

Newsletter n° 77 – Samedi 30 janvier 2010

Networking, services et innovations : un Midem revitalisé

Le Midem 2010 a rassemblé 7 200 participants venus de 78 pays du 23 au 27 janvier à Cannes. A noter que, sur les 3 200 compagnies représentées, 28 % sont venues pour la première fois, dont la majorité opérant dans le secteur digital. On citera aussi la présence de 16 pavillons nationaux et, côté médias, de près de 400 accrédités.

Quel bilan tirer de cette 44^{ème} édition ? Il est clair que la fréquentation est en baisse (de 10 % par rapport à l'édition 2009), comme on a pu le constater dans les allées du palais des festivals où le bourdonnement de la ruche se faisait plus estompé... Moins d'exposants sur stands (d'où une « surface d'exposition entièrement repensée »), des séjours plus courts pour bon nombre de participants (arrivés cependant plus tôt cette année). Ce qui n'a pas manqué d'alimenter diverses réflexions sur l'avenir de l'événement : le Midem (qui avait dépassé les 10 000 participants avant la crise) n'est plus ce qu'il était. So what ? L'industrie musicale n'est plus non plus ce qu'elle était quelques années plus tôt. Il eut été étonnant que le Midem échappe aux mutations en cours. D'autres mettront en parallèle le bilan des récentes Biennales Internationales du Spectacle (BIS) qui se sont tenues les 20 et 21 janvier à Nantes, avec 9 847 participants. Et certains de lancer : « La musique enregistrée est morte, vive le spectacle vivant ! ». Raccourci facile quand on sait que les accréditations aux BIS étaient gratuites et les enjeux autres. « Les critiques viennent toujours des Français, l'ensemble des participants sont très satisfaits de ce Midem » commente sa directrice Dominique Leguern, en mettant en avant de nombreux retours sur le business réalisé cette année à Cannes. Beaucoup de participants français ont aussi confié à GL Connection avoir mieux travaillé dans ce contexte. Moins de monde certes, mais des contacts plus faciles et plus fructueux, et des deals concrets. Tout réside dans la façon d'utiliser l'outil Midem...

Les organisateurs avaient innové cette année en réunissant Midem et MidemNet et en lançant des initiatives pertinentes comme le Manager's Village (Jamais les managers n'ont été aussi présents au Midem, ce qui témoigne bien de l'importance grandissante de leur rôle dans le contexte d'aujourd'hui), MidemNet Lab, qui a mis en avant une sélection de 15 start-up parmi les plus intéressantes du moment, et MidemNet Academy, une série de workshops pratiques qui ont tous affiché complet (suscitant une grande frustration pour tous ceux qui n'ont pu y assister). Le Midem avait aussi développé les occasions de networking, à travers 10 « country matchmaking » et le Midem+ qui permettait de consulter des experts en face à face. « Cette zone sera certainement une part de notre développement et nous avons bien l'intention de l'étendre l'année prochaine » annonce Dominique Leguern.

Le programme de cette édition 2010 a beaucoup porté sur la monétisation, les modèles économiques, le marketing digital et l'utilisation des nouveaux outils. « L'environnement est de plus en plus complexe et il est difficile de comprendre ce qui se passe dans tous ces segments. D'où l'intérêt du Midem qui est une photographie instantanée du business » explique Dominique Leguern, en soulignant que le contenu de la manifestation dépasse largement le cadre stricto sensu de la musique, notamment par ses retombées politiques.

On retiendra enfin la forte présence de l'Afrique du Sud, pays à l'honneur cette année, avec une délégation de 30 sociétés et de 50 artistes, une superbe soirée d'ouverture, un « Tribute to Miriam Makeba » (avec notamment Angélique Kidjo) et la perspective d'un accord de coopération culturelle entre les ministres de la Culture sud-africain et français. « Nous avons fait un effort significatif pour développer la musique live cette année », ajoute Dominique Leguern. « La technologie se développe mais les artistes restent le cœur de l'industrie musicale. C'est aussi notre rôle de promouvoir les nouveaux talents à travers les Midem Talent, Midem Talent Jazz et les événements tels que les showcases British at Midem ».

Au final, un Midem revitalisé, différent certes de ce qu'il était avant la crise et les mutations technologiques, mais pertinent et parfaitement en phase avec l'environnement d'aujourd'hui. N'en déplaise aux nostalgiques et aux éternels mécontents. The show must go on, the business too...

