



Centre national
de la musique

L'EXPÉRIENCE DES SPECTACLES MUSICAUX

Rapport d'étude

Avril 2022

PREAMBULE

Explorer l'expérience du spectateur de spectacles principalement musicaux et de variétés

La présente étude publiée en ce mois d'avril 2022 a été **réalisée principalement au cours de l'année 2020** et finalisée au premier semestre 2021.

Ses principaux résultats restent emprunt d'un présent suspendu pendant de nombreux mois :

- L'expérience spectateur ne restera pas celle d'hier comme elle n'est pas celle d'aujourd'hui, ni ne préfigure celle de demain
- Elle est emprunte de mouvements de fond qui doivent nous permettre de dépasser la crise que le printemps 2022 permet de dessiner sous de meilleurs auspices
- En tirant parti des vrais fondamentaux que le spectacle vivant porte, en les amplifiant
- En étant conscient des « irritants » qui freinent le développement des pratiques mais aussi de tout ce que porte la transition tant écologique, numérique et expérientielle que ce champ de la musique et des variétés peut porter
- Parce que faire sens c'est apprendre à mieux vivre ensemble : le temps de l'état des lieux c'est le temps de reprendre une nouvelle voie, le CNM peut contribuer à étendre le champ des possibles
- Bonne lecture !

CONTEXTE ET MÉTHODOLOGIE



MÉTHODOLOGIE EN PROFONDEUR

L'objectif est de réunir les perspectives des consommateurs, des experts et de l'analyse sémiologique pour comprendre toutes les facettes de l'expérience du spectacle musical et anticiper son évolution.

Veille documentaire

Ecoute des consommateurs

Interview d'experts

Audit sémiologique

Questionnaire auto-administré,
2 forums WhatsApp
(2 X 12 personnes)
puis 3 web-discussions

Collecte de **vidéos, d'images, de témoignages**

Discussion autour de **points généraux et d'exemples précis, en suivant le parcours spectateur**

Méthode d'analyse progressive, en profondeur

Interviews de 15 experts du domaine (producteurs, directeurs de salle, organisateurs de festivals...)

Identification de **problématiques clés** pour comprendre l'expérience client et le secteur

Discussion autour du **potentiel d'amélioration de l'expérience** et son évolution future

Décryptage sémiologique approfondi par Raphaël Lellouche

Dégagement de **grands axes de réflexion**

Mise en lumière des **spécificités de l'expérience spectateur**

Travail sur les distinction entre genre, entre live et streaming

UNE ECOUTE CONSOMMATEUR EN 3 PHASES

Un système d'évaluation progressif (questionnaire semi-ouvert, forum de discussion puis réunions de 2 heures en ligne) avec des perceptions qui s'affinent

PHASE 1 : 297 répondants



Test par **questionnaire auto-administré** (10 mn)
auprès de **297 répondants**

Faible imprégnation, **résultats spontanés basés sur l'expérience**

Permet d'identifier les **freins, les grands déterminants de l'expérience**

Permet de sélectionner des **spectateurs avec des expériences diverses et complémentaires**

+ PHASE 2 : 12 + 11 répondants



2 Forums WhatsApp avec
- 12 participants de 20-45 ans
- 11 participants de 40-65 ans

Imprégnation successive,
relance sur les sujets clés

Permet de tirer des **conclusions riches et partagées, d'apprécier les points de vue complémentaires**

Permet d'**observer les perspectives selon l'âge et les affinités** pour certains genres

+ PHASE 3 : 6 + 4 + 7 répondants



3 Web conférences en ligne de 4 à 7 participants (3 x 120 mn)

Immersion dans des **exemples spécifiques de salles, de concerts**

Permet un **ressenti plus précis, après imprégnation**

Discussions clés sur les distinctions faites entre les genre, les salles, la hiérarchie entre les déterminants de l'expérience

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS



UNE EXPERIENCE RICHE, AVEC ENCORE DE NOMBREUX IRRITANTS

Les spectateurs évaluent leur spectacle musical de manière globale, en combinant la prestation de l'artiste, la qualité de l'organisation et la présence éventuelle de nuisances.

L'expérience du spectateur débute dès l'achat du billet, jugée souvent complexe et piégeuse. Elle demande une préparation longue, avec un investissement financier et psychologique important. L'organisation ardue est un frein, notamment pour les spectateurs éloignés ou peu expérimentés. Certains achètent leurs billets au second marché, et s'exposent à des arnaques.

En attendant le spectacle, le public est demandeur d'outils et de ressources pour rentrer dans l'œuvre. Une bonne connaissance du registre, éventuellement des paroles, lui permet de profiter pleinement de l'expérience à venir.

L'arrivée sur place est source d'excitation mais aussi de stress. Les spectateurs attendent que la queue soit maîtrisée, avec des mesures de filtrage efficaces et rapides. Ils apprécient la mise à disposition de vestiaires, encore rares dans les lieux hors classiques.

La perception de la prestation varie selon le type de salle et de concert. Le public vient rencontrer un artiste, découvrir un spectacle ou accompagner des amis pour partager un bon moment. En pop et en variété, il recherche une ambiance plus festive, avec une relation corporelle avec l'artiste et le public. En classique, il est particulièrement attentif au confort de l'écoute, pour s'immerger dans une expérience de plaisir interne. De manière générale, un spectacle réussi nécessite un public respectueux et en symbiose avec l'artiste. Le public identifie de nombreux irritants qui peuvent endommager l'ensemble de l'expérience. Il s'attend à des horaires maîtrisés et des lieux confortables (assise, visibilité, toilettes, restauration). Il souhaite également être protégé des pollutions visuelles et sonores, voire de l'insécurité qui l'empêche de profiter pleinement du spectacle.

Après le spectacle, le public souhaite pouvoir accéder à des contenus souvenirs, et garder un lien avec l'artiste. Il attend de rentrer chez lui en sécurité et pouvoir se replonger dans l'expérience grâce à des photos et à des vidéos.

RENOUVELER L'EXPÉRIENCE : STREAMING ET DÉMOCRATISATION

Pour les spectateurs, l'avenir du spectacle commence par réussir à faire venir les moins de 40 ans en concert et la démocratisation du classique. Ils envisagent le live streaming comme un complément du live.

Les jeunes générations s'éloignent progressivement du spectacle vivant. Pour le public, il est nécessaire que l'accès aux concerts, notamment classiques, soit facilité. Il apprécie les ressources pédagogiques à disposition pour faciliter la compréhension des œuvres et les spectacles adaptés (raccourcis, réécritures, mélangeant les genres). La sophistication croissante des mises en scène permet également à les engager.

Fin 2020, la crise sanitaire n'avait pas endommagé l'envie du public de retrouver les salles. Tous manifestaient leur envie de retourner au concert, d'abord dans des salles avec uniquement des places assises et une capacité d'accueil limitée. Ils souhaitaient de bonnes garanties de remboursement en cas d'annulation pour pouvoir se projeter dans leur retour.

Le live streaming n'est pas un substitut de concert pour les amateurs de spectacle vivant. Il ne les mobilise qu'en apportant une valeur ajoutée par rapport au live : pour créer un lien intimiste avec un artiste, en donnant accès à des événements exceptionnels, pour découvrir de nouveaux genres ou pour soutenir une cause. Une expérience réussie requiert l'accès à un bon matériel d'écoute, notamment pour soutenir les exigences des initiés. Les transmissions live au cinéma offrent de conditions de qualité à un public éloigné.

ANALYSE DÉTAILLÉE

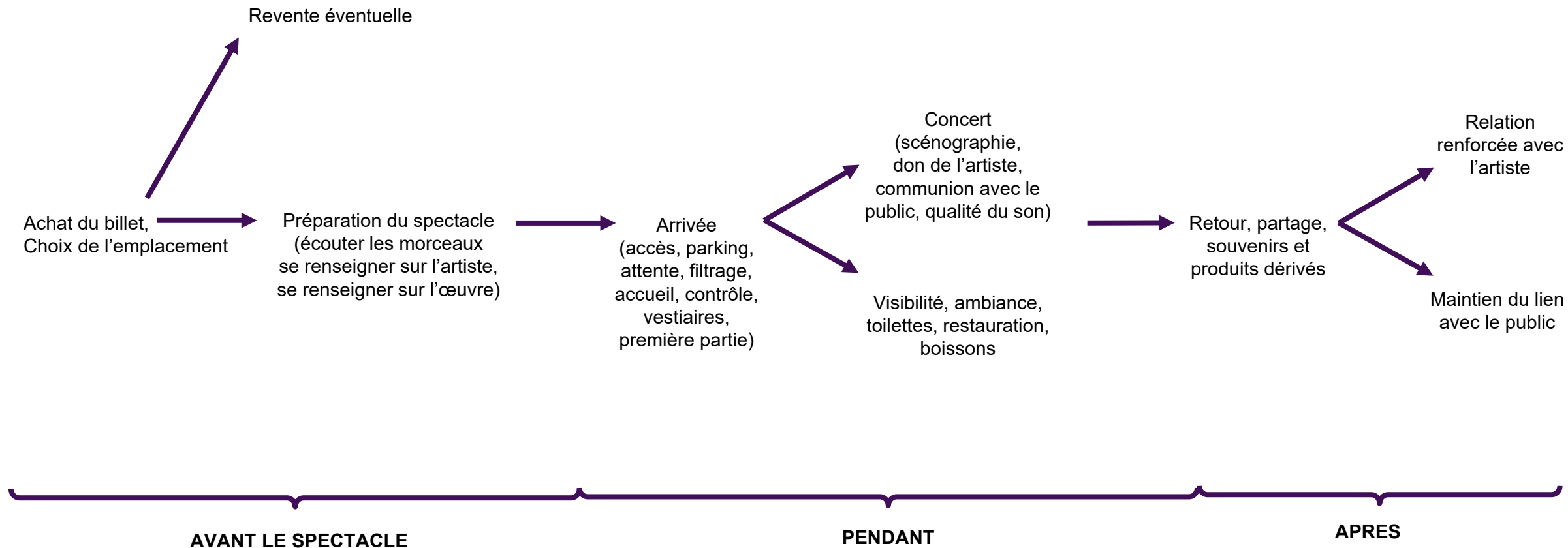


1.

**Le spectacle musical,
pratique culturelle
particulière**

UNE EXPÉRIENCE CULTURELLE AUX MULTIPLES DÉTERMINANTS

L'expérience du concert repose sur une pluralité de pratiques artistiques



LES PRINCIPAUX FREINS DU PUBLIC


Les spectateurs peuvent rencontrer divers freins, qui tiennent à l'investissement en temps et en argent et au risque que représente le fait d'assister à un spectacle musical. Source : enquête auprès de 297 personnes

- **Le prix** : le prix des billets est perçu comme élevé (notamment pour les grandes salles) et se cumule avec ceux du transport, de l'hébergement, de la restauration. Il est d'autant plus contraignant que l'on vient à plusieurs. C'est un point souvent prohibitif pour le public jeune.
- **Les conditions spatio-temporelles** : les salles sont parfois éloignées notamment pour les habitants de la banlieue. Les spectacles peuvent générer de l'attente, durer longtemps, se terminer tard et poser des difficultés de transport et de stationnement.
- **La prise de risque** : l'expérience du spectacle est aléatoire et les spectateurs ont peur d'être déçu ou de s'ennuyer, notamment quand ils ont peu d'expérience préalable pour se rassurer. Il ont également peur d'avoir un empêchement quand les billets doivent être pris longtemps à l'avance ou de ne pas être en forme le jour J. La crise sanitaire a renforcé la méfiance des spectateurs sur leur capacité à se faire rembourser en cas d'annulation.
- **Manque d'expérience du registre ou du parc de salles** : les spectateurs ont du mal à se projeter dans l'expérience, à déterminer comment se placer, à s'organiser quand ils n'ont pas de repères. Les registres sont très différents et il faut connaître l'univers de l'artiste pour avoir envie de se déplacer pour lui. La désaffection à l'égard du classique chez les jeunes s'explique par la méconnaissance des répertoires et par l'ambiance jugée austère.
- **L'organisation** : Il faut du temps et des efforts pour réunir les sources nécessaires, préparer son arrivée et son retour, et anticiper ses disponibilités. Les spectateurs ont du mal à déterminer comment bien s'organiser, vers qui se tourner et quand débiter. Pour les spectateurs éloignés, le transport nécessite de bloquer parfois plusieurs jours.



