



À LA UNE AUJOURD'HUI

Lettres ouvertes et communiqués du secteur

- TPLM MET EN AVANT 10 PRIORITÉS POUR LA FILIÈRE MUSICALE - Sma

Pratiques industrielles et artistiques

- Live Nation memo confirms promoters want artists to share the risk when the live industry swings back into action
 - Why there can be no return to the old normal for the music business

Consommation médiatique et de biens culturels

- Over 12 million Australians now use music streaming services

Politiques publiques

- Festivals Returning As New Zealand Lifts Coronavirus Restrictions

Économie

- France : Combien pèse le spectacle vivant dans l'économie ?
- VR Arenas Are Back Open and Earning 70% of Pre-Lockdown Revenue — Does This Bode Well For Live Music?

Lettres ouvertes et communiqués du secteur

TPLM MET EN AVANT 10 PRIORITÉS POUR LA FILIÈRE MUSICALE - SMA

Tous pour la Musique met en avant 10 priorités pour la filière musicale.

En 2020, la musique va perdre 4,5 Mds€ sur les 10,2 Mds€ qu'elle devait générer : le spectacle vivant est le plus durement touché avec des effets en cascade sur l'ensemble de la chaîne de valeur, de la diffusion à la création en passant par la production et l'édition musicale. L'interdépendance est l'essence même de notre filière. Et parce qu'il est encore temps de protéger les créateurs, de soutenir les structures et les entreprises qui les accompagnent, de sauver les 257 000 emplois qui font vivre la musique et de se battre pour que la diversité reste la priorité de tous, TPLM formule 10 propositions aux pouvoirs publics.

RÉPONDRE À L'URGENCE DE LA CRISE

1 – Apporter davantage de clarté et d'anticipation dans les conditions de réouverture des salles de spectacle et d'autorisation des festivals, afin de répondre au besoin de visibilité de la filière musicale.

- Élaborer des aides publiques spécifiques pour compenser les surcoûts et les pertes en revenu liés aux mesures sanitaires qui seront imposées aux salles et aux manifestations.

2 – Mettre en place un accompagnement social et fiscal adapté à l'ampleur de la crise.

- Préciser le contenu des « quatre mois sans charges pour les artistes-auteurs » annoncés par le chef de l'État.
 - Prolonger d'au moins 18 mois le dispositif d'activité partielle pour les entreprises de la musique.
 - Faire jouer pleinement à l'assurance-chômage des intermittents du spectacle son rôle de filet de sécurité.
- Prendre des mesures vouées à préserver la trésorerie des entreprises, notamment en renforçant le crédit d'impôt phonographique (CIPP) et le crédit d'impôt pour le spectacle vivant (CISV), et en mettant en place un crédit d'impôt pour les éditeurs de musique.
 - Défendre une TVA à 5,5 % sur les CD et les vinyles.

3 – Obtenir que les aides et subventions soient instruites, votées, validées et versées le plus rapidement possible, indépendamment de la réalisation ou non des actions aidées, et que la clause « de service fait » soit effectivement levée.

4 – Reconduire en 2021 la mesure permettant aux organismes de gestion collective (OGC) de consacrer une partie des « 25 % » de la copie privée à des mesures d'urgence.

5 – Ouvrir des discussions entre représentants des bailleurs et représentants des salles de spectacle sur les loyers correspondant tant à la période d'interdiction d'ouverture qu'à la période de réouverture en mode dégradé.



Lettres ouvertes et communiqués du secteur

TPLM MET EN AVANT 10 PRIORITÉS POUR LA FILIÈRE MUSICALE - SMA

RECONSTRUIRE LA FILIÈRE

6 – Organiser un « Valois de la musique ».

- Bâ tir avec l'État et les collectivités locales une véritable trajectoire pluriannuelle de relance de la filière, dotée de moyens correspondant à l'ampleur de la destruction de valeur à l'œuvre depuis la mi-mars.
- Créer un pacte d'investissement public en faveur de la création à la mesure de la place de ce secteur dans l'économie française.

7 – Faire bénéficier le Centre National de la Musique de ressource fiscale nouvelle, significative et pérenne (TOCE, GAFAN, etc.) dans le prolongement de l'annonce faite par le chef de l'Etat d'un abondement de 50 millions d'euros pour le CNM. Compte tenu de la destruction de valeur que subit la filière, l'établissement public a besoin de moyens adaptés à ses missions et à la relance. La fragilité du CNM est aggravée par le fait que son financement actuel repose en majeure partie sur la taxe fiscale sur les spectacles de variétés, dont le produit sera quasiment nul en 2020. Face à une telle situation, le CNM est dans l'incapacité de soutenir durablement la filière musicale.

