

Les pratiques de consommation de *livestream* musical

JUIN 2022

RÉSULTATS DE LA PHASE QUALITATIVE



Étude commune

Arcom
Le régulateur de la communication
audiovisuelle et numérique



Centre
national de
la musique

Sommaire

1. Contexte, objectifs et méthodologie	p. 3
2. Résultats de l'étude	p. 9
EN PRÉAMBULE : LE RAPPORT DES PARTICIPANTS À LA MUSIQUE	p. 10
a- La musique, une pratique quotidienne	p. 12
b- L'écoute musicale : une pratique de plus en plus numérique et de plus en plus visuelle	p. 19
c- Une place (toujours) à part pour le concert <i>in situ</i>	p. 25
I – LES USAGES DU <i>LIVESTREAM</i>	p. 34
a- Le <i>livestream</i> : un univers plutôt méconnu	p. 35
b- Le <i>livestream</i> : une pratique très (trop) liée aux périodes de confinements	p. 49
II – LE <i>LIVESTREAM</i> : PERCEPTIONS, AVANTAGES ET INCONVENIENTS	p. 56
a- Au global, une pratique du <i>livestream</i> plutôt convaincante	p. 57
b- Le <i>livestream</i> : quelques inconvénients recensés	p. 65
c- Des représentations qui influencent l'absence de pratique de <i>livestream</i>	p. 72
III- LA PRATIQUE DU <i>LIVESTREAM</i> À L'AVENIR	p. 77
a- Une pratique qui sera conditionnée par son prix	p. 78
b- Les attentes communes pour l'avenir	p. 86
c- Des attentes et exigences qui varient selon quatre grands profils (actuels et potentiels) de <i>livestreamers</i>	p. 91
CONCLUSION	p. 111

1

**Contexte, objectifs et
méthodologie**

Contexte de l'étude

Apparu en même temps que la retransmission en direct sur internet en 2007, le *livestream* musical représentait une offre limitée et ponctuelle jusqu'en 2020. Le marché s'est ensuite fortement développé avec la crise sanitaire, évoluant de formes artisanales et gratuites vers des offres plus professionnelles et payantes.

Face au nombre d'artistes se produisant en *livestream* et à l'intérêt du public pour ces offres, la filière musicale s'interroge en particulier sur la rentabilité des modèles économiques associés à ces contenus et leur pérennité. On peut en effet se demander dans quelle mesure les usages de *livestream* développés pendant la crise sanitaire continueront à exister dans la durée, avec la reprise des spectacles en salle, voire se développer en complément de l'offre de concerts physiques ou sous un format hybride (présentiel et distanciel). Le développement du *livestream* soulève également des questions relatives au respect du droit d'auteur avec ces nouveaux types de contenus, qui pourraient donner lieu à des accès illicites à ces retransmissions.

Dans ce contexte, l'Arcom et le CNM ont souhaité s'associer pour mener une étude complète portant à la fois sur les usages de *livestream* musical afin de comprendre comment, aujourd'hui, est évaluée la valeur ajoutée du *livestream* par les consommateurs de musique, comparativement aux représentations *in situ*, ainsi que sur **son potentiel de développement en identifiant les freins et les leviers à un recours plus large.**

Contexte de l'étude

Le *livestream* est ici défini comme correspondant à la diffusion en direct (*live*) et en différé (*replay*), de manière gratuite ou payante, de spectacles musicaux. Différentes esthétiques sont concernées : les musiques actuelles, la musique classique ou contemporaine et les opéras. Les autres catégories de spectacle vivant (pièces de théâtre, spectacles d'humour, etc.) n'ayant pas pour objet principal l'écoute et le visionnage de musique, n'ont pas été intégrées au périmètre de l'étude. Expliquer/justifier pourquoi ils ont été exclus du champ de l'étude

L'étude comporte un **volet économique** réalisé par le cabinet PMP qui inclut notamment des scénarios de développement du marché à horizon 2030 et un **volet usages** (phase qualitative et phase quantitative) mené par l'institut Ifop.

Objectifs

Plus précisément, l'étude d'usages vise à répondre aux objectifs suivants :

- **comprendre les représentations associées** à ce format, et évaluer l'impact de la crise sanitaire sur celles-ci ;
- **comprendre de façon approfondie les usages**, en termes de pénétration, de fréquences, de genres consommés, de récurrence des pratiques, et de modalités d'accès aux *livestream* (offres en direct (*live*), en différé (*replay*), formules payantes, etc.) ;
- **identifier les profils de consommateurs intéressés** par le *livestream*, percevoir les freins et les leviers à l'œuvre face à ce type de consommation dématérialisée ;
- **évaluer la qualité des expériences vécues** et comprendre dans quelle mesure ces expériences ont pu générer de la rétention ou bien de nouvelles attentes ;
- **évaluer l'adhésion des consommateurs de musique**, notamment en comparaison des concerts et représentations physiques, estimer le consentement à payer et selon quelles modalités ;
- **évaluer le potentiel de développement des usages**, identifier la façon dont les consommateurs de *livestream* imaginent leurs usages futurs, comprendre la place ou le « statut » que pourrait prendre le *livestream* par rapport aux autres pratiques en lien avec la consommation de musique ;
- **identifier les pratiques illicites liées à la consommation de *livestream*** et les représentations associées (méthodes utilisées, perception du risque, etc.).

Méthodologie globale de l'étude

La présente étude s'inscrit dans le cadre d'une étude plus large menée par l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom) et le Centre national de la musique (CNM), comprenant deux volets complémentaires :

- **un volet économique** visant à détailler les différents modèles économiques du *livestream* et à dégager de grands scénarios d'évolution à horizon 2030 sur la base des convictions des acteurs de la filière musicale ;
- **un volet qualitatif et quantitatif centré sur les usages**, visant à recenser les pratiques des internautes français en matière de *livestream*, mené en 2 phases :

Une phase qualitative

Pour comprendre de façon approfondie les représentations, les usages et les attentes en lien avec la consommation de *livestream*.

Une phase quantitative

Pour quantifier les différentes pratiques relatives à la consommation de *livestream*, déterminer le profil des internautes concernés par ces usages et évaluer le potentiel de développement

**CE RAPPORT PRÉSENTE LES RÉSULTATS
D'ANALYSE DE LA PHASE QUALITATIVE**

Méthodologie de l'étude qualitative

Réalisation de **12 ENTRETIENS INDIVIDUELS SEMI-DIRECTIFS**, de **1h30 chacun**, en **visio-conférence**
du 15 octobre au 17 novembre 2021



9 entretiens réalisés
auprès de *livestreamers*

<i>adoption avant crise (avant mars 2020)</i>	<i>adoption avec la crise (après mars 2020)</i>
4 entretiens	5 entretiens

Détails de la cible :

- Mix des modes d'accès en direct (*live*) et en différé (*replay*),
- Mix des usages gratuits ou payants,
- Mix des fréquences entre les occasionnels et les réguliers,
- Mix des services et plateformes utilisés,
- Mix des types d'installations et des univers musicaux concernés par ces pratiques (musiques actuelles, opéras et musique classique),
- Mix hommes et femmes, niveau de CSP, âge, 1/3 habitent en IDF, 2/3 en région.



3 entretiens réalisés auprès d'utilisateurs
potentiels de *livestream*

Tous « mélomanes » ayant des pratiques d'écoute musicale fréquentes, avec une bonne culture en la matière, et qui se rendent / se rendaient à des représentations ou bien des concerts *in situ*.

Détail de la cible :

- Tous connaissent le principe du *livestream*,
- Tous possèdent des équipements compatibles avec la pratique du *livestream* musical,
- Mix des types des univers musicaux les plus écoutés (musiques actuelles, opéras et musique classique),
- Mix hommes et femmes, 1/3 habitent en IDF, 2/3 en région.

2

Résultats de la phase qualitative

**EN PRÉAMBULE : LE RAPPORT DES
PARTICIPANTS À LA MUSIQUE**

Quelques mots sur les profils des participants

Malgré une grande amplitude d'âges (des participants âgés de 17 à 62 ans), de nombreux points communs :

- une grande **aisance avec les nouvelles technologies** ;
- une **consommation gratuite de replay hebdomadaire voire quotidienne** pour tous ;
- une **consommation de concerts *in situ* raisonnée** (facteur prix) ;
- un **abonnement payant à une ou plusieurs plateformes de *streaming* musical pour un grand nombre de participants (9/12)** ;
- une **propension à payer pour des contenus musicaux en ligne** (autre que l'abonnement à la plateforme de *streaming*) assez faible ;
- une **grande diversité de genres musicaux écoutés** :

<i>Livestreamer</i> potentiel (17 ans) Pop, rock, électro, rap/slam, musique classique	Adoption avec la crise (19 ans) Pop et K-pop	<i>Livestreamer</i> potentiel (20 ans) Musique classique, rap, rock, techno	Adoption avec la crise (22 ans) Pop, rock, électro	Adoption avec la crise (24 ans) RnB, hip-hop, rap, reggae, variété française actuelle, jazz, pop	Adoption avant crise (27 ans) Rap français, variété française actuelle, hip-hop
Adoption avant crise (31 ans) Jazz, électro, musique de club, musique classique	Adoption avec la crise (40 ans) Variété française actuelle	Adoption avec la crise (44 ans) Rock, pop, électro	Adoption avant crise (52 ans) Folk, électro, musique classique, jazz	Adoption avec la crise (61 ans) Variété française (actuelle et passée)	<i>Livestreamer</i> potentiel (62 ans) Musique classique

EN PRÉAMBULE : LE RAPPORT DES PARTICIPANTS À LA MUSIQUE



LA MUSIQUE, UNE PRATIQUE QUOTIDIENNE

La musique occupe une place prépondérante dans la vie de nos *interviewés*

Une pratique d'écoute **quasi quotidienne, individuelle et/ou collective** et de **trois sortes** :

- une écoute **attentive** pour s'évader, se détendre, ressentir et/ou partager des émotions...
- une écoute **passive**, en fond sonore, en complément d'une autre activité...
- une écoute **festive** pour célébrer un moment, danser, chanter...



Une pratique d'écoute qui, pour certains de nos *interviewés*, s'est intensifiée lors des confinements

« De la joie, du bonheur, du partage, des émotions, du plaisir. C'est assez puissant. J'écoute de la musique tous les jours. Ça peut être seul, en couple, en groupe, en famille. » (adoption avec la crise, 44 ans, Rural)

« Il y a de la musique du matin au soir, dès que j'ai une pause. J'ai mon casque sur les oreilles en permanence. Je ne peux pas vivre sans musique. » (adoption avant crise, 52 ans, Urbain)

« Beaucoup d'importance. Ça me fait énormément de bien. Quand je ne vais pas bien, quand je vais bien, j'adore écouter de la musique. C'est tout le temps. » (adoption avant crise, 27 ans, Rurale)

« C'est quand il y a eu la crise sanitaire que je me suis pris mon premier abonnement Spotify. Je me suis mis à vraiment écouter de la musique tout le temps à partir de ce moment-là. » (Livestreamer potentiel, 20 ans, Rural)

Un kit d'écoute « de base » commun à l'ensemble des personnes rencontrées

Pour toutes et tous, une **écoute de plus en plus nomade**, à l'extérieur de chez soi mais aussi au sein de son domicile (dans différentes pièces de son habitat)

- Un équipement adapté à ces pratiques, avec majoritairement le recours au :
 - **smartphone** et **écouteurs**/casque pour une écoute à l'extérieur,
 - **ordinateur/tablette** et **enceinte** plutôt pour une écoute à domicile.
- Et, selon l'âge, le budget et/ou la place disponible, la présence (et l'attachement) à des **supports d'écoute physiques** : platine vinyle, lecteur CD, chaîne hifi, home cinéma, radio, vinyles, CD...