EN CLASSIQUE, SEULE LA SCÈNE EST ÉCLAIRÉE

En classique, la lumière polarise l'attention sur la scène. L'audience se dédie entièrement à l'œuvre, qui mobilise l'ouïe et la vue. Costumes, décors et lieux exceptionnels rehaussent ce plaisir esthétique.

Différence salle – scène : seule la scène est éclairée Concerts classiques 
Audience autorisée à intervenir à des moments précis : à la fin pour applaudir
L'artiste impose le silence et le respect
Plaisir esthétique , les sens sont silencieux
Plus facile à retranscrire en streaming (peu d'aléas, de communion dans le public)

L'expérience émotionnelle est permise par une concentration intense sur :

- Le **plaisir d'écoute**: garanti par une acoustique exceptionnelle, peu de nuisances :
- La **vision des artistes** : de leur performance, leur jeu, et leurs costumes
- La **mise en scène** : les décors, les effets techniques, les jeux de lumière
- L'**esthétique du lieu** : dont l'histoire, l'architecture et le style solennels ou d'avant-garde font écho au registre

EN POP ET VARIÉTÉS, LA SALLE PREND PART À LA PERFORMANCE



Dans les autres genres, la distinction salle-scène est tenue : le public devient part entière de la performance.

Le spectateur est actif et participe à une expérience unique permise grâce à :

- Une **attitude active** : le concert a besoin de leur entrain pour prendre pleinement
- Une **mobilisation du corps** : chant, danse, mouvement
- Une **interaction forte avec l'artiste et avec le public** : communion, partage, échange
- Une **posture de libération** : le spectateur est là pour se faire porter par la musique et oublier le monde extérieur, son quotidien

Pas de distinction salle – scène

Concerts pop et variétés



Participation active et permanente du public : jeu d'émulation entre l'artiste et le public qui se donnent mutuellement

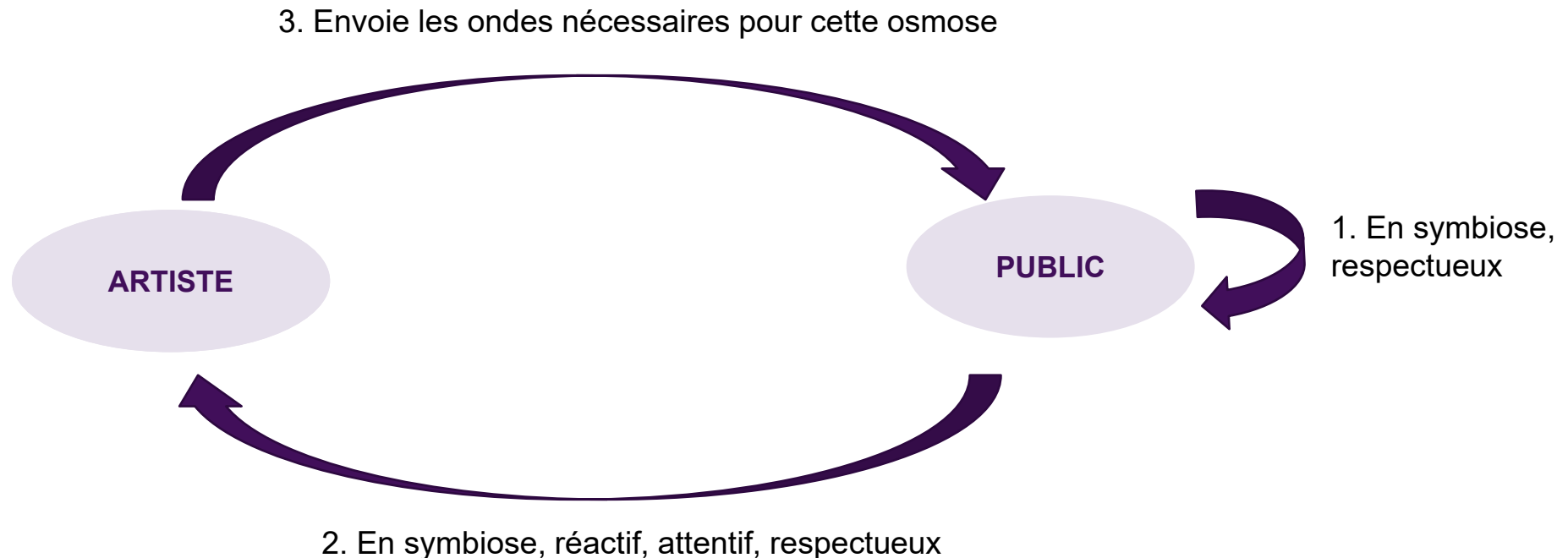
L'artiste orchestre les musiciens mais aussi l'assemblée

Plaisir émotionnel, tous les sens sont en éveil

Plus difficile à retranscrire : le public se rend à une fête unique (avec des imprévus, des accidents, des surprises)

DANS TOUS LES GENRES, UNE SYMBIOSE DOIT S'EFFECTUER

L'osmose entre tous les spectateurs est primordiale pour créer un sentiment collectif. Il faut que le public soit uni, réactif et attentif, en harmonie avec l'artiste et respectueux de lui.



« L'attitude du public est toujours très importante dans un spectacle musical puisqu'il va orienter l'atmosphère générale. J'aime beaucoup quand le public est happé par le concert, ému, cela donne l'impression d'un sentiment collectif qui participe à la sensation d'un moment suspendu dans le temps. »

LE PUBLIC DEMANDEUR D'OUTILS POUR RENTRER DANS L'ŒUVRE

Différentes initiatives ont été développées par les salles spectacles : elles permettent, entre autres, de démocratiser la musique classique et l'opéra, d'ouvrir le genre à des non-initiés.

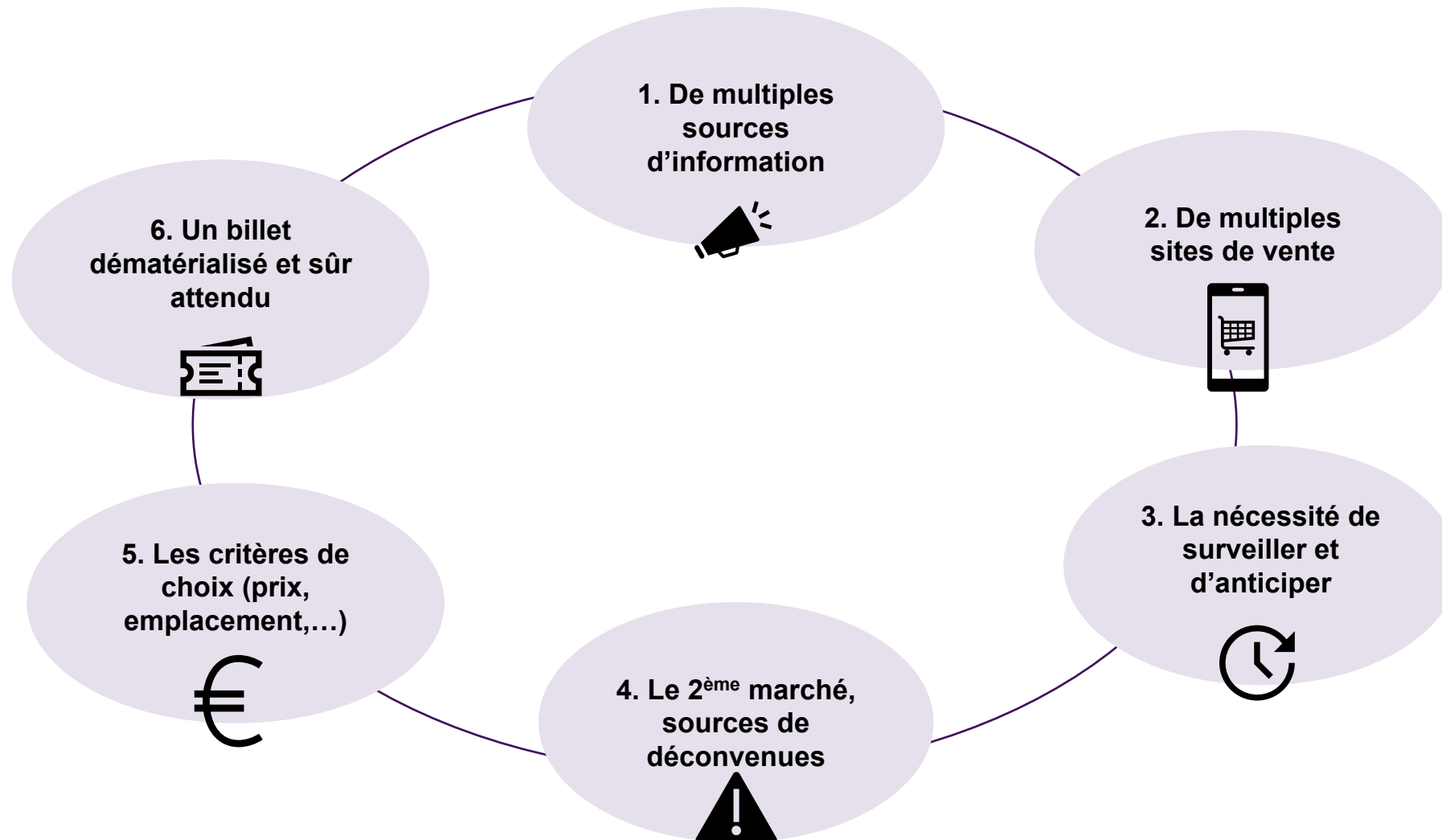
- Des **livrets, programmes** envoyés par mail avant le spectacle
- Des **masterclass** en début de spectacle
- Des **explications** en amont de chaque morceau comme le font souvent les musiciens de jazz
- Des **vidéos** qui présentent l'artiste
- Des **applications** type OnStage

2.

L'achat du billet







L'ACHAT DU BILLET EST SOUVENT COMPLEXE

Le parcours utilisateur est semé d'embûches : il nécessite de l'expertise et de la vigilance à tous les stades.



DES SOURCES D'INFORMATION MULTIPLES ET ÉCLATÉES

Les spectateurs doivent s'informer à travers une multitude de médias physiques comme digitaux, locaux ou nationaux sans possibilité d'obtenir une vue d'ensemble.

Sources d'informations	<p>Physiques bouche à oreille, journaux, magazines, affiches, devantures, tracts</p>	<p>Digitales site internet, blogs, réseaux sociaux, newsletter, émission, bande-annonce</p>
<p>Locales par la salle, la ville, les médias locaux</p>	<p>Bouche à oreille, devantures de salles, colonnes Morris</p>  	<p>Sites d'actualité locale, newsletters de salles</p>   
<p>Nationales par les médias nationaux, les billetteries, les artistes, les critiques spécialisées</p>	<p>Magazines et espaces critiques de journaux</p>  	<p>Sites de critiques, émissions spécialisées, sites de billetterie</p>   

UN GRAND CHOIX DE BILLETTERIES

Ils ne savent pas forcément vers où s'orienter face à la multiplication des points de vente.

Billetterie	Physiques Au guichet, par téléphone	Digitales Site internet avec une offre hétérogène, site de salle ou d'artiste
<p>Directe Auprès d'une salle ou d'un artiste</p>	<p>Guichets de salle</p> 	<p>Billetterie en ligne de salle, du producteur ou de l'artiste</p> 
<p>Indirecte Intermédiaire qui réunit plusieurs artistes et salles</p>	<p>Points de vente en magasin</p> 	<p>Sites spécialisés directs ou de revente</p> 

FANSPASGOGOS.FR ALERTE SUR LES RISQUES

Tenu par le syndicat des producteurs de spectacles Prodiss, le site détaille les risques que courent les acheteurs de billets auprès d'acteurs pas nets : payer trop cher, ne pas recevoir ses billets, etc



Pour acheter vos places de spectacles, vous choisissez **JETARNAQUE.COM** ou un site autorisé ?