Vidéo en ligne : la Sacem signe un accord avec Wat.tv

A l'occasion du Midem, la Sacem a annoncé avoir conclu un accord avec Wat.tv, troisième acteur de la vidéo sur internet en France. En vertu de ce contrat signé le 21 janvier, le site reversera à la Sacem un pourcentage global de son chiffre d'affaires pour les différents types de contenus qu'il héberge : contenus partenaires professionnels et créatifs, et UCG (user-generated content, vidéos postées par les utilisateurs). En 2009, près d'un milliard de vidéos ont été vues sur Wat.tv., qui revendique entre 4 et 5 millions de visiteurs uniques par mois. L'accord est rétroactif puisqu'il s'applique à l'activité de la plateforme depuis son lancement.

« Watt confirme sa démarche, et celle du groupe TF1, de valorisation des contenus au sein d'une offre vidéo online légale, innovante et performante, visant à créer un écosystème adapté aux marques et respectueux de la chaîne de valeur de la création, depuis les auteurs jusqu'au diffuseur » commente Olivier Abecassis, directeur général du site. « Cette signature est annonciatrice d'une année 2010 riche en partenariats et évolutions pour Wat.tv, avec pour ambition de développer la valeur de la vidéo sur les nouveaux médias en association avec les ayants-droit » ajoute-t-il.

Après cet accord et celui signé avec Dailymotion en décembre 2008, la Sacem est toujours en négociations avec YouTube (depuis 2006) et espère trouver un terrain d'entente dans les prochaines semaines. A défaut, elle pourrait tenter une action en justice, a indiqué Catherine Kerr-Vignale, en charge de la direction des relations avec la clientèle.

Le ministre de la Culture présente ses grands axes à la filière musicale

Perpétuant la tradition, le ministre de la Culture et de la Communication s'est déplacé à Cannes pour inaugurer le 24 janvier la 44^{ème} édition du Midem. Après le parcours fléché du cortège officiel dans les allées du palais avec haltes sur quelques stands choisis, Frédéric Mitterand a tenu une conférence de presse au cours de laquelle il a annoncé les quatre grands axes de sa feuille de route, suite aux mesures préconisées par le rapport de la mission Zelnik. Tout d'abord le développement de la consommation légale de musique, avec le lancement de la « carte musique ». Défendant l'idée d'une carte de 25 euros donnant droit à 50 euros de pouvoir d'achat, il annonce la mise en place d'ici une dizaine de jours d'une cellule de travail pilotée par un chef de projet pour organiser fiscalement et juridiquement le dispositif, qu'il souhaite effectif avant l'été. Le ministre annonce aussi la mise en place d'une plateforme de référencement de l'ensemble de l'offre de musique en ligne.

La simplification du système de gestion des droits est le deuxième axe que s'est fixé le ministre. Une initiative qui divise la filière musicale et à laquelle les producteurs, majors comme indépendants, sont hostiles. Eventualité ou perspective inéluctable ? « Je veux promouvoir avant tout le dialogue et la concertation, mais je souhaite aboutir aux résultats préconisés par le rapport Zelnik » a répondu Frédéric Mitterand. « Il faut avancer vite pour enrichir l'offre internet et mettre à profit le délai d'un an donné par le Président de la République » a ajouté le ministre, en annonçant qu'il a nommé un médiateur – Emmanuel Hoog, P-dg de l'INA – pour mener cette concertation. A défaut d'un accord, c'est une loi qui tranchera.

Par ailleurs, le ministre fait sienne la préconisation de favoriser les investissements en faveur de la création, notamment via le crédit d'impôt qui est prolongé jusqu'à décembre 2012 et dont les améliorations seront effectives dès le début 2011. La dimension européenne est le dernier axe retenu par Frédéric Mitterand, dans la perspective de la révision du cadre législatif européen pour une baisse de la TVA sur les produits culturels en ligne. « Je me bats avec détermination » a souligné le ministre. Au cours de sa conférence de presse, il a aussi abordé la question de la place de la musique à la télévision, en particulier celle des concerts et spectacles vivants. « Les chaînes qui diffusent plus de 50 % de musique y seront invitées » a déclaré le ministre qui évoque de futurs décrets. Pour Frédéric Mitterand, « la musique ne doit pas être reléguée dans des ghettos cathodiques ».