Une seule personne a indiqué écouter de la musique depuis la console de jeux vidéo de son conjoint

« Essentiellement sur smartphone puisque je suis très mobile. Je fais partie des nomades digitaux. (...) Je connecte mon téléphone à une enceinte Bose ou j'ai mon casque quand je suis en déplacement. » (adoption avant crise, 52 ans, Urbain)

« J'écoute principalement sur mon smartphone et sur mon ordinateur portable. (...) Pour l'écoute c'est souvent des enceintes. Parfois j'utilise mon casque quand je suis dans les transports en commun, quand je prends le train pour rentrer chez mes parents. En voiture c'est une enceinte et chez moi c'est une enceinte. » (Livestreamer potentiel, 20 ans, Rural)

« J'ai une énorme discothèque qui comporte environ huit mille CD. En vidéothèque j'ai environ quatre cents productions d'opéras en DVD ou Blu-ray. Et j'ai une quarantaine de productions de ballets. » (Livestreamer potentiel, 62 ans, Urbain)

Un accès quasi quotidien à l'actualité musicale des artistes / genres musicaux qu'ils affectionnent (1/2)

Une information à laquelle ils accèdent principalement sur **Instagram** et **YouTube**

- Tous utilisent YouTube et tous, exception faite de notre participant le plus âgé, ont un compte Instagram.
- Ils suivent l'actualité des **artistes qu'ils apprécient** (nouvel album à venir, prochaines dates de concerts, activités musicales en cours, à venir) par **l'abonnement à leurs comptes** et à des comptes de fans.
- Ils **s'informent sur l'actualité de leurs genres musicaux préférés** (nouveaux artistes, nouveaux sons/morceaux, etc.) **grâce à l'abonnement à des comptes dédiés de médias** (Le Journal du Rap, Konbini...), **d'influenceurs** (Hugo Décrypte) ou de **salles de spectacles/festivals**...

« Le journal du rap sort toutes les semaines sur YouTube, c'est une vidéo de 7 minutes qui résume ce qui s'est passé, les sorties de la semaine ou les futurs concerts, les projets à venir, les rumeurs, etc. » (Livestreamer potentiel, 20 ans, Rural)

« Sur les réseaux sociaux des artistes ou des lieux culturels. » (adoption avec la crise, 22 ans, Rural)

« Principalement les réseaux sociaux, surtout Instagram. YouTube aussi. Et puis les amis qui nous parlent du prochain concert ou de la prochaine sortie d'album. (...) Il y a les stories et là il y a des musiques qui passent. Je regarde des formats sur Instagram qui diffusent de la musique. C'est là que je vais retenir certaines musiques qui m'intéressent. » (Livestreamer potentiel, 17 ans, Rural)

Un accès quasi quotidien à l'actualité musicale des artistes / genres musicaux qu'ils affectionnent (2/2)

Un accès qui est bien souvent **passif**

- Une information musicale qui, majoritairement, **vient à eux** lorsqu'ils consultent ces réseaux (*stories, posts, recommandations, notifications...*).
- Une **découverte de nouveaux artistes** qui se fait principalement par « **butinage** » **de ces réseaux** (grâce à des algorithmes jugés très pertinents) mais aussi par leur abonnement à des **plateformes de streaming** (Deezer, Spotify, etc.).
- Un accès qui, toutefois, est plus **actif** quand il s'agit d'accéder à des **informations particulières** : recherche d'actualités précises, de nouveaux titres, de dates de tournée à venir, etc.
 - Dans ce cas, une **recherche qui est ciblée** : consultation du compte de l'artiste sur les réseaux sociaux, recherche par mots clés sur internet (par exemple : « prochain concert de Pomme ») ou encore consultation internet des salles de concerts pour voir quels artistes passent.

« Je suis leur Insta parce qu'au moins je choisis qui je vois et parce que les publications qu'ils font sont directement en lien avec la musique. J'ai aussi besoin de nouveauté, je ne peux pas rester connecté sans découvrir de nouveaux artistes. » (adoption avant crise, 52 ans, Urbain)

« J'ai découvert pas mal d'artistes en regardant mes propres stories, donc soit avec du contenu sponsorisé, des publicités. Ou sinon dans les stories des gens, quand ils les mentionnent, je clique sur le profil et je tombe comme ça sur le profil des artistes. » (adoption avec la crise, 22 ans, Rural)

« Je vais plutôt regarder la programmation des salles où j'ai envie d'aller. » (adoption avant crise, 31 ans, Urbain)

Focus sur les deux principaux réseaux consultés : Instagram et YouTube

- **Instagram** est plus particulièrement utilisé pour **suivre un artiste dans sa vie professionnelle et personnelle**.
 - Ce réseau est fortement apprécié pour le sentiment de **proximité** qu'il permet de créer avec l'artiste qui décide de se dévoiler à sa communauté de fans.
 - Toutefois le flux d'information est parfois jugé trop **éphémère**, trop « dernière minute » pour suivre assidument l'information délivrée.
- **YouTube** est davantage consulté pour **rechercher une information ou une actualité musicale particulière**.
 - Une plateforme appréciée pour la **richesse de son contenu** (des nouveaux titres rapidement accessibles).
- Ces 2 réseaux sont également valorisés pour la pertinence de leurs **suggestions d'écoute** : des algorithmes qui permettraient de découvrir plus d'artistes méconnus que ceux des plateformes de *streaming* musical.

« Insta c'est beaucoup plus proche, plus réel en termes de connexion avec l'artiste. Parfois Pomme elle fait des petites stories. Je regarde les vidéos, photos et ça peut être leur vie professionnelle, mais c'est aussi parfois de l'intime qu'ils souhaitent partager. C'est un mix de tout. » (adoption avec la crise, 40 ans, Urbain)

« Récemment, il y a Imen Es qui a sorti son nouveau single, je suis allée sur YouTube et il était disponible alors que sur Spotify ça buggait, ce n'était pas optimisé. Sur YouTube, ça va très vite. Je trouve que le contenu est mis en ligne plus rapidement que sur Spotify ou sur Apple Music. » (adoption avec la crise, 24 ans, Urbain)

« YouTube comparé à d'autres applications, je trouve que c'est vachement bien indiqué. On n'a pas besoin de passer trente-six heures à chercher sa playlist, on clique sur notre profil, sur playlist et c'est fait. Le seul truc embêtant ce sont les pubs. » (adoption avant crise, 27 ans, Rural)

En complément, d'autres médias sont consultés, mais des usages plus hétérogènes et individuels

- **Facebook**, est principalement consulté par les plus de 30 ans **pour s'informer de l'actualité musicale de leurs artistes favoris**. Mais une information musicale jugée moins riche et souvent « noyée » parmi d'autres. De plus, des artistes qui, en cas de sollicitation, seraient beaucoup moins réactifs que sur Instagram.
- **TikTok et Snapchat** sont consultés par les plus jeunes. Un usage qui est avant tout **récréatif**. Des réseaux qui permettent de découvrir de nouveaux sons/artistes. Mais des contenus qui sont souvent disponibles aussi sur Instagram.
- **Les radios, revues** (Diapason, Magic, Les Inrockuptibles par exemple) **et sites internet** (ResMuscia, Resident advisor, Pan African Music) **spécialisés dans un genre musical et/ou les sites des salles de spectacle/festivals** pour se tenir informé des **actualités**, découvrir de nouveaux artistes et s'informer des concerts à venir.
- Le **bouche-à-oreille** (ses proches, ses connaissances, sa participation à des associations/événements musicaux) pour s'informer des concerts à venir, découvrir de nouveaux artistes, etc.
- Très à la marge, **Twitter** pour suivre ses artistes préférés. Mais un média qui ne paraît pas vraiment adapté au monde de la musique.

« Facebook c'est plutôt leur actu ou les dates de concert. » (adoption avec la crise, 40 ans, Urbain)

« C'est Insta et YouTube principalement. Snap je l'ai, mais je l'utilise très peu. » (Livestreamer potentiel, 17 ans, Rural)

« J'ai tous les comptes Snap de ces artistes. (...) Sinon les top Tweet par rapport à une célébrité permettent de se tenir informé sans forcément les suivre. » (adoption avec la crise, 19 ans, Urbain)

« Longtemps je lisais la revue Magic spécialisée dans les musiques indépendantes. Ensuite le site la Blogothèque et le site le Cargo, qui sont des sites de musiques alternatives qui ont fait ma culture musicale. » (adoption avant crise, 52 ans, Urbain)

« J'aime bien aussi aller sur les sites internet des festivals, par exemple celui des Vieilles Charrues. Je découvre des nouveaux artistes, il y a des reportages, des interviews, des photos, des vidéos (...) Je cherche aussi des nouveautés, des surprises, des artistes méconnus. Il y a des radios comme FIP qui peuvent en passer, mais j'écoute aussi des radios locales. » (adoption avec la crise, 44 ans, Rural)

EN PRÉAMBULE : LE RAPPORT DES PARTICIPANTS À LA MUSIQUE



L'ÉCOUTE MUSICALE : UNE PRATIQUE DE PLUS EN PLUS NUMÉRIQUE ET DE PLUS EN PLUS VISUELLE

Une écoute musicale très majoritairement numérique



Du fait d'une écoute de plus en plus nomade, les *interviewés* ont tous recours à **des plateformes musicales de streaming**

- **Une écoute sur YouTube...**
- ...mais aussi, pour une grande majorité, **par l'intermédiaire d'un abonnement payant à une (ou plusieurs) plateforme(s) de streaming** (Spotify ou Deezer majoritairement, Amazon Music ou Apple Music dans une moindre mesure et, à la marge, une personne était abonnée à Mezzo et une autre à Qobuz).
- Quelques participants, les **plus jeunes** notamment, n'ont pas encore d'abonnement et les utilisent dans leur version **freemium**.
 - ➔ Si la grande majorité des *interviewés* se dit très satisfaite de ces plateformes et de leurs recommandations, les quelques personnes les plus en recherche de nouveauté regrettent qu'elles ne leur **proposent pas des contenus plus insolites**.

Des pratiques qui font que les *interviewés* expliquent que, en dehors de leur abonnement, ils n'ont plus l'habitude de payer pour consommer de la musique en ligne

« Deezer parce qu'on me l'a fait connaître, que j'aime bien et qu'il n'y a pas de pub. Deezer ça va être plus dans la voiture et YouTube c'est plus chez nous ou dans la salle de bain, pour dormir. » (adoption avant crise, 27 ans, Rural)

« Parce que c'est nouveau. Vu que j'ai déjà Amazon Prime et que je commande souvent sur Amazon, je me suis dit « pourquoi pas essayer ». J'aime bien essayer les nouveautés. » (adoption avant crise, 27 ans, Rural)

« Maintenant que je suis passé à Spotify, je ne mets plus trop d'argent dans la musique excepté l'abonnement mensuel. » (Livestreamer potentiel, 20 ans, Rural)

Une consommation illicite de contenus musicaux très minoritaire au sein de l'échantillon*

Rares sont les participants ayant déclaré **consommer de façon illicite et/ou de façon détournée des contenus musicaux**

- Majoritairement une pratique de téléchargement illicite ou de *stream ripping* exercée **par les plus jeunes (20 ans et moins)** depuis YouTube pour des raisons financières.
- Mais une **pratique jugée chronophage et laborieuse** (télécharger, convertir, renommer, organiser) que **tous souhaitent abandonner rapidement**.
- Les **offres commerciales des plateformes de streaming comme Spotify et Deezer** (abonnement étudiant ou famille) ont parfois été citées comme de bonnes motivations à renoncer à ce type de consommation.
- Une seule personne a précisé télécharger des musiques depuis un site illicite **pour les mixer par la suite**.