10 CONSEILS
pour repérer les sites pas nets et aller au spectacle l'esprit tranquille !

FanPasGogo
#stoptarnaque

SYNDICAT NATIONAL DE PRODUCTEURS DE SPECTACLES MUSICAUX ET DE MANIFESTE



FanPasGogo

ACCUEIL NOTRE DÉMARCHÉ MANIFESTE NEWS TÉMOIGNAGES

Manifeste

Stoppons la revente illiçite de billets de spectacles, et défendons-nous contre les pratiques des sites pas nets : rejoignez le mouvement !

CERTAINS SYSTÈMES PERMETTENT LA REVENTE EN TOUTE SÉCURITÉ

Cette solution est jugée plus rassurante et sécurisante par les spectateurs, qui font confiance aux salles qu'ils fréquentent. Elle leur permet de prendre leurs billets à l'avance sans crainte.

Achetez et revendez vos billets dans un cadre légal et sécurisé.

La bourse aux billets officielle de la Cité de la musique - Philharmonie de Paris offre la possibilité aux spectateurs d'acheter ou de revendre des billets en toute légalité.

Seuls les billets des concerts et spectacles sont concernés. Les billets achetés au tarif Jeunes ne peuvent être revendus.

Le prix de vente du billet fixé par le revendeur ne peut être supérieur à sa valeur faciale. Des frais de gestion de 1€ par billet sont appliqués. Ils sont à la charge du nouvel acheteur.

VOUS SOUHAITEZ REVENDRE DES BILLETS

1. Connectez-vous à votre **Espace personnel**.
2. Cliquez sur l'onglet **Revendre des billets**.
3. Cliquez sur le bouton **Afficher les détails** du concert pour lequel vous souhaitez revendre un ou plusieurs billet(s).

Les billets ne peuvent être mis en vente qu'à partir de l'espace personnel correspondant au nom inscrit sur le billet.

4. Cochez les billets que vous souhaitez revendre et validez en cliquant sur **Revendre les billets sélectionnés**.
5. **Fixez le prix de vente par billet**. Le prix de vente doit être au minimum de 50% du prix initial et ne peut en aucun cas être supérieur au prix d'achat.
6. Confirmez les informations et validez en cliquant sur **Mettre en vente**.

Une fois la revente effectuée, vous serez remboursé sur la carte de crédit ayant été utilisée lors de l'achat du billet si celui-ci a été fait en ligne.

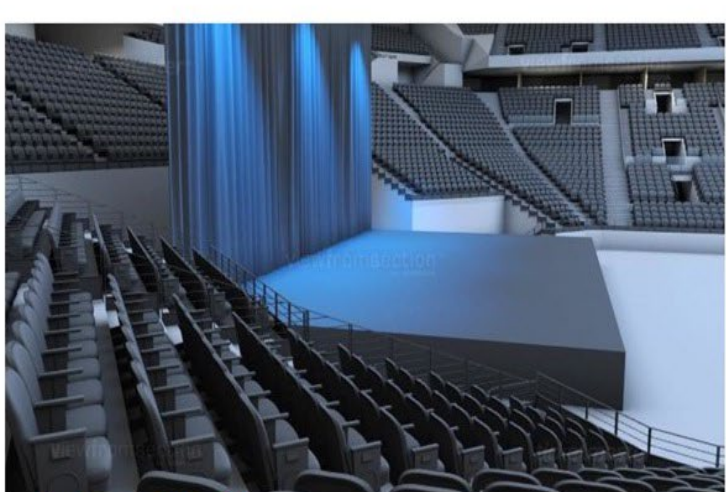
The screenshot shows the website for the Cité de la Musique Philharmonie de Paris. At the top, there is a navigation bar with the logo, language options (Français, English), a shopping cart icon labeled 'Connexion', and a 'Inscrivez-vous' button. Below the navigation, a blue banner reads 'LISTE DES CONCERTS POUR LESQUELS DES BILLETS SONT PROPOSÉS À LA VENTE'. To the left, a section titled 'VOTRE PANIER' indicates 'Votre panier est vide.' Below the banner, there are search filters: 'Thèmes' (set to 'Tous les thèmes'), 'De' (JJ.MM.AAAA), and 'À' (JJ.MM.AAAA). There are also buttons for 'Trier' and 'Rechercher'. The main content area displays two concert listings:

Image	Artist	Date	Location	Price	Quantity	Action
	Alexandre Tharaud	mardi 18 mai 2021	Grande salle Pierre Boulez, Philharmonie de Paris	Dès 24.00 EUR	2 billets	ACHETER
	Anna Netrebko	dimanche 16 mai 2021	Grande salle Pierre Boulez, Philharmonie de Paris	Dès 45.00 EUR	1 billets	ACHETER

La Bourse aux billets de la Philharmonie de Paris

LE SPECTATEUR DOIT ARBITRER ENTRE VISIBILITÉ ET TARIF

De plus en plus de sites permettent de sélectionner par tranche de prix au sein de 4 à 6 catégories de places et de visualiser avec une image le type de vue depuis l'emplacement choisi.



CAT1 : Porte Porte N, rang 16, place 19

Choisissez votre tarif

TARIF NORMAL

55.00 €

Valider



CAT2 : Porte PORTE C, rang 86, place 05

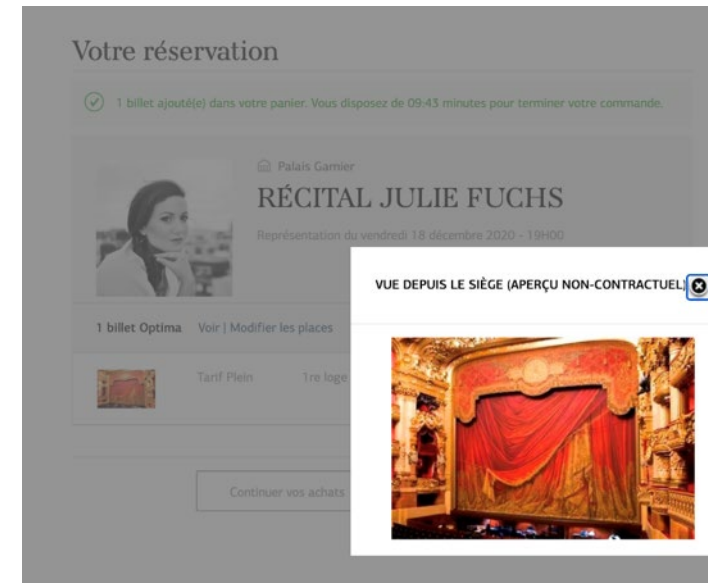
Choisissez votre tarif

TARIF NORMAL

39.00 €

Valider

Accor Arena



Opéra de Paris

LE SPECTATEUR DEMANDEUR D'UN BILLET DÉMATÉRIALISÉ ET SÛR

Le public, notamment jeune, apprécie la souplesse des billets dématérialisés, faciles à transmettre et à emporter sur son smartphone. Il doit cependant rester infalsifiable et unique.



« Je préfère les billets électroniques car c'est à la fois plus simple pour moi je trouve et plus écologique globalement. »

« J'étais assez attachée au billet papier à une époque mais, le temps passant et les qualités se dégradant de plus en plus, je suis passée au billet électronique (les raisons écologiques sont positives toutefois).»

«J achète soit sur tickenet soit sur le site de la Fnac . Je préfère les billets électroniques **on a pas à se déplacer pour aller les récupérer**»

« j'ai toujours acheté en ligne, jamais en magasin fnac ou autre. Je n'ai jamais eu de problème pour les festivals de musique, **j'ai toujours acheté sur leur site pour être sûre de ne pas me faire arnaquer.** Je trouve ça bien de pouvoir réserver en avance, ça enlève une tâche, une pression et mnt c'est le billet électronique ! Bc plus pratique et pas besoin de gâcher des feuilles»



3.

La typologie des salles





TYPOLOGIE DES SALLES POP ET VARIÉTÉS

Dans les salles entre 500 et 5 000 places, le spectateur attend un lien plus personnel avec l'artiste et les spectateurs. Dans les très grandes salles ou les stades, les effets visuels et sonores dominent.

Très petites salles	Petites salles	Salles moyennes	Zéniths	Grandes salles	Stades
Moins de 300 places	300 à 2 000 places	Entre 2000 et 5000 places	Entre 5000 et 10 000 places	Entre 20 000 et 40 000 places	Plus de 40 000 places
Le Petit duc (70)	La Cigale (954), Trianon (1 091), Olympia (1 996), Bataclan (1 500)	Casino de Paris (2 057) Palais des Congrès (3 723)	Zénith : de Paris (6 804)	La Défense Arena (30 681) Accor Arena (20 300)	Stade de France (96 540 places)
Lien privilégié avec l'artiste, relation intimiste : engagement émotionnel			Lien avec l'artiste maintenu par les effets techniques : engagement corporel		
Attentes : découvrir la personnalité de l'artiste, ressentir des émotions fortes avec lui et le public			Attentes : show complet et extraordinaire qui marque, ne pas être déçu de l'artiste qui est souvent idéalisé		



TYPOLOGIE DES SALLES CLASSIQUES

Les salles anciennes confèrent un caractère solennel et exceptionnel aux œuvres. Les nouvelles salles sont plus confortables, et leur architecture fait écho aux mises en scène d'avant-garde.

Salles anciennes		Salles modernes	
Théâtres antiques	Théâtres à l'italienne	Auditorium, Philharmonie	Opéras modernes
Théâtre d'Orange, Arènes de Nîmes, Théâtre de Fourvière	Opéra Garnier, Opéra-Comique, Opéra de Lille	Auditorium de Radio France, Philharmonie de Paris, Arsenal de Metz, Opéra Bastille	Opéra Bastille
Acoustique exceptionnelle, confort variable (gradins en pierre)	Très bonne acoustique, visibilité variable selon l'emplacement, peu de place pour ses jambes	Acoustique et confort parfaits, tendance actuelle à entourer l'artiste avec l'orchestre	Très bonne acoustique, très bonne visibilité même au poulailler

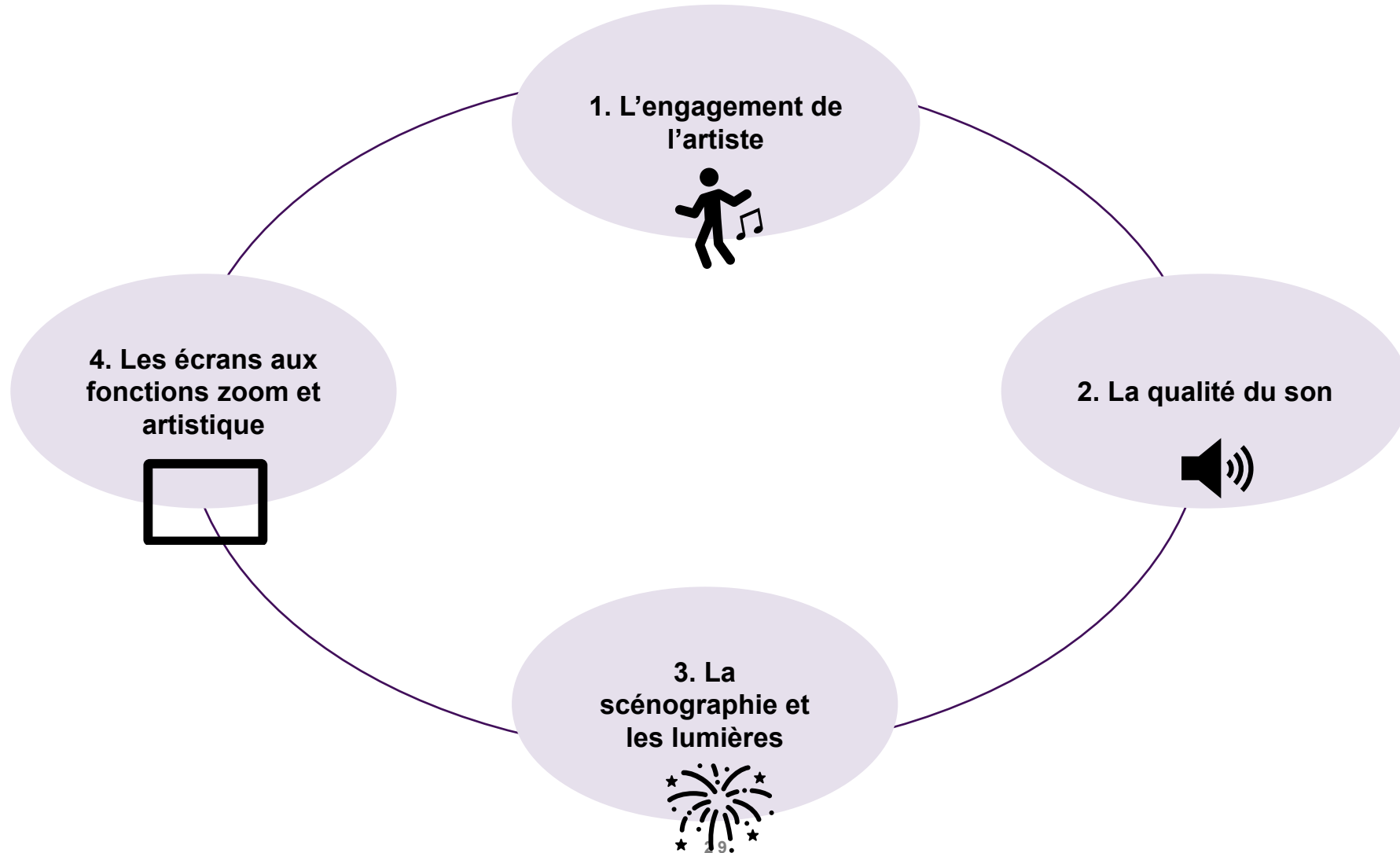
4.