Les droits d'auteur restent stables mais fragilisés

Le montant global des perceptions de droits d'auteur devrait s'élever à 763,5 millions d'euros en 2009. Soit une légère hausse de 0,5 à 1 %, a annoncé la Sacem lors de sa conférence de presse au Midem. Mais cette stabilité masque des disparités importantes, précise la société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique. Les droits phono vidéo enregistrent une chute marquée et ne représentent plus que 12 % des perceptions totales contre 21 % en 2003. Sur le phono seul, les revenus ont baissé de 56 % sur la période, soit une perte cumulée de 321 M€ Plus encore que pour les producteurs phonographiques, le numérique (Internet, multimédia...) est loin de constituer le relai de croissance

attendu pour les auteurs et éditeurs. Avec des droits encaissés de 6,5 M€ il compte pour moins de 1 % du total des perceptions. « De plus, la répartition de ces maigres sommes est un défi majeur » explique la Sacem, en évoquant le « cauchemar » de la longue traîne » et de la nano répartition : les 4 dernières répartitions ont donné lieu à plus de 409 millions d'actes de consommation en ligne, à la gestion de plus de 2,6 millions de titres différents et à plus de 4,4 millions de lignes traités pour 6,5 millions d'euros.

L'évolution des perceptions	2003	2009
Droits généraux	20 %	34 %
Radios et télévisions	33 %	36 %
Droits phono et vidéo	21 %	12 %
Etranger	9 %	10 %
Copie privée	7 %	7 %
Internet et multimédia	0.3 %	1 %

La stabilité globale des droits d'auteur est en fait due à la progression des droits généraux (concerts, spectacles, discothèques, sonorisation), qui ont compté pour 34 % des perceptions en 2009. Mais la Sacem relativise : « la bonne santé du spectacle vivant est très aléatoire et reflète une forte concentration du secteur ». Ainsi les 20 tournées les plus importantes génèrent à elles seules 25 % du total des droits du spectacle vivant et 62 % des perceptions tournées professionnelles.

Les 20 spectacles ayant généré le plus de droits en 2009 (dans l'ordre)

Johnny Hallyday ▪ Mylène Farmer ▪ Cléopâtre ▪ U2 ▪ Age tendre & Têtes de bois ▪ Mozart l'opéra rock ▪ AC/DC ▪ Franck Dubosc ▪ Bénabar ▪ Tryo ▪ Indochine ▪ Depeche Mode ▪ Lenny Kravitz ▪ Restos du Cœur ▪ Julien Clerc ▪ Calogero ▪ RFM Party 80 ▪ André Rieu ▪ Bharati ▪ Tina Turner.
On notera la forte représentativité des artistes français (13 se placent dans ce top 20).

Mission Zelnik : une occasion manquée selon la Sacem

Lors de sa conférence de presse au Midem, la Sacem n'a pas manqué de revenir sur la mission Zelnik, qu'elle considère comme « une occasion manquée ». Si elle y voit « quelques mesures positives », elle en évoque les limites. La société des auteurs, compositeurs et éditeurs estime que la carte musique en ligne – malgré un effet potentiel positif à moyen terme sur le marché de la musique en ligne, donc des perceptions de droits en croissance – n'aura aucun impact sur les évolutions de la consommation ni aucun impact immédiat sur la production nationale. Concernant la baisse de la TVA sur les produits culturels, elle note « une volonté fortement affichée » mais qui ne porterait ses fruits qu'à l'horizon 2015. Quant à la gestion collective de la musique en ligne, « sa mise en œuvre pourrait s'avérer très complexe ». Pour la Sacem, la mission Zelnik « passe à côté de l'essentiel » : aucune mesure pour régler le problème immédiat et urgent des pertes de rémunération pour les ayants droit, aucune compensation prévue pour les pertes subies et à venir, et les créateurs et éditeurs en sont les grands oubliés. « Les auteurs, compositeurs et éditeurs de musique sont la seule catégorie d'ayants droit à n'avoir jusqu'à présent bénéficié d'aucune compensation ou soutien des pouvoirs publics », rappelle la Sacem qui réitère sa demande d'une contribution modulable prélevée sur les abonnements haut débit des FAI, « Cette proposition reste sur la table. C'est la seule réponse adaptée aux besoins économiques de ce secteur, et la seule qui pourrait bénéficier à tous les acteurs de la filière musicale » insiste Bernard Miyet, président du directoire.

La baisse du marché de la musique s'est nettement ralentie en 2009

Sauvé par la fin d'année ! Le marché de la musique enregistrée a totalisé en France près de 588 millions d'euros de chiffre d'affaires (en prix de gros hors-taxe) en 2009, soit un recul de 3.2 % par rapport à 2008, a annoncé le Snep lors de sa conférence de presse au Midem le 25 janvier.

Si ce résultat est toujours négatif pour la 7ème année consécutive, il marque un net ralentissement de la chute des ventes, après avoir accusé un recul de 15 % en 2008 et de 17.4 % en 2007. C'est aussi le premier ralentissement constaté depuis 2002, année depuis laquelle le marché a perdu 55 %.

