

Communiqué de presse

*Etude Forum d'Avignon
2013*

Contacts : Sonia El Ouardi / Amélie Fournier / Marianne Felce-Dachez
Relations Presse
WELLCOM
33 1 46 34 60 60
se@wellcom.fr / afo@wellcom.fr / mfd@wellcom.fr

Elise Carrard
Responsable Relations Presse
Kurt Salmon
Elise.carrard@kurtsalmon.com

Les pouvoirs de la culture

***Créateurs, producteurs, distributeurs, consommateurs,
pouvoirs publics...***

Qui détient le pouvoir ?

Paris, le 12 novembre 2013 – ***Dans le cadre de son étude : « Créateurs, producteurs, distributeurs, consommateurs, pouvoirs publics... Qui détient le pouvoir ? », réalisée pour les rencontres annuelles du Forum d'Avignon, qui se tiendront du 21 au 23 novembre prochains, le cabinet Kurt Salmon revient sur l'évolution des pouvoirs et des équilibres entre les différents acteurs de la chaîne de valeur des industries culturelles et créatives.***

Vers un nouveau rapport de force dans les industries culturelles et créatives ?

1995 : Amazon lance son site Internet.

1999 : Napster permet l'échange de musique en ligne.

2001 : Apple lance l'iPod.

2007 : le Kindle arrive sur le marché et Netflix se lance dans la SVOD...

En presque 20 ans, **le numérique**, et les évolutions technologiques qui lui sont associées, a **bouleversé la façon de consommer et distribuer le contenu culturel**. Du coup, c'est tout l'équilibre entre les acteurs de la chaîne de valeur qui adopte aujourd'hui une nouvelle configuration.

Les ICC regroupant des activités très diverses, il était nécessaire de recentrer le champ d'investigation et de s'intéresser aux **contenus éditoriaux : les industries du Livre, de la Musique, du Cinéma et des Jeux Vidéo**.

Dans ce secteur culturel « resserré », l'étude cherche à savoir qui détenait aujourd'hui le pouvoir : comment se dessine le nouvel équilibre entre auteurs, producteurs, distributeurs et consommateurs, sous l'effet de quelles évolutions ?

Plus fondamentalement, assiste-t-on réellement à une révolution au sein de la chaîne de valeur des ICC, ou à de simples évolutions ?

L'étude s'appuie sur une **trentaine d'entretiens au niveau international** auprès de dirigeants publics et privés, d'artistes et de créateurs qui sont des acteurs clés de la chaîne de valeur et qui font, ou ont fait face, à des évolutions de leur « pouvoir » suite à l'entrée de nouveaux arrivants, aux évolutions technologiques, aux nouveaux usages... Ces entretiens ont permis d'alimenter notre réflexion et de récolter le point de vue de chacun des intervenants de la chaîne, dans les quatre secteurs.

En parallèle, le cabinet a mené une **enquête consommateurs**, dans quatre pays, pour avoir une vision des évolutions des modes de consommation, évaluer la perception et l'intérêt des consommateurs pour leurs nouveaux « pouvoirs ».

La démarche adoptée ne vise pas à déterminer qui sont les gagnants ou les perdants des évolutions en cours mais à déterminer **comment maintenir un écosystème vertueux au vu des contraintes et de la réalité de chacun des acteurs**.

On croit la culture en crise ? On se trompe !

Après cinq années de stagnation, les industries du Livre, de la Musique, des Jeux Vidéo et du Cinéma renouent globalement avec la croissance en 2012 et tendent vers une croissance annuelle moyenne de 5%¹. Cette croissance future s'appuiera sur 3 piliers :

- **La démocratisation des terminaux connectés**, impliquant une multiplication des moments de consommation et de nouveaux usages ;
- **La place croissante des nouvelles formes de monétisation digitales**, qui permettent notamment une diversification des revenus ;
- **La montée en puissance des pays émergents**, aussi bien en termes de consommation que de production.

Deux enseignements majeurs peuvent être tirés à l'issue de l'étude :

- **Les frontières entre les acteurs n'ont pas tant bougé que cela**, les bouleversements se sont produits au sein de chaque maillon :
 - **Une « illusion du pouvoir » pour les créateurs et les consommateurs** avec le numérique. Si les outils se multiplient, les créateurs ont du mal à émerger et vivre de leur art hors des circuits traditionnels – aucun artiste du Top 20 mondial (Musique et Livre) n'est par exemple auto-produit. De même, si 45%² des consommateurs se déclarent prêts à financer ou co-financer un artiste ou une œuvre, on estime que le crowdfunding ne dépassera pas 10%³ des investissements en 2017.
 - **Des producteurs qui ont souffert et ont dû se restructurer mais ils ont vu leur part de revenus augmenter**, en bénéficiant de la disparition des intermédiaires sur les produits digitaux. Ainsi pour le livre, leur part est passée en moyenne de 30% du prix HT pour un livre physique à 48%⁴ pour un livre numérique, quand la part des producteurs de DVD passait de 17% sur les supports physiques à 48%⁵ sur les supports numériques.

