

Rester vivant : les nouvelles scènes du *Live*

Par Malika SEGUINEAU
Directrice générale du PRODISS

Le spectacle vivant est soumis à la dématérialisation des contenus et des produits culturels, ainsi qu'à la captation des spectacles. Les expériences *live* accessibles en ligne se multiplient et transforment le rapport qu'entretiennent les publics à la culture. Elles créent de nouveaux usages et de nouvelles attentes. La société des écrans produit-elle une « culture de l'écran » ? Jusqu'où l'expérience Web bouscule-t-elle les fondamentaux du spectacle vivant, sa relation au temps, son lien à l'autre, son caractère par nature exceptionnel et éphémère ? Le recours au *digital* est-il en passe de devenir exclusif, voire la norme ? Quelle place et quel horizon pour le spectacle vivant au sein d'une industrie culturelle de plus en plus « platformisée » ? Plusieurs réflexions sont menées, que la crise sanitaire a fortement encouragées et même accélérées. Elles engagent les acteurs de la scène à investir de nouveaux espaces, à la fois physiques et numériques, tout en restant bien vivants.

La crise sanitaire aura bousculé nos vies en profondeur, y compris nos pratiques culturelles. Comme chacun d'entre nous, le spectacle vivant a dû se retrancher derrière les écrans. Les producteurs de spectacles, les salles et les festivals ont aujourd'hui relancé leurs programmations. Mais, au sortir de la crise, comment ne pas réinterroger notre rapport à la culture, nos usages, et même, nos envies ?

Car c'est un fait, deux ans de pandémie sont passés par là et les mutations qui étaient à l'œuvre au printemps 2020 se sont accélérées de manière contrainte. Longtemps, le spectacle vivant est resté à l'abri des turbulences de la révolution numérique. Cependant, l'introduction massive du *digital* et ses nouvelles exploitations génèrent aujourd'hui de l'incertitude, voire la crainte d'un changement durable dans les modes de consommation. Le PRODISS a engagé une réflexion approfondie dans le prolongement des études produites ces dernières années sur le thème du numérique, notamment au sein du *think thank* Proscenium⁽¹⁾. Tout au long de la crise, il a accompagné les acteurs du spectacle vivant, les équipes et les artistes que le choc du premier confinement a privé de scène du jour au lendemain. Le coup d'arrêt a été brutal et pour maintenir le lien avec leur public, les artistes ont dû improviser des *shows* sur leurs pages Facebook ou Instagram. Le second confinement, quant à lui, a vu les contenus dématérialisés se professionnaliser et le *live streaming* se généraliser. L'expérience numérique est devenue un format artistique à part entière, et le *digital*, pour certains, un recours exclusif.

Vers une « accessibilité augmentée » du spectacle vivant

En l'espace de quelques mois, la diffusion des concerts en *live streaming* s'est imposée dans le paysage du *live* offrant des contenus en accès illimité, le plus souvent gratuits⁽²⁾. Plus qu'ailleurs, au sein de la filière culturelle, le *live streaming*, qui repose sur la captation audiovisuelle, vient percuter les métiers traditionnels du *live* portés par les producteurs de spectacles, les diffuseurs, les organisateurs de festivals et les exploitants de salles. De la scène à l'écran, de l'événement éphémère à « l'expérience du spectacle », de l'exceptionnel à la diffusion généralisée, il n'y a plus qu'un petit pas à franchir – celui qui mène à son écran – pour le « spectateur-internaute » utilisateur de contenus. Entre le temps fort que représente le spectacle et sa réplique en « accessibilité augmentée », que reste-t-il de la relation qui se crée *in vivo* entre l'artiste et son public, entre le public et l'œuvre, entre les spectateurs eux-mêmes ? Jusqu'où l'expérience Web bouscule-t-elle les fondamentaux du spectacle vivant ?