Une embellie bienvenue que les producteurs attribuent au grand nombre de nouveautés sorties au second semestre (« ce qui prouve que plus une offre est riche, plus le consommateur achète », estime Pascal Nègre, président d'Universal Music), à la rationalisation des livraisons des labels en 2009 (qui ont suscité moins de retours) et aux premiers effets psychologiques de la loi Hadopi (dont les premiers

mails d'avertissement ne seront pas envoyés aux internautes avant avril au plus tôt) sur le public, compte tenu de la forte médiatisation qui a entouré sa gestation. On y verra aussi l'effet Michael Jackson, dont la disparition a considérablement relancé le catalogue et suscité divers événements discographiques (« Cela nous a fait gagner quelques points », confirme Pascal Nègre). « Ce ralentissement est porteur d'espoir pour nous » se réjouit le Snep. Pour son directeur général, David El Sayegh, « sous réserve que les mesures préconisées – la loi Hadopi sur le téléchargement illégal et la création de la carte musique pour inciter les jeunes à se tourner vers l'offre légale – soient mises en œuvre, 2010 sera une année importante ».

Le marché en valeur (millions €)	2008	2009	Evolution
Singles	10.4	6.8	-33.8 %
Albums	485.0	165.0	-4.1 %
Vidéo	34.6	40.2	+15.9 %
Total marché physique	530.0	512.0	-3.4 %
Téléchargement internet	24.6	38.3	+55.9 %
Sonneries/téléphonie mobile	49.0	28.7	-41.5 %
Streaming	3.6	8.8	x par 2.4
Total marché numérique	77.2	75.8	-1.9 %
Marché total	607.2	587.8	-3.2 %

Fléchissement des revenus numériques

Les ventes de supports physiques – qui comptent encore pour 87 % du marché – ont reculé de 3.4% en 2009, contre près de 20 % l'année précédente. Le numérique, relais de croissance attendu, a lui aussi reculé, de 1.9 %. « C'est plus une conséquence de la restructuration du marché qu'une régression des ventes » relativise le Snep. Ce léger fléchissement après quatre années de progression est dû aux sonneries et produits liés à la téléphonie mobile (« en fin de cycle »), dont les revenus ont chuté de 41 % tandis que ceux sur téléchargement internet ont progressé de 56 %. Le syndicat note l'émergence du streaming, apparu en 2008, dont le chiffre d'affaires a plus que doublé l'an dernier, où il a compté pour 11.6 % des revenus numériques.

Les ventes en téléchargement sur Internet (hors mobile)

En millions d'unités	2005	2006	2007	2008	2009
Titres vendus à l'unité	8.4	11.5	13.4	19.6	27.7
Albums entiers	0.7	1.1	1.6	2.4	3.9
Total titres	18.6	28	37.4	55.6	86.2

En ce qui concerne le marché de détail TTC, il a représenté 894.7 M€ en 2009 (-9 %), dont 833.3 M€ pour les ventes en magasins (-11.4%) et 61.4 M€ pour le téléchargement légal sur Internet (+45.9%). En termes de volume, 90.7 millions d'unités ont été vendues, dont 56.5 millions d'albums, 30.6 millions de singles et 3.6 millions de DVD musicaux. A noter qu'en 2009, 7% des albums vendus ont été téléchargés, tandis que les téléchargements ont représenté 91 % des singles vendus. Quant à l'évolution par canal de distribution, la baisse du marché physique a été quasiment identique dans les grandes surfaces alimentaires (-11.3%) et dans les grandes surfaces spécialisées (-11.5%), lesquelles ont représenté 66% des ventes en magasins.

Les éditeurs phonographiques se défendent et annoncent leurs priorités

Le rapport Zelnik a été largement commenté par les divers organismes professionnels français au cours du Midem. « Nous ne sommes pas d'accord avec le diagnostic » a fait savoir le Snep lors de sa conférence de presse. Le syndicat des éditeurs phonographiques a tout d'abord tenu à démentir que le marché numérique ne décolle pas en France (« C'est faux, il est dynamique, il compte pour 15 % contre 8 % en Allemagne »), que les majors freinent son développement (« les catalogues sont déjà disponibles partout ») et qu'il est trop concentré. « La France est le pays où il y a le plus de plateformes et l'un des pays où iTunes est le moins fort, avec une part de marché de 35 à 40 %, pas 80 % comme aux Etats-Unis » indique Pascal Nègre, président d'Universal France. « Notre intérêt à tous est qu'il y ait de nouveaux entrants industriels », ajoute Thierry Chassagne, président de Warner Music France.