La prestation artistique



LES CLÉS DU SUCCÈS DE LA PERFORMANCE ARTISTIQUE

Le public souhaite rencontrer un artiste généreux et authentique, et profiter de sa performance avec un son de qualité. Il attend une mise en scène soignée et des dispositifs pour bien voir.



LE PUBLIC ATTEND UN ARTISTE GÉNÉREUX ET AUTHENTIQUE

Le spectateur veut avoir l'impression de vivre un moment inédit, qui ne se produira qu'une seule fois, autant pour l'artiste et ses multiples dates de tournée que pour le public.

Le public attend des artistes sur scène :

- Un **dialogue et une interaction** : l'artiste peut échanger entre les morceaux, « donner » le micro au public
- Un **don de soi** de la part de l'artiste : concerts de plus d'une heure, une proximité avec le public pour lui rendre son soutien, une expression de ses émotions...
- Un **investissement de l'artiste** avec un travail
- Un **bon dosage dans la liste des titres** entre l'interprétation attendue de l'album et des innovations surprenantes
- Une **qualité du son** qui retranscrit le talent de l'artiste : pas de playback, d'Auto-Tune, hormis quand le genre musical s'y prête comme le rap
- Une certaine **prise de risques**, pour surpasser les attentes du public et aller au-delà de la performance qu'ils pourraient retrouver avec un album : improvisations, réinterprétations

LE PUBLIC CONSTATE UNE QUALITÉ VARIABLE DU SON EN POP, ROCK

Dans les grandes salles, ils ont constaté des prestations avec des qualités très inégales. Un son de mauvaise qualité gâche profondément l'expérience.

« *Un son de mauvaise qualité peut gâcher un concert. Je ne suis pas sûr que cela vienne de la salle, car par exemple, au zénith, il y a des soirs où c'est vraiment inaudible et d'autres soirs où la qualité est parfaite.* »

« *La qualité du son c'est primordial ; un son tout pourri ça vous gâche le moment ; quand c'est du rock j'aime quand ça pète bien et qu'on sente l'énergie qui vous transperce. J'aime aussi un son bien clair et qu'on entende bien les textes quand ce sont les textes qui sont aussi importants que la musique.* »



« *encore aujourd'hui il y a des concerts ratés a cause du son ... c est le nerf de la guerre avant même la mise en scène... donc je fais plus confiance à des salles qui ont fait leurs preuves qu'en des stades arena ou bercy qui nécessitent des réglages et du matériel de pointe j imagine* »

« *La qualité du son est primordiale en ce qui me concerne, dans les grandes salles ou stades , c'est souvent un peu cacophonique car je ne trouve pas d'équilibre entre les instruments et la voix de tête... c'est ce qui me fait de loin préférer les petites salles ! J'ai vécu l'enfer au stade vélodrome pour MUSE avec le rebondissement des aigus sur les structures métalliques du stade....* »

LES SPECTATEURS DEMANDEURS D'ÉCRANS POUR VOIR DE LOIN



Les écrans remplacent les jumelles d'autrefois et apportent une plus-value au spectacle lorsqu'ils sont intégrés à la scénographie, notamment pour la musique électronique.

	Ecran sur les côtés	Ecran derrière la scène
Fonction	Remplace les jumelles	Fait partie du décor
Plans diffusés	Plans rapprochés sur l'artiste	Plans qui accompagnent la musique et la mise en scène
	Permet de voir l'artiste et ses émotions même de loin	Permet d'immerger le spectateur dans l'univers musical de l'artiste
	Peut distraire le spectateur, qui ne sait plus où concentrer son attention	Peut desservir la musique si les plans ne sont pas cohérents

5.

Le confort du spectateur

LES ATTENTES DE CONFORT DIFFÉRENT SELON LES GENRES

En classique, le public souhaite les meilleures conditions pour se plonger dans l'œuvre et la solennité du registre. Dans les autres genres, il attend un confort minimum qui ne nuise pas au reste de l'expérience.



Les spectateurs de classique ont des attentes fortes : peu de queue pour limiter le stress, accueil de qualité, des sièges confortables avec de la place, pas de pollution visuelle ou sonore, des toilettes et vestiaires accessibles et des restaurants sur place. Ils constatent que ces conditions sont souvent réunies.

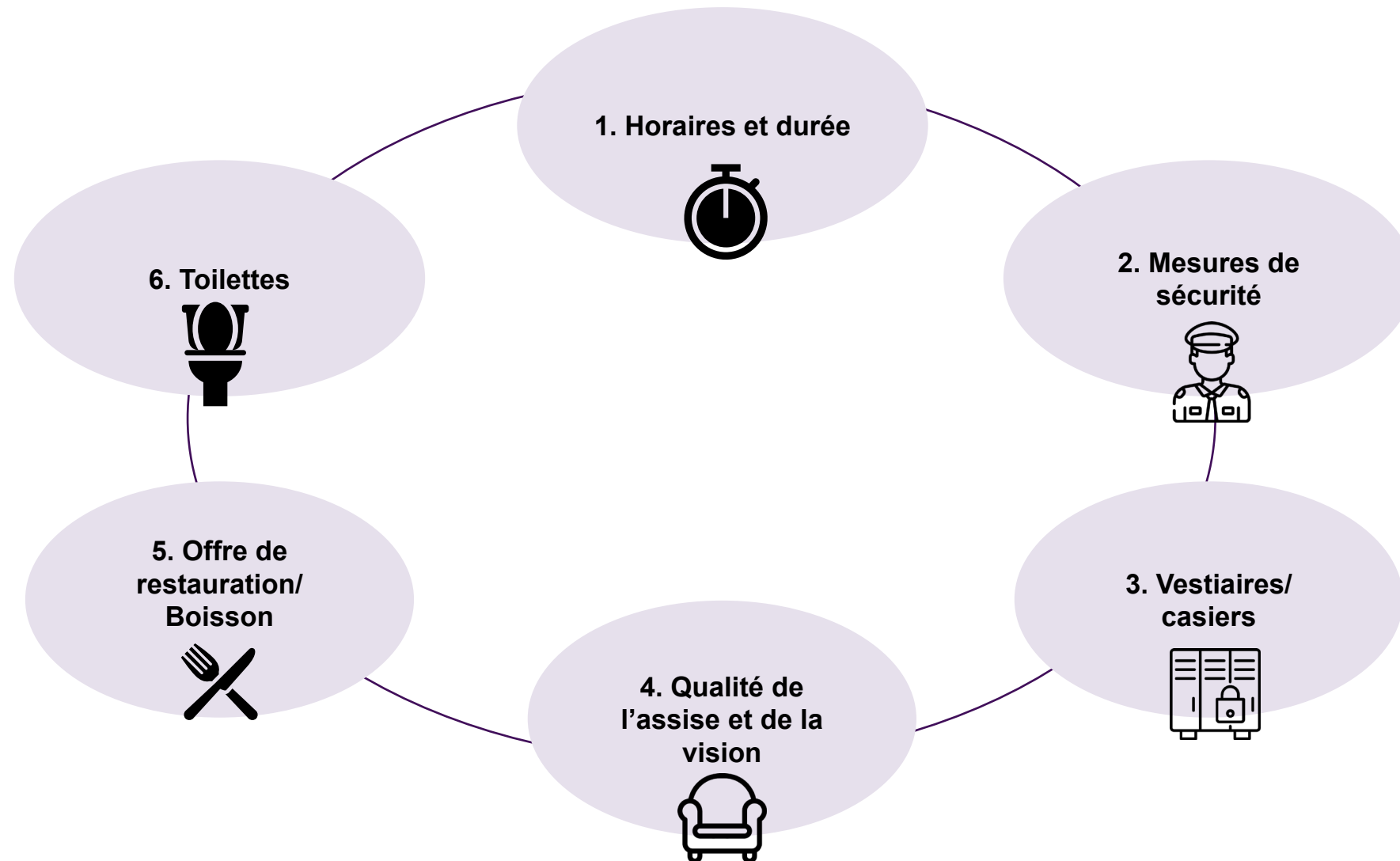


Dans les autres genres, le public relève un confort inégal. Il attend avant tout une maîtrise des temps d'attente, qui ont tendance à se multiplier pour aller aux toilettes ou se restaurer. Dans la fosse, il souhaite pouvoir se déplacer assez rapidement.

Pour tous, des mesures fortes de sécurité et une bonne hygiène sont attendus.

POUR LE PUBLIC, LE CONFORT EST UN ENSEMBLE

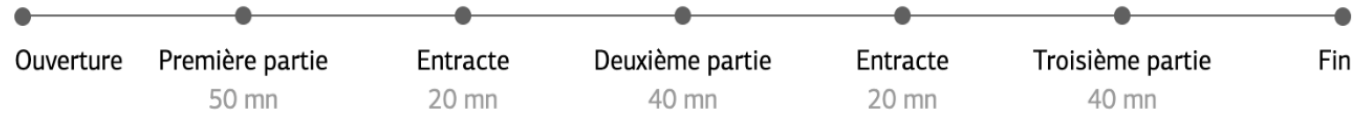
Les spectateurs recherchent des événements bien organisés, qui leur permettent d'aborder l'expérience sereinement. Ces critères de confort varient selon le type de spectacle.





DES HORAIRES TRÈS PRÉCIS ET RESPECTÉS EN CLASSIQUE

Les programmes à la minute près font écho à la dimension millimétrée du registre



Horaires Opéra de Paris

Que se passe-t-il si j'arrive en retard ?

Les portes des salles sont fermées dès le lever du rideau. Les spectateurs retardataires ne peuvent être placés qu'à la fin du premier tableau ou du premier acte de chaque ouvrage.

FAQ Opéra de Paris

L'ATTENTE À L'ARRIVÉE PEUT FAIRE PARTIE DE L'EXPÉRIENCE

C'est un moment pour se mettre dans l'ambiance et sentir la tension monter mais c'est aussi synonyme d'attente, de filtrage laborieux, de mouvements de foule et de course à la meilleure place pour la fosse.