8 – Transposer dès que possible les trois directives adoptées à Bruxelles l'année dernière (droit d'auteur, câble-satellite et services de médias audiovisuels) et qui posent notamment les bases d'une plus juste rémunération de tous les acteurs de la création au titre de l'activité des Gafas, singulièrement de YouTube.

- 9 – Exhorter radios, télévisions, plateformes et lieux de diffusion de musique lorsqu'ils rouvriront, **à diffuser et programmer un maximum de titres de production française.**
- Demander en outre aux pouvoirs publics, en particulier au Conseil supérieur de l'audiovisuel, de **défendre avec force les quotas radio, qui s'avèrent encore plus vitaux en période de crise.**

10 – Prendre des mesures de soutien à la demande de biens culturels produits en France.

- Conforter le programme de commande publique annoncé par le chef de l'État.
 - Réorienter le Pass Culture vers les arts vivants et les productions locales.
- Acheter massivement des instruments de musique pour concrétiser l'objectif d'un orchestre dans chaque école.
 - Conforter l'audiovisuel public, partenaire indispensable de la filière musicale.



ADISQ

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

Jeudi 18 Juin 2020

À LA UNE AUJOURD'HUI

Pratiques industrielles et artistiques

Live Nation memo confirms promoters want artists to share the risk when the live industry swings back into action

A memo from Live Nation in the US has outlined some of the changes the live giant says it needs to make to its artist agreements once the live industry gets back into action after the COVID-19 shutdown. As well as a drop in fees and guarantees of a round 20% across the board, the live music firm says it is also seeking to transfer some of the risks associated with staging events onto the artists. The live industry, of course, has been hit incredibly hard by COVID-19, and that negative impact continues to increase the longer the shutdown runs for, as even those companies that had the luxury of surplus cash start to run out of money. Uncertainties remain as to when shows and festivals will be allowed to properly return, and there are serious concerns that government support schemes will end before the gigs restart. The extent of the problem does vary around the world. Different countries are taking different approaches when it comes to relaxing COVID-19 restrictions and regarding what physical distancing should continue even once larger gatherings are allowed again. Meanwhile, everyone continues to watch those countries where things have started to get back to normal to assess the risk of a second spike in COVID-19 cases.

<https://completemusicupdate.com/article/live-nation-memo-confirms-promoters-want-artists-to-share-the-risk-when-the-live-industry-swings-back-into-action/>

Why there can be no return to the old normal for the music business

Finally, after 12 long weeks of lockdown, your favourite record shop is probably open again. The reopening of 'non-essential' retail is a welcome sign of normality returning after weeks of lockdown, even if social distancing and Covid-19 safety measures will mean crate-digging won't be quite the same. But that's not the only thing changing in the business. In the two or so weeks since Black Out Tuesday raised vital questions about the lack of racial equality in the music industry, One Little Indian has changed its name to One Little Independent, Lady Antebellum have changed their name and Bristol's Colston Hall has confirmed it will finally have a new moniker when it reopens in the autumn. Many organisations, including Republic Records and the Grammys, have taken steps to remove the word 'urban' from their lexicon. In line with those and the suggestions issued by the new Black Music Coalition to labels, Music Week's club chart providers are changing the name of the Urban listing to the Black Music chart. These are important, albeit often overdue moves for the industry. But cosmetic changes are relatively easy to make. The business will have more complicated systemic decisions to make in the weeks and months ahead. And as veteran artist manager Keith Harris points out, while "pretty much everybody" acknowledges that it's time something was done, "If they don't actually do something positive, things will stay the same".

<https://www.musicweek.com/opinion/read/why-there-can-be-no-return-to-the-old-normal-for-the-music-business/080117>



ADISQ

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

Jeudi 18 Juin 2020

À LA UNE AUJOURD'HUI

Consommation médiatique et de biens culturels

Over 12 million Australians now use music streaming services

About 12.7 million Australians – or 61% of the population – use streaming music services, according to new [Roy Morgan](#) Research which collated data from a four-week window. Three years ago, the figure was nine million with most of the gain made since early 2019. Spotify is the clear market leader down under with eight million local users on the platform. It has more than doubled its user-base since 2017, up by 4.4 million (+122%). The Swede's growth has been at a faster rate than the overall market's, and it has been attracting music streamers from rival services as it doubles-down on marketing. Spotify's biggest rival in this market is [YouTube Music](#), including [Google Play Music](#), which is now used by a round 5.5 million Australians. Google announced in recent weeks that Google Play Music will finally be shutting in 2020 after first flagging the changes almost three years ago. In early 2020 Google Play Music had just over one million Australian users, with a round half already using YouTube Music. <https://themusicnetwork.com/musicstreaming-report-australia/>



