

FRC/Creative Tracks

////////////////////////////////////

Les entrepreneurs culturels indépendants au coeur de la dynamique artistique

Séminaire, 7 mars 2017,
Ministère de la Culture et de la Communication. Paris

Présentation d'Elodie LE BREUT, directrice-adjointe de l'A.M.I.:

"Bref résumé des grandes tendances actuelles du marché global des industries culturelles et créatives"

Je vous propose ce matin un premier instantané des grandes tendances mondiales du marché des industries culturelles et créatives.

Je n'aurai évidemment pas la possibilité de faire ici une présentation statistique et exhaustive mais plutôt de dégager succinctement des tendances et des dynamiques dominantes dans le contexte du marché global.

Cette présentation s'appuie notamment sur les données fournies par le rapport ERNST & YOUNG, "Un monde très culturel - Premier panorama mondial de l'économie de la culture et de la création (décembre 2015)", un premier état des lieux des ICC que j'ai présenté en 2014 dans le cadre du projet européen MED 3C4 et de plusieurs entretiens dont ceux de Laurence Hugues de l'Alliance Internationale des Editeurs Indépendants (ici présente), de Céline Kopp, directrice de Triangle France et d'Ilan Urroz, délégué-général du PRIMI, réseau des acteurs du multimédia en région PACA.

Cet exposé sur les grandes tendances entend faire mieux comprendre les enjeux auxquels font face les entrepreneurs culturels aujourd'hui, que cela constitue des opportunités ou des contraintes.

Les intervenants de la journée viendront agrémente, témoigner, illustrer, mais aussi contrebalancer ces observations.

En préambule, nous pouvons noter que l'on retrouve des tendances convergentes concernant les Arts dupliqués (livre, musique, cinéma et multimédia), et des cas plus particuliers pour les Arts vivants et l'Art contemporain, que l'on appellera ici les Arts singuliers. Ces tendances sont également le reflet de situations géopolitiques dans un contexte capitaliste mondialisé.

En 2015, les trois premiers employeurs du secteur des ICC sont les arts visuels et multimédias (6,73 millions), la musique (3,98 millions) et l'industrie du livre (3,67 millions).

L'Asie-Pacifique représente 33 % des ventes des ICC au niveau mondial et 43 % des emplois générés.

L'Europe et l'Amérique du Nord sont respectivement les deuxième et troisième marchés mondiaux des ICC.

Aujourd'hui, l'Amérique latine et l'Afrique, incluant le Moyen-Orient, se classent respectivement au quatrième et cinquième rang mondial. Les acteurs des ICC entrevoient néanmoins de grandes possibilités de développement dans ces deux régions.

Malgré certaines inter-dépendances, chaque région du monde développe des dynamiques propres.

Les grandes tendances communes aux différents secteurs :

- l'effet d'hyperconcentration et de monopole autour de quelques "mega-entreprises", notamment sur la distribution et la diffusion des oeuvres.
- le poids grandissant de fonds d'investissement dans le financement des ICC (par exemple Providence Equity, propriétaire de Warner représente environ 50 milliards de dollars)
- une production exponentielle des contenus qui oppose parfois quantité et qualité.
- une perte progressive du rôle d'expertise des institutions et des opérateurs confrontés au remplacement d'une diversité culturelle durable par une consommation rapide, "jetable" et standardisée.
- un marché asiatique devenu le plus grand marché du monde, malgré un fonctionnement encore en circuit fermé (exception faite du multimédia - jeux vidéos, dessin animé, cinéma d'action, cinéma d'auteurs), capable potentiellement d'inonder le marché mondial.
- en Europe, le rôle déterminant des politiques publiques dans le soutien aux créateurs, permettant aux ICC européennes de maintenir leur rang sur le marché mondial.
- la forte dépendance des BRICS (Brésil, Russie, Inde, Chine, Sud-Afrique) et des pays en voie de développement vis-à-vis de l'Occident, notamment concernant les canaux de distribution, alors que ces régions constituent une ressource potentielle pour la production de contenus.
- la contrefaçon et le piratage mettent en danger les créateurs (essentiellement dans les pays en développement mais pas uniquement car de nouvelles formes de piratage apparaissent en Occident), des imperfections structurelles concernant la protection et la rémunération des créateurs restent de mise. Plus que des faiblesses des cadres législatifs, il faut parler ici des grandes lacunes lors de leur application.
- enfin, une part de l'activité fait encore partie de l'économie informelle et représente un réservoir important d'emplois potentiels. En 2013, le poids des emplois est estimé 1,2 million d'emplois et celui des revenus informels à 33 milliards de dollars.