« *Je trouve que c'est toujours un bon moment car il y a l'excitation du moment et le fait d'être avec d'autres gens dans l'ambiance c'est aussi motivant. Mais il peut arriver que parfois on attende trop longtemps dans la queue car il y a un défaut d'organisation ou que le concert ou le spectacle démarre en retard **mais c'est assez rare.** »*

« *J'ai l'impression que, dans le cadre des concerts en fosse par exemple, l'attente fait parfois partie du concert et **l'installation dans la salle fait monter le frisson/l'excitation de la soirée qui s'annonce.** »*

« *L'ambiance commence souvent dans la file, tout le monde est content d'être là et ça se sent. Peu m'importe l'attente, quand elle est longue il y a souvent du divertissement dans la file! »*

« *Moi j'ai plutôt un **très mauvais souvenir** au stade de France où j'avais fait la queue toute l'après midi pour un concert de Justin Timberlake je crois et des qu'ils ont ouvert les portes **les gens se sont rués sur les entrées** »*

« ***toujours un petit stress d'être trop tôt ou trop tard.** Je me sens mieux une fois que j'ai été placée. La phase d'avant il y a toujours **un peu de panique** : retrouver le billet dans mon grand sac ou sur mon smartphone, attendre, la queue ou pas, tout le monde avec son portable « t'es où ? »*



LA DURÉE DOIT CORRESPONDRE AU TYPE DE SPECTACLE

Les spectateurs apprécient les durées courtes de 1 h 15 pour des spectacles type stand-up et s'ils sont prévenus. Pour certains concerts, les spectateurs apprécient que l'artiste prolonge le plaisir.

Le public distingue également la semaine où les spectacles gagnent à commencer et se terminer tôt, et le week-end, où les séances peuvent être plus tardives.



« Je suis allé voir *Manu chao* : 3h30 non stop alors que le concert devait durer 2h, **il a prolongé au gré des envies du public qui chantait avec lui**. C'était dans un stade en plein air en été, une ambiance incroyable. Une symbiose avec le public. Génial »

« J'ai l'impression depuis quelques temps de voir certains artistes ou spectacles rogner un peu sur les durées (alors que les prix augmentent). Personnellement, je considère qu'il faut au moins 1h45/2h de concert mais **j'ai déjà vécu plusieurs fois des petits concerts d'1h15. Il en résulte beaucoup de frustration et la sensation que l'artiste ne va pas au bout de sa proposition au public**. J'ai tendance à y voir un manque de respect surtout lorsque cela est associé à une relative froideur sur scène. »

« Je trouve les horaires souvent mal foutus...20h30 plombe un peu car le weekend c'est trop tôt je trouve et ne laisse pas le temps de manger tranquille avant. **En semaine en revanche 20h serait mieux....** »



LA PREMIÈRE PARTIE, UN AVANT-GOÛT COURT ET QUALITATIF

La première partie permet avant tout de combler l'attente avant l'arrivée de l'artiste (en veillant à respecter les horaires). C'est aussi l'occasion pour le public de découvrir de nouveaux artistes.



« Généralement, lorsque j'ai découvert le groupe ou l'artiste de la première partie lors de la soirée et que la musique m'a plu, je me renseigne sur leur origine, je regarde leurs réseaux sociaux et je vais écouter leurs chansons. De même lors des festivals lorsque j'ai fait une belle découverte. »

« la.premiere partie laisse le temps d'arriver ou au contraire de découvrir des nouveaux artistes, certains sont vraiment bons et valent la découverte

Je n'aime pas quand le délai est trop long entre 1ere partie et concert. J'aime sentir une certaine cordialité entre les deux artistes, sentir que cela relève d'un vrai choix de l'art que de ne présenter quelqu'un

Ça doit être un moment de partage »

*« la première partie du spectacle me permet de découvrir un autre artiste parfois qui peut me plaire ou me contrarier par sa prestation . j'ai hate que l'artiste principal se manifeste. et la **l'ambiance monte crescendo.... ce moment est magique pour moi....** »*



LES MESURES DE SÉCURITÉ : UN MAL NÉCESSAIRE RASSURANT

Le public a intégré ces mesures depuis les attentats, et apprécie les lieux avec des modalités de filtrage et de placement fluides et rapides. L'utilisation de portiques de sécurité est préférée aux fouilles.



Vidéo d'explication du processus pour l'Accor Arena



DES VESTIAIRES SOUVENT ÉVITÉS A CAUSE DE L'ATTENTE

De nombreux spectateurs de pop et variétés les évitent car ils sont payants et nécessitent de faire la queue. Ils s'arrangent alors pour emporter le minimum avec eux. En classique, les vestiaires sont bien organisés.



Ils sont bien développés dans les salles classiques, ici à l'Opéra de Sydney



« Je ne laisse jamais aucune affaire aux vestiaires. L'organisation est souvent calamiteuse pour les récupérer en fin de spectacle donc je préfère les conserver pour ne pas avoir à attendre longtemps au moment de quitter la salle. »

« Effectivement c'est rarement très au point au niveau des vestiaires, queue interminable avant et après le concert. Alors je m'arrange toujours pour venir avec le strict minimum pour ne pas avoir recours aux vestiaires »

« Il est très rare que je mette des affaires au vestiaire . Ça m'arrive le dimanche lorsque je me fais un spectacle sur paris et que j'ai un sac à laisser . Le tarif est correct et au moins on est pas encombrés . Par contre c'est la galère pour récupérer ses affaires à la fin d'un spectacle , il y a trop d'attente



L'ATTENTE D'UNE PLACE CONFORTABLE AVEC UNE BONNE VISIBILITE

Certains spectateurs ont vécu de très mauvaises expériences où ils étaient mal assis ou étaient très éloignés de la scène, et n'ont pas réussi à entrer dans le spectacle.



« **Je n'aime pas du tout être en plein milieu de la fosse dans de très grandes salles** (se faire bousculer, supporter des voisins parfois compliqués, la chaleur, etc.) donc, dans un autre cas, je préfère prendre une place en gradin ou en balcon toujours de manière à bien voir la scène (être, par exemple, au dernier rang d'un gradin à Bercy ou au Zénith ne m'intéresse pas du tout). »

« Certaines salles classiques on ne voit pas bien de partout, **parfois on est sur les côtés, on a un poteau, après on n'a pas de place pour les jambes** »

« **Bercy tout au fond dans les gradins ça n'a aucun intérêt** : même avec les écrans, c'est tellement loin qu'on ne voit pratiquement rien »

« Je ne suis pas adepte du concept d'être parqués dans des champs avec un confort nettement diminué... de même les décors et lumières et effets spéciaux sont souvent moins travaillés en extérieur car + Difficiles à reproduire (tout est à reconcevoir)... »



L'OFFRE DE RESTAURATION MÉDIOCRE, PEU DIVERSIFIÉE ET CHÈRE

Les spectateurs essaient alors de s'alimenter avant ou après le spectacle ou d'apporter un en-cas. La solution des food trucks, typique des festivals, est appréciée.



« Me concernant, je me restaure avant le concert sur place (quand c'est un concert que j'attends depuis longtemps), soit j'amène mon menu sandwich que je mange durant l'entracte. **Les files d'attente sont très longues durant l'entracte pour acheter de la nourriture et des boissons. Certaines personnes reviennent les bras chargés pendant la deuxième partie du spectacle. Les prix sont souvent trop élevés pour leur qualité et leur contenance.** »

« **je n'ai pas d'exemples réussis en matière de boisson ou nourriture**, mais je peux vous parler des prix car ça on s'en souvient, ils sont assez élevés pour nous marquer »

«Je trouve que c'est généralement très cher pour la qualité. Je prends souvent une bière en concert et le choix est très pauvre par rapport au prix. Idem pour la nourriture donc je mange avant ou après mais j'aime bien boire un petit coup de vent le concert et c'est rarement des bonnes bières qui sont proposées. C'est dommage, mais certaines salles commencent à proposer des trucs un peu plus cherchés que la marque hollandaise pour ne pas la citer»

« J'ai eu l'occasion par contre de tomber 2 ou 3 fois sur des lieux qui proposaient des food trucks à l'entrée des festivals. La qualité et la quantité , étaient au rdv pour l'équivalent d'un prix que je considère élevé pour un sandwich sous vide ou il n'y a que du pseudo pain ! (Environ 5€) ... très bonne solution je trouve! »



SATURATION DES TOILETTES, PARTICULIÈREMENT POUR LES FEMMES

Ce parcours du combattant est dénoncé par le public, avec des queues qui peuvent dépasser les 30 minutes. Il souhaite l'augmentation du nombre de toilettes dans les salles et la mise en place d'urinoirs féminins.



« **Jamais assez de toilette pour Femme! C'est incroyable le temps qu'il faut ou que certaines y passent.** Que ce soit en début de spectacle où l'on se dépêche pour ne rien louper ou a la fin où la encore on s'y précipite au risque de louper les derniers moments La première partie du concert est malheureusement souvent le meilleur moment en termes de disponibilités »

« j'évite les toilettes. **Je peux tenir six heures facilement** (ça c'est féminin ma théorie c'est que les femmes sont plus habituées que les hommes à se retenir) même si c'est pas recommandé. Problème de queue aux toilettes plus hygiène parfois douteuse des lieux prévus à cet effet. »

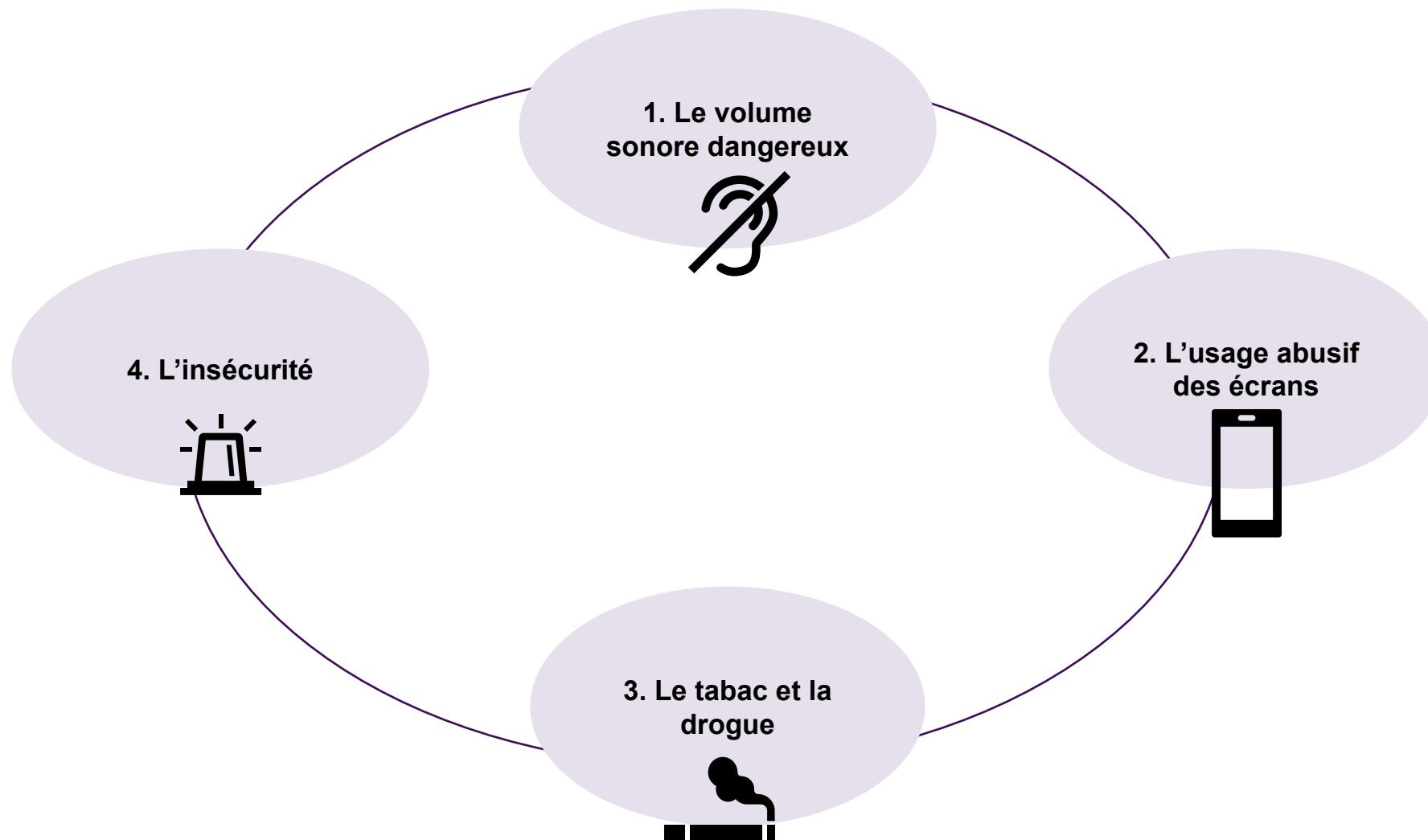
« Ça dépend tellement des salles qu'il est difficile de généraliser. Mais les toilettes pour femmes sont toujours blindés, peu importe la salle! La pire expérience était le premier festival loolapalooza avec 8 toilettes femmes pour tout un festival, ils en ont fait acheminer le lendemain tellement c'était scandaleux. Globalement il faudrait plus de toilettes femmes dans de nombreuses salles pour éviter une longue attente (et donc une partie du spectacle perdue). J'ai une bonne vessie donc je n'en souffre pas trop mai mes **mes amies sont parfois un peu vertes de passer 20/30mn à attendre**»

6.