Non à la gestion collective de la musique en ligne

Le Snep a réaffirmé sa farouche opposition à la mise en place d'une gestion collective pour la musique en ligne, telle que préconisée par le rapport Zelnik. « Nous n'avons rien contre la gestion collective mais on ne veut pas qu'elle soit obligatoire. Ce serait une solution locale à une problématique internationale » a déclaré David El Sayegh, directeur général du Snep. « Pourquoi une gestion collective sur le téléchargement et pas sur le physique ? On peut le faire, ça s'appelait Melodiya en Russie. On a vu ce que ça a donné... », ironise Pascal Nègre. Les membres du syndicat ont aussi répondu aux critiques dont ils font l'objet concernant le partage des revenus numériques, arguant qu'ils ne margent pas plus que dans le physique, que les frais de numérisation sont élevés et les frais fixes identiques. Les majors soulignent au passage que la part des indépendants est y plus élevée (35 % sur iTunes et 40 % sur Deezer, contre 25 % sur le physique). Interrogées sur leurs relations avec les plateformes numériques, les avances qu'elles leur réclament et les prises de participation, elles rétorquent d'une part que les avances sont aujourd'hui recoupées et qu'elles ont un effet « incentive », et d'autre part que les prises de participation sont minoritaires et ne sont pas l'apanage des majors.

Les priorités du Snep pour 2010

Les éditeurs phonographiques ont aussi fait connaître leurs priorités pour 2010. En tête : la mise en place de la loi Création & Internet (« C'est la fin de la récréation et de l'impunité » a commenté David El Sayegh) et la promotion de l'offre légale, avec le lancement de la carte musique (« un pass numérique essentiel pour booster le marché, avec l'effet équivalent de la prime à la casse pour le marché automobile ») et d'une campagne de communication. Ces deux mesures sont, avec l'amélioration du crédit d'impôts, les points les plus positifs du rapport Zelnik, selon le Snep. Les autres priorités du syndicat : le renforcement des synergies avec les opérateurs Internet (dans le respect des engagements du rapport Olivennes, notamment en ce qui concerne les technologies de filtrage), la question de l'exposition médiatique en radio et en TV (concentration, défaut de musique à la TV, nécessaire révision de la définition des heures d'écoute significatives), le grand emprunt pour la numérisation des catalogues (« pourquoi pas une aide pour les producteurs ? ») et l'harmonisation de la TVA sur les biens culturels.

Rapport Zelnik : l'UPFI attend une mise en œuvre rapide des mesures

Lors de sa conférence de presse au Midem, l'Union des producteurs phonographiques français indépendants s'est réjouie du ralentissement de la baisse du marché en 2009 et la croissance du téléchargement légal, en augmentation de 56 %. « Il faut rester très prudents avant d'en tirer des analyses » commente son directeur général Jérôme Roger. Le syndicat souligne que le secteur reste en crise, que la France est loin d'avoir rattrapé son retard concernant les ventes numériques et que cette situation fragilise le secteur indépendant.

« C'est pourquoi il est plus que jamais vital que le Gouvernement continue de soutenir activement la filière musicale, notamment les PME indépendantes, pour accompagner ses efforts dans cette difficile mutation technologique et économique » estime l'UPFI, qui prend note « avec satisfaction d'un certain nombre de mesures » figurant dans le rapport de la mission Zelnik et pour lesquelles elle va mobiliser ses efforts en 2010 : le lancement de la carte musique (« qui constitue l'une des mesures phares qu'elle avait proposée à la mission) dont elle souhaite que le montant et le périmètre des bénéficiaires permettent d'atteindre véritablement l'objectif recherché, celui d'une « vaste campagne destinée à mieux informer le public de toute la richesse de l'offre de musique en ligne), la volonté de renforcer le crédit d'impôt (« mais il est impératif que les mesures proposées soient effectives à compter de l'exercice 2010 ») et la dotation de 10 millions d'euros à l'IFCIC (en souhaitant qu'une part substantielle soit fléchée en direction du fonds d'avances à la production musicale).

Les producteurs indépendants regrettent que la mission n'ait pas retenu la proposition d'instaurer une taxe fiscale sur les FAI et les opérateurs Telecom haut débit et souhaitent que l'étude de préfiguration visant à taxer les moteurs de recherche, dont Google, « débouche sur un dispositif qui permette de financer notamment la production musicale en France ». Enfin l'UPFI s'inquiète, comme le Sep, de la volonté du gouvernement d'imposer le cas échéant une gestion collective obligatoire pour la distribution en ligne, « ne voyant pas en quoi cette mesure serait de nature à permettre de libérer la croissance du marché de la musique numérique ».