« Je télécharge illégalement (...) Sur YouTube et après je prends un convertisseur MP3. Je fais ça sur mon ordinateur et ensuite je transfère sur mon téléphone. » (Livestreamer potentiel, 17 ans, Rural)

« C'est plus pirate, mais je télécharge de la musique quand je vais mixer. Je vais sur un site pirate où on peut accéder à toute la bibliothèque d'une personne. Dès qu'on arrive sur quelqu'un qui connaît plein de choses, on va pouvoir accéder à ses dossiers et aller fouiner. (...) Ça permet de la télécharger en mp3 320, c'est la meilleure qualité possible (...) Vu que c'est un réseau de DJ, c'est fait pour ça. Personne d'autre n'a intérêt à y aller à part les collectionneurs parce que c'est très moche et peu pratique. » (adoption avant crise, 31 ans, Urbain)

*Echantillon qualitatif non représentatif de la population des internautes français.

Le visionnage musical *online*: une pratique qui se généralise de plus en plus

Une vidéo qui fait, aujourd'hui, **partie intégrante de l'expérience musicale**

- Un visionnage de clips, (d'extraits) de concerts/de festivals, d'interventions télévisuelles ou encore d'*interviews* d'artistes à laquelle s'adonne l'ensemble des personnes rencontrées et ceci de façon quasi quotidienne. Un visionnage qui se fait principalement depuis un écran d'ordinateur ou de télévision.
 - **Un visionnage dont la consommation est assez similaire à celle de l'écoute** : la recherche d'une esthétique, d'une émotion, d'un fond visuel pour accompagner une activité, une soirée, un support pour danser, chanter (karaoké), etc.
 - **Mais un visionnage qui est aussi consommé en pré-test** : pour « **se faire une idée** » d'un artiste/groupe afin de décider d'aller ou non le voir en **concert**.
 - Une pratique du visionnage musical qui se fait **très majoritairement sur internet** (depuis YouTube notamment) principalement en **différé**, et dans une très moindre mesure en *livestream* (hors différé) et qui se fait également, dans une proportion un peu moindre, sur des **chaînes de TV spécialisées** (Mezzo) et **généralistes** (Arte).
 - À la marge, pour un participant, une pratique du visionnage musical qui passe par la consommation de DVDs.
- ➔ **Le sentiment de contenus proposés en ligne de qualité croissante car filmés à cet effet.**



Une pratique du visionnage musical *online* qui s'est également **renforcée avec les confinements** : un temps plus important à la maison devant un écran et un bon moyen de partager (encore) des moments de convivialité, même à distance.

« Je suis allée chez une amie, on était beaucoup, on a mis YouTube et on regardait des replay de concerts. On dansait, on faisait des playbacks devant, on faisait un peu The Voice. » (adoption avec la crise, 24 ans, Urbain)

« J'aime bien me renseigner sur certaines performances live pour voir si ça vaut vraiment le coup. Il y a des artistes qui ne donnent pas du tout la même image que leur musique ou qui donnent moins d'énergie donc ça donne moins envie d'aller voir. Pour ça je vais un peu sur les réseaux via les stories d'autres gens, les gens qui repostent. Parfois il y a des performances complètes sur YouTube. Aussi Arte qui fait pas mal de concerts filmés. J'aime bien regarder. » (Livestreamer potentiel, 17 ans, Rural)

« Parfois où je regarde pour voir si j'irai ou pas. Parce qu'il y a des chansons que j'aime bien, mais je ne me vois pas rester 3 heures. » (adoption avec la crise, 61 ans, Urbain)

« Depuis le Covid j'écoute plus de numérique et je trouve qu'il y a aussi une qualité dans le numérique et aussi un travail par des professionnels derrière qui sont passionnés et qui font attention à la qualité des contenus. » (adoption avec la crise, 44 ans, Rural)

« Pendant le Covid, c'était tous les jours au moins un concert. » (adoption avec la crise, 44 ans, Rural)

Le différé : une pratique totalement intégrée dans le quotidien des *interviewés*

L'ensemble des personnes rencontrées consomment du différé

- que ce soit pour **rattraper un programme qu'ils ont raté / qui a commencé depuis plusieurs minutes** (un concert, une émission musicale, etc.) ;
- pour **visionner un contenu précis** qu'ils imaginent forcément disponible en ligne (un festival de musique/un concert passé, etc.) ;
- pour **découvrir de nouveaux contenus, de nouveaux artistes, de nouveaux genres musicaux** (regarder plusieurs vidéos proposées par une chaîne YouTube par exemple) ;
- ou pour avoir un **fond musical**.

➔ La **grande richesse des contenus disponibles** en ligne – au moins pendant un temps donné (en différé) – fait que les *interviewés* n'ont **plus l'habitude d'anticiper leur consommation de contenus visuels musicaux**.

👉 Une consommation de différé qui se fait majoritairement sur YouTube mais aussi sur la version *online* des chaînes de TV (Arte, France 2...) ou des sites dédiés (Culture Box, Arte Concert, Basique, le concert...) et sur quelques plateformes de *streaming* comme Netflix ou Amazon Prime.

👉 Un participant a mentionné regarder des concerts en différé sur le site Sourdoreille.

« *COLORS*, c'est une chaîne YouTube où je découvre beaucoup d'artistes. C'est différé, mais ce sont des performances live. » (Livestreamer potentiel, 17 ans, Rural)

« On s'est même refait le Woodstock intégral ou d'autres festivals méconnus. » (adoption avec la crise, 44 ans, Rural)

« On ne regarde plus (de contenus en direct), même pour les émissions de télévision, même pour les nouvelles, on a des petits boîtiers sur nos télévisions et si on veut regarder à 13h12 les informations de 13h on peut le faire. Donc on regarde tout en replay. » (Livestreamer potentiel, 62 ans, Urbain)

« Avant le Covid on regardait aussi beaucoup avec les étudiants, pendant les pauses, des replays de concert. Il y avait l'ordinateur de quelqu'un, on était tous assis autour et on regardait en mangeant. Du coup j'ai gardé cette habitude et je regarde via mon ordinateur principalement. » (adoption avec la crise, 24 ans, Urbain)

« Ce que j'aime bien sur YouTube c'est voir des retransmissions de concert, mais un peu datés. Genre des grands stades, des groupes comme Queen ou les Rolling Stones. » (adoption avec la crise, 40 ans, Urbain)

« Ça peut être des années 80, les générations d'aujourd'hui comme des vieilles chansons classiques. L'autre fois j'ai regardé un truc d'opéra, c'était le lac des cygnes. » (adoption avant crise, 27 ans, Rural)

« Je trouve que la communication vis-à-vis d'un concert est mal faite, donc j'ai tendance à regarder les replay qui sont mis sur différentes plateformes. Parfois je peux rater une story qui annonce un événement. » (adoption avec la crise, 24 ans, Urbain)



Le différé : une liberté de visionnage fortement plébiscitée

De nombreux avantages mis en avant :

- dans des emplois du temps jugés de plus en plus remplis, les *interviewés* valorisent la **grande flexibilité et liberté** offertes par le différé : possibilité de regarder ce qu'ils souhaitent, quand ils le souhaitent, autant de fois qu'ils le souhaitent et comme ils le souhaitent (mettre pause, revenir en arrière, avancer, réécouter, etc.) ;
- des caractéristiques qui leur permettent de consommer ces contenus, soit en y étant **totalemtent dédiés** (visionnage à plusieurs d'un festival de musique par exemple), **soit en ayant une autre activité en parallèle** (cuisine, sport, réception d'amis, etc.) ;
- mais aussi de les **partager facilement** avec leurs proches (envoi d'un simple lien par exemple) ;
- de plus, la grande **diversité des contenus** proposés (**fond, format, durée**) leur garantit de **toujours trouver une captation adaptée à leurs envies** (images d'ambiance, sons authentiques, bruts, enregistrements studio, images d'archives, recherche de set, de décors, de jeux de lumière, de performances dans des lieux atypiques, etc.).

« Quand je découvre la vidéo et que je craque dessus, je vais l'écouter plusieurs fois de suite (...) J'aime bien les captations live faites avec quelqu'un au téléphone, par exemple un concert dans un bar, vous allez avoir le bruit de la serveuse, le bruit des verres, il y a une atmosphère et ce n'est pas un son qui est numériquement hyper travaillé. » (adoption avant crise, 52 ans, Urbain)

« Sur YouTube ça m'arrive de regarder certains artistes qui mettent leur performance pendant un festival ou un concert, mais ce n'est pas quelque chose où je me dis que je vais me poser devant pendant une heure et demie. Ce sont des petites vidéos de maximum dix minutes et là oui ça m'arrive de regarder. » (Livestreamer potentiel, 20 ans, Rural)

« Quand j'écoute de la musique, ça m'arrive souvent de la repasser en boucle plusieurs fois, ça, c'est sûr qu'on ne pourrait pas trop le faire dans un concert. » (adoption avec la crise, 19 ans, Urbain)

« À l'heure actuelle, ça serait plus en replay, je n'aurais pas le temps de me poser en live. Mes journées sont très chargées. » (adoption avec la crise, 24 ans, Urbain)

EN PRÉAMBULE : LE RAPPORT DES PARTICIPANTS À LA MUSIQUE



UNE PLACE (TOUJOURS) A PART POUR LE CONCERT *IN SITU*

Le concert : l'apogée de l'écoute et du visionnage musical

Peu importe leur taille, leur nature et leur emplacement, les concerts sont vécus et décrits comme des **événements uniques**, permettant **de sortir du quotidien, de l'ordinaire**

- Un événement apprécié pour ses **caractéristiques spécifiques** :



« Rencontrer » un artiste



Appartenir à un public



Vivre une performance



Expérimenter un moment toujours unique

« J'ai vu des concerts dans des salles très petites, par exemple l'Élysée Montmartre à Paris. J'avais adoré ce concert parce qu'on est tellement en petit comité qu'on a vraiment l'impression d'être avec l'artiste. Et puis quand je fais des soirées technos où on est trois mille dans un grand hangar ou en plein air, j'adore aussi parce que c'est une ambiance assez particulière. »
(Livestreamer potentiel, 20 ans, Rural)

« J'aime beaucoup les concerts dans les petites salles. Il y a beaucoup plus d'intimité, on se sent beaucoup plus proche de l'artiste. Et puis parfois c'est aussi un artiste un peu moins connu et j'aime bien m'intéresser à des artistes moins connus. J'ai quand même fait des concerts en Zénith, c'était bien, mais quand on est moins proche on profite moins, je pense. Et puis les festivals j'aime beaucoup aussi parce que c'est dans l'ambiance de fête, on peut bouger, faire plein de choses. »
(Livestreamer potentiel, 17 ans, Rural)

Le concert *in situ*: des caractéristiques uniques (1/2)

Le concert *in situ* : une **rencontre** avec l'artiste

Des *interviewés* qui, à travers leur participation à un concert, cherchent à **rencontrer** l'artiste, à « **apprécier réellement qui il est** » :



- **vocalement** : chante-t-il aussi bien en vrai qu'en studio ?
- **physiquement** : à quoi ressemble-t-il ?
- mais aussi **comportementalement** : quelle relation a-t-il avec le public ? Comment gère-t-il les aléas du direct ? Acceptera-t-il de discuter après le concert, de rédiger une dédicace ?