La question se pose d'autant plus que le spectacle vivant, ancré localement, est face à la toute-puissance des plateformes digitales globales que peuplent Youtube, Facebook, Instagram, Twitch et Amazon. Comment ne pas redouter le risque majeur de voir demain le spectacle vivant réduit à son exploitation en ligne ? La consolidation du marché du *live streaming* nourrit cette « platformisation » de

⁽¹⁾ PROSCENIUM (2015), « Spectacle numérique : penser et agir ensemble », *Horizon 2025*.

⁽²⁾ Rapport sur les pratiques et les enjeux liés à la diffusion digitale de spectacles en *live streaming* (2020), « Faire entrer la Scène dans une nouvelle dimension ».



Concert au Théâtre antique de Vienne – © Collectif_des_Flous_Furieux – Raphael_Zerimar.

la culture au sein d'un écosystème bouillonnant, où convergent une multitude d'offres, d'acteurs et de supports de diffusion⁽³⁾. Déjà, de nombreuses expériences voient le jour. Par exemple, le croisement du concert virtuel avec le jeu vidéo crée un monde en marge du réel, dans lequel le « spectateur-joueur » peut investir la scène et même interagir...

Le spectacle vivant est à la croisée des chemins. Il est face à un choix : tendre vers un écosystème « intégré » aux mains de quelques acteurs puissants issus des GAFAM⁽⁴⁾ ou maintenir un environnement riche d'une variété de projets et d'acteurs. La réponse est sans doute à trouver auprès du ministère de la Culture afin d'ouvrir des discussions avec ces nouveaux acteurs et encourager la mise en place d'une taxation de la diffusion en ligne et d'outils de régulation notamment au sein du Centre national de la musique (CNM), à l'image de ce qui a été fait dans le cinéma dans le but de préserver la production française indépendante. Il appartient donc au spectacle vivant de prendre toute sa place au sein de ce nouvel écosystème et de réaffirmer ce qui fait sa spécificité et sa valeur ajoutée. Cela passe par une adaptation de la filière en termes de création, de production et de diffusion. Une condition nécessaire pour faire du danger, un nouveau défi, et des menaces, une opportunité.

⁽³⁾ Étude HEC réalisée pour le PRODISS (2021), « Modèles, opportunités et freins du *livestream* pour les entrepreneurs du spectacle vivant ».

⁽⁴⁾ Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft.

Repenser la chaîne de valeur et franchir le cap culturel

Pour réinventer le modèle autour des expériences *live*, encore faut-il imposer un nouveau rapport de force dans le contrôle et la valorisation des données. Dans le spectacle vivant comme dans tous les autres secteurs de l'économie, la *data* est au cœur de la création de valeur et de la transformation numérique des services et des usages. Il y a là un gisement à exploiter, un enjeu sur le plan de la diversité des acteurs et des productions, et l'opportunité de maîtriser des audiences dématérialisées et fragmentées. Dans son étude réalisée en 2019⁽⁵⁾, le PRODISS a évalué l'impact de la *data* sur l'évolution des pratiques métiers et a élaboré un projet pilote de recueil des données. Au-delà de la billetterie et de l'événement proposé en *live streaming*, la digitalisation intervient en effet sur l'ensemble des points de contact qui contribuent à la découverte, à la promotion d'un spectacle et à la personnalisation des services.

Les plateformes, qui reposent précisément sur la captation des données, ont par conséquent modifié, en la simplifiant, la chaîne de valeur. En ligne, l'artiste est en prise directe avec sa « fanbase ». En découle une désintermédiation impactant directement le

⁽⁵⁾ Étude sur l'évolution des usages, des pratiques métiers et des enjeux liés à l'utilisation des données (2019), « Les données au cœur de la transformation des pratiques du spectacle musical et de variétés ».