Tout ceci donne à croire que le rôle des nouveaux entrepreneurs sur la structuration du secteur sera fondamental, de même que l'incitation à la mise en place de cadres, méthodes et législations/régulations, notamment dans les marchés de niche et la production de contenus innovants.

II - LES ARTS DUPLIQUES

A / LA MUSIQUE

Le secteur de la musique représente la deuxième source d'emplois après les arts visuels animés. A l'échelle mondiale, la musique constitue toujours une part importante de la dépense culturelle des jeunes.

Les concerts (musique live) prospèrent dans le monde et leur nombre affiche une croissance soutenue.

La musique est devenue numérique et mobile (streaming, téléchargements, etc.). Depuis 2015, les ventes mondiales de formats et services numériques dépassent celles des supports physiques.

Cette situation soulève les questions de la monétisation des ventes numériques, de la lutte contre la piraterie et les ventes illégales, ainsi que la rémunération des auteurs dans les pays où les législations sont encore faibles.

A l'exception de la Russie, les BRICS (notamment l'Asie avec K-pop, g-pop, etc...) pèsent de plus en plus sur l'économie globale de la musique.

- Après l'effondrement de l'industrie du disque, on a vu la naissance d'un secteur globalisé et monopolistique de la distribution dématérialisée et de la diffusion.

- Les grands groupes de communication, les fournisseurs d'accès Internet, les autres géants du net (Google, I-tunes, etc...) et même les fonds d'investissements internationaux se positionnent. C'est par exemple le cas de Clear Channel, afficheur publicitaire global, propriétaire, entre autres, de 1 200 stations de radio et 160 lieux de diffusion aux USA, qui est fortement impliqué à l'échelon global dans la diffusion de concerts via sa filiale Live Nation (plus de 22 000 concerts par an). A terme, ces groupes ont pour but de s'implanter sur l'ensemble des marchés régionaux.

- A défaut de revenus via la vente de supports enregistrés, les industries globales considèrent les artistes et contenus créatifs comme d'excellents arguments de vente pour les produits de consommation courante, éventuellement "non-culturels" : ils les ont transformés en "outils d'une stratégie globale visant à mieux toucher le consommateur, faciliter le *branding* et le *merchandising* pour engranger le maximum de bénéfices sur une période souvent courte".

- On note aussi un poids croissant des marchés de niche et une certaine diversification de l'économie notamment via l'opportunité du peer-to-peer. Les artistes deviennent leur propre producteur...

- Si les grandes industries détiennent 90 % des marchés de la musique, une petite partie échappe encore à leur contrôle : ces géants n'ont pas l'agilité et l'intérêt suffisants pour conquérir ces territoires prometteurs mais exigus en termes d'activités et de bénéfices.

- L'effet positif de la standardisation extrême consiste en ce qu'une partie non-négligeable de la population mondiale commence à se désintéresser de ces contenus standardisés, et recherche d'avantage l'originalité et la créativité, deux facteurs de développement du bien-être dans la société. Il sera utile de nommer précisément les composants sociologiques de cette partie de population.

- Protégés par leur peu de visibilité, les acteurs des marchés de niche sont porteurs d'innovation et de valeurs. Leurs spécialisations leur confèrent une haute valeur ajoutée suscitant des satisfactions durables chez les acheteurs. Ils possèdent des savoir-faire comparables aux savoirs artisanaux et construisent patiemment un patrimoine durable, donc une ressource durable également. Cependant, il ne faut pas sous estimer l'intérêt que portent les grandes industries pour ces marchés. En recherche permanente de croissance, elles tentent de les pénétrer de plus en plus en s'imposant comme intermédiaire, que ce soit au travers de structures de management ou de structures de production de spectacle, de manière à rester au plus près de la source des contenus.

- Dans ce contexte on constate une fragilisation des créateurs, notamment concernant leurs droits d'auteurs. La question des droits d'auteurs est un sujet crucial, notamment pour le développement des marchés et la survie des artistes dans les pays en voie de développement et les BRICS. L'absence, le retard ou la non-application des législations fragilisent ces viviers

de créations qui sont tantôt mis en péril par le piratage (et pas seulement par des "pirates locaux"), ou tantôt "exploités" sans rémunérations cohérentes par certaines ICC globales.

B - LES ARTS VISUELS ANIMÉS

- Google a pris le pas sur Hollywood et les contenus créatifs sont devenus le nerf de la guerre du marché numérique global. La principale préoccupation des industries créatives émergentes aujourd'hui est de ne pas se faire absorber par ces géants, ou de vendre au prix cher leur disparition.