Les nuisances

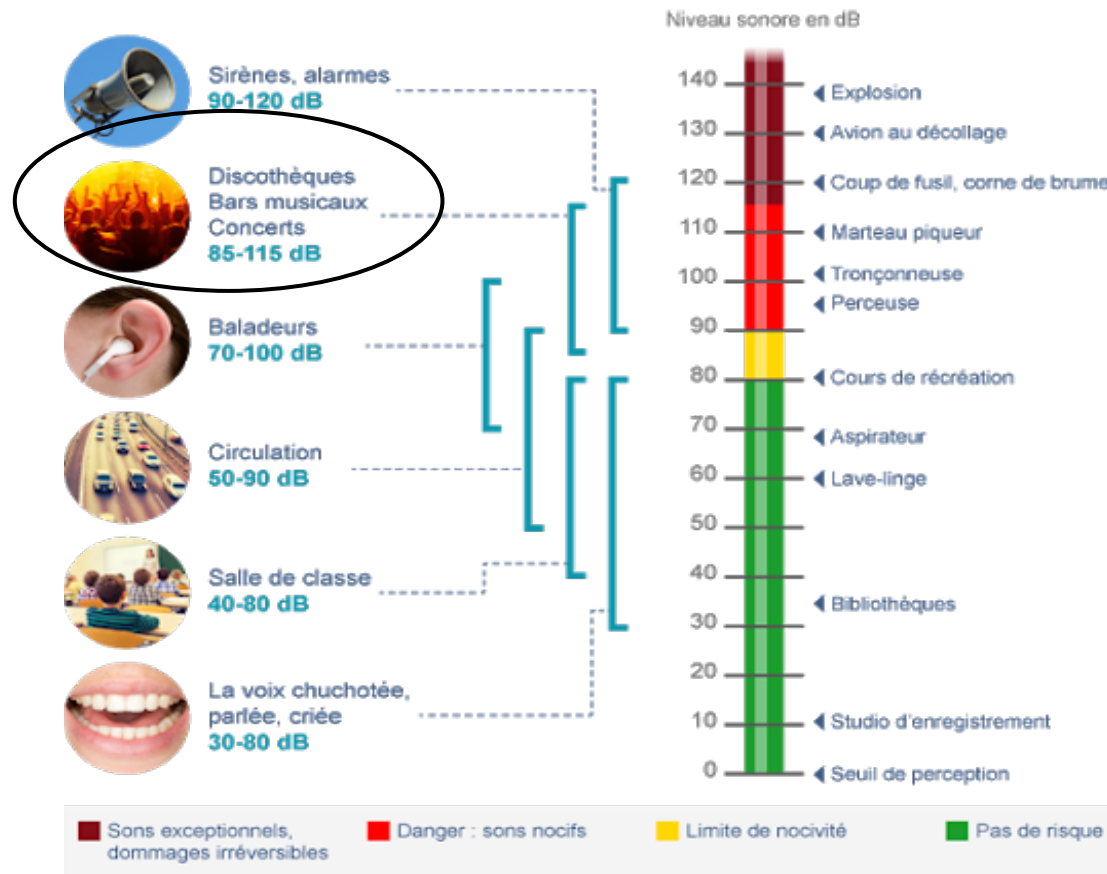
DES GÊNES QUI DÉGRADENT L'EXPÉRIENCE

On constate quatre types de désagréments dans les spectacles



DES VOLUMES SONORES EXCESSIFS SUR CERTAINS CONCERTS

Plusieurs spectateurs nous ont signalé des problèmes auditifs importants occasionnés par des volumes trop élevés. Le seuil de tolérance pour 1 à 2h de concert est estimé à 90 décibels, au risque de causer acouphènes à répétition, perte d'audition...



« J'ai l'impression qu'il y a une course au décibel, le son est de plus en plus énorme, parfois il est tellement gros que j'ai du mal à apprécier.

Généralement plus les salles sont grosses, plus on observe cette course aux décibels. Il y a certains concerts où ça peut devenir désagréable. Même dans du hard rock, ça peut gâcher un concert »

« En festival, j'espace parfois les concerts pour "reposer" mes oreilles, et en boîte de nuit, je vais environ toutes les 2/3h faire des pauses loin de des basses. J'ai parfois des acouphènes pendant quelques dizaines de minutes après les concerts »



LES SALLES DOIVENT S'ÉQUIPER D'AFFICHEURS DE DÉCIBELS

Depuis 2017, la loi française limite les salles de concert à 102 décibels sur 15 minutes. C'est plus que l'Allemagne et l'Italie qui tolèrent 95 décibels et que l'Autriche, 93 décibels.



Afficheur de décibel

« Art. R. 1336-1.-I.-Les dispositions du présent chapitre s'appliquent aux lieux ouverts au public ou recevant du public, clos ou ouverts, accueillant des activités impliquant la diffusion de sons amplifiés dont le niveau sonore est supérieur à la règle d'égalité d'énergie fondée sur la valeur de 80 décibels pondérés A équivalents sur 8 heures.

« II.-L'exploitant du lieu, le producteur, le diffuseur qui dans le cadre d'un contrat a reçu la responsabilité de la sécurité du public, ou le responsable légal du lieu de l'activité qui s'y déroule, est tenu de respecter les prescriptions suivantes :

« 1° **Ne dépasser, à aucun moment et en aucun endroit accessible au public, les niveaux de pression acoustique continus équivalents 102 décibels pondérés A sur 15 minutes** et 118 décibels pondérés C sur 15 minutes.

« Lorsque ces activités impliquant la diffusion de sons amplifiés sont spécifiquement destinées aux enfants jusqu'à l'âge de six ans révolus, ces niveaux de pression acoustique ne doivent pas dépasser 94 décibels pondérés A sur 15 minutes et 104 décibels pondérés C sur 15 minutes ;

« 2° **Enregistrer en continu les niveaux sonores en décibels** pondérés A et C auxquels le public est exposé et conserver ces enregistrements ;

« 3° **Afficher en continu à proximité du système de contrôle de la sonorisation les niveaux sonores** en décibels pondérés A et C auxquels le public est exposé ;

« 4° Informer le public sur les risques auditifs ;

« 5° Mettre à la disposition du public à titre gratuit des protections auditives individuelles adaptées au type de public accueilli dans les lieux ;

« 6° Créer des zones de repos auditif ou, à défaut, ménager des périodes de repos auditif, au cours desquels le niveau sonore ne dépasse pas la règle d'égalité d'énergie fondée sur la valeur de 80 décibels pondérés A équivalents sur 8 heures.

Extrait du décret n° 2017-1244 du 7 août 2017 relatif à la prévention des risques liés aux bruits et aux sons amplifiés

LES BOUCHONS D'OREILLE UTILISÉS QUE PAR UNE MINORITÉ

Les spectateurs ignorent souvent les risques malgré les politiques de prévention. Il existe pourtant beaucoup de solutions techniques pour se protéger, que les plus de 50 ans notamment ont intégré.

- **Les bouchons d'oreille standard** : il en existe en mousse, en silicone et en cire. Pour les concerts, les protections auditives conseillées sont les bouchons anti-bruit. Les bouchons anti-bruit sont disponibles dans différents niveaux d'atténuation du bruit et dans différentes couleurs. Certaines protections standard disposent également de filtres acoustiques permettant d'éliminer les sons trop forts.
- **Les bouchons d'oreille sur-mesure** : ce type de protection auditive est réalisé à partir du moulage de vos oreilles par un de nos audioprothésiste. Ces bouchons s'adaptent parfaitement à la forme de votre conduit auditif et permettent de réduire le niveau de nuisance sonore, tout en favorisant un confort optimal.



Bouchons d'oreille Amplifion



« Non je ne fais pas spécialement attention et d'ailleurs j'ai un acouphène à l'oreille droite. On s'habitue. Sur certains concerts électro j'avoue m'être placé devant les caissons de basses pour ressentir vraiment le son. »

« Même si j'en suis conscient, l'euphorie du concert est plus intense que l'envie de vouloir se protéger. »

« Pour les oreilles j'ai déjà eu des acouphènes le lendemain, mais parce que j'étais restée tout devant la tête dans les enceintes. Avec les acouphènes je me dis que la prochaine fois je prendrai des bouchons mais je n'y pense pas »



L'USAGE DES ÉCRANS SE GÉNÉRALISE AVEC DES PRATIQUES ABUSIVES

Dans les concerts pop et variétés, les spectateurs constatent une systématisation de l'usage d'écrans pour filmer les artistes. Ces forêts d'écrans gâchent le spectacle et empêchent de vivre l'instant présent.

- **Pollution visuelle** : les écrans obstruent le champ de vision avec certains spectateurs qui utilisent des tablettes ou des bras articulés. La présence de ces écrans avec la pollution lumineuse associée empêche de se concentrer et renvoie à notre quotidien déjà encombré d'écrans. Ce qui pose problème c'est la quantité de smartphones utilisés simultanément.
- **Jeu social** : Le public se transforme en une assemblée de reporters focalisés sur l'enregistrement du spectacle : ceux qui dansent gênent ceux qui filment et vice versa. Certains n'hésitent pas à filmer la totalité du concert et à le partager en direct sur les réseaux sociaux. Il y a une tendance à privilégier la présence virtuelle via les réseaux sociaux sur l'expérience vécue.
- **Manque de respect pour les artistes** : perte d'attention, moindre ambiance, baisse des applaudissements et risque de fuites voire d'enregistrements pirates.



LES ÉCRANS : INCOMPATIBLES AVEC LE GENRE CLASSIQUE

Son interdiction vient naturellement en classique, où l'expérience réside dans l'écoute attentive d'une œuvre. Cependant certains spectateurs consultent leur smartphone pendant les représentations.

Concert classique, audience passive	Concert pop et variétés, audience active
L'œuvre est plus importante que l'artiste : son enregistrement peut être retrouvé en bien meilleure qualité	Volonté de filmer un artiste particulier, pour montrer qu'on l'a vu et garder un souvenir personnel de ses gestes (à partir de son emplacement), malgré la qualité médiocre
Le téléphone est perçu comme un manque de respect vis-à-vis de l'artiste, une déconnexion de l'état de concentration totale sur la musique (où certains ferment même les yeux)	Le téléphone est une façon de participer, de montrer qu'on est présent, de faire corps en tant public (cf cas où l'artiste demande aux spectateurs d'allumer leurs lampes torches)
L'audience est passive, il n'est pas utile de la filmer ou la photographier	Les écrans immortalisent les imprévus et l'ambiance dans la salle (cris des spectateurs, danse), souvent étouffés dans les rediffusions



LE PORTABLE, ÉLÉMENT DE PARTICIPATION EN POP ET VARIÉTÉS

Dans les concerts pop et variétés, ils sont un moyen de faire corps avec la foule, d'immortaliser l'ambiance. Les écrans sont une gêne pour l'entourage car ils cachent la vue et empêchent la concentration.

