



À LA UNE AUJOURD'HUI

Initiatives Internationales

- Les producteurs du SNEP mobilisés aux côtés des artistes et de leurs partenaires pour nourrir une création indispensable à la reprise du marché de la musique

Nouvelles de l'Industrie - International

- How to Throw an Online Dance Party, According to Pro DJs
- Facebook Clarifies Guidelines Around Music Usage in Video Posts
- UK : ERA welcomes re-opening of the UK high street next month
- Rien à fêter : le rap sera-t-il l'un des grands perdants du covid-19 ?
 - Imagine if Fortnite had a music streaming partnership...
 - How countries plan to restart nightclubs and music festivals
 - The Steady Rise of Podcasts
- L'intelligence artificielle dans l'art et les industries culturelles et créatives
- Podcasts : Universal Music France et Paradiso signent un accord de développement
 - Fortnite And Travis Scott Provide Insights On How To Go To Market When The Market Vanishes

Autres communiqués

- Reprise des spectacles, oui à la création et non à l'improvisation!



ADISQ

Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo

Mercredi 27 Mai 2020

À LA UNE AUJOURD'HUI

Initiatives Internationales

Soutien

Les producteurs du SNEP mobilisés aux côtés des artistes et de leurs partenaires pour nourrir une création indispensable à la reprise du marché de la musique

Après les 7 propositions pour la musique enregistrée, les producteurs du SNEP appellent les pouvoirs publics à soutenir les artistes et leurs partenaires pour la relance du marché. La crise Covid-19 affecte durablement toute la filière musicale et notamment les concerts qui sont à l'arrêt total et dont on attend impatiemment la reprise. Les producteurs de musique enregistrée ont quant à eux fait face une nouvelle fois à un choc d'envergure. (...) Les producteurs sont en ordre de marche pour soutenir non seulement l'activité des artistes et des techniciens mais aussi celle de leurs partenaires, disquaires et studios d'enregistrement. À cet égard, et en complément des propositions qu'il a formulées pour relancer la production musicale, le SNEP appelle les pouvoirs publics.

<https://snepmusique.com/communiqués-dossiers-de-presse/les-producteurs-du-snep-mobilisés-aux-côtés-des-artistes-et-de-leurs-partenaires-pour-nourrir-une-creation-indispensable-a-la-reprise-du-marche-de-la-musique/>





Nouvelles de l'Industrie - International

How to Throw an Online Dance Party, According to Pro DJs

Dancing in a club, surrounded by people, is one of those things you just can't recreate at home. But approximating the feeling is good enough for now. Zoom parties, DJ livestreams, and virtual venues like Resident Advisor's Club Quarantine are bringing people together to revel in music while keeping a physical distance. With a little bit of technical know-how, you too can get in on that digital club action, whether for your friends or an official stream. You don't need pro gear or previous DJ experience to throw a good online party—you just need a vibe and music you love.

<https://pitchfork.com/thepitch/how-to-throw-an-online-dance-party-according-to-professional-djs/>

Facebook Clarifies Guidelines Around Music Usage in Video Posts

Facebook is looking to [clarify its rules](#) around how creators are allowed to use music in their content, while it's also adding a new indicator in Facebook and Instagram live-streams to help people avoid potential copyright issues. As explained by [Facebook](#): *"We want to encourage musical expression on our platforms while also ensuring that we uphold our agreements with rights holders. These agreements help protect the artists, songwriters, and partners who are the cornerstone of the music community—and we're grateful for how they've enabled the amazing creativity we've seen in this time."* Facebook established a new set of agreements with music publishers [back in 2018](#), and since then, it's been looking at new ways to integrate song snippets and music options into its various tools. But at times, users do still face removals and challenges because of the sounds they include in their uploaded clips.