- L'apparition des canaux de diffusion en lien direct avec le consommateur (NETFLIX et les autres OTT "Over The Top") change la donne de la distribution. Ils sont à la fois le véhicule et le producteur des contenus (NETFLIX annonce engager 6 milliards de dollars en 2018 sur la création de programmes). Contrairement à la dimension relativement "artisanale" de la production musicale, les processus de fabrications coûteux de l'audiovisuel permettent aux gros producteurs de verrouiller leur monopole autant sur la production de contenu que sur leur diffusion.

- Les arts visuels animés subissent une hyper concentration de quelques grands groupes, qui sont peu ou prou les mêmes que pour la musique, à savoir BOLLORE C+ / VIVENDI / NETFLIX

- L'avènement du tout-Smartphone (site web, applications, jeux) génère tout un nouvel espace de développement pour les start-ups. Elles sont l'endroit de la recherche et développement mais sont souvent victimes de trust ou de fusion. Il en va de même avec l'arrivée du transmédia et de la réalité augmentée.

- On constate un notable succès de résistance aux fusions/acquisitions de certains indépendants et de TPE/PME, dû à leur positionnement sur des marchés de niche et leur maîtrise de savoir-faire hyper-spécifiques. Ils sont néanmoins dépendants des géants du secteur car prestataires de service ou dépendant de leurs réseaux de distribution. On note d'ailleurs un risque particulier "d'ubérisation" du travail dans ce secteur.

- L'Asie est le leader dans le domaine des jeux vidéos, suivie de près par l'Europe. La Chine a un quasi-monopole sur la diffusion et la production des supports. Elle livre une véritable guerre commerciale contre la Corée et le Japon sur la production de contenus.

- De manière intéressante, l'Inde, auparavant considérée comme un des leaders dans la création de contenus multimédias, subit une fuite des capitaux ces dernières années. La mise en place d'une régulation sur les salaires, conjuguée à un ralentissement de la formation continue des salariés concernés, conduit actuellement à une relocalisation des studios européens vers leurs pays d'origine, l'aide publique et les compétences techniques des salariés européens rendant plus rentable la production en Europe.

- Le Moyen-Orient était un espace prometteur en ce qui concerne la création de contenus (Syrie/Liban/Turquie/Iran), mais cette perspective s'est effondrée suite aux conflits actuels. Il y avait un fort espoir de partenariat notamment avec l'Occident (Europe/USA) juste avant les crises politiques mais l'instabilité rend aujourd'hui très difficiles les rapports commerciaux. La "fuite des cerveaux créatifs" originaires de cette région compliquera durablement le retour des capacités créatrices de contenus, mais un rebond est possible, compte tenu de la conjonction niveau éducatif/capacités et investissements/diasporas.

- Récemment, la stratégie des grands groupes a été de se tourner vers l'Afrique. Ils y investissent en masse, repèrent et négocient avec de nouveaux partenaires. C'est notamment

la stratégie de Canal + et de Bolloré (qui connaît bien le marché africain) ou encore de MTV et Trace TV. C'est une stratégie industrielle qui existe dans toutes les autres industries depuis la fin des colonisations. La protection des auteurs/créatifs en Afrique est donc un défi majeur s'ils espèrent résister à une exploitation sauvage et à une spoliation.

C- LE LIVRE

L'édition papier des livres reste dynamique : en 2015, elle a représenté 80 % de toutes les ventes de livres dans le monde, et même davantage dans les pays en développement.

Grâce au dialogue constant entre tous les acteurs, le secteur du livre s'adapte plutôt mieux que prévu aux mutations numériques et économiques, bien que le défi à relever reste conséquent pour l'ensemble de la filière.

La croissance du marché des livres scolaires dépasse celle de celui des livres grand public et professionnels : entre 2014 et 2019, les recettes mondiales des livres éducatifs augmenteront de 2%, un rythme plus rapide que celui attendu pour les livres grand public (+ 0,8%) ou professionnels (+ 1,6%).

A l'échelle mondiale, on observe une forte concentration des acteurs occidentaux avec 33% du marché de l'édition détenu par l'Europe, 26% par les USA, 18% par les BRICS, et le "reste du monde" (pour l'essentiel, les pays en voie de développement) représente 22 % du marché...