Coaching de projets • Formations • Coaching d'artistes
www.formation-music-business.com

Distinctions ministérielles au Midem

A l'occasion de sa venue au Midem, le ministre de la Culture et de la Communication François Mitterrand a remis les insignes de chevalier dans l'ordre des Arts et Lettres à Mika. « Pour qu'un artiste devienne universel, il doit d'abord savoir être unique. Et je pense ici aux maisons de disque qui ont d'abord refusé votre premier album et voulaient vous mettre sur des sentiers battus, sur des vieilles recettes. Elles vous trouvaient « trop différent ». Mais au lieu de vous acclimater et de vous adapter, c'est-à-dire de perdre votre personnalité, vous avez répliqué avec vaillance, humour et brio dans votre célèbre chanson « Grace Kelly », sorte d'hymne à la joie d'être soi-même » a commenté le ministre, dans un discours au cours duquel il a salué le « succès hors norme » de Mika, sa voix « unique par sa tessiture exceptionnelle et sa virtuosité exubérante », et son personnage. Frédéric Mitterrand a par ailleurs remis les insignes d'officier dans l'ordre des Arts et Lettres à Peter Gelb, directeur du Metropolitan Opera de New York (« qui a su mettre l'opéra à la portée de tous et de chacun »), ainsi qu'à la chanteuse sud-africaine Letta Mbulu et son compagnon, le compositeur et producteur Caiphus Semenya pour leur engagement exemplaire contre l'apartheid et pour la promotion de la musique sud-africaine et de ses artistes.

Bilan à l'export pour les artistes et productions made in France

Concerts, ventes d'albums, couverture médiatiques, buzz sur internet, synchrones, nominations aux Grammy Awards... L'année 2009 a été à nouveau riche en succès à l'international pour la musique made in France. En termes de chiffres (relatifs à l'année 2008, compte-tenu du décalage dans la collecte des données 63,8 millions d'unités ont été vendues hors de nos frontières, dont 24,6 millions de supports physiques (-5%) et 39 millions en digital (+85%), principalement constituées de singles. Le tout ayant généré un chiffre d'affaires à l'export de 131,3 millions d'euros (-12%) pour les producteurs phonographiques. Dans le même temps, les perceptions Sacem à l'export se sont élevées à 73 M€ en hausse de 3 %.

Les Etats-Unis, eldorado de la musique française ?

L'Europe a concentré 48 % des ventes de musique à l'export et le continent américain 37 %, tandis que l'Asie a compté pour 13%, l'Océanie 1,5 % et l'Afrique 0,5 %. Les Etats-Unis ont été le premier marché avec 25,7 % des ventes, devant le Benelux (11,8%), l'Allemagne (8,9%), le Royaume-Uni (8,3%) et le Japon (6,3%). En 2009, quelque 3 500 concerts d'artistes produits ou édités par une entreprise française membre du Bureau Export ont été répertoriés dans les 7 pays que couvre le réseau, dont 1 700 aux Etats-Unis et au Royaume-Uni, territoires les plus concernés par les aides de l'organisme et où l'exposition médiatique française est en hausse sensible.

Sur un budget total de 2,5 M€ (financé à 59 % par les pouvoirs publics et à 40 % par les organismes professionnels), le Bureau Export a attribué 1,3 M€ d'aides directes (soutien financier aux tournées et aux actions de promotion et prospection à l'international) et 920 000 € d'aides indirectes (information, mise en relation, promotion auprès de professionnels internationaux). 320 dossiers ont été aidés l'an dernier, soit 230 artistes et plus de 900 dates de concerts. A noter la sensible augmentation des sociétés membres du BureauExport : elles étaient 258 en 2009, contre 170 en 2008. Parmi elles, 131 ont été aidées par les commissions, 127 ont participé à des rencontres professionnelles et/ou salons, 77 ont été vues en consulting.