<https://completemusicupdate.com/article/sosa-entertainment-boss-calls-spotifys-fraudster-claims-laughable-and-blatantly-false/>

UK : ERA welcomes re-opening of the UK high street next month

The Entertainment Retailers Association has welcomed confirmation from the UK government that "non-essential" stores on the high street should be able to re-open on 15 Jun. Having previously said that the COVID-19 measures impacting all but essential retailers would start to be eased in the early part of next month, on Monday ministers said that most retail businesses would be able to re-open on 15 Jun providing "the government's five tests are met and they follow the COVID-19 secure guidelines". That will mean that record shops and other high street entertainment retailers will be able to re-open, providing they follow social distancing rules.

<https://completemusicupdate.com/article/era-welcomes-re-opening-of-the-uk-high-street-next-month/>



Nouvelles de l'Industrie - International

Rien à fêter : le rap sera-t-il l'un des grands perdants du covid-19 ?

On adore les chiffres dans le rap français. Tant mieux, parce qu'on arrête pas de battre des records en ce moment : de salles vides, de festivals annulés ou reportés, de chute de ventes de disques physiques... La crise sanitaire et la période de confinement liée au covid-19 ont évidemment un impact sur tout, même la musique numéro 1. On s'est habitués à s'extasier sur les milliards de vues, les millions de streams, les centaines de milliers de likes, cette fois on porte le regard vers l'autre extrême : les milliards perdus par l'industrie du spectacle vivant, les millions d'euros de promesses d'investissement gouvernemental, les centaines de milliers de travailleurs à l'avenir et au présent flou. Qu'en est-il pour la sous-culture préférée de la jeunesse française ? Le rap FR, au sommet des charts pendant ce printemps pandémique, a surtout utilisé de son influence pour inciter à la générosité pour les soignants et au respect des règles sanitaires, et de ses espaces médiatiques pour divertir une audience friande de contenus. Pendant que cartonnaient "Lettre à une femme" de Ninho et "Angela" d'Hatik, quels étaient les premiers signes de conséquences du covid-19 sur le 5e marché musical mondial ?

<https://yard.media/story/rap-france-covid-musique-impact-aides/>

Imagine if Fortnite had a music streaming partnership...

We've been thinking a lot about Fortnite and music recently. Travis Scott [attracted 27.7 million people](#) to his recent 'Astronomical' concerts within the popular game, while its new Party Royale mode has already hosted DJ sets from [Diplo, Steve Aoki and Deadmau5](#). There are quite a few unanswered (as yet) questions around this: for example, the nature of the deals being done with these artists, not to mention the potential licensing implications around virtual performances to millions, sometimes tens of millions of people. However, it's also made us wonder what more Fortnite might be able to do with music, and specifically, what it might be able to do with a music streaming partnership (or partnerships). How might music streaming be integrated into Fortnite in interesting ways? The most obvious would be allowing players to sign in with their streaming service of choice, so that they can use their playlists as their personal soundtracks. It wouldn't be an enormous leap, though: if they're playing at home, they could simply stream from another device while playing.

<https://musically.com/2020/05/22/imagine-if-fortnite-had-a-music-streaming-partnership/>

How countries plan to restart nightclubs and music festivals

Governments and health organizations, faced with pressure to reopen the worldwide economy, are beginning to lay out guidelines for the return of venues, nightclubs and music festivals. With over four million cases worldwide, the reopening of the nightlife economy will be gradual. While scenes in China have seen [nightlife cautiously return](#), South Korea's initial [club reopenings](#) are linked to a [recent spike](#) of COVID-19 infections in the country, resulting in another nightlife shutdown. Given that, it feels unlikely live music, festivals and club nights will completely return in absence of a vaccine. Still, various governments, like [Spain](#) and [Ireland](#), have outlined multi-stage plans to reopen clubs, music festivals and venues along with the rest of economy. Here's the latest on nightlife reopenings.

