

## La filière du spectacle vivant à l'horizon 2020

### Optimisation des stratégies marketing, nouveaux modes de diffusion et solutions de billetterie : quelles perspectives et opportunités pour la filière ?

Le groupe **Xerfi** vient de publier la 3<sup>e</sup> édition de son rapport sur la filière du spectacle vivant. Il analyse les évolutions à venir face à l'emprise des groupes des médias et du divertissement, qui poursuivent leurs acquisitions d'actifs stratégiques, ainsi que les tentatives de riposte des acteurs de second plan pour défendre leurs positions. L'étude décrypte le jeu concurrentiel des trois principaux segments et leurs perspectives à l'horizon 2020. Elle identifie en outre les évolutions marketing majeures portées par l'exploitation des données grâce au Big Data, l'utilisation des réseaux sociaux et la refonte de l'offre de billetterie. Elle présente ainsi les axes de développement stratégique pour l'ensemble de la filière.

Grâce à cette analyse complète, opérationnelle et résolument prospective, vous disposerez d'un véritable outil pour stimuler votre réflexion. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.



Téléchargez immédiatement  
cette étude sur [Xerfi.com](http://Xerfi.com)

Avec le code étude 7COM29

**Cécile Schoenberg**  
Chargée d'études senior  
Xerfi France

# La filière du spectacle vivant à l'horizon 2020

**Optimisation des stratégies marketing, nouveaux modes de diffusion et solutions de billetterie : quelles perspectives et opportunités pour la filière ?**

Édition avril 2017  
180 pages

## Proposer de nouveaux services grâce au numérique

Les mutations numériques bouleversent la filière du spectacle vivant. Elles ont non seulement fait émerger de nouvelles formes de promotion et de diffusion du spectacle vivant, mais elles ont également déplacé le centre de gravité de la filière vers la billetterie, maillon aujourd'hui fondamental de la création de valeur. Le recours au *Big Data* pour exploiter les données collectées sur ce segment permet notamment d'élaborer des stratégies marketing plus ciblées et personnalisées. C'est l'une des priorités de France Billet qui a optimisé sa stratégie CRM avec l'aide de la *start-up* Tynyclues. Ces nouvelles solutions technologiques ouvrent la voie à de nouveaux acteurs et services ainsi qu'à de nouvelles stratégies marketing. Elles constituent aussi de formidables opportunités pour les opérateurs face aux difficultés conjoncturelles. **Sur cette filière en pleine recomposition, quels sont les acteurs les mieux armés pour remporter la bataille ? Sur quelles stratégies de riposte s'appuient les acteurs traditionnels face à l'emprise des grands groupes des médias et du divertissement ?**

## Les points clés de l'étude

- **Le décryptage de la filière du spectacle vivant et notre scénario prévisionnel à l'horizon 2020**  
Chiffres clés et perspectives des trois principaux segments de marché (production, gestion de salles et distribution) à moyen terme, analyse des indicateurs clés du spectacle vivant, étude détaillée des déterminants de la filière etc.
- **Une grille d'analyse inédite du jeu concurrentiel et des principaux axes de développement**  
État des lieux complet de la concurrence en 2017 (classement de 45 acteurs clés par segment d'activité), analyse de l'intensité concurrentielle à partir de critères objectifs (rivalité entre concurrents, pouvoir de marché des clients, menaces de nouveaux entrants, etc.), mise en avant des principales opportunités de développement, scénario prospectif exclusif à moyen terme.
- **Tous les fondamentaux pour comprendre l'environnement, la demande et ses mutations**  
Moteurs et freins politiques (évolution des subventions publiques), économiques (évolution du pouvoir d'achat, arbitrages de consommation), socio-culturels (la fréquentation des salles), technologiques, etc.

## « Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Precepta vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du jeu concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

Xerfi vous propose son analyse ainsi que sa vision prospective de la filière du spectacle vivant à l'horizon 2020. Entre la stagnation de la fréquentation des salles, la baisse des subventions publiques, le plafonnement des prix des billets, les acteurs resteront confrontés à de nombreux freins. Mais ils pourront s'appuyer sur l'essor de la *self-billetterie* et du *cashless* pour proposer de nouveaux services ainsi que sur l'exploitation des données issues de la billetterie afin d'élaborer des stratégies marketing plus ciblées et personnalisées.

## Table des matières et contenu de l'étude

### LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

*Cette synthèse attire l'attention sur les perspectives de la filière du spectacle vivant à moyen terme et apporte un éclairage sur les nouveaux espaces de création de valeur. Notre analyse insiste ensuite sur différents axes de développement des acteurs. Enfin, la synthèse vous aide à mieux appréhender le jeu concurrentiel et son évolution probable dans les années à venir.*

#### 1. LES 7 ENJEUX ET DÉFIS CLÉS

- Trouver sa place face aux géants des médias et du divertissement
- Tirer parti des dispositifs *cross-canal*
- S'insérer dans le nouvel écosystème de la diffusion en ligne
- Saisir les opportunités offertes par le *Big Data*
- Fédérer une communauté de fidèles autour de ses événements
- S'imposer comme un interlocuteur unique de la billetterie
- Lutter contre le marché noir

#### 2. L'ANALYSE ET LES PERSPECTIVES DE L'ACTIVITÉ

##### 1. LES TENDANCES CLÉS DE L'ACTIVITÉ JUSQU'EN 2016

- La typologie des salles de spectacles et les lieux d'évènements
- L'évolution des indicateurs clés de la filière : la diffusion des représentations par genre, le nombre de représentations, le nombre d'entrées
- L'évolution des recettes du spectacle vivant
- Focus sur les festivals

##### 2. L'ACTIVITÉ DES ACTEURS DE LA FILIÈRE JUSQU'EN 2016

- Le chiffre d'affaires des arts du spectacle vivant
- Le chiffre d'affaires des gestionnaires de salles
- Le baromètre d'activité des distributeurs en ligne

##### 3. LE SCÉNARIO PRÉVISIONNEL À L'HORIZON 2020

- Le scénario prévisionnel des arts du spectacle vivant et des gestionnaires de salles
- Le scénario prévisionnel des distributeurs en ligne

### 3. LE JEU CONCURRENTIEL

#### 1. LES FORCES EN PRÉSENCE DANS LA FILIÈRE

- Les différentes catégories d'opérateurs privés
- Les grands groupes intégrés positionnés sur l'ensemble de la filière
- Le top 15 des producteurs, promoteurs et diffuseurs
- Le top 15 des gestionnaires de salles
- Les réseaux physiques de billetterie
- Le top 15 des billetteries en ligne

#### 2. LA STRUCTURE DE LA CONCURRENCE ET LES RAPPORTS DE FORCES

- Vue d'ensemble des pressions concurrentielles : quels acteurs ont l'avantage ?
- Les rapports de forces pour chaque catégorie d'acteurs (rivalité entre concurrents, pouvoir de négociation des clients et des fournisseurs, menaces de nouveaux entrants et de substituts, influence des pouvoirs publics)

#### 3. LES AXES DE DÉVELOPPEMENT STRATÉGIQUES

- Les stratégies d'intégration des grands groupes : principaux modes de consolidation et faits marquants  
Étude de cas : Vivendi
- Les stratégies de riposte des groupes indépendants : les deux principales options à disposition des acteurs  
Études de cas : Liveboutique et SoCoop
- Les nouvelles formes de promotion et de diffusion du spectacle vivant : les retransmissions en ligne et le pouvoir de prescription des réseaux sociaux
- L'adaptation aux grandes mutations technologiques : les principaux enjeux liés au *Big Data* et aux nouvelles politiques de CRM  
Études de cas : Universal Music Group et Fnac/France Billet
- La refonte de l'offre de la billetterie sur les segments BtoC et BtoB : analyse des nouvelles solutions (*self-billetterie*, *cashless*, etc.) et faits marquants  
Étude de cas : l'offre 360° de Weezevent