modèle du spectacle vivant qui s'est restructuré à partir de 2006, avec la disparition du CD et la multiplication des tournées, autour du *live*. La chaîne de valeur du spectacle vivant doit être repensée avec l'ensemble de ses acteurs, autrement dit les producteurs, les diffuseurs, les exploitants de salles, les organisateurs de festivals... et ce, à tous les niveaux : la production, la relation avec l'artiste, la programmation, le contenu, l'accès aux spectacles, et même l'audience. Par ailleurs, les expériences en ligne, qui misent sur une accessibilité accrue et la gratuité, sont un écueil supplémentaire pour le secteur de la musique, dont les coûts importants, liés à la location de salles et aux déplacements d'équipes principalement salariées, sont pour beaucoup portés par de petites structures. Là encore, tout reste à construire pour diversifier les modes de financement et proposer des solutions d'achat directes et indirectes sous forme d'options, d'enchères, d'abonnements ou de *crowdfunding*. Le financement de la création est à ce prix. Pourquoi ne pas s'inspirer du modèle économique du cinéma, reposant sur une taxation des GAFAM et des accords passés avec la plateforme Netflix, en l'occurrence ?

On le voit, l'expérience digitale rebat les cartes. L'exploitation des captations audiovisuelles pose également la question des droits du producteur de spectacles dans la chaîne de valeur⁽⁶⁾. À la différence de la retransmission en *live*, l'exploitation ultérieure de

spectacles vivants n'est pas encadrée. Le PRODISS prône l'application d'un droit de propriété intellectuelle au profit du producteur de spectacles, d'une part, pour protéger son investissement, étant celui qui supporte tous les risques, et, d'autre part, pour le reconnaître en tant que créateur de contenus, à l'instar des auteurs, des artistes-interprètes, des producteurs phonographiques et audiovisuels, des créateurs de jeux vidéo ou de logiciels. Un agenda de discussions doit désormais être fixé.

Une telle transformation ne se fera pas sans développer une culture de l'innovation au sein de la filière. Innover suppose d'investir dans les compétences et les technologies au premier rang desquelles figurent les solutions immersives de réalité étendue (réalité virtuelle, réalité augmentée, réalité mixte). Innover appelle aussi à de nouvelles synergies et collaborations entre le monde de la création et celui du numérique, et doit s'accompagner d'une ambition forte : soutenir les industries culturelles et créatives⁽⁷⁾, notamment au travers d'investissements dédiés au développement de nouvelles technologies dans le spectacle vivant. Aussi le ministère de la Culture a-t-il prévu de consacrer 400 millions d'euros d'ici à 2025 à la transition numérique des industries culturelles et créatives dans le cadre du quatrième programme d'investissements d'avenir. Ce dernier

⁽⁶⁾ Rapport d'activité du PRODISS (2018-2019), « La protection juridique du spectacle vivant et de sa billetterie », pp. 54-58.

⁽⁷⁾ La filière des Industries culturelles et créatives (ICC) réunit l'audiovisuel, le cinéma, le spectacle vivant, la musique enregistrée, les musées et le patrimoine, l'architecture, les arts visuels, le *design*, les métiers d'art, le jeu vidéo, le livre et la presse.



Final du concert donné par Vianney dans le cadre du festival de Nîmes, en juillet 2021 – @jovannaartiste

prévoit de consacrer 36 millions aux innovations de rupture développées par des *start-ups*, et plus particulièrement dans le domaine des technologies immersives. D'autres plans, dotés chacun de 10 millions d'euros, sont également prévus pour déployer des solutions de billetterie innovantes ou soutenir la transition écologique. Enfin, faire du spectacle vivant une filière stratégique passe par une politique publique active ; cela doit être un des enjeux figurant parmi les objectifs de la France à l'horizon 2030. Plus qu'un simple « outil », le Centre national de musique pourrait alors endosser, à l'instar du Centre national du cinéma, ce rôle fédérateur qui embarque et accompagne la filière dans sa transition numérique, tout en sauvegardant la diversité de ses acteurs.