<https://www.residentadvisor.net/news/72624>



Nouvelles de l'Industrie - International

The Steady Rise of Podcasts

If any further proof was needed that podcasts are a big deal, last week's [announcement of an exclusive deal between Joe Rogan and Spotify](#) reportedly worth \$100 million should do the trick. Under the licensing deal, the entire library of "The Joe Rogan Experience", one of America's most [popular podcasts](#), will become exclusive to Spotify by the end of 2020. Like other Spotify exclusives, the podcast will be available to the services free users, meaning the prospect of bringing Rogan's fans over to Spotify and have them rack up countless listening hours was enough for the company to write a \$100 million check. The Rogan coup isn't the first big-money podcast deal Spotify has made and it's by no means the largest. Last year, the company acquired podcast networks Gimlet and Anchor for \$340 million, before shelling out \$196 million for The Ringer, the podcast and media company founded by ESPN alumni Bill Simmons. According to [Spotify's latest earnings report](#), 19 percent of its 286 million monthly active users engage with podcasts, as consumption grows at triple-digit rates year-over-year. https://www.statista.com/chart/10713/podcast-listeners-in-the-united-states/?utm_source=Statista+Global

L'intelligence artificielle dans l'art et les industries culturelles et créatives

L'[Organisation internationale de la Francophonie](#) (OIF) a réalisé à l'initiative et avec le soutien de **Wallonie-Bruxelles International** (WBI) un guide intitulé "L'intelligence artificielle dans l'art et les industries culturelles et créatives : Panorama des technologies, expertises et bonnes pratiques dans l'espace francophone". L'intelligence artificielle (IA) n'a pas fait exception à la règle. Les opportunités dans ce domaine sont considérables : grâce à l'intelligence artificielle, les artistes peuvent accroître leurs possibilités créatives, les industries culturelles gagner en productivité, tandis que le public, lui, peut accéder à des outils extrêmement efficaces pour trouver les contenus qu'il recherche. Centré autant sur les acteurs que sur les technologies, le guide présente un panorama de l'utilisation de l'IA par les artistes et les entrepreneurs culturels de l'espace francophone, des avantages qu'ils y trouvent et des obstacles qu'ils rencontrent, des stratégies qu'ils ont développées et des évolutions auxquelles on est en droit de s'attendre pour les prochaines années <http://www.wbi.be/fr/publications/publication/lintelligenceartificielle-lart-industries-culturelles-creatives-0#.Xs6MvsZCeRt>

Podcasts : Universal Music France et Paradiso signent un accord de développement

Universal Music France et le studio de podcasts Paradiso ont annoncé la signature d'un partenariat d'une durée d'un an renouvelable, portant sur la création conjointe de podcasts natifs inédits, qui seront destinés au marché français mais aussi à l'international. Ces contenus pourront être de genres variés (fiction, documentaire, talk, etc) mais toujours en lien direct avec l'écosystème de la musique et le catalogue de la major. Pour cette première année de collaboration, l'objectif est de pouvoir co-produire au moins 5 podcasts originaux et exclusifs. <https://www.cbnews.fr/mobile/image-podcasts-universal-music-france-paradiso-signent-accord-developpement-52349>



ADISQ

Association québécoise de l'industrie du
disque, du spectacle et de la vidéo

Mercredi 27 Mai 2020

À LA UNE AUJOURD'HUI

Nouvelles de l'Industrie - International

Fortnite And Travis Scott Provide Insights On How To Go To Market When The Market Vanishes

When the COVID-19 pandemic hit, artists not only lost their ability to perform live shows, but also their main avenue for selling merch to fans. So what do you do when your entire market vanishes overnight?

Here George Howard walks us through how musician Travis Scott's foray into a Fortnite performance could provide some valuable insight. Much of my work, consulting, and teaching centers on so-called Go To Market (GTM) strategy. Essentially, GTM is an umbrella term that requires managers to coordinate product and business development, sales and marketing, and business intelligence. For me, it's an incredibly exciting part of business — a time when you *finally* move from cogitation to iteration; where all of the ideas, emotions, and work coalesce, and an offering is put in front of customers.