Concernant l'effet de forte concentration, d'autres chiffres sont significatifs. Le groupe Hachette affiche 2 206 M€ avec un fort monopole sur la zone francophone (Afrique, etc...) ; Editis (qui est depuis 2008 une filiale à 100 % de Planeta, groupe espagnol) représente 663 M€ (avec un fort monopole également en Amérique Latine).

C'est une industrie culturelle qui génère 10% de métiers connexes. L'édition du livre est donc au cœur d'une véritable chaîne constituée d'auteurs, d'éditeurs, de distributeurs, de libraires et de bibliothécaires.

Concernant les dynamiques en place on note :

- de forts monopoles sur l'édition, détenus notamment par de grands groupes européens. Mais l'on constate également une grande pluralité des acteurs périphériques et des éditeurs indépendants (marchés de niche).
- un maintien réel de l'intérêt des consommateurs pour le livre malgré l'avènement du numérique.
- une menace réelle portée contre les indépendants par les géants du net (Amazon en tête) qui se positionnent sur les marchés de niche. En effet, la mise en place "d'auto-éditions", échappant à l'expertise de l'éditeur, "surfe" sur l'argument de la diversité culturelle alors qu'elles proposent bien souvent des produits culturels plutôt standardisés...

Sur les marchés globaux, on peut noter quelques tendances propres à chaque continent :

- L'Asie est effectivement en pleine expansion mais reste un peu à part, se suffisant à elle-même pour ce qui concerne les produits culturels qui circulent sur son marché déjà gigantesque. Ils sont néanmoins de plus en plus présents sur les grandes foires internationales.

- L'Amérique latine est encore sous le joug du monopole espagnol mais l'on voit émerger de nouveaux acteurs très efficaces en Argentine, au Chili ou encore au Mexique, qui créent une concurrence sur leur propre continent.
- On portait de grands espoirs sur la création littéraire du monde arabe avec le vent de liberté qui soufflait lors des printemps arabes et donc une levée potentielle de la censure. Malheureusement, nous connaissons les effets non escomptés de ces révolutions...
- L'Afrique enfin représente un réel marché mais qui est encore très dépendant de ces voisins européens. L'autonomie de ses acteurs est encore très difficile parce que, notamment, les sources de revenus des manuels scolaires qui permettraient aux éditeurs africains d'investir sur la création littéraire sont pour l'instant verrouillées par l'Europe, en particulier dans la partie francophone.

II - LES ARTS SINGULIERS

A / L'Art contemporain

Le marché de l'Art Contemporain est aujourd'hui très centralisé sur le Nord. Une révolution majeure s'y est pourtant produite avec l'entrée des maisons de vente dans le marché.

Cela a produit :

- Une remise en question du parcours de validation des oeuvres au sein des institutions (musées, galeristes, résidences d'artistes) rendant plus difficilement compte de l'innovation artistique et de l'histoire de l'art dans l'évaluation du prix des oeuvres.
- Une spéculation du prix des oeuvres créant des bulles. Ce phénomène, appelé Zombie Formalisme, met sur le marché des artistes émergents interchangeables (carrière étoile filante) aux productions surcotées. De même, les partenariats avec de grands groupes du capitalisme mondial font augmenter la côte d'artistes lorsqu'ils créent leurs propres musées et fondations, concurrençant de surcroît les institutions dans le champs de l'expertise.
- A l'échelle mondiale, on observe par exemple qu'en Afrique, l'artiste doit avoir accès à une galerie occidentale pour pouvoir exister sur le marché mondial. Il existe bien des foires/salons africains (Dakar, Bamako) mais elles sont organisées et contrôlées par des organisations européennes. On peut noter néanmoins un début de développement du marché de l'Art contemporain africain grâce au hub qu'est Johannesburg. L'avènement de cette nouvelle capitale de l'art contemporain est progressivement en train de changer la donne.
- On observe une interdépendance similaire entre l'Amérique Latine et l'Amérique du Nord. Cependant à l'image de Johannesburg, les foires de Sao Paulo et Mexico tentent de renverser la tendance et de renforcer l'autonomie des galeristes sud-américains.
- Par ailleurs, l'Asie jouit d'un marché interne actif énorme mais qui peine à rejoindre celui du reste du monde (marché parallèle). La foire de Hong-Kong (organisé par Art Basel, géant de la foire d'art contemporain) essaye de jouer le rôle d'intermédiaire pour que la production asiatique (et notamment chinoise) pénètre le marché mondial.
- En effet, les foires/salons, qui représentent à l'échelle mondiale l'outil premier de la visibilité de l'offre, sont également en pleine expansion. Elles ont développé un vrai business modèle, parfois contre-productif en terme de qualité. Le prix exorbitant des stands d'exposition exclue de facto des galeries qui sont pourtant reconnues pour leurs rôles de prescripteurs (cf. FIAC et ART BASEL).