→ **Une recherche d'authenticité**

Le concert *in situ* : **l'appartenance à un public**



- Des participants qui, dans les concerts *in situ*, mettent en avant le sentiment **de grande complicité** voire même de **communion** ressentie du fait de l'appartenance à un public, à un groupe de personnes réunies pour partager une même expérience et *in fine* une **même émotion**.
- Un moment de partage encore plus unique si le concert est **vécu avec des proches**.

→ **La recherche d'une certaine forme de sociabilité qu'ils expérimentent très rarement**

 Une *interviewée* explique ne pas aimer la foule (proximité et interaction physique avec d'autres personnes jugées gênantes, sentiment d'oppression) et éviter les concerts trop importants pour cette raison. « (Les concerts) je ne pourrais pas faire ça trente-six mille fois, je n'aime pas le monde. Je les regarde plutôt en live chez moi. (Je n'aime pas) la foule, le fait qu'il y a trop de monde, la chaleur, tout le monde se bouscule. » (adoption avant crise, 27 ans, Rural)

« Le fait qu'il y ait plein de monde qui aime la même musique. C'est un moment de collectivité et de complicité sans vraiment qu'on connaisse les personnes. Et puis de voir l'artiste en vrai (...) comme je ne les vois que par internet, j'ai toujours l'impression qu'il y a quelque chose d'un peu faux. Donc, de voir les personnes en vrai, je trouve ça assez impressionnant. » (Livestreamer potentiel, 17 ans, Rural)

« Déjà voir l'artiste en vrai, c'est toujours quelque chose de différent que de le voir derrière un écran. Et puis aussi l'ambiance, quand on va dans un concert il y a tous les fans donc forcément c'est une expérience très agréable. » (adoption avec la crise, 19 ans, Urbain)

« C'est-à-dire qu'on a décollé ensemble, on atterrit ensemble et on a eu un très bon moment qu'on n'aurait pas eu seul avec son disque ou son streaming. » (Livestreamer potentiel, 62 ans, Urbain)

« Il y a des chansons qui vous touchent. Quand vous êtes pratiquement face à l'artiste. Dans la salle, l'émotion est plus forte je trouve. C'est un peu déçu par rapport à derrière un écran. Et puis le fait qu'on ne soit pas seul, qu'on soit entouré de personnes qui aiment cet artiste aussi, c'est plus fort. » (adoption avec la crise, 40 ans, Urbain)

Le concert *in situ* : des caractéristiques uniques (2/2)

Le concert *in situ* : une performance qui se vit



- Des personnes rencontrées qui, dans un concert, racontent vivre une expérience « globale » qui stimule (presque) tous leurs sens : l'ouïe avec la musique et les cris du public, la vue avec les lumières et les décors, le toucher par le contact avec les fans, les pulsations de la musique, la chaleur de la foule, la danse mais aussi l'odorat, avec la senteur des lieux et des autres membres du public...

→ Une recherche d'immersion dans un univers singulier

Le concert *in situ* : une expérience toujours unique



- Enfin, les interviewés témoignent du caractère normé et pourtant toujours **unique** et **surprenant** du concert *in situ*.
- Une performance dont **le rendu et la qualité ne peuvent jamais être anticipés tant ils dépendent de multiples facteurs** (l'artiste, les musiciens, le lieu, le public, le décor, etc.) Une alchimie qui n'est jamais la même et qui rend donc chaque concert unique.

→ Une recherche de découverte permanente

Des caractéristiques à partir desquelles de nombreux interviewés compareront le *livestream*

« Puis les performances, on ne sait jamais trop comment ils vont tourner leurs musiques. Et l'ambiance en général avec tous les gens. » (Livestreamer potentiel, 17 ans, Rural)

« Il y a l'intensité, la puissance au niveau des décibels. Aussi l'artiste et les moyens autour, sonores, lumineux, la déco. Et puis l'ambiance, le public tout autour. On a aussi une ambiance dans le numérique, mais on est plus en immersion quand on est sur place. » (adoption avec la crise, 44 ans, Rural)

« Je préférerais toujours expérimenter la musique, les fréquences musicales avec d'autres gens à côté de moi. Il y a un côté presque métaphysique où on partage tous les mêmes vibrations et c'est ça qui fait qu'on arrive dans un état un peu secondaire, une euphorie collective. » (adoption avant crise, 31 ans, Urbain)

« Si le public est réceptif et chante toutes les paroles, forcément il y aura une meilleure proximité que si c'est quelqu'un qui fait une première partie d'un gros artiste que personne ne connaît. » (Livestreamer potentiel, 20 ans, Rural)

Une expérience dont le caractère exceptionnel vient également de son prix

Le concert *in situ* : un moment d'autant **plus précieux qu'il est onéreux**

- La participation à des concerts est décrite par tous comme une **pratique (plutôt) coûteuse**, notamment lorsqu'il s'agit d'assister aux performances de célébrités reconnues.
- A ce titre, de nombreux *interviewés* (et notamment les plus jeunes et les personnes moins à l'aise financièrement) témoignent d'une **consommation raisonnée / rationnée de concerts**.
- **Un calcul « coût-affinité »** est très souvent opéré :
 - ils **consentent à « mettre le prix »** pour assister au concert d'un **artiste qu'ils affectionnent particulièrement** et/ou qui promet de leur proposer un « **show d'exception** » (vs. pour un artiste qu'ils connaissent peu / apprécient plus modérément) ;
 - ils peuvent envisager d'assister au **concert d'un artiste méconnu** à condition que le **tarif ne soit pas trop élevé (une vingtaine d'euros maximum)**.

Un enjeu du prix qui sera encore plus important concernant la pratique du *livestream*

« Ça dépend des artistes. Il y a des artistes que je suis allé voir où je me suis dit que ça pouvait être sympa parce que la place était à 20€. Ce sont des artistes que je n'écoute pas énormément, mais je me suis dit que ça pouvait être sympa sachant que la place n'était pas chère. Un concert normal c'est entre 30 et 60€ et si ça dépasse 80€, il faut que ce soit un concert événement. Genre The Rolling Stones, ACDC, des groupes mythiques là je n'hésiterai pas à mettre le prix. » (Livestreamer potentiel, 20 ans, Rural)

« Pour le moment je suis vraiment allée à des concerts pour lesquels les prix étaient hyper abordables. Les concerts dans les petites salles c'est 10 à 20 € max, c'est vraiment intéressant comme prix. » (Livestreamer potentiel, 17 ans, Rural)

« Il faut avoir les moyens de se déplacer parce que la plupart du temps les concerts sont dans des grandes villes. Aussi de pouvoir acheter la place parce que c'est assez cher. (...) Tout le monde ne peut pas aller voir un concert en vrai. J'irais si ce sont vraiment des artistes que j'apprécie beaucoup. Je ne pense pas que j'irais si c'est pour un artiste que je ne suis pas vraiment. » (adoption avec la crise, 19 ans, Urbain)

« Ce qui peut me décourager c'est le prix des places parce que ça devient de plus en plus cher. Et si c'est vraiment trop loin par rapport à chez moi, ça commence à faire aussi des frais (vous êtes obligé de passer une nuit là-bas et puis il y a le transport). » (adoption avec la crise, 40 ans, Urbain)

Une expérience de concert *in situ* évaluée à l'aune de tous ces critères

Une expérience qui peut s'avérer décevante si les critères cités précédemment ne sont pas réunis, et plus particulièrement :

- si l'artiste « **ne joue pas le jeu du direct** » et chante en *playback*. Le sentiment alors d'avoir été « berné », de ne pas avoir partagé un moment « vrai », d'avoir « payé pour rien » ;
- **s'il n'interagit pas ou très peu avec son public ;**
- si la **visibilité est très faible ;**

« Quand c'est totalement en *playback*, je me dis que c'était de l'argent jeté par les fenêtres. Je n'aime pas du tout. Encore qu'il alterne, pas de souci, mais quand c'est tout en *playback*, ce n'est pas possible. Moi c'était beaucoup en alternance donc ça allait. » (adoption avec la crise, 24 ans, Urbain)

- 👏 A ce titre, des concerts au Stade de France ou en Zénith ont été donnés comme exemples de spectacles pouvant être décevants.
- 👏 Une **question du placement** importante mais qui, pour les *interviewés* les plus âgés, est de plus en plus difficile à anticiper (fatigue d'être debout dans la fosse et/ou de faire la queue plusieurs heures en amont).
- 👏 Une « bonne visibilité » qui dépend alors des moyens financiers et/ou de l'effort consenti.

- si le **son est de mauvaise qualité**. Une situation expérimentée très rarement, et principalement lors de concerts amateurs.
- ➔ **Une déception encore plus forte si le prix du concert était jugé élevé.**

Mais des attentes et pratiques qui varient selon la nature du concert (1/2)

Une distinction opérée par les participants entre les **concerts d'artistes « coup de cœur »** et ceux **d'artistes nouvellement découverts ou moins appréciés**

Lorsqu'il s'agit d'un artiste « coup de cœur »

- Les *interviewés* veulent que le concert soit un **moment exceptionnel** (qualité du son, du décor, personnalité de l'artiste, présence de surprises, etc.).
- C'est un rendez-vous qu'ils **attendent** et **préparent** et dont **le vécu ne se cantonne pas à la seule prestation musicale.**
 - **Une préparation en amont du concert importante** : réservation des places, attente de la date, choix de la tenue, organisation de son voyage, préparation de son matériel (pancarte), coordination avec ses proches, arrivée en avance pour « avoir une bonne place », etc.
 - **Une fin de concert qui peut aussi être un évènement en soi** : *débrief* avec ses proches et/ou personnes du public, attente pour rencontrer l'artiste, achats de produits dérivés, etc.
 - Un déplacement pour aller voir un concert qui peut aussi être l'occasion de prendre le **temps de découvrir une destination méconnue ou de faire du tourisme (ou inversement).**

➔ **Un cérémonial de la « préparation » et de la « clôture » du concert qui fait partie du « concert » et qui contribue au sentiment particulier qui lui est attaché**

Un rituel plus difficile à retrouver dans le *livestream*

« Quand on va à un concert en physique, on doit se déplacer, se préparer, ramener des provisions. L'expérience d'un concert en physique est plus complète qu'un concert juste sur un écran. » (adoption avec la crise, 19 ans, Urbain)

« Si je peux, j'aime bien rencontrer les artistes. Du coup on a pu rencontrer la rappeuse française Le Juice, on a pris une photo avec elle. J'ai vraiment cette volonté de remercier l'artiste parce que dans sa musique ou dans ce qu'il fait ça m'apporte souvent quelque chose de bien. J'aime bien pouvoir discuter un peu, rencontrer. » (Livestreamer potentiel, 17 ans, Rural)

« Oui si j'ai le temps. Ça peut aussi être l'occasion de visiter et découvrir d'autres endroits en plus d'aller au concert. » (adoption avec la crise, 22 ans, Rural)

Mais des attentes et pratiques qui varient selon la nature du concert (2/2)

Une distinction opérée entre les **concerts d'artistes « coup de cœur »** et ceux **d'artistes nouvellement découverts ou moins appréciés**

Lorsqu'il s'agit d'un artiste moins connu ou moins apprécié

- Une **préparation** qui est bien **moindre** (voire inexistante).
- Un moment qui est davantage appréhendé comme **une sortie, un divertissement**.
- L'attente avant tout de **passer un « bon moment »**, que ce soit un moment pour soi (s'évader) ou un moment de convivialité (une sortie avec ses proches).


