Le live musical, un actif qui ne perçoit pas ses dividendes

ÉBAUCHÉ EN AOÛT 2026 · PUBLIÉ EN NOVEMBRE 2026

Par Arnaud FLORENTIN, directeur associé du cabinet de conseil Utopies et économiste spécialiste en intelligence territoriale

Il existe, dans les villes des Hauts-de-France, une valeur que personne ne facture et qui ne figure dans aucun bilan : ce qu'une salle, un festival, une scène attirent, captent et font prospérer autour d'eux. Ces externalités n'ont pas de prix, mais elles ont une valeur — et il est temps de la chiffrer. C'est ce que mesure la prime d'attractivité. Dans la métropole lilloise, elle pèse 3,1 % des emplois.

Nous comptons ce que le live dépense, pas ce qu'il fait exister

Commençons par nommer ce dont il s'agit. Quand une salle s'installe durablement dans une ville, elle ne produit pas seulement des concerts : elle produit un supplément d'attractivité. Des gens viennent, restent, s'installent, créent, recrutent — parce que ce lieu est là. C'est ce que l'on appelle la prime d'attractivité : la différence que l'on observerait si l'on retirait le live du territoire. Cette prime est un actif au sens strict. Elle n'apparaît ni dans les comptes d'une entreprise, ni dans le compte administratif d'une collectivité, et elle décide pourtant de qui vient, de qui reste et de qui investit. Un actif que l'on ne mesure pas est un actif que l'on ne défend pas — et, en période d'arbitrage budgétaire, un actif que l'on sacrifie sans savoir ce que l'on perd.

Le paradoxe est là. Les salles et les festivals de la région n'ont jamais aussi bien travaillé : les jauges se remplissent, les taux de fréquentation dépassent souvent 90 %. Et pourtant, à l'échelle nationale, 93 % des festivals sont en difficulté financière et près de la moitié sont déficitaires [1]. Coûts qui s'envolent, financements qui s'arrêtent parfois du jour au lendemain, mécènes qui se retirent, contraintes de sécurité et d'exploitation de plus en plus chères : le déséquilibre n'a rien de conjoncturel.

Comment la filière se défend-elle ? Quand elle en a la possibilité (et les moyens), par des études de retombées. On additionne ce que la structure dépense elle-même, ce qu'elle achète à ses fournisseurs locaux, et ce que ses salarié·es et ses publics dépensent sur place. C'est ainsi qu'on obtient les chiffres brandis dans les dossiers de subvention : tant d'emplois, tant d'euros injectés dans le tissu local.

Le problème, c'est que cette manière de compter ne mesure qu'une chose : combien le live dépense. Elle dit grosso modo ce que la Lune des Pirates achète à ses prestataires amiénois, mais pas ce que la présence d'une scène à Amiens change pour Amiens. Elle raisonne à l'année, alors qu'un lieu installé depuis vingt ans produit des effets qui ne s'arrêtent pas l'année où il ne peut pas ouvrir. Elle ne pose jamais la seule question qui intéresse vraiment un·e élu·e face à un arbitrage budgétaire : qu'est-ce qui disparaîtrait si ce lieu fermait ? Et à l'échelle d'une agglomération, cette manière de compter est particulièrement trompeuse, puisqu'une bonne part des dépenses part ailleurs dès qu'elle est engagée.

Ce que le live fait exister : 17 750 emplois dans la métropole lilloise

Mesurer ce capital suppose de changer de point de départ : partir non plus des dépenses, mais de la présence.

MESURER CE QUI DISPARAÎT

Sound Economics®

Le débat public range le live musical du côté de la dépense : une subvention, une ligne budgétaire, un coût que les collectivités arbitrent quand les finances se tendent. Cette lecture repose sur une erreur de mesure, pas sur un choix politique assumé. Les méthodes classiques de retombées économiques ne comptabilisent que les flux monétaires — billetterie, consommations, emplois de la filière. Elles ignorent tout ce que le live produit sans le facturer.