Concert classique, audience passive	Concert pop et variétés, audience active
L'œuvre est plus importante que l'artiste : son enregistrement peut être retrouvé en bien meilleure qualité	Volonté de filmer un artiste particulier, pour montrer qu'on l'a vu et garder un souvenir personnel de ses gestes (à partir de son emplacement), malgré la qualité médiocre
Le téléphone est perçu comme un manque de respect vis-à-vis de l'artiste, une déconnexion de l'état de concentration totale sur la musique (où certains ferment même les yeux)	Le téléphone est une façon de participer, de montrer qu'on est présent, de faire corps en tant public (cf cas où l'artiste demande aux spectateurs d'allumer leurs lampes torches)
L'audience est passive, il n'est pas utile de la filmer ou la photographier	Les écrans immortalisent les imprévus et l'ambiance dans la salle (cris des spectateurs, danse), souvent étouffés dans les rediffusions

LE TABAC, UNE PRATIQUE FRÉQUENTE POUR CERTAINS CONCERTS

Malgré l'interdiction, le public continue de fumer dans certains types de concerts et dans les grandes salles où le contrôle est plus difficile. Le tabac nuit à l'expérience du voisinage : fumée, brûlures.

« Ca dépend des salles, dans les petites comme à l'Olympia ça fumait encore mais les services de sécurité sont de plus en plus stricts. Mais c'est toujours de coutume au Zénith et au Bercy »

« **Dans les festivals je me suis déjà pris des brûlures** comme ça en me faulant entre les gens qui fument »

« Dans la fosse, il y a des gens qui fument. **Les gens sont tellement serrés les uns contre les autres donc s'il y a des vigiles autour il ne peuvent pas forcément intervenir.** Moi ça me gêne, surtout dans des salles fermées »

« Moi j'ai constaté ça dans des endroits un peu moins gênants comme des festivals à l'extérieur, je l'ai vu une fois au vélodrome à Marseille, c'est gênant quand on est à côté et dans la fosse, l'effet masse qui est dedans empêche les agents de sécurité d'intervenir. Pour ma part c'était assez limité, j'en ai vu quelques uns mais pas beaucoup »

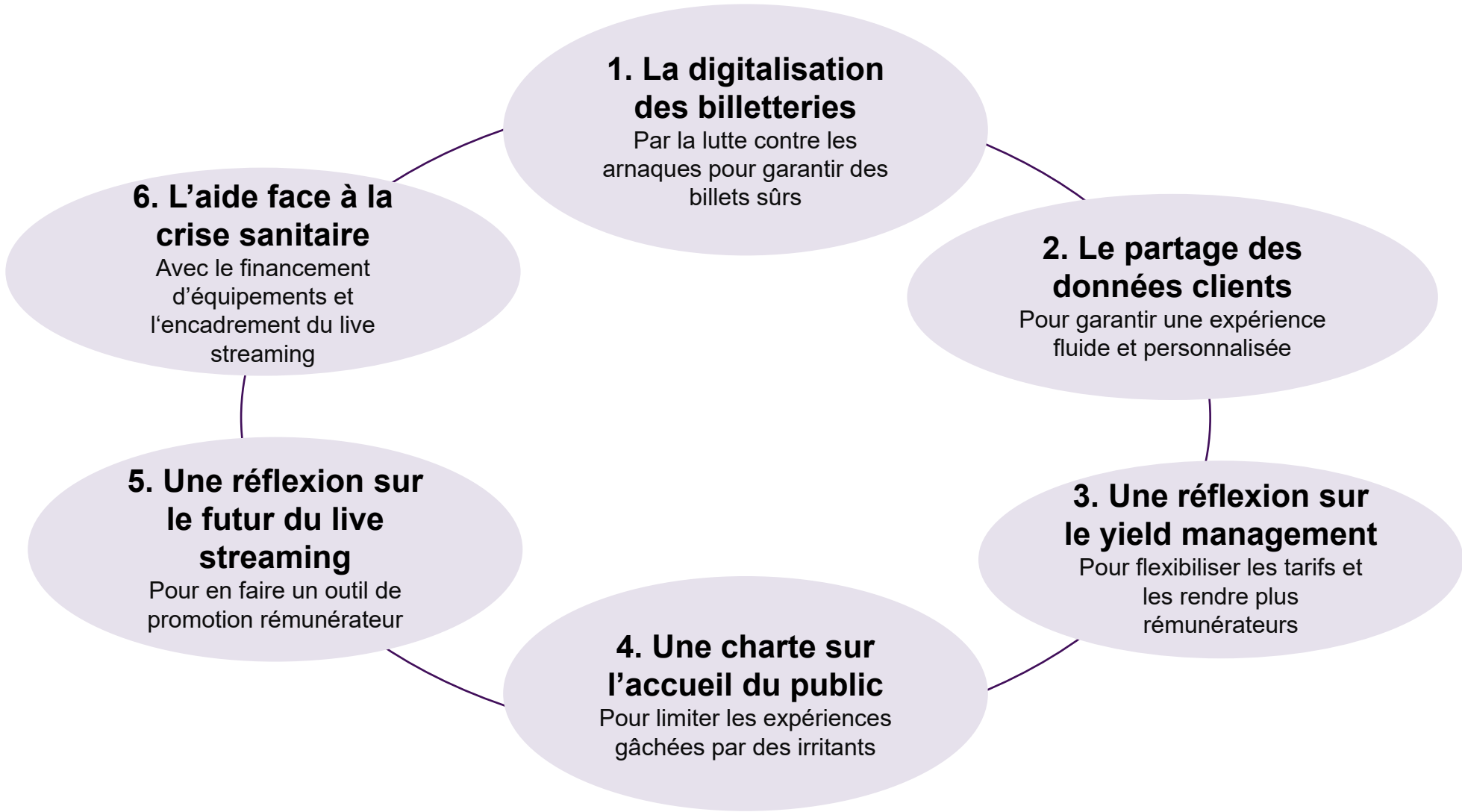
SYNTHESE DES PROFESSIONNELS





LES ATTENTES DES PROFESSIONNELS

Les acteurs de la filière sont nombreux, et les limites de leur périmètre d'action demandent à être redéfinies au bénéfice de tous.





POUR UNE DIGITALISATION DE LA BILLETTERIE SÉCURISÉE

Elle s'est accélérée avec les mesures sanitaires sans contact mais cause des abus. Une partie du public continue à acheter des tickets papiers dans les billetteries classiques pour se protéger des arnaques.

Digitalisation de la billetterie	Alertes disponibilité Paiement Génération de billets Revente légale	Validation du ticket à l'entrée	Remboursement facilité en cas de report ou d'annulation
Maîtrise de la data dans l'expérience client	Recommandation de billets Envoi de ressources, d'informations pour se préparer La possibilité d'up-grader les places	Envoi d'informations en direct : les problèmes de transports, parkings, retard, etc ; Possibilité de commander des services et de participer au spectacle.	Réalisation d'enquêtes pour optimiser la future expérience Partage de contenus post-spectacle Envoi d'informations sur les spectacles liés

AVANT LE SPECTACLE

PENDANT LE SPECTACLE

APRES LE SPECTACLE



POUR LA DIGITALISATION DE L'EXPÉRIENCE CLIENT À CHAQUE ÉTAPE

Elle relie en permanence le public et les organisateurs du spectacle, pour une expérience fluide et personnalisée. Ce processus est déjà opérationnel dans d'autres services (SNCF, matchs de foot...).

Digitalisation de la billetterie	<p>Alertes newsletters</p> <p>Paiement en ligne</p> <p>Génération de billets</p> <p>Revente légale</p>	<p>Validation du ticket à l'entrée</p>	<p>Remboursement facilité en cas d'annulation</p>
Maîtrise de la data dans l'expérience client	<p>Recommandation de billets</p> <p>Envoi de ressources, d'informations pour se préparer</p> <p>La possibilité d'up-grader les places</p>	<p>Envoi d'informations en direct : les problèmes de transports, parkings, retard, etc</p> <p>Possibilité de commander des services et de participer au spectacle</p>	<p>Réalisation d'enquêtes pour optimiser la future expérience</p> <p>Partage de contenus post-spectacle</p> <p>Envoi d'informations sur les spectacles liés</p>

AVANT LE SPECTACLE

PENDANT LE SPECTACLE

APRES LE SPECTACLE



LA RELATION DIGITALISÉE, CONCURRENCE ENTRE LES ACTEURS

Les billetteries, les salles et les producteurs ont chacun intérêt à gérer directement la relation client.



Les billetteries

Ce sont majoritairement elles qui possèdent les données clients.

Percevant le risque de désintermédiation, elles ont investi pour fluidifier le parcours d'achat et le rendre intuitif (newsletters, achat en ligne, scan du billet à l'arrivée...)

Les salles

Elles souhaitent vendre directement leurs billets aux spectateurs afin de récupérer la marge et d'avoir les datas clients pour créer une relation client unifiée (pouvoir remercier, tenir au courant des prochaines offres).

Pour les petites salles, créer sa propre billetterie en ligne reste cependant un défi.

Les producteurs

Ils souhaitent maîtriser le data client afin de cibler leur communication sur les spectacles en amont et pouvoir informer directement les clients (en cas de retard, des services sur place...).



POUR DES TARIFS CONTRÔLÉS ET DES MARGES MIEUX RÉPARTIES

Les professionnels constatent une inflation des tarifs qui ne contribue pas forcément à une meilleure rémunération des acteurs.

Une inflation des tarifs de vente des billets

L'inflation des tarifs de vente est poussée par :

- le montant des cachets qui explosent
- la surenchère des moyens techniques
- la multiplication des intervenants dans la relation clients.



Une solution : des partenariats avec des entreprises, qui financent une partie des billets.

Les producteurs fixent les tarifs sans flexibilité

- Les promotions, mise à part la réduction comité d'entreprise, ne sont pas possibles ;
- Le manque de data rend difficiles les ventes additionnelles pendant ou après le spectacle (parking, restauration, boissons, merchandising, bonus) ;
- Les sites de reventes étrangers proposent des tarifs exorbitants, qui ne profitent qu'aux revendeurs. Ces tarifs élevés montrent qu'une partie du public est prête à payer plus cher.



POUR UNE MEILLEURE ADAPTATION DES PRIX À LA DEMANDE

Les experts attendent des mécanismes d'ajustement des prix à la demande (Yield management) comme dans d'autres secteurs. Les producteurs fixent pour l'instant seuls les prix et manquent de data pour le faire.

Une inflation des tarifs de vente des billets

Elle est poussée par :

- le montant des cachets qui explosent ;
- la surenchère des moyens techniques ;
- la multiplication des intervenants dans la relation clients.



Une solution : des partenariats avec des entreprises, qui financent une partie des billets.

Les producteurs fixent les tarifs sans flexibilité

- Les promotions, mise à part la réduction comité d'entreprise, ne sont pas possibles ;
- Le manque de data rend difficile les ventes additionnelles pendant ou après le spectacle (parking, restauration, boissons, merchandising, bonus) ;
- Les sites de reventes étrangers proposent des tarifs exorbitants, qui ne profitent qu'aux revendeurs. Ces tarifs élevés montrent qu'une partie du public est prête à payer plus cher.



POUR UN ACCUEIL FLUIDE ET DE QUALITÉ DU PUBLIC

Les professionnels sont conscients que le spectacle musical est source de nombreux irritants (manque de communication en amont des organisateurs, attentes, toilettes non entretenues etc). Ils souhaitent s’inspirer des festivals où l’immersion du public est clé.

Centraliser la communication en amont	Garantir une arrivée sereine	Améliorer les conditions d’écoute
<p>Sans mail ou SMS d’avertissement comme le fait la SCNF, le spectateur est contraint de chercher l’information lui-même, sans savoir à qui s’adresser (vendeur, organisateur, artiste...).</p>	<p>Limiter les queues, attentes, bousculades, retards</p> <p>Tenir le public au courant de leurs évolutions</p>	<p>Garantir un accès aux toilettes, à une alimentation peu chère et de qualité</p> <p>Faciliter les déplacements dans la foule</p> <p>Améliorer les couvertures wifi et 4G</p>

AVANT LE SPECTACLE

A L'ARRIVEE SUR LE LIEU DE SPECTACLE

PENDANT LE SPECTACLE



POUR UNE CHARTE SUR L'ACCUEIL DU PUBLIC

Les producteurs souhaitent s'accorder pour des critères communs de respect envers le public, l'artiste et les différents intermédiaires.