👉 Des concerts en direct qui, avec la crise sanitaire, ont manqué à la très grande majorité de nos *interviewés*. Une forte envie de renouer avec ce type d'événement.

👉 Les références au contexte sanitaire et/ou à la crainte de « retourner en concert » ont été très marginales et plutôt projetées sur les « autres » (« *certaines personnes ont peut-être peur de retourner en concert du fait du contexte sanitaire.* »).

« Quand j'y vais de moi-même et que c'est un artiste que je connais bien, j'ai tendance à me mettre vraiment devant. Quand ce sont des artistes que je ne connais pas trop et que je ne sais pas si je vais vraiment rester jusqu'à la fin, je me mets plus en retrait. »
(adoption avec la crise, 22 ans, Rural)

Une pratique et des attentes qui pourront plus facilement être retrouvées dans du *livestream*

Bilan du préambule

- 
- Une pratique d'écoute musicale quasi quotidienne, nomade et qui se numérise toujours plus.
 - Une dimension visuelle qui vient de plus en plus compléter la pratique d'écoute *online* : un recours unanime au différé.
 - Toutefois, une importance accordée à l'expérience musicale réelle (concert *in situ*) toujours très prégnante et encore plus forte à la sortie des confinements.
 - Une pratique du *livestream* qui s'inscrit donc dans ce contexte et qui de, fait, est fortement comparée aux concerts *in situ* et dans une moindre mesure au différé.

I – LES USAGES DU *LIVESTREAM*

I – LES USAGES DU *LIVESTREAM*



LE *LIVESTREAM* : UN UNIVERS PLUTOT MÉCONNU

Une définition du *livestream* qui apparaît peu évidente

Un terme de « *livestream* » peu employé par les individus rencontrés, qu'ils soient *livestreamers* ou utilisateurs potentiels

- Spontanément, la majorité donne une définition qui est celle du **streaming** au sens large (visionnage et écoute en ligne d'un évènement filmé au préalable ou en direct).
 - Une définition dans laquelle ils **incluent donc la pratique du différé** (même si l'expérience de visionnage entre direct et différé est jugée très différente – Cf le focus sur le différé).
 - Et si une différence doit être faite, la croyance (notamment chez les *livestreamers* potentiels) qu'il s'agit, à l'inverse du différé, d'une pratique **payante** (ce qui peut tenir à distance les plus jeunes).
- Des utilisateurs qui pratiquent le *livestream* sans le savoir mais qui pensent aussi, parfois à tort, le pratiquer

Un enjeu de clarification important notamment pour séduire les utilisateurs potentiels

« Le livestream ce sont des performances de concert, mais filmées qui sont après remises sur des plateformes et qui sont accessibles. (...) En fait je ne suis pas trop sûre d'avoir vraiment la bonne définition du livestream. (...) Je suis en train de me demander si le livestream c'est simplement le concert filmé ou est-ce que c'est le concert en live et donc la vidéo en direct du concert ? » (Livestreamer potentiel, 17 ans, Rural)

« Je ne connais pas. Ça ne me parle pas. Je dirais que c'est un lien direct, un streaming. Donc un replay. Soit un lien pour regarder directement en live ou un lien qui propose le replay derrière. » (adoption avec la crise, 19 ans, Urbain)

« Le livestream ça m'évoque la diffusion d'un concert particulier, souvent exceptionnel puisque ça va justifier une billetterie payante. » (adoption avant crise, 52 ans, Urbain)

« C'est une plateforme numérique pour acheter des concerts virtuels. Quelque chose qui est payant. » (adoption avec la crise, 40 ans, Urbain)

Une difficulté de définition du *livestream* accentuée par la grande diversité de ses formats et contenus

En effet, les personnes rencontrées relatent des expériences très variées en matière de *livestream*. Des expériences de qualité variable selon le type de contenu proposé. Plus particulièrement, ont été recensés dans cette étude le visionnage :



Des directs proposés par les artistes eux-mêmes



Des directs informels postés par les spectateurs



Des directs proposés par des chaînes /émissions de TV gratuites retransmises en ligne



Des directs produits et/ou diffusés sur des plateformes comme Twitch et Fortnite



Des directs proposés par des chaînes de télévision payantes retransmis en ligne



Des directs proposés par des plateformes de *streaming* dédiées à la musique ou des institutions

Focus sur les formats et contenus en matière de *livestream* (1/5)

La très grande majorité des *interviewés* a déjà vu (ne serait-ce que des extraits) :

○ **Des directs proposés par les artistes eux-mêmes (sur les réseaux sociaux et notamment Facebook et YouTube)**



- Des formats appréciés pour leur ambiance **intimiste** (l'artiste se filme souvent chez lui) et leur caractère **authentique** (une prestation peu ou pas préparée),
- Une **connexion** jugée plus **directe** avec l'artiste (vs. un concert *in situ*) : possibilité de commenter, *liker*, interagir avec lui et les autres fans connectés,
- Des formats qui sont souvent aussi plus **courts**, ce qui semble plus adapté à un visionnage à domicile,
- Des **artistes de toute notoriété qui peuvent se filmer**, la possibilité de faire de belles découvertes,
- Mais une **moindre qualité d'image et de son** (que dans un différé ou concert *in situ*) : une image statique, une prise de son minimale,
- Sur YouTube, des performances qui peuvent être entrecoupées de **publicités** amenuisant de fait le sentiment d'immersion.



Pour de nombreux participants, il s'agit d'un « contenu nouveau » qui s'est développé du fait du confinement : avec quelques artistes qui donnaient rendez-vous à leurs fans de façon hebdomadaire.

« Pendant le Covid, je suis abonnée sur Facebook à Bruel, tous les dimanches il donnait un concert en live chez lui. » (adoption avec la crise, 61 ans, Urbain)

« (Pendant le confinement) J'ai découvert plein d'artistes via les réseaux sociaux et certains faisaient des petits live ou des petits échanges. J'ai regardé très peu de concerts live, mais plus des petits échanges. » (Livestreamer potentiel, 17 ans, Rural)

« Ce n'est pas très facile parce que si on clique dessus ça peut très bien marcher comme ne pas très bien marcher. Au niveau des pubs c'est très chiant parce que même en live on arrive à avoir des pubs. Ça coupe tout. On est dedans et la pub arrive donc ça casse tout. L'ambiance n'est plus la même. » (adoption avant crise, 27 ans, Rural)

Focus sur les formats et contenus en matière de *livestream* (2/5)

La très grande majorité des interviewés a déjà vu (ne serait-ce que des extraits) :



○ **des directs informels filmés par les spectateurs et postés en direct sur les réseaux sociaux :**

- un caractère très **immersif** qui permet de retranscrire une ambiance, « d'être au cœur de l'évènement » ;
- des **formats dont la durée et le contenu dépendent de la bonne volonté de celui qui filme** ;
- mais une très **faible qualité d'image et de son**.



Un format qui pour une minorité de participants (jeunes) est envisagé comme une stratégie de « contournement » : regarder un concert *in situ* sans payer.

« On ne va pas forcément avoir le concert en entier. Pas forcément en très bonne qualité. Ça peut très bien bugger et il peut y avoir une mauvaise qualité de son si on n'a pas l'équipement adapté. » (adoption avant crise, 27 ans, Rural)

« Les concerts que j'ai vus sur YouTube il ne me semble pas que c'était en entier. C'est des vidéos très courtes de dix à trente minutes maximum. Ce n'est pas bien filmé. Par rapport à Arte, quand je compare les vidéos qui existent, ça n'a rien à voir en termes de qualité, de sérieux, de professionnalisme. » (adoption avec la crise, 24 ans, Urbain)

« Parfois il y a un lien qui est mis sur un groupe dans lequel je suis et la personne partage son lien de son live. Je n'ai pas forcément été hyper emballée parce que c'est très éphémère et la qualité est bof. La personne ne fait que bouger. Ce n'est pas quelqu'un qui capte l'image comme il le faudrait. En l'état, la plateforme est très pertinente, mais l'usage des personnes est moindre. Ce n'est pas agréable à regarder. » (adoption avec la crise, 24 ans, Urbain)

Focus sur les formats et contenus en matière de *livestream* (3/5)

La très grande majorité des interviewés a déjà vu (ne serait-ce que des extraits) :



- **des directs proposés par des chaînes / émissions de TV gratuites** (comme Basique le concert, Culturebox, Arte TV...) :
 - des contenus très divers (beaucoup de genres musicaux différents) avec une **grande qualité de captation** ;
 - des **contenus exclusifs** : *interviews* de l'artiste, duo, invités surprises, etc. ;
 - mais un style **très télévisuel** (une captation au style « documentaire » sur Arte, et au style « divertissement » sur Culturebox) qui **peut tenir à distance car moins immersif** ;
 - des contenus souvent **disponibles par la suite en différé**. De fait « une prise de rendez-vous » pour visionner un concert qui est moindre, tout comme l'attention donnée.

« *Basique, le concert* », ça a été créé pendant le Covid par le gouvernement. Ils ont fait des concerts sans public, avec leurs musiciens et c'était assez intimiste, c'était vachement bien, sauf qu'il n'y avait pas l'ambiance des concerts. Sinon, après, les vedettes faisaient trois ou quatre chansons, après ils s'arrêtaient pour discuter sur un canapé avec la personne qui l'interviewait. Il y avait un beau jeu de lumière, les musiciens, c'était sympa. » (adoption avec la crise, 61 ans, Urbain)

« Arte c'est un gage de confiance, ça reste une chaîne télé, quelque chose de très pro mais j'ai dû mal à penser à Arte parce que pour moi ce n'est pas trop l'univers de la musique et plutôt quelque chose de sérieux et professionnel. » (adoption avec la crise, 24 ans, Urbain)

Focus sur les formats et contenus en matière de *livestream* (4/5)

Mais un nombre moins important d'*interviewés* a vu et connaît :



- **des directs produits et/ou diffusés sur Twitch :**
 - des contenus variés avec des artistes de toute **notoriété** ;
 - des fonctions très (trop) poussées en matière **d'interactivité**.
- **des directs produits et/ou diffusés sur Fortnite :**
 - une seule personne y a regardé, par hasard (contenu montré par son frère), un direct (concert de Travis Scott) et une autre personne a vu, en différé la prestation ;
 - une expérience jugée « unique » avec un **univers graphique incroyable** ;
 - mais une expérience jugée trop différente de celle d'un concert *in situ* pour y être réellement comparée. Une préférence qui reste celle de voir un artiste tel qu'il est (en vrai ou en ligne).