Sound Economics® inverse la charge de la preuve en quantifiant cinq familles d'externalités :

• Effets d'agglomération — le live concentre autour de lui des activités complémentaires : tourisme, restauration, commerce, services techniques, production.

• Centralité urbaine — il fait vivre les centres-villes aux heures et aux saisons où rien d'autre ne les occupe, et diversifie les usages de l'espace public.

• Capital social — il densifie les réseaux entre artistes, technicien·nes, entreprises, associations et habitant·es, et produit de la coopération là où elle ne se décrète pas.

• Innovation — il hybride musique, technologies, énergie, arts visuels, et mutualise équipements et compétences.

• Capital symbolique — il construit l'image et l'identité d'un territoire, donc sa capacité à retenir et attirer des actif·ves.

La méthode ne mesure pas ce que le live dépense, mais la différence observable entre un territoire qui l'accueille et un territoire comparable qui en est privé. Une salle qui ferme ne produit pas une économie budgétaire, elle produit une perte d'attractivité que personne n'inscrit au bilan — et que les mêmes collectivités paieront ensuite au prix fort en politiques de revitalisation.

Appliquée à la Métropole européenne de Lille (MEL), la méthode donne deux résultats principaux [2]

Le premier tient au périmètre. Le live, ce ne sont pas seulement les salles labellisées et les grands festivals. C'est aussi la billetterie dématérialisée, le catering, les loueurs de matériel, les écoles de musique, les photographes, les médias spécialisés, le tourisme de concert, et une masse de bénévoles sans lesquel·les rien ne se tient. En comptant toutes les activités dont une part, même marginale, dépend du live, l'écosystème de la MEL pèse 3 877 équivalents temps plein (ETP).

Le second est l'influence territoriale. Ces 3 877 ETP en font exister 13 876 autres dans le reste de l'économie métropolitaine. Soit un total de 17 750 emplois, 3,1 % de l'emploi de la MEL ! Dit autrement, un emploi dans le live en soutient 3,6 ailleurs. Ce pourcentage croît avec la densité du territoire : il est plus faible dans les petites villes, plus élevé dans les très grandes métropoles — les 3,1 % lillois ne sont donc

pas un étalon applicable partout. Et le classement des bénéficiaires réserve une surprise. Ce ne sont pas les arts et spectacles qui arrivent en tête (1 644 ETP), mais l'administration publique (2 301), la santé et l'action sociale (2 049), le commerce (1 848) et l'enseignement (1 810). Autrement dit : une part du personnel hospitalier, des enseignant·es et des travailleuses et travailleurs sociaux de la métropole sont là, aussi, parce que la métropole a des scènes. Personne n'écrit cela dans un dossier de subvention. C'est pourtant ce que révèle la structure économique du territoire.

Ces chiffres sont des estimations modélisées : ils donnent des ordres de grandeur et des hiérarchies, pas des décimales. Et ils ne disent évidemment rien de ce qui fait le sens du live — l'émotion, la formation des goûts et la construction identitaire, la rencontre, l'émancipation, les droits culturels... L'intérêt de la mesure économique est ailleurs : c'est un outil de rapport de force, pas une définition de la valeur [3].

Qui devrait payer le dividende ?

À l'échelle nationale, le rendement du live est près de 17 fois supérieur aux fonds publics qui lui sont dédiés. On finance donc très peu quelque chose qui rapporte beaucoup. Trois pistes en découlent.

Sécuriser la durée. Un capital se déprécie s'il n'est pas entretenu, et se reconstitue lentement : ce qui compte n'est pas tant le montant que la visibilité pluriannuelle. Or la séquence est brutale — 88,4 millions d'euros de coupes régionales dans la culture en 2025, 49,1 en 2026, soit 14,7 % de baisse en deux ans, auxquels s'ajoute notamment le recul de 173 millions du budget du ministère [4]. La Région Hauts-de-France tient sa ligne, avec 113,6 millions d'euros maintenus en 2026 [5], ce qui n'est pas rien au regard de la moyenne nationale. Mais une enveloppe stable ne garantit ni la part qui revient aux musiques actuelles — historiquement faible face aux autres filières [6] —, ni la survie de structures dont les cofinancements État, département et intercommunalité s'effritent en parallèle.