ADISQ

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

Jeudi 18 Juin 2020

À LA UNE AUJOURD'HUI

Politiques publiques

Festivals Returning As New Zealand Lifts Coronavirus Restrictions

Festivals are returning to New Zealand after all coronavirus restrictions were lifted June 8 after 10 weeks of lockdown. Borders are still restricted and when they will open remains to be seen, so promoters are currently focused on bills with New Zealand acts. Reggae festival Good Vibes immediately announced it is hitting eight centers around the country July 17 to Aug. 8 with Katchafire, L.A.B., Kora, Sons Of Zion, Ardijah, Three Houses Down and Stan Walker, among others. Splore put 9,000 tickets on its market for its Feb. 26 to 28 gathering at Tapapakanga Regional Park, south of Auckland. Summer festivals had already found support from longtime patrons just in case, the *NZ Herald* reported May 25. Rhythm & Vines, partly owned by Live Nation since 2019, has sold 90% of its 20,000 ticket allocation for its Dec. 28 to 31 event at Waiohika Estate in Gisborne. Co-promoter Hamish Pinkham will spend the next months working out options of international additions before the first artist unveils August. Rhythm & Alps, which celebrates its 10th anniversary Dec. 29 to 31 in Wanaka, is set to go to market. At this stage it is continuing with an all-New Zealand for its 10,000 attendees. Northern Bass (Dec. 29 to January 1) is heading for its 30,000 sell-out after its quickest sales, said director Gareth Popham. The acts have not been announced but Popham has two alternate lineups – an all New Zealand and one with international acts booked earlier in the year.

<https://www.pollstar.com/article/festivals-returning-as-new-zealand-lifts-coronavirus-restrictions-144822>



ADISQ

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

Jeudi 18 Juin 2020

À LA UNE AUJOURD'HUI

Économie

France : Combien pèse le spectacle vivant dans l'économie ?

Sans le Coronavirus, le festival Solidays aurait démarré demain, on devrait parler de la programmation du Festival d'Avignon, des pièces à découvrir, ou bien se préparer au Festival de jazz de Montreux, mais la plupart de ces rendez-vous n'auront pas lieu cet été... Avec un manque à gagner économique élevé. Et cela va faire un trou dans notre économie. C'est déjà l'heure des comptes et ça fait un peu froid dans le dos. Hier le quotidien helvétique Le Temps essayait d'évaluer le manque à gagner provoqué par l'annulation de deux festivals en Suisse: Jazz à Montreux et le Paléo Festival de Nyon, où Céline Dion était attendue. Un professeur d'HEC Lausanne a défini une règle simple : "Un euro de dépenses pour un Festival génère le double de retombées économiques pour la ville et ses environs." Par exemple, à Montreux le taux de remplissage des hôtels atteint 90% pendant le festival, contre 35% le reste de l'année. Sans ces événements, l'économie locale à Montreux et à Nyon va donc perdre 100 millions d'euros. En France, SoFest, un collectif de chercheurs du CNRS et des universités de Montpellier et Nanterre, a étudié en détail 129 festivals. Mais il y en a encore plus. Vous imaginez le manque à gagner... À combien l'estiment-ils ? Il n'est pas forcément équivalent à celui de la Suisse. Les prix à Belfort sont plus raisonnables qu'à Montreux. Mais tout de même. "Ils estiment les pertes directes (les recettes des festivals) et indirectes (les retombées locales) autour d'un milliard et demi d'euros."

<https://www.musicbusinessworldwide.com/warner-music-group-started-today-with-a-12-8bn-valuation-its-now-worth-over-2bn-more/>

VR Arenas Are Back Open and Earning 70% of Pre-Lockdown Revenue — Does This Bode Well For Live Music?

VR Arenas are returning to 70% of their pre-lockdown revenues as the U.S. reopens — a positive indicator for the live music industry's eventual comeback. Virtuix, the creator of the 'Omni Arena' virtual reality eSports attraction, says its reopening has resulted in a revenue surge. Virtuix says since its locations have reopened, it has recorded a 120% increase in gameplaysessions. And tellingly, most venues have experienced the most significant increase in new visitors during the second week of reopening. The data was shared with Digital Music News this morning. That means three weeks into it, 'Omni Arena' venues are seeing near pre-pandemic levels of attendance. These venues are averaging \$2,400 in revenue per week — about 70% of pre-lockdown levels. The only kicker: VR Arenas are one of the few socially distant activities you can do. The 360-degree nature of the VR treadmill means all participants are automatically socially distanced. That's a bit harder with live music at bars, concerts, and live music festivals.

<https://www.digitalmusicnews.com/2020/06/17/vr-arenas-returning-revenue-report/>