains responsables politiques américains de premier plan.

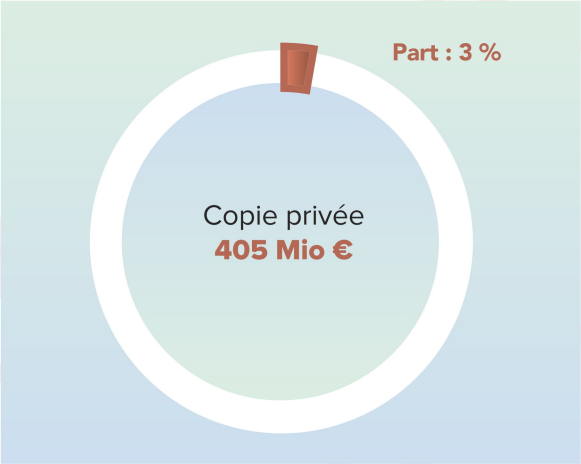
Le streaming ne fonctionne pas pour la plupart des créateurs

Bien que le numérique soit désormais clairement leur première source de revenus, l'immense majorité des créateurs affirme que le streaming ne peut pas permettre de faire carrière ni de gagner sa vie. C'est particulièrement vrai pour tous ceux qui n'appartiennent pas au cercle restreint des artistes ultra populaires, ceux qui ne peuvent pas compter sur d'autres sources de revenus comme les concerts live pour bâtir leur carrière. Le problème devient de plus en plus critique à mesure que la part des collectes liées au numérique augmente.

Les sociétés membres de la CISAC évoquent de multiples raisons à cette situation. L'une d'elle est le nombre des créateurs, qui s'accroît bien plus vite que les revenus ne progressent, tout comme le nombre de nouveaux titres apparaissant sur le marché. L'entreprise de données et de recherche sur le divertissement Luminate rapporte qu'en moyenne 120 000 nouveaux enregistrements sont ajoutés chaque jour sur les services de streaming.

Ces dernières années, la plupart des sociétés ont enregistré une énorme augmentation de leur nombre d'affiliés , augmentant d'autant le nombre de « parts » ou de bénéficiaires de droits à rémunérer. Par exemple, au Brésil, la société UBC a vu ses membres passer de plus ou moins 9 400 en 2009 à 68 000 en 2024. Au Royaume-Uni, le nombre de membres de PRS for Music a augmenté de 10 000 en 2023, plus que pour n'importe quelle année avant cela. Malgré une croissance de près de 10 % du marché du streaming audio en Allemagne en 2023, la GEMA affirme que les revenus qu'il génère ont à peine augmenté par rapport à l'année précédente.

COPIE PRIVÉE : CETTE SOURCE ESSENTIELLE DE REVENUS RENOUE AVEC LA CROISSANCE



Après deux années consécutives de déclin, la copie privée a renoué avec la croissance en 2023, avec une hausse des revenus de 9,7 % pour atteindre 405 millions d'euros. Bien qu'elle reste sous le pic des 470 millions d'euros atteint en 2020, elle est désormais bien établie comme la quatrième principale source de revenus des créateurs, derrière le numérique, la télé- et radiodiffusion et le secteur live (direct) et ambiance, mais devant la catégorie CD et vidéo.

Payée à chaque vente de supports numériques ou de dispositifs pouvant servir à copier les œuvres, la rémunération pour copie privée génère une source vitale de revenus pour les créateurs et les ayants droit partout dans le monde. Dans les territoires où cette rémunération existe, elle peut également contribuer à financer les investissements dans divers programmes et activités culturels.

En France, la SACEM investit 25 % des revenus générés par la copie privée dans ses programmes socioculturels, p. ex. pour aider les auteurs de musique à développer leur carrière et soutenir l'éducation à l'art et à la culture. En 2023, ces investissements se sont élevés à 22,5 millions d'euros au total et ont servi à soutenir 3 657 projets culturels.

La CISAC collabore activement avec ses sociétés membres dans de nombreux pays pour faire appliquer la législation sur la copie privée. En Afrique occidentale, par exemple, elle a travaillé avec les huit États membres de l'UEMOA (Union économique et monétaire ouest-africaine) à l'élaboration d'une Directive régionale qui harmonise les règles de copie privée. Cette Directive a été adoptée à l'unanimité par le Conseil des ministres de l'UEMOA en septembre 2023. Avant cela, seuls deux États membres de l'UEMOA – le Burkina Faso et la Côte d'Ivoire – disposaient d'un système opérationnel de copie privée.

Les défis liés à la valeur du numérique

Le problème est exacerbé dans les marchés où le numérique est une source exceptionnellement importante de collectes, représentant deux tiers des revenus ou plus. C'est le cas dans un grand nombre de pays de la région Asie-Pacifique, où le niveau de dépendance aux revenus du numérique est plus élevé que dans les autres régions.

L'Inde en est un bon exemple : le pays a connu de nombreuses années de forte croissance des revenus du streaming par abonnement et affiche l'une des progressions les plus rapides au monde du nombre de consommateurs de biens culturels. La croissance du streaming a permis à l'Inde de passer de la 37e à la 26e place du classement des pays contributeurs de collectes mondiales entre 2019 et 2023. Malgré cela, les sociétés locales sont mises en difficulté par la culture des « contenus gratuits », bien enracinée, dans laquelle l'immense majorité des abonnés aux services de musique ou de vidéo ont opté pour des formules gratuites ou un prix très modique.

Les sociétés d'auteurs travaillent sans relâche pour négocier avec les fournisseurs de services numériques (FSN) des tarifs qui reflètent la vraie valeur des œuvres des créateurs. Des plateformes immensément populaires comme TikTok posent encore un autre problème, car elles payent des niveaux de revenus pour les contenus créatifs moins élevés que les FSN ou les autres médias sociaux.