Des codes « graphiques » qui laissent penser à 2 *interviewés* que ces plateformes et notamment Fortnite seraient plutôt adaptées aux aficionados de rap

→ Des « plateformes » jugées **moins accessibles au grand public** car **très ciblées / affinitaires** (« réservées aux *geeks* »). Des *interviewés* qui, s'ils ne sont pas joueurs, n'ont pas le réflexe d'aller sur ces plateformes.

« Une fois sur Twitch. C'était un rappeur, Hatik, je suis tombée dessus par hasard. J'étais sur l'ordinateur, je cherchais des infos sur cet artiste et puis j'ai vu qu'il y avait cette performance sur Twitch. Je ne connais pas bien cette plateforme. J'ai eu un lien, je suis allée voir, j'ai installé Twitch. Pour moi c'était un truc de jeu vidéo cette plateforme donc c'est ce qui a attiré ma curiosité. Je me suis demandé ce que c'était. » (adoption avec la crise, 40 ans, Urbain)

« J'ai regardé quelque fois (sur Twitch) un peu par hasard. J'étais tombé sur des trucs un peu random. La partie chat est hyper évoluée sur Twitch. Il y a un très gros travail d'intégration des commentaires, de modération. On peut aussi donner des tips. Oui ça me plaît. Après sur un très beau concert il n'y a pas trop besoin de commenter, mais pourquoi pas. » (adoption avant crise, 31 ans, Urbain)

« Fortnite, ils proposent de la variété actuelle très moderne. Je trouve que ça se rapproche plus de la musique que j'écoute. J'ai vu Travis Scott en 2020. Sur Fortnite, j'ai l'impression que c'est plus masculin, plus rap, plus des gens qui ont l'habitude des réseaux L'univers du gaming est trop dedans et moi ce n'est pas mon truc. Je ne verrai pas Imen ES passer par Fortnite. » (adoption avec la crise, 24 ans, Urbain)

Focus sur les formats et contenus en matière de *livestream* (5/5)

Mais un nombre moins important d'interviewés a vu et connaît :



- **des directs proposés par des chaînes de télévision payantes (Canal+, Mezzo) :**
 - une grande qualité de **captation** ;
 - un caractère **exclusif** (un concert *live* pour quelques clients privilégiés Canal+) ;
 - la possibilité **d'interagir** en direct avec l'artiste.



- **des directs (payants) proposés par des plateformes de *streaming* dédiées à la musique (Bandsintown, Inlive Stream, SmartMusic Tour, récit Hall, etc.) ou des institutions musicales (Opéra de Dijon) :**
 - une très grande qualité de la **captation** incluant aussi bien le public que la scène ;
 - un travail très **professionnel**.

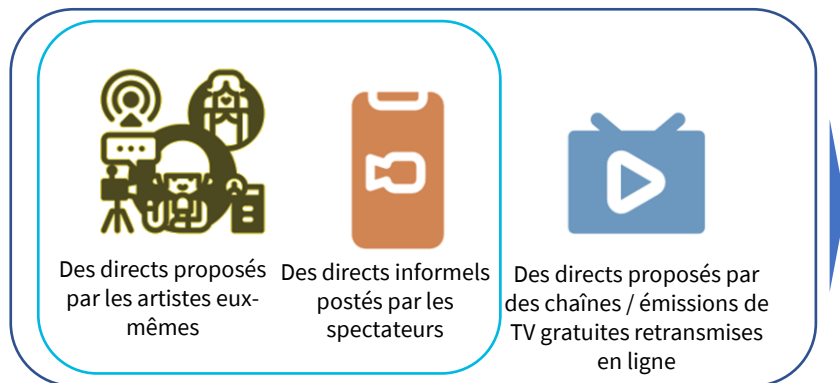
« Je sais qu'il y a eu pas mal de live session, mais je ne sais pas si ça fait partie du livestream. Il y a eu des live session en direct et des live session qui ont été tournées, montées et ensuite transmises sur des plateformes. C'est différent. Les live session qui sont tournées, montés, c'est plus travaillé vu qu'on a plus le temps de faire des jolies choses avec. Alors que c'est plus authentique quand c'est en direct. » (adoption avec la crise, 22 ans, Rural)

« L'avantage c'est qu'il y a plus de variétés dessus (Bandsintown). C'est payant, mais il y a plus de choses. C'est mieux organisé, on se retrouve mieux là-dedans. Si on veut chercher un artiste, c'est fait par ordre alphabétique, par récemment, etc. » (adoption avant crise, 27 ans, Rural)

« Je préfère les livestream réalisés par des professionnels. Il y a des techniques maintenant, mais le professionnel a vraiment le cadrage qui est précis, le zoom précis. Il va aller chercher ce que l'autre utilisateur n'ira pas chercher, la goutte de sueur, la tenue du micro, etc. Et il va anticiper aussi. Il va sentir qu'à tel moment il doit faire un Zoom. » (adoption avec la crise, 44 ans, Rural)

« Je connais SmartMusic Tour et RecitHall. » (adoption avec la crise, 24 ans, Urbain)

Une diversité de contenus, de formats et de qualités qui n'aide pas à clarifier ce qu'est le *livestream* (1/2)



- Des contenus « *livestream* » qui sont **ceux les plus regardés** par les personnes rencontrées. Ils sont bien souvent la première porte d'entrée vers la pratique du *livestream* :
 - parce qu'ils sont **diffusés sur des plateformes que les consommateurs utilisent au quotidien** (ou presque) ;
 - parce qu'il s'agit de formats **gratuits** ;
 - parce que les consommateurs tombent souvent dessus « **par hasard** ».

- Des contenus (ceux postés par les fans et dans une moindre mesure par les artistes) qui, bien que divertissants, sont souvent d'une qualité moindre :
 - une **moins bonne captation visuelle et sonore** ;
 - un support de visionnage qui est souvent le **smartphone** ; un **confort de visionnage moindre** ;
 - une **durée de visionnage qui est souvent plus courte** (visionnage pris en cours de route, support pas assez confortable pour regarder en entier, etc.).Des contenus qui sont adaptés à un contexte de visionnage particulier (pour occuper un moment de détente, d'évasion) mais qui ne doivent pas faire de l'ombre aux autres formes de *livestream* plus « travaillées » et adaptées à d'autres contextes de visionnage (un moment en soi) .

Une diversité de contenus, de formats et de qualité qui n'aide pas à clarifier ce qu'est le *livestream* (2/2)



Des directs produits et/ou diffusés sur des plateformes comme Twitch et Fortnite



Des directs proposés par des chaînes de télévision payantes retransmis en ligne



Des directs proposés par des plateformes de *streaming* dédiées à la musique ou des institutions

- Des contenus « *livestream* » qui sont **beaucoup moins regardés et connus des personnes rencontrées** :
 - parce qu'ils sont **diffusés sur des plateformes que les consommateurs ne connaissent pas et/ou qu'ils n'attribuent pas à l'univers de la musique** (Twitch et Fortnite notamment), et donc sur lesquels il est difficile de tomber par hasard ;
 - parce qu'il s'agit plus souvent de formats **payants**.
- Des contenus jugés de bien meilleure qualité (grande qualité de captation, possibilité d'interaction, etc.) :
 - visionnés sur des **supports grands formats** (écran de TV) ;
 - un **rendez-vous pris** pour les visionner : une disponibilité quasi-totale ;
 - des contenus regardés dans leur **entièreté**.

Un intérêt à faire connaître ces types de contenu pour encourager la pratique du *livestream*



Focus sur la pratique du différé

Le différé : une pratique avant tout **divertissante**

- Une pratique du différé qui, parce qu'elle est déconnectée de l'instant présent et de l'émotion du direct, apparaît logiquement **plus banale et solitaire** (un moment et une émotion qui ne sont pas partagés en même temps avec l'artiste) qu'une consommation de musique pratiquée en direct (en salle ou en *livestream*).
 - Ce qui explique que la majorité des personnes rencontrées témoigne être **moins attentive** devant un différé que lors d'un concert (*in situ* ou *livestream*).
 - Mais, dans l'absolu, des caractéristiques qui ne sont pas gênantes ; des participants qui, lorsqu'ils consomment du différé recherchent avant tout du **divertissement** (vs. de la proximité).
- ➔ Une pratique du différé qui doit être « prise pour ce qu'elle est ». Des *interviewés* qui **ne la comparent pas aux pratiques musicales « en direct » (concerts *in situ* ou *livestream*)**. A l'inverse de la pratique du *livestream* qui, elle, est toujours comparée à celle du concert *in situ*, et parfois du différé. Des pratiques qui sont aujourd'hui les références à partir desquelles le *livestream* est évalué (et non l'inverse).

« Non parce qu'en live on sait que l'émotion que l'artiste va nous partager, on va la ressentir. En replay on sait qu'il aura ressenti l'émotion, mais qu'il ne sera plus là. »
(adoption avant crise, 27 ans, Rural)

« Si j'imagine un concert de Depeche mode diffusé à une heure précise en streaming, il y a une attente, un suspens. Le replay, je vais regarder le concert après, il n'y aura pas le même énervement à se dire « ça commence ! ». Le concert en *livestream* c'est un événement en soi. Le replay il n'y a pas la même intensité. Vous pouvez lire et écouter un replay. »
(adoption avant crise, 52 ans, Urbain)

« C'est l'entre-deux. Je n'ai pas forcément la motivation pour être à fond dedans, mais j'ai envie d'avoir des images, une ambiance de concert, mais je vais pouvoir faire un peu de téléphone, un truc à côté. Je ne suis pas là que pour ça, mais en même temps j'ai envie d'un peu plus. » (adoption avec la crise, 40 ans, Urbain)

En résumé



Des directs informels postés par les spectateurs

Un visionnage :

- principalement sur Instagram, Facebook et Snapchat ;
- sur smartphone ;
- de très faible qualité ;
- principalement d'extraits ;
- principalement « dernière minute » ;
- principalement chez les plus jeunes (moins de 30 ans).



Des directs proposés par les artistes eux-mêmes

Un visionnage :

- principalement sur Facebook (puis Instagram) ;
- sur smartphone, tablette ou ordinateur portable ;
- de qualité moyenne ;
- des prestations courtes (quelques chansons) ;
- souvent « dernière minute » ;
- tous types d'âges.



Des directs proposés par des chaînes /émissions de TV gratuites retransmises en ligne

Un visionnage :

- sur ordinateur ou TV ;
- une (grande) qualité de captation ;
- principalement des prestations entières ;
- souvent « dernière minute » car disponible par la suite en différé ;
- des profils adultes (à partir de 25 ans).



Des directs produits et/ou diffusés sur des plateformes comme Twitch et Fortnite

Un visionnage :

- principalement sur ordinateur ;
- une bonne captation ;
- de prestations entières ;
- souvent « dernière minute » car par hasard ;
- des profils jeunes (moins de 30 ans) et plus « geek ».



Des directs proposés par des chaînes de télévision payantes retransmis en ligne

Un visionnage :

- principalement sur la TV ;
- une très grande qualité de captation ;
- de prestations entières ;
- anticipé et dédié ;
- des profils plus âgés (la quarantaine) car plus à l'aise financièrement.