Les artistes à l'honneur

Les histoires les plus marquantes sont celles de David Guetta, Phoenix, Sliimy (dont 15 pays ont confirmé la sortie de l'album, moins d'un an après sa sortie en France chez Warner), Moriarty ou encore celles du pianiste virtuose et non-voyant japonais Nobuyuki Tsujii (signé chez Harmonia Mundi), de la violoniste Patricia Kopatchinskaja (en tournée dans toute l'Europe en 2009) et du compositeur Philippe Leroux (Editions Billaudot). On citera également Amadou & Mariam (Because Music), The Do (Get down), M83 (EMI), Birdy Nam Nam (Sony Music), Sébastien Tellier (Record Makers), Gojira (Listenable Records), Coralie Clément (Discograph), Lisa Ekdahl (Sony Music), Baptiste Trotignon (Naïve), Alpha Productions, les éditions Lemoine et le Quatuor Ebène en matière de classique, le festival Ooh La La (Los Angeles) et l'opération Oui Love, coordonnée par le BureauExport à Londres. Quant aux projets et tendances 2010, on citera notamment Charlotte Gainsbourg (Because), les Naïve New Beaters (Cinq 7), les Plasticines (Because), Hindi Zahra (EMI), Okou (Universal), Gotan Project (Ya Nasta !), Caravan Palace (Café de la Danse), Uffie (Ed Banger / Because), Curry & Coco (Peer Music), John & Jehn (Naïve) et Shaka Ponk (Tôt ou Tard).

Les meilleures ventes export 2009

Album Diamant (600 000 ventes)

David Guetta « One love » (Virgin / EMI)

Albums Triple platine (300 000 ventes)

Phoenix « Wolfgang Amadeus Phoenix » (Ghettoblaster)

Yael Naim « Yael Naim » (Tôt ou Tard / Warner)

Albums Platine (100 000 ventes)

Francis Cabrel « Des roses et des orties » (Columbia / Sony)

Charles Aznavour « Duos » (Capitol / EMI)

Röyksopp « Junior » (Virgin / EMI)

Pink Martini « Sympathique » (Naïve)

Albums Or (50 000 ventes)

Marianne Faithfull « Easy come easy go » (Naïve)

Benabar « Infréquentable » (Jive Epic / Sony)

Nobuyuki Tsujii « Gold Medalist thirteenth Van Cliburn... » (Harmonia Mundi)

Ayo « Gravity at last » (Polydor / Universal)

Anggun « Elevation » (Heben Music / Warner)

Recentrage et nouveaux programmes pour le Bureau Export en 2010

Lors d'une conférence pré-Midem à Paris et d'un point presse à Cannes, le Bureau Export a présenté ses orientations stratégiques pour 2010. Après avoir redéfini son dispositif en 2009 et adopté une politique de membre plus sélective, l'organisme concentre son action sur les aides les plus pertinentes. Il renforce son soutien financier avec 280 000 € de plus à sa commission promotion & mobilité et 80 000 € supplémentaires à sa commission classique, et en mettant en place deux nouvelles commissions : une commission d'aide aux tournées d'artistes français à l'international (dotée d'un budget de 380 000 € cette année) en partenariat avec le CNV, et une commission d'aide aux tournées d'artistes européens en Europe, grâce au financement de la Commission européenne via l'European Music Office (1,4 million d'euros sur 4 ans).

Autre nouveauté : le Bureau Export lance un programme d'aides au développement numérique, abondé par une subvention exceptionnelle de 520 000 euros du ministère des Affaires étrangères et européennes. Par ailleurs, l'organisme se recentre en termes de priorités géographiques. Il se concentre sur les quatre principaux marchés (Etats-Unis, Allemagne, Royaume-Uni, Japon), au détriment de ses antennes à Barcelone et Varsovie, qui cesseront leurs activités en 2010. L'antenne de Londres est renforcée, tout comme celle de New York avec le recrutement d'un consultant free lance en charge de la veille de marché et de la mise en relation avec les professionnels de l'économie numérique aux Etats-Unis. Enfin, le Bureau Export s'apprête à lancer son nouveau site, plus complet, plus ergonomique et plus pratique, pour offrir à ses membres un outil de travail performant dans leur travail quotidien à l'export et devenir une interface incontournable d'information, de promotion et de mise en relation pour les professionnels internationaux intéressés par les artistes français développés à l'export.

**Retrouvez l'intégralité des infos publiées
sur le blog www.reseauconnection.com**

SFR intensifie son positionnement sur la musique

SFR accompagne les nouveaux modes de consommation de la musique et le fait savoir. Lors d'une conférence de presse au Midem le 23 janvier, Thierry Zemmour, directeur des contenus, est revenu sur l'engagement du groupe sur le marché de la musique et a présenté ses actions pour 2010, notamment commencer un partenariat inédit pour la tournée 2010 de -M-.