Certains producteurs déplorent le manque d'attention porté à l'accueil du public (agressivité, manque de propreté, de mesures contre le COVID). En cas d'impair, **le public déverse sa colère sur les réseaux sociaux en accusant l'artiste d'être responsable**. Cela peut dégrader sa réputation et l'inciter à ne plus fréquenter une salle de concert.



Les producteurs réclament une **charte d'accueil du public et de l'artiste**, avec des garanties claires et rassurantes, pour protéger les différents intermédiaires qui participent au spectacle :

- L'envoi d'informations pratiques en amont du spectacle (horaires, transports etc) ;
- De bonnes conditions de propreté et le maintien de l'hygiène des lieux ;
- La présence de vigiles assurant le respect des mesures sanitaires et des interdictions (tabac, alcool) à l'entrée ;



L'AMÉNAGEMENT DES SALLES POUR LES ARTISTES ET LE PUBLIC

Les professionnels sont attentifs à la qualité de l'aménagement de la salle et de la scène pour les artistes et pour le public.

Pour l'artiste

La salle est un écrin pour l'artiste, elle doit pouvoir s'adapter à son univers et proposer des outils adéquats :

- Prévoir des prosceniums ;
- Les affichages de sponsors doivent être placés en dehors de la scène ;
- Lorsqu'il y en a, les équipes et le matériel de captation doivent être discrets.

Pour le public

Il est important d'assurer une qualité acoustique optimale via :

- Le recours aux meilleurs ingénieurs du son et à un matériel de qualité pour capter le son ;
- La fermeture des vomitoires ;
- Le retrait de vente des places les plus hautes qui dégradent l'expérience ;
- L'utilisation de dispositifs de captation spécifiques à la musique et au spectacle qui va être capté.



Les écrans sont devenus indispensables :
Pour rapprocher l'action et saisir les émotions. Ils doivent être intégrés autant que possible à la scénographie.

Les salles doivent permettre aux spectateurs de rester mobiles :
Ils doivent pouvoir s'alimenter, boire, aller aux toilettes, bouger et ne pas être contraints à l'immobilité.



DÉBAT SUR LA RÉGLEMENTATION DES ÉCRANS

Les professionnels sont partagés sur la réglementation des écrans en pop et variétés. Une solution est que l'artiste définisse la règle et fasse passer le message auprès du public.

 <p>Les arguments POUR la régulation des smartphones</p>	 <p>Les arguments CONTRE la régulation des smartphones</p>
<p>L'utilisation du smartphone est :</p> <ul style="list-style-type: none">• Une gêne pour les autres spectateurs ;• Un manque de respect pour l'artiste ;• Un problème relatif aux droits d'auteur.	<p>L'interdire totalement est cependant :</p> <ul style="list-style-type: none">• Difficile à faire respecter ;• Lié à des dispositifs de consignes qui sont mal vécus et coûteux (entre 3 000 et 4 000 euros) ;• Néfaste à l'engagement du public car cela l'empêche de filmer, d'éclairer la scène ou de télécharger des contenus ;• Restrictive pour la promotion du spectacle, réalisée en partageant des vidéos sur le réseaux sociaux• Opposé au paiement en cashless.



POUR UN APRÈS-SPECTACLE ENRICHIS ET FIDÉLISANT

Les experts souhaitent unifier leurs efforts pour proposer une vraie prestation post-spectacle (lieux de convivialité, restauration, souvenirs personnalisés, transports).

Un lieu de vie pour prolonger l'expérience	Diversifier les souvenirs	Soigner le retour en toute sécurité	Garder le lien grâce à la data
<p>Les experts souhaitent s'inspirer d'autres salles comme en Belgique, avec des restaurants, une garderie... qui permettent au public de rester dans la salle comme dans un lieu de vie</p>	<p>Ils souhaitent proposer le spectacle en VOD, des morceaux, des messages personnalisés par l'artiste, une carte postale vidéo, des enregistrements sur les sites de streaming audio</p>	<p>Cela nécessite d'organiser l'accès aux transports en commun/navettes et de veiller au bon fonctionnement des éclairages publics</p>	<p>Elle est nécessaire pour proposer des contenus souvenirs, des enquêtes de satisfaction, des forums pour retrouver le reste du public, de prochains rendez-vous avec l'artiste...</p>



POUR UNE DÉMOCRATISATION DU SPECTACLE VIVANT

Face au vieillissement du spectateur des spectacles classiques et de l'opéra, les producteurs de spectacles expérimentent des façons de renouveler leur public.

L'adaptation des œuvres

- Un **raccourcissement** des Opéras très longs (1h vs 4h) ;
- Une **francisation** des œuvres d'origine étrangère ;
- La **fusion de deux genres musicaux** différents : l'opéra plus traditionnel et le rap plus contemporain ;
- Des concerts de **musiques de films ou de jeux vidéo**, comme à « Musique en Fête ».

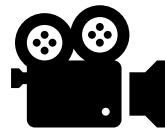
L'initiation du jeune public

- Des séances d'explications des opéras par un spécialiste ;
- La mise en ligne de **vidéos scénographiques** ;
- Une **introduction de l'Opéra par un spécialiste** en « première partie » d'une représentation ;
- Des opéras adaptés à un public non initié (cf « Mon Premier Lac des Cygnes »).



POUR FAIRE DU LIVE STREAMING UN OUTIL DE PROMOTION

Les professionnels le considèrent comme une manière d'élargir le public et de donner envie d'aller au spectacle, en combinant :



Des spectacles adaptés

Des spectacles raccourcis pour maintenir l'attention (1h environ), avec des mises en scène originales (décors virtuels, invités surprises...)

Les experts souhaitent recréer l'interaction avec l'artiste et le public en montrant les coulisses, en discutant via des chats et en envoyant des notifications.

Des tarifs plus attractifs

Le spectacle doit être proposé à des prix inférieurs au live avec des goodies spécifiques disponibles.

Une ouverture géographique

Le live streaming doit permettre de toucher des personnes qui ne se seraient pas déplacées, qui regardent en famille. Cela permet de vivre une sortie culturelle sans les inconvénients financiers et logistiques.



POUR UN PARTAGE ÉQUITABLE DES DROITS DE CAPTATION

Les professionnels réclament des discussions pour définir un cadre juridique clair pour le live streaming concernant les artistes, les producteurs du spectacle, les maisons de disque, les sociétés d'auteurs.

Aujourd'hui, les maisons de disques bloquent ou réclament des droits aux producteurs du spectacle. Pour ces derniers, le cadre légal ne permet pas de se projeter et de prendre des risques. Les autres acteurs craignent de ne plus être rémunérés et que les revenus du live streaming se concentrent vers les artistes les plus renommés.



Une **convention collective est à prévoir pour répartir les droits de captation** entre producteurs, réalisateurs, ingénieurs, maisons de disque, directeurs de salle, artistes plus ou moins célèbres... de manière à ce que le live streaming puisse être rémunérateur pour tous dans le contexte actuel.

« Il y a un cadre de loi à installer dans le livestreaming. A partir du moment où on commence à fixer et qu'on rediffuse derrière il faut un cadre, car il faut l'autorisation des maisons de disques et celles-ci refusent de donner les droits aux producteurs. **On doit se mettre d'accord là-dessus. Sur la captation, les producteurs se battent pour avoir des droits, et les maisons ne comprennent pas qu'on ait le show. Il y a un cadre à mettre sur l'égalité des droits sur un show entre le producteur de spectacles et producteur phono.** »

« Une des raisons pour lesquelles on a décidé de le rendre gratuit, c'est que les droits de diffusion sont compliqués à gérer. C'est un peu le flou. Ça reste un enjeu, quand on essaye d'être dans les règles sur les droits du numérique. »

« Pour nous, en France, c'est compliqué d'aller plus loin car il y a la convention collective du live, et d'un point de vue économique c'était impossible de lancer des tests comme Evergig car il y avait des coûts fixes que l'on ne pouvait pas prendre en charge, parce que les coûts étaient bien plus importants par rapport à l'usage de l'époque. »

RECOMMANDATIONS



RECOMMANDATIONS POUR LES ARTISTES ET PRODUCTEURS

Respecter les spectateurs et s'assurer de leur confort au-delà de la prestation est essentiel pour obtenir des retours positifs. Le public associe l'artiste à la réussite ou à l'échec de l'évènement.

Artistes et producteurs doivent s'accorder pour :

- **Maximiser le confort des spectateurs** en s'assurant que toutes les conditions matérielles soient réunies, en définissant clairement le rôle des écrans, en limitant au maximum les retards
- **Garantir une prestation de qualité** : avec un son et une acoustique soignée, de bons mélanges, en développant une mise en scène complète et harmonieuse, en proposant des contenus de l'œuvre en amont et en aval pour profiter pleinement de l'expérience (pour se préparer, pour se souvenir, partager...)
- **Dépassez les attentes des spectateurs** en préparant des bonus, en prenant des risques (improvisation, interprétations...), en prolongeant un peu le spectacle
- **Développer un univers musical de marque** pour immerger le public dans un univers, favoriser son appropriation des codes de la performance

RECOMMANDATIONS POUR LES SALLES

Une logistique fluide est partie intégrante du succès du spectacle. Les salles doivent travailler à offrir un confort minimal à tous les spectateurs et limiter les gênes qui dégradent l'expérience.

Les salles peuvent d'une part **faciliter la projection dans l'expérience** en catégorisant bien les types de place disponibles, en optimiser l'information sur les accès, les parkings

Elles doivent également **travailler à réunir tous les éléments nécessaires au confort des spectateurs** :

- Des systèmes de filtrage efficaces sans être trop contraignants comme des portiques, pour rassurer le public en limitant la queue
- Des vestiaires et casiers
- Des toilettes propres et en quantité suffisante
- Une offre de restauration rapide à un tarif abordable
- Des outils de contrôle du nombre de décibels
- Des contrôles de l'utilisation de tabac, de drogue, de l'insécurité

RECOMMANDATIONS POUR LES BILLETTERIES

Elles peuvent accompagner le public dans le processus complexe d'achat du billet.

Une nouvelle approche des billetteries permettraient de lever certains freins dans la préparation du spectacle. Nous recommandons de :

- **Proposer une information assez détaillée en amont** pour faciliter le choix du spectateur (réunir des avis, des détails sur les différents emplacements, des conseils de préparation...)
- **Tenir le consommateur au courant tout au long de l'expérience**, si le concert est annulé, a du retard, car ce sont elles qui détiennent les coordonnées des clients
- **Permettre au public de se projeter dans des évènements lointains**, en gérant rapidement les remboursements en cas d'annulation, en proposant un système de revente en toute légalité et une bonne transparence sur les dates de disponibilité des billets
- **Mettre en place des outils qui évitent la falsification des billets** tels que la reconnaissance faciale

RECOMMANDATIONS POUR LE CNM

Les professionnels le considèrent comme légitime pour amener les différents acteurs à discuter et s'engager pour l'avenir de la filière. Il peut les sensibiliser aux attentes des consommateurs.

Le CNM est attendu pour favoriser les échanges sur :

- Le partage des données clients pour garantir une expérience fluide et personnalisée
- Le vocabulaire et la catégorisation des emplacements afin d'avoir une homogénéité dans la présentation des offres, des informations sur les accès et les pratiques
- Des critères communs de respect envers le public, l'artiste et les différents intermédiaires (à propos de décibels, toilettes, tabac, bousculades, informations communiquées au spectateur avant le spectacle, charte d'accueil du public, avec des garanties claires et rassurantes)
- La cohabitation entre les grandes enseignes de la billetteries et les billetteries de salles
- La mise au point d'outils facilitant la digitalisation des petites salles en les aidant à développer leur billetterie avec un outil mutualisé
- Le partage des droits de captation pour tirer des bénéfices du live streaming et la rémunération des acteurs impliqués

CONTACTS

Daniel BO
PDG fondateur
daniel.bo@qualiquanti.com



12 bis rue Desaix, 75015 PARIS

01.45.67.62.06

Site : www.qualiquanti.com