Des directs proposés par des plateformes de *streaming* dédiées à la musique

Un visionnage :

- principalement sur la TV (ou un ordinateur) ;
- une très grande qualité de captation ;
- de prestations entières souvent payantes ;
- anticipé et dédié ;
- des profils adultes (plus de 25 ans).

Formats perçus comme « moins qualitatifs »

Formats perçus comme « plus qualitatifs »

Focus sur les jeunes utilisateurs (1/2)



✎ **Parmi les trois jeunes utilisateurs (de 20 ans et moins) interrogés dans cette étude, deux d'entre eux étaient des utilisateurs potentiels de *LIVESTREAM* (n'avaient jamais regardé un concert en *livestream* en entier).**

À date, des jeunes qui regardent principalement de courts extraits de concerts sur les réseaux sociaux

- En matière de *livestream*, les trois jeunes rencontrés ont principalement regardé **des extraits de concert postés par les artistes ou les fans sur les réseaux sociaux** (Instagram et dans une moindre mesure Snapchat).
 - Une seule jeune a regardé, gratuitement, des concerts entiers (de BTS) en *livestream* sur Twitch et Instagram.
 - Des formats / contenus qu'ils regardent avant tout **parce qu'ils « tombent dessus » et parce qu'ils aiment « voir ce qui se passe »**, avoir une idée de ce que donne tel artiste en concert et/ou rester informé de l'actualité musicale.
 - Des jeunes qui, volontairement, ont **une consommation « rapide »** de ces contenus.
 - Sur les réseaux sociaux, les « 20 ans et moins » rencontrés regardent majoritairement de **courts extraits de concerts** (même lorsqu'ils sont diffusés en entier) avant tout pour **« se faire une idée »**, « voir de quoi il retourne », « être à la page ». Un visionnage qui dure rarement plus d'une dizaine de minutes.
 - En effet, les jeunes rencontrés ne s'imaginent pas regarder *« un concert d'1h30 assis derrière un écran »*. Une durée qu'ils, s'ils en ont l'opportunité, préféreront **passer devant un concert physique, l'expérience étant jugée beaucoup plus complète et plus qualitative**.
- ➔ **Des plus jeunes dont les habitudes de visionnage (même en différé) s'inscrivent dans une logique de consommation rapide voire de *zapping***

« J'ai découvert plein d'artistes via les réseaux sociaux et certains faisaient des petits live ou des petits échanges. J'ai regardé très peu de concerts live, mais plus des petits échanges. Il y a un artiste que j'aime bien qui s'appelle Wax qui est un guitariste et il a collaboré avec énormément d'artistes français comme Pomme et il n'y a pas longtemps il a créé une plateforme d'échanges qui durent dix minutes entre lui et l'artiste. » (Livestreamer potentiel, 17 ans, Rural)

« Sur YouTube ça m'arrive de regarder certains artistes qui mettent leur performance pendant un festival ou un concert, mais ce n'est pas quelque chose où je me dis que je vais me poser devant pendant une heure et demie. Ce sont des petites vidéos de maximum dix minutes et là oui ça m'arrive de regarder. (...) je ne vois pas trop l'intérêt de rester une heure et demie devant un écran à regarder quelque chose que je peux écouter dans mes oreilles en faisant autre chose. » (Livestreamer potentiel, 20 ans, Rural)

Focus sur les jeunes utilisateurs (2/2)



✎ **PAMI LES TROIS JEUNES UTILISATEURS (DE 20 ANS ET MOINS) INTERROGES DANS CETTE ÉTUDE, DEUX D'ENTRE EUX ÉTAIENT DES UTILISATEURS POTENTIELS DE LIVESTREAM (n'avaient jamais regardé un concert en *livestream* en entier).**

Une expérience du *livestream* très marginale et qui semble (pour l'instant) conditionnée à sa gratuité

- La seule jeune femme ayant regardé deux concerts entiers en *livestream* (sur Instagram et sur Twitch) l'a fait car :
 1. elle y a eu accès **gratuitement** (une fois le concert était gratuit, l'autre fois il s'agissait d'un concert payant *streamé* sur Instagram par un fan qui avait payé) ;
 2. elle était **curieuse de découvrir ce que « donnait » son groupe préféré en *livestream*** (un format qu'elle ne connaissait pas) ;
 3. dans tous les cas, elle n'aurait pas pu assister en physique à ces concerts dans la mesure où ils se déroulaient **à l'étranger** (Los Angeles et Corée).
 - Néanmoins, même si elle était curieuse de voir son groupe favori en concert *livestream*, ne pense pas qu'elle aurait payé pour le faire.
- ➔ **Plus largement, une cible de jeunes avec peu de moyens financiers qui, si elle doit payer pour voir un artiste en concert, semblera (à prix équivalent ou très légèrement supérieur) favoriser l'expérience réelle à celle en ligne : l'expérience leur semblant plus complète.**

« C'était surtout que c'étaient des nouveaux contenus, c'était quelque chose de nouveau donc ça ajoutait à leur collection de concerts. J'ai voulu aller voir parce qu'à chaque fois qu'ils performent une chanson, ils le font toujours d'une manière différente, ils ne font pas un copier-coller de ce qu'ils avaient fait avant. Donc c'est surtout ça qui m'a donné envie. » (adoption avec la crise, 19 ans, Urbain)

I – LES USAGES DU *LIVESTREAM*



LE *LIVESTREAM* : UNE PRATIQUE TRÈS (TROP) LIÉE AUX PERIODES DE CONFINEMENTS

Une pratique du *livestream* qui s'est répandue et accélérée avec le confinement

Des participants qui ont tous **valorisé la présence du *livestream* pendant les confinements**

Une pratique qui leur a permis de :

- **continuer à voir des concerts en direct**, à profiter de la musique, à découvrir de nouveaux artistes... ;
 - **rythmer des journées** beaucoup moins remplies : créer un rendez-vous dans la semaine ;
 - **continuer à vivre des moments de partage** en famille ou avec des amis, en présentiel et/ou à distance.
- **Pour les « adoption avec la crise » et les utilisateurs potentiels, le sentiment que le *livestream* s'est développé du fait du confinement mais qu'il n'existait pas avant.**

A ce titre, et dans les faits (à défaut de le faire dans les mots), les participants différencient nettement le *livestream* et le différé. L'aspect « en direct » du concert *livestream* apporte une dimension toute autre au visionnage des contenus musicaux (vs. contenus pré-enregistrés ou en différé) : une forme d'excitation, une certaine préparation du moment (plateau repas par exemple) et une concentration plus attentive car un moment perçu comme « unique ».

« Avec le Covid on en a beaucoup entendu parler. Je ne suis pas sûre d'en avoir vu avant le Covid. Avec le Covid les live sur Facebook surtout et puis après sur Insta. » (adoption avec la crise, 22 ans, Rural)

« Le *livestream* c'est ce qu'ont fait les artistes pendant le confinement par exemple en donnant rendez-vous, je n'ai jamais pratiqué ça. » (adoption avec la crise, 61 ans, Urbain)

« Le replay, ça enlève quelque chose. Le live ça aurait été quelque chose qu'on aurait pu suivre directement avec l'artiste en semi réel. En replay, on sait qu'on est seul. » (adoption avant crise, 27 ans, Rural)

Une pratique du *livestream* qui a renforcé les liens des fans avec leur(s) artiste(s)

Une **relation à la musique et aux artistes** qui, aujourd'hui, serait encore plus forte :

- une **forte valorisation par nos interviewés des artistes** qui proposaient des (petits) concerts gratuits pendant la crise sanitaire (notamment les intimistes) : la traduction d'une certaine empathie de la part de l'artiste ;
- une **publication de contenus** par les artistes sur les réseaux sociaux plus importante lors de la crise et encore aujourd'hui. Le développement de nouvelles habitudes de publications ;
- le sentiment d'un **soutien mutuel** entre artiste et public : la prise de conscience d'une certaine dépendance.

« Je pense que le Covid a modifié les choses dans le sens où il y a plus de contenus sur les réseaux sociaux et que, du coup, les artistes essaient de solidifier leurs relations avec les fans. (...) Pour la grande majorité des artistes, je pense que ça a solidifié, que la relation est plus forte parce qu'il y a un contact qui est plus important. » (adoption avec la crise, 19 ans, Urbain)

« Bruel il donne beaucoup. Il aime ses fans. Il a fait un concert privé gratuit dans son appartement, donc il est capable de faire ce genre de truc. » (adoption avec la crise, 61 ans, Urbain)

« Eux-mêmes ça les impactait, on était tous dans le même panier. Eux aussi ça les saoulait. Se dire qu'en fait ce sont des gens normaux qui, eux aussi, ont une vie en dehors de la musique. » (adoption avec la crise, 22 ans, Rural)

Une pratique qui leur a également donné envie d'assister à de nouveaux concerts *in situ*

Une pratique du *livestream* qui est aussi **une porte d'entrée vers plus de consommation de musique en physique**

- La pratique du *livestream* leur a permis de **découvrir de nouveaux artistes mais aussi d'essayer des genres musicaux méconnus** (l'opéra par exemple). Une prise de risque jugée moindre en ligne qu'*in situ*.
- Elle leur a également permis de **pré-tester des concerts/artistes** qu'ils hésitaient à aller voir *in situ*.
- A la marge, pour une jeune fille, le *livestream* lui a permis de **découvrir l'univers peu connu des concerts** et lui a donné envie d'y assister.

Le *livestream* comme initiation.
Le *livestream* comme outil de promotion pour les artistes.

« Ça m'a permis de découvrir aussi d'autres artistes. Donc globalement ça a augmenté mon écoute de la musique. » (adoption avec la crise, 19 ans, Urbain)

« Une fois qu'on assiste à un *livestream*, si on aime l'expérience, ça donne envie d'assister à un vrai concert. C'est aussi une introduction à l'artiste. On a un aperçu de l'artiste, de sa discographie. » (adoption avec la crise, 19 ans, Urbain)

« Ça peut être intéressant. Parce que pour de l'opéra ça pourrait donner envie aux gens d'aller en salle. D'ailleurs c'est ce qui s'est passé pour moi. Je suis allé voir mon premier opéra, chose que je n'aurais jamais faite si je n'avais pas eu une première approche extérieure. Ça peut désacraliser des lieux et des genres musicaux qui pâtissent d'une certaine image. Si on arrive à faire aimer, par un *livestream*, un concert de jazz, c'est tellement prenant que ça peut donner envie d'aller en salle. » (adoption avant crise, 52 ans, Urbain)

« À un moment donné je me suis tâtée pour Julien Doré, j'ai regardé le concert à la télé (...) j'ai vu que son concert passait, donc je me suis dit qu'avant de prendre des places, parce que je n'étais pas sûre d'aimer, j'ai regardé le concert. Il va venir à Bordeaux et je vais y aller du coup. Ça met un peu en appétit. Ça peut m'inciter à aller à un concert, si je ne suis pas sûre d'aimer l'artiste à fond. » (adoption avec la crise, 61 ans, Urbain)

Mais une pratique du *livestream* jugée encore très, voire trop confidentielle

Mais une pratique **encore trop** « **nouvelle** » pour s'être réellement installée dans le quotidien de nos participants

○ **Une pratique du *livestream* qui ne s'est pas encore démocratisée :**

- une **expérience** « **nouvelle** » **perçue comme peu mise en avant** : « *il faut savoir que ça existe* » ;
- des **sites internet** qui, comme Bandsintown, **répertorient les concerts en *livestream*** à venir **insuffisamment nombreux et connus** : « *on ne sait pas où chercher pour savoir quand auront lieu les prochains concerts en *livestream** » ;
- de fait, **pas ou peu de réflexes installés** : « *on ne pense pas à regarder s'il y a des concerts en *livestream* disponibles bientôt* » ;
- une **offre de contenus limitée** : tous les artistes ne proposant pas (encore) leurs concerts en *livestream* ;
- des **options de visionnage** (interagir avec l'artiste, *zoomer* sur des parties du concert, etc.) qui semblent encore très **limitées**.