## LE JEU CONCURRENTIEL

Dans cette étude, vous trouverez une analyse détaillée du paysage concurrentiel actuel et à venir. La filière poursuivra sa consolidation autour de quelques grands acteurs des médias et du divertissement et de puissants groupes intégrés qui seront les mieux placés pour saisir les opportunités de développement. Toutefois, cette recomposition n'empêchera pas certains indépendants de résister. Leur survie dépendra de leur capacité à mettre en commun leurs ressources, et à se positionner sur des productions alternatives et différenciantes.

## LES AXES DE DEVELOPPEMENT

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont identifié et décrypté les grands axes de développement de la filière. Parmi ceux-ci : la mise en place de dispositifs cross-canal, la consolidation de productions de niche, l'établissement d'alliances stratégiques, etc. Le positionnement des acteurs sur le segment de la billetterie sera un élément crucial dans les années à venir. Porteuse d'innovations, elle est à l'origine d'une profonde restructuration des offres impactant l'ensemble de la filière.

## 4. LE JEU CONCURRENTIEL À MOYEN TERME

- Quelles évolutions du jeu concurrentiel à moyen terme ?
- L'analyse SWOT appliquée aux différentes catégories d'acteurs

## 4. LES FONDAMENTAUX ET L'ENVIRONNEMENT

## 5. LES FONDAMENTAUX DE L'ACTIVITÉ

- L'organisation de la filière, les grandes activités, la structure coûts/recettes des spectacles et des salles de spectacle, la réglementation de l'activité de billetterie
- Les principaux déterminants de l'activité

## 6. L'ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

- L'analyse PESTEL
- Les principaux moteurs et freins : les aides au spectacle vivant, le pouvoir d'achat des Français, l'évolution des dépenses annexes, le report du budget musique enregistrée sur les représentations live, la fréquentation des salles, le marché noir de la billetterie

## 7. L'ANALYSE DE LA DEMANDE

- La typologie des spectacles les plus sollicités, l'impact des tensions sécuritaires, les principales motivations des spectateurs, l'évolution de la demande

## 5. LES FICHES D'IDENTITÉ DES PRINCIPAUX ACTEURS

## 8. LES ACTEURS INTÉGRÉS

- Live Nation Entertainment ; Vivendi ; Fimalac ; Groupe Lagardère ; Vente-privée