<https://www.hypebot.com/hypebot/2020/05/fortnite-and-travis-scott-provide-insights-on-how-to-go-to-market-when-the-market-vanishes.html?>

Reprise des spectacles, oui à la création et non à l'improvisation!

Hier matin, invité de France Info, Franck Riester, ministre de la Culture, a indiqué militer « pour l'ouverture progressive des salles de spectacles, les théâtres ; réorganiser progressivement un certain nombre de concerts y compris en extérieur pour permettre aux artistes de retrouver leurs publics ». Cette déclaration a interpellé toute notre profession.

Alors que la crise sanitaire empêche toute activité depuis trois mois pour le secteur du spectacle vivant privé (salles de concerts, théâtres, cabarets, festivals et producteurs de spectacles), les entrepreneurs expriment unanimement le souhait de reprendre au plus vite leur activité... Mais pas à n'importe quelles conditions, et surtout pas de manière improvisée : le plan de déconfinement doit évidemment tenir compte des réalités artistiques, économiques, et structurelles de la production et diffusion d'un spectacle.

Dès le début de la crise, du jour au lendemain, notre secteur a été contraint sans aucun préavis d'annuler toutes ses programmations. Aujourd'hui, avant que toute décision ne soit prise sur ce qu'il est possible de faire ou de ne pas faire pour la réouverture de nos lieux, le PRODISS, le CAMULC, le SNES et le SNDTP appellent les pouvoirs publics à prendre impérativement en compte l'avis des professionnels. Un temps de concertation autour du plan de déconfinement du spectacle vivant, et de co-construction des protocoles sanitaires, doit s'ouvrir avec les professionnels du secteur, afin que la reprise d'activité soit réaliste, au regard de la façon dont fonctionne le spectacle vivant privé, et ne se fasse pas au détriment des milliers d'entreprises qui le compose.

Par nature « vivant », le secteur s'accommode mal des contraintes sanitaires drastiques qui sont en train d'être mises en place dans la plupart des autres pans de l'économie qui peuvent reprendre aujourd'hui. La distanciation physique sur scène et dans une salle est, par exemple, difficilement compatible avec la notion même de spectacle.

La réalité c'est également celle des étapes nécessaires à la réalisation de toute création artistique : investissements de productions, répétitions, commercialisation du spectacle et ouverture de la billetterie... et donc des temps de mise en œuvre incompressibles de plusieurs semaines à plusieurs mois pour un spectacle, avant d'être présenté au public. L'évidence, c'est également l'équation économique, impossible sans un soutien volontariste de l'État dans ce contexte de crise : pour un secteur par nature quasiment passubventionné (-de 5 % du CA), la billetterie est le seul fond de roulement du secteur.

Les pertes colossales de chiffres d'affaires du spectacle vivant privé liées à l'absence totale de représentations pendant plusieurs mois, se sont muées en graves difficultés financières pour les entreprises. La pandémie de COVID-19 occasionne ainsi une quadruple crise : sanitaire et économique, mais aussi culturelle... et humaine. La reprise des spectacles, ce n'est pas improviser une prestation sur un balcon pour la fête de la musique ou les capter en live streaming. Nous devons à notre public un spectacle à la hauteur de ses attentes, qui le fasse rêver. Pour cela, nous devons préparer notre public à revenir dans nos salles pour revivre l'expérience unique d'un spectacle « vivant ». Et cela requiert un minimum de préparation. Alors non à l'improvisation, oui à la programmation raisonnée et anticipée. À ce titre, nous attendons que les annonces du Premier ministre ce jeudi, concernant la suite du déconfinement, laisseront la porte ouverte à la concertation avec les professionnels du secteur pour que les décisions ne soient pas prises à leur insu, mais en accord avec les réalités de leurs métiers.