« Je trouve que c'est très intéressant, mais pas très développé et pas très complet. » (adoption avec la crise, 24 ans, Urbain)

Une pratique plus difficile à projeter dans un quotidien déconfiné

Une pratique du *livestream* qui s'est développée dans un **quotidien confiné** :

- dans les discours et dans les faits une pratique du *livestream* qui demeure **très liée au(x) « confinement(s) »** (plus de temps chez soi) ;
 - **or, ces habitudes de visionnages ont été prises dans un contexte qui n'existe plus aujourd'hui. Des conditions de visionnage qui ne sont plus réunies :**
 - des **concerts en direct qui ont repris** et un désir fort de revivre des moments réels, hors de chez soi, et partagés ;
 - **des journées qui se sont remplies** et des vraies difficultés à imaginer se presser pour rentrer chez soi et assister à un concert depuis la maison : « *je me vois mal prendre rendez-vous avec mon canapé* ».
- **Dans ces conditions, certains participants expliquent que (sauf concert d'un artiste coup de cœur) leur préférence ira plus majoritairement vers le visionnage de concerts en différé et/ou en physique.**

« J'ai essayé de faire des concerts dès que j'ai pu. Dès que c'était possible. » (adoption avec la crise, 22 ans, Rural)

« À l'heure actuelle, ça serait plus en replay, je n'aurais pas le temps de me poser en live. Mes journées sont très chargées » (adoption avec la crise, 24 ans, Urbain)

« Le problème c'est la disponibilité parce que de plus en plus vous avez Netflix qui vous prend du temps, etc. Il y a plein de choses intéressantes, mais on court après le temps. » (adoption avec la crise, 40 ans, Urbain)

« Ce qui me freine ce n'est pas une question de prix, mais de moment. Je suis prêt à torturer un peu mon emploi du temps pour aller à un spectacle parce qu'il y a plein de composantes, mais chez moi j'ai beaucoup plus de mal à me dire qu'il faut que je sois devant ma télévision à une heure particulière. » (Livestreamer potentiel, 62 ans, Urbain)

Mais un « effet confinement » qui va certainement s'estomper

Une pratique du *livestream* qui a sa place dans un quotidien déconfiné

- Une envie très forte de retourner voir des concerts en salle qui **répond à une privation forcée**,
- Toutefois on peut faire l'hypothèse que **dans un contexte sanitaire apaisé** (sur le long terme), où chacun aura repris ses habitudes, **l'envie d'assister en priorité à des concerts *in situ* sera moindre** et que d'autres facteurs pourront inciter les participants à se tourner vers le *livestream*.
- Ainsi, certains participants mettent en avant **plusieurs situations qui pourront leur faire préférer un concert en *livestream* à un concert *in situ*** (outre le facteur « quel artiste » se produit qui a déjà été développé plus haut) : une **charge de travail trop importante** (un manque de temps et une envie de décompresser), une **météo** pluvieuse et froide, la « **flemme** » (de se déplacer, de s'organiser, de se préparer etc.), des **contraintes financières** (dans le cas où le prix de concerts en *livestream* est bien moindre que celui des concerts en salle), l'envie de partager un moment différent entre amis à moindres coûts, etc.

S'il est certain qu'en cas de nouvelle fermeture des salles, de nombreux participants se tourneront à nouveau vers le *livestream*, il paraît nécessaire de casser cette association « *livestream* – confinement » et de l'ancrer dans un quotidien déconfiné./ de réouverture des salles / des jauges

« Je pense que ça va continuer à se développer parce qu'on ne sait pas trop si la crise sanitaire va s'arrêter. Je pense que ça continuera dans tous les cas. Peut-être que la majorité des gens auront un peu de réticence et n'osera pas aller vers ça. Au fur et à mesure je pense que ça peut devenir quelque chose de banal et de régulier. »
(Livestreamer potentiel, 17 ans, Rural)

« Un *livestream*, ça apporte cette facilité d'accéder au concert quand on est dans des périodes entraînantes, des années compliquées, etc. Donc ça apporte une facilité, une accessibilité aussi bien différente. Ça apporte une nouvelle forme d'organisation liée au concert, comment on l'appréhende, avec qui. »
(adoption avec la crise, 24 ans, Urbain)

II – LE *LIVESTREAM* : PERCEPTIONS, AVANTAGES ET INCONVENIENTS

II – LE *LIVESTREAM* : PRATIQUES, AVANTAGES ET INCONVENIENTS PERÇUS



AU GLOBAL, UNE PRATIQUE DU *LIVESTREAM* PLUTÔT CONVAINCANTE

De nombreux avantages mis en avant

Les personnes rencontrées mettent en avant **CINQ GRANDS AVANTAGES** du *livestream* (dans l'absolu et en comparaison des concerts *in situ* et du différé)



Accessibilité



Qualité



Interactivité



Direct



Confort

Les avantages du *livestream* (1/5)



L'ensemble des personnes rencontrées (*livestreamers* comme utilisateurs potentiels) valorise le fait que le *livestream* **facilite l'accès aux concerts en levant un certain nombre de contraintes :**

- **des contraintes géographiques.** La possibilité d'assister à des concerts aussi bien **en France qu'à l'étranger**. Un avantage notamment pour les personnes habitant en zones rurales ou dans des villes avec peu de salles de concert et/ou de transports en commun à proximité ;
- **des contraintes financières.** Les concerts proposés en *livestream* étant moins onéreux que ceux *in situ* (un point qui sera détaillé plus bas), à « budget concert » égal, les participants s'imaginent en consommer davantage et même **découvrir de nouveaux artistes ;**
- **des contraintes physiques.** Une dématérialisation qui permet à toute personne, **peu importe sa condition physique** (handicap, âge, douleurs physiques, peur de la foule, etc.), d'assister à un concert ;
- **des contraintes de disponibilité.** S'il s'agit d'un concert *in situ* retransmis en direct, des *interviewés* qui pourront plus facilement y assister en cas de problème d'agenda ou de places en physique indisponibles.

« C'est aussi en remplacement d'un concert si je ne peux pas y assister à cause de la distance. C'est vraiment une aide précieuse, même si c'est à 800 kms, de se sentir quand même présent. Et puis j'ai des amis qui sont en fauteuil roulant, ils sont bien contents d'avoir cette solution. » (adoption avec la crise, 44 ans, Rural)

« L'avantage c'est de pouvoir assister à un concert même s'il n'est pas dans mon pays (...) Ça permet à tous les fans de pouvoir profiter de cette expérience. » (adoption avec la crise, 19 ans, Urbain)

« C'est positif parce que, quand on vieillit, être dans la fosse, on ne peut plus trop. » (adoption avec la crise, 40 ans, Urbain)

Une pratique qui permettra de **consommer plus de musique** (de ses artistes préférés mais pas uniquement) si les tarifs pratiqués sont moindres que ceux des concerts *in situ*.



Les avantages du *livestream* (2/5)

En dehors des contenus musicaux postés sur les réseaux sociaux par les artistes eux-mêmes ou par les fans, des **captations qui se sont majoritairement révélées qualitatives**

- Des participants qui ont été **agréablement surpris par la qualité visuelle et sonore des livestream** regardés : grande qualité et diversité des plans proposés, très bon rendu sonore.
- Malgré la distance, **une ambiance et atmosphère propre au concert *in situ* plutôt bien retranscrites**.
- Plus particulièrement **certain types de prestations** ont été jugées particulièrement qualitatifs de par le **lieu « atypique »** dans lequel elles prenaient place (*United at home* de David Guetta au Louvre, set de *Djrum* sur le London Bridge, *livestream* de *Interscope records*, *London Unlocked productions*, etc.). Des captations visuelles de grande qualité qui ont permis de bien s’immerger dans la performance.
 - Mais des types de contenus très qualitatifs qui semblent de « niche ». Une majorité d’entre eux ayant été regardée par un seul des participants (qui est lui-même DJ).

« C’était bien filmé, on voyait l’ambiance de la salle, comment c’était fait, les artistes. Ils montraient un peu tout. La salle, les artistes derrière, ce qui se passait dans les coulisses avant qu’il vienne sur scène. C’était vraiment détaillé, plus que dans un concert qu’on peut voir. Là on voyait vraiment tout ce qui se passait avant qu’il ne rentre sur scène. » (adoption avant crise, 27 ans, Rural)

« Par exemple les Boiler room, c’est une sorte de stream un peu mythique où il y a des DJ qui mixent dans un club et qui sont entourés de danseurs. Il y en a eu Paris * La Créole et il y avait de très bons danseurs qui faisaient partie du spectacle. Il y a une énergie folle qui se dégage, c’est assez intéressant à regarder. » (adoption avant crise, 31 ans, Urbain)

« Interscope records. C’est une sorte de label qui met en avant des artistes indépendants sur la musique électronique. Ils avaient fait des livestream super jolis et super impressionnants à la Gaîté lyrique avec des projections. » (adoption avant crise, 31 ans, Urbain)

Les avantages du *livestream* (3/5)



(Quand proposées) Des possibilités d'interaction avec l'artiste ou les autres fans plutôt valorisées

- Des **options de commentaires et réactions** qui permettent de créer une nouvelle **forme de partage et d'appartenance à un public** (parfois international) et qui en, ce sens, sont une motivation à la consommation de *livestream*.
- Si tous ne les ont pas utilisées ou n'y ont pas adhéré (une personne notamment les a jugées polluantes car elles l'empêchaient de s'imprégner complètement de l'ambiance du concert), tous considèrent qu'il était **intéressant de les proposer**. Libre à l'utilisateur de les activer ou non.
- Avec l'attente, pour quelques participants, de **pousser encore plus loin ces possibilités d'interaction avec l'artiste** : en permettant par exemple au public en ligne de choisir la prochaine chanson, ou encore en tirant au sort des spectateurs en ligne qui pourront échanger avec l'artiste à la fin du concert etc.

« Il était filmé donc nous on le voyait, mais on voyait qu'il avait un téléphone en face de lui et il lisait nos messages. Il nous répondait aussi sur les questions. »
(adoption avec la crise, 22 ans, Rural)

« Qui ça m'arrive de mettre « super concert », de liker le live. Ça m'arrive de donner mon point de vue. »
(adoption avant crise, 27 ans, Rural)

« Avec Eddy de Pretto, on pouvait interagir. On était en communion avec la vedette. À la fin il était interviewé par de Caunes qui lui posait des questions, mais avant il déroulait ses chansons et il nous voyait interagir.(...) J'ai bien aimé pouvoir lui envoyer des messages, lui montrer qu'on est là, qu'on le soutient, qu'on aime bien et qu'on veut que ça continue. (...) C'est amusant. L'artiste est content parce qu'il voit qu'on l'aime et que ça nous plaît. Même de lire ce que les gens mettent, c'est