Cependant, certains salons/foires "alternatifs" prennent le relais auprès de l'émergence et attirent de plus en plus de collectionneurs et de musées. Il faut néanmoins noter que ces salons ne peuvent exister sans être montés en parallèle des foires majeures.

- On ne peut donc pas vraiment parler de marché autonome. Il s'agit ici typiquement d'un marché mondial centralisé et hyper spéculatif. Les seuls garants de la durabilité du parcours des artistes et des oeuvres restent les institutions. Elles évoluent parfois en parallèle des marchés des grands collectionneurs d'art.

- Enfin, dans ces bulles spéculatives très lucratives, il reste important de noter que l'artiste, d'où qu'il vienne, souffre trop souvent de l'économie de ces intermédiaires et ne bénéficie donc que très rarement du revenu réel engendré par ses propres œuvres.

B - LE SPECTACLE VIVANT (C'est à dire le théâtre et la danse)

Le marché du spectacle vivant reste dominé par les acteurs occidentaux, issus principalement des États-Unis (music-hall) et d'Europe (théâtre et danse de création).

Les revenus issus des entrées mondiales augmentent significativement du fait de la marchandisation des spectacles dans certains pays émergents. Cependant, le secteur reste clairement dominé par l'économie informelle dans certaines régions, notamment en Afrique.

Les festivals sont un atout croissant pour le tourisme culturel et la "gentrification" dans le monde. C'est un outil largement utilisé dans le développement urbain (réseaux des villes créatives, capitales de la culture), mais aussi dans l'attractivité des territoires comme source de bien-être et de qualité de vie, et instrument de "fixation" des élites créatives. On prend conscience que l'attractivité des territoires ne s'applique pas seulement aux touristes mais à la jeunesse du territoire.

L'expansion et la construction du marché du spectacle vivant dans les pays en voie de développement reposent aussi sur des politiques publiques volontaristes propres à soutenir durablement la création, le développement des pratiques culturelles et artistiques des populations, la reconnaissance du statut des artistes, la levée des censures.

On remarque un engouement à l'importation sur les marchés occidentaux des créations venant des pays en voie de développement, en particulier du Moyen-Orient et d'Afrique, et par effet concomitant une "adaptation" de ces créations à ces marchés, ayant parfois comme conséquence collatérale de se détacher des attentes de leurs populations.

En Afrique, le secteur du spectacle vivant est le plus grand pourvoyeur d'emplois de l'économie informelle, à travers des concerts et des spectacles non officiels, tels que des spectacles de rue, festivals et concerts ne s'acquittant pas des droits d'auteur ou concerts promotionnels organisés par des marques privées.

IV- Conclusion générale

L'objectif de cette journée est bien de témoigner du présent des acteurs de terrain vivant au plus près de ces problématiques. Les contraintes et les opportunités ne sont pas toujours perçues de la même manière en fonction du positionnement, de l'origine géographique et de la nature des opérateurs culturels.

Cependant, nous sommes tous ici animés par les mêmes enjeux : nous parlons de la construction d'un marché ouvert, équitable et durable, du respect de la dignité et de la liberté dans les échanges artistiques et culturels. Nous sommes tous animés par l'espoir du renforcement de la structuration et de la viabilité de nos marchés locaux.

Sur ces différents terrains subsistent donc de nouvelles opportunités pour la créativité et l'investissement. Les entreprises culturelles qui y émergent abritent des mines de compétences et de métiers (ingénierie artistique), apportent un soin particulier au dialogue social, aux bourgeonnements des émergences (y compris technologiques), et favorisent les productions artistiques échappant au radar des opérateurs de masse.

A l'échelle mondiale, on y répertorie de nombreuses nouvelles et excitantes initiatives: les incubateurs de micro-entreprises culturelles, les systèmes de micro-financements/financements mutuels, les espaces de travail partagés (co-working), les "fablabs", les réseaux d'acteurs indépendants, les marchés en ligne équitables ou démonétarisés, une économie locale alternative basée sur les échanges en peer-to-peer de toutes natures.

Malgré leur fragilité et leur caractère expérimental, ces nouveaux acteurs et réseaux dessinent une voie alternative pour un marché libre, digne, éthique, respectueux de la diversité et de la liberté de parole et de création.

Je vous remercie de votre attention.

Elodie Le Breut