Préserver la culture du vivant

Fonder un nouveau modèle, c'est se donner les moyens d'explorer de nouveaux territoires et répertoires, d'accueillir et de conquérir d'autres publics, et de démocratiser le spectacle vivant, tout en préservant son caractère unique. Les deux années qui viennent de s'écouler ne peuvent laisser croire à un quelconque *statu quo ante*. Car la rupture s'est bel et bien produite ! Une génération n'a pas pu goûter au spectacle vivant ! Mais plus encore, cette crise nous donne l'occasion unique d'une réacculturation du spectacle vivant autour de ce qui fait son authenticité et sa richesse. Tout d'abord la rareté, l'émotion et la relation unique que représente une rencontre *in situ* entre l'artiste et son public. Ensuite, le haut niveau de qualité qui est indissociable de la performance artistique. Enfin, la capacité du spectacle vivant à faire émerger une grande diversité de talents et à contribuer à relocaliser l'économie culturelle dans les territoires, là où les festivals ont su enraciner leurs marques.

Pour autant, se différencier ne veut pas dire soustraire le spectacle vivant aux mutations qu'il traverse. À l'heure où le secteur redémarre, le PRODISS inscrit ses travaux dans une dynamique de reprise durable de la filière, laquelle doit prendre conscience qu'elle est investie d'une grande responsabilité environnementale et sociétale. L'objectif est d'intégrer les exigences de développement durable dans l'ensemble de ses

missions et de promouvoir les initiatives pionnières auprès de ses adhérents au sein des différents réseaux professionnels et institutionnels et en collaboration avec le CNM. L'urgence de la crise sanitaire doit faire place à une réflexion de fond. La feuille de route 2022 se dessine ; elle vise à recueillir les besoins des producteurs, des diffuseurs, des gestionnaires de salles et de festivals en matière de RSE/RSO⁽⁸⁾, et à recenser plus largement les outils, les bonnes pratiques et les structures d'accompagnement dans les secteurs de la culture, de l'événementiel et du sport.

Certes, le numérique change notre rapport à la culture et notre façon d'être dans notre relation avec les autres. Mais relier l'expérience Web à celle du *live* ouvre également un champ de créations aux formes et aux écritures inédites⁽⁹⁾. La scène est depuis longtemps un laboratoire d'innovation et un terrain d'expérimentation. À nous d'investir ce nouvel espace qu'offre le *digital*, tout en préservant le caractère vivant de la salle de spectacle. Au sein du PRODISS et avec l'ensemble des acteurs, nous en sommes convaincus : le *digital* ne remplacera pas le vivant, dans la mesure où l'expérience du *live* ne peut être reproduite. L'idée même de la captation ne porte-t-elle pas en elle la notion d'un détournement... ? Se rendre dans une salle de spectacle, c'est faire le choix de découvrir des artistes sur scène, et non des images. Si les nouvelles technologies apportent un supplément enrichissant, elles restent avant tout un outil.

Une « troisième voie » existe, qui recouvre un format hybride et complémentaire. Elle consiste à faire coexister le spectacle *in situ* et l'expérience en ligne, autrement dit à prendre le meilleur « des deux mondes » en imaginant un nouveau « quatrième mur »⁽¹⁰⁾ entre les spectateurs et les nouvelles scènes physiques et numériques. Non, le spectacle vivant n'est pas dépassé ! Il est au contraire source de créations originales, un art vivant qui redonne tout son sens au *live*.

⁽⁸⁾ Responsabilité sociétale des entreprises / Responsabilité sociétale des organisations.

⁽⁹⁾ Rapport d'activité du PRODISS (2017-2018), « L'innovation au cœur des nouvelles écritures », pp. 34-36.

⁽¹⁰⁾ Le « quatrième mur » désigne au théâtre un mur imaginaire à l'avant de la scène qui sépare symboliquement les acteurs des spectateurs.