## 9. LES GESTIONNAIRES DE SALLES

- GL Events

## 10. LES PRODUCTEURS DE SPECTACLES VIVANTS

- Gérard Drouot Productions ; Backline

## 11. LES DISTRIBUTEURS DE BILLETS

- Fnac / France Billet ; Ticketac ; Eventim

## 12. LES SERVICES DE SELF-BILLETTERIE ET LES ÉDITEURS DE LOGICIELS

- Eventbrite ; Xing Events ; Best Union / IREC ; Rodrigue

## LES PRINCIPAUX GROUPES CITÉS DANS L'ÉTUDE (\*)

- 3S ENTERTAINMENT
- A VOS BILLETS
- AGP SYSTÈME
- ALINE ET COMPAGNIE
- ANTEPRISMA
- ARACHNEE CONCERT
- AUGURI PRODUCTIONS
- BACKLINE
- BILLETNET
- BILLETREDUC
- BILLETTERIES OUVERTES
- BLEU CITRON
- CANAL PLUS
- CARAMBA SPECTACLES
- CARREFOUR
- CASINO
- CONTREMARQUE
- CULTURA
- DAILYMOTION
- DECIBELS PRODUCTION
- DEEZER
- DESSOUS DE SCENE
- DIGITICK
- E.LECLERC
- ESPACE CULTUREL E.LECLERC
- ESPACE-TEMPS
- EVENTIM FRANCE
- FACEBOOK
- FIMALAC
- FNAC
- FRANCE BILLET
- FURET DU NORD
- GERARD DROUOT PRODUCTIONS
- GILBERT COULLIER PRODUCTIONS
- GROUPE AUCHAN
- GROUPE LAGARDÈRE
- ICONCERT
- IREC
- ITM ENTREPRISES
- LAGARDERE LIVE ENTERTAINEMENT
- LE CASINO DE PARIS
- LES FOLIES BERGERES
- LES VISITEURS DU SOIR
- LILLE GRAND PALAIS
- LIVE BY GL EVENTS
- LIVE NATION FRANCE
- LIVE NATION ENTERTAINMENT
- MEDICI TV
- MONTPELLIER EVENTS
- MYBEE
- MYTICKET
- NEMOPAY
- NOUS PRODUCTIONS
- NOW PLAYING
- OLYMPIA PRODUCTION
- PALAIS DES SPORTS
- PAYINTECH
- PAYPAL
- PROMOTHEATRE
- QUARTIER LIBRE
- RODRIGUE
- SEZAM LAB
- SFR LIVE
- SPOTIFY
- STAGE ENTERTAINMENT
- STEFAN LUBRINA
- SYSTÈME U
- THEATRE DE LA PORTE SAINT-MARTIN
- THEATRE DU ROND POINT
- THEATRE DES CHAMPS ELYSEES
- THEATRE DU PALAIS ROYAL
- THEATRE EDOUARD VII
- THEATRE FONTAINE
- THEATREONLINE
- TICKET MINUTE
- TICKETAC
- TICKETMASTER FRANCE
- TINYCLUE
- TOP BILLET
- TOURS EVENEMENTS
- UNIVERSAL MUSIC GROUP
- VEGA
- VENTE-PRIVÉE
- VIVENDI
- WEBEDIA
- XING EVENTS
- YOUTUBE
- YUFLOW

(\*) Liste non exhaustive

Pour recevoir votre étude **IMMÉDIATEMENT**,  
**COMMANDEZ** directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Rentrez le code **7COM29** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISÉES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, [lmarty@xerfi.fr](mailto:lmarty@xerfi.fr)

Ces études pourraient également vous intéresser

- **Les mutations du marché de la musique**  
6COM37 – Mai 2016
- **Le marché de la billetterie**  
5SME52 – Juillet 2015

Retrouvez sur le site [xerfi.com](http://xerfi.com) le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises



**BON**DE  
**COMMANDE**

A retourner à :

Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris

Téléphone : 01 53 21 81 51

Email : [commande@xerfi.fr](mailto:commande@xerfi.fr)

Réf : 7COM29 / PTAX

#### INFORMATIONS CLIENT

Nom : \_\_\_\_\_

Prénom : \_\_\_\_\_

Fonction : \_\_\_\_\_

Société : \_\_\_\_\_

Adresse : \_\_\_\_\_

Code postal : \_\_\_\_\_

Ville : \_\_\_\_\_

Adresse email : \_\_\_\_\_

Téléphone : \_\_\_\_\_

TVA Intra : \_\_\_\_\_

N° SIRET : \_\_\_\_\_

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture. En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.  
Tarifs valables jusqu'au 30/04/2018 (TVA 5,5%).

## La filière du spectacle vivant à l'horizon 2020

Optimisation des stratégies marketing, nouveaux modes de diffusion et solutions de billetterie : quelles perspectives et opportunités liées au numérique ?

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
<b>2 500,00 € HT</b>	<b>2 400,00 € HT</b>	<b>2 795,00 € HT</b>
2 637,50 € TTC	2 532,00 € TTC	2 948,73 € TTC




#### MODE DE RÈGLEMENT CHOISI

- dès réception de l'étude et de la facture
- par carte bancaire sur [www.xerfi.com](http://www.xerfi.com)
- par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :

XERFI-DGT SAS au capital de 5 786 051 euros - 13-15 rue de Calais 75009 Paris  
RCS Paris B 523 352 607 - TVA intracommunautaire : FR22523352607