¹ Analyses Kurt Salmon

² Résultat issu de l'enquête menée par Kurt Salmon

³ Analyses Kurt Salmon

⁴ SLF, GfK, analyses Kurt Salmon

⁵ CNC, GfK, analyses Kurt Salmon

- **Les distributeurs quant à eux ont vu apparaître de nouveaux acteurs en position dominante sur leur marché digital respectif.** Si, à date, le numérique est vécu comme une opportunité par la plupart des acteurs, **les risques d'abus de position dominante à moyen et long terme ne doivent pas être négligés.** Toutefois, si on en croit les consommateurs, plus de 60% déclarent continuer à privilégier le support physique dans 5 ans⁶.
- **Des cadres réglementaires et fiscaux qui restent pour la plupart « nationaux » et ne permettent pas de régir un marché digital par nature sans frontière,** permettant ainsi aux différents acteurs de mettre à profit la manque d'harmonisation.

En guise de perspectives, les recommandations ont été structurées selon les deux objectifs qui semblent inhérents au maintien d'un écosystème vertueux : protéger la pluralité des acteurs et favoriser la diversité des contenus

- Protéger la pluralité des acteurs à travers :
 - **Une harmonisation des cadres fiscaux et réglementaires au niveau européen** via un principe de transparence imposée, une taxation des revenus en fonction du pays de vente et une harmonisation des taux de TVA entre pays ou l'application de la TVA du pays du consommateur ;
 - **La promotion d'une consommation culturellement responsable,** via la sensibilisation du consommateur à son rôle et à la situation pour lui apprendre à répartir sa consommation sur les différents canaux ;
 - **La transparence de la consommation pour favoriser des relations équilibrées entre distributeurs et producteurs** grâce à la mise en place de tiers de confiance électroniques et la création de GIE internationaux ;
 - **L'émergence d'un distributeur digital paneuropéen.**
- Favoriser la diversité des contenus à travers :
 - **L'adaptation des dispositifs nationaux de financement de la création aux nouvelles réalités du marché,** c'est-à-dire impliquer les acteurs du numérique dans le financement - limitation des régimes dérogatoires, mise en place d'une taxe sur les équipements connectés s'appuyant sur le contenu et création d'obligations cohérentes avec le poids de ces acteurs (préfinancement, mise en avant de contenus locaux...) - et revoir les obligations des acteurs financeurs « historiques », notamment des chaînes de télévision en France ;
 - **La mise en place d'un dispositif européen de préfinancement conjugué à une politique d'exportation des contenus** en développant une véritable politique culturelle européenne adossée à une politique volontariste de commercialisation et de diffusion et en créant un dispositif européen de financement de la création pour favoriser l'émergence de structures internationales ;
 - **La mise en place d'outils financiers complémentaires** tels que des dispositifs d'épargne innovants, un encadrement du crowdfunding pour rassurer les investisseurs, et le développement de fonds d'investissements dédiés sur le modèle de St'Art ou Neuflyze OBC Cinéma.

Rééquilibrer les pouvoirs et tirer parti des bénéfices induits par le numérique s'avère crucial. C'est la condition pour que le secteur des Industries Culturelles et Créatives poursuive son développement, économique et créatif, et reste un pourvoyeur de richesses et de croissance, pour les pays développés mais aussi pour les économies émergentes.

⁶ Résultat issu de l'enquête menée par Kurt Salmon

Pour approfondir le sujet, l'étude « *Créateurs, producteurs, distributeurs, consommateurs, pouvoirs publics... Qui détient le pouvoir ?* », réalisée par Kurt Salmon, est disponible sur demande.

A propos de Kurt Salmon

Kurt Salmon est un cabinet de conseil en transformation des entreprises.

La vocation des 1400 consultants de Kurt Salmon est d'apporter aux dirigeants des entreprises le conseil et les idées originales qui ont un impact direct et concret sur la réussite de leurs projets et, en particulier, sur leurs projets de transformation.

Kurt Salmon accompagne les dirigeants dans l'exploration de nouvelles voies pour les entreprises. Nos équipes de conseil interviennent à leurs côtés pour mieux comprendre les attentes du marché, pour les aider à discerner les facteurs d'évolution de leur secteur d'activité et à trouver la différenciation compétitive qui leur permettra d'exprimer leur leadership.

Plus d'informations : www.kurtsalmon.com