Traiter le live comme une politique de développement, pas seulement comme une politique culturelle. Ailleurs, cela se traduit très concrètement : au Royaume-Uni, le principe "Agent of Change" fait porter les contraintes d'insonorisation sur le promoteur qui s'installe à côté d'une salle, et non sur la salle qui était là avant ; aux Pays-Bas, musique, sport, création et tourisme sont pilotés ensemble. Cela a un fondement mesurable : entre 30 et 40 % de la valeur ajoutée d'une salle vient de son territoire d'implantation, pas d'elle-même. Une salle ne réussit pas seule, et un territoire non plus.

Élargir la base des contributeurs privés. Les entreprises financent aujourd'hui 10 à 15 % du live payant et en tirent bien davantage : chaque 100 euros de PIB générés par le live leur coûte moins d'un euro. Le problème n'est pas le montant moyen versé, c'est le nombre de contributeurs — moins d'une entreprise sur dix est mécène, et toujours dans les mêmes secteurs, alors que tout le tissu économique en profite. Il y a mille façons de contribuer autrement qu'en signant un chèque annuel : cofinancer un équipement, mettre à disposition de l'énergie, du transport ou des compétences, prendre une participation dans un lieu. On pourrait même imaginer, à l'échelle régionale, des "Live Bonds" sur le modèle des obligations vertes, où banques, collectivités, entreprises et épargne locale financeraient lieux et festivals en échange d'une mesure publique et transparente de ce que cela produit sur le territoire.

Une objection, pour finir, qu'il faut prendre au sérieux : à trop bien démontrer que le live rapporte, ne prépare-t-on pas le terrain à ceux qui ne voudront le financer que s'il rapporte ? Le risque est réel. Il se réduit à une condition : que cette mesure soit un droit de la filière et non un instrument de tri — accessible aux petites structures et au live non marchand autant qu'aux grands équipements. Le dividende musical, en Hauts-de-France comme ailleurs, existe déjà. Il est simplement encaissé par d'autres que celles et ceux qui le produisent.

Notes

1 « Bilan de la saison 2025 des festivals », Syndicat des musiques actuelles.

2 Estimations de l'auteur présentées au Musique Forum 2026 de Haute Fidélité (cf. replay audio disponible sur la page bilan). Périmètre : création-production, diffusion, prestations techniques, intermédiation, formation-transmission, captation-communication, revenus connexes sur site, tourisme musical, transports, événements non billettés, live non marchand, bénévolat, médias spécialisés, métiers connexes. À l'échelle nationale, la même méthode évalue la « prime d'attractivité » du live à 500 000 emplois et 35 milliards d'euros de valeur ajoutée, soit 2 % de l'attractivité des territoires — contre 13 milliards d'euros par la méthode classique des retombées.

3 Sur ce point, voir « Les musiques actuelles, une filière à revaloriser », Ça dit quoi ?! n° 1, Haute Fidélité, mai 2024.

4 « Coupes budgétaires : cartographie des budgets Culture 2026 », Syndicat des musiques actuelles, cartographie réalisée par Lucile Boursier avec les réseaux régionaux, 30 juin 2026. Huit des treize régions étudiées voient leur budget culture reculer en 2026 ; régions et État cumulés, la baisse atteint 220 millions d'euros.

5 « Région Hauts-de-France : le budget culture à 113,6 M€ en 2026 (-2 %) », News Tank Culture, 22 avril 2026.

6 En 2019, les musiques actuelles représentaient 4,1 % des fonds régionaux dédiés aux programmes d'activités culture, contre 23,8 % pour les musiques de répertoire et 23,4 % pour le patrimoine (chiffres CRAC). Voir Ça dit quoi ?! n° 1.

Ce sujet vous fait réagir ? Retrouvez le texte en ligne et partagez votre avis :
https://www.haute-fidelite.org/caditquoi-8-live-musical-actif-sans-dividendes.html