Une année 2009 dynamique

En 2009, l'opérateur a déjà été très actif avec tout d'abord le lancement de la plateforme SFR Music (accessible sur le web, sur les mobiles les Smartphone), point d'entrée unique de l'ensemble de ses services de musique (SFR Live Concerts, SFR Jeunes Talents Music, programmation du Studio SFR,

téléchargement de singles, d'albums, de sonneries, achat de billets et de produits dérivés, écoute de radios, actualité musicale, accès à des contenus exclusifs sur les artistes).

2009 a vu aussi le lancement de la radio SFR Music en partenariat avec Goom, l'ouverture de SFR Live Concerts (audience régulière de 30 000 personnes lors des directs, avec des pics à 45 000) à la radio et à la télévision (sur le canal 80 de la neufbox), tout en s'enrichissant d'un catalogue d'une centaine de concerts disponibles en VoD, le développement des événements musicaux dans sa salle de concert parisienne, le Studio SFR (dédicaces, showcases et 24 concerts d'artistes de renom et de jeunes talents : Keziah Jones, Thomas Dutronc, The Ting Tings, Phoenix, Asa...) et l'organisation de la première Nuit Electro au Grand Palais le 25 septembre (12h de programmation avec Birdy Nam Nam, Etienne de Crécy, DJ Hell..., plus de 7 600 personnes présentes et plus de 40 000 qui ont visionné l'événement retransmis en direct sur le web, les mobiles, la radio et la neufbox TV de SFR).

Un partenariat inédit pour la tournée 2010 de -M-

L'opérateur, qui avait déjà créé l'événement lors du pré-lancement de son dernier album fin 2009 avec l'organisation en avant-première de showcases privés, va proposer à ses clients un dispositif privilégié pour les 50 dates de cette tournée grand public, avec mises en vente de billets à des tarifs préférentiels, jeux-concours, rencontres artistiques avec des musiciens sélectionnés par Mathieu Chedid, et concert exceptionnel de clôture retransmis en direct sur la plateforme SFR Live Concerts. L'artiste sera par ailleurs parrain d'un concours « Jeunes Talents Music » pour lequel les lauréats pourront jouer en première partie de ses concerts.

SFR, qui a retransmis en direct du Bataclan le concert de soutien « Un Dimanche en Haïti » le 24 janvier, annonce aussi l'intensification de sa programmation musicale avec une quinzaine de Live Concerts déjà planifiés pour le premier semestre 2010 (Cœur de pirate le 25 janvier au Studio SFR, Charlie Winston le 2 février au Zénith, Diam's le 17 février au Studio 118...) et la deuxième édition de la « Nuit Electro » au Grand Palais. « En 2010, SFR continue de conforter sa position de leader socioculturel. Il fait évoluer son offre de services en fonction des nouveaux usages de consommation de la musique et se positionne comme l'acteur qui fait partager une expérience unique pour permettre à ses clients de vivre leurs passions musicales », commente Thierry Zemmour.

Le pôle de compétitivité Cap Digital crée un groupe musique

Cap Digital, pôle de compétitivité des contenus et services numériques*, a annoncé au Midem la création d'un groupe Musique. Quelque 24 entreprises, groupements et laboratoires de recherche s'associent pour créer la première entité dédiée à l'innovation dans le secteur de la musique. Son objectif : fédérer l'écosystème des start-up de la musique, utiliser la technologie comme un outil de créateur de valeur, organiser et financer des projets innovants en partenariats avec d'autres entreprises ou avec des artistes, être un guichet pour les différents appels à projet et « réfléchir ensemble à la façon de réunifier l'innovation et les acteurs de la musique ». Adestigo, AF83, Arkamys, Audionamix, Baracoda, Bearteach, BureauExport, Fair Play Interactive, Getsound, INA, Ircam, IRI, Lyra Media (Qobuz et Abeille), Musicoverly, MXP4, MyMajorCompany, Naïve, Noomiz, ParisMix, Sony France, Ulike, Vocally et Voxler se sont ainsi rassemblés dans ce cadre. Le groupe participera aussi aux réflexions de Think Digital, le think tank de Cap Digital qui démarre fin février/début mars et devrait aboutir à des propositions sur le secteur, indique Vincent Castaignet, responsable du groupe Musique.

() Cap Digital regroupe 430 PME et 20 grands groupes parmi lesquels Alcatel, Lagardère, Orange, Sony, Thales, ainsi que 170 laboratoires de recherche. Depuis sa création en 2006, le pôle a reçu 738 projets et en a labellisé 226, financés à hauteur de plus de 500 millions d'euros.*

GL CONNECTION : Gildas Lefeuvre • 75 rue de Charonne 75011 Paris • Tél. 06 60 26 03 03

Blog : www.reseauglconnection.com • Mail : gildas.lefeuvre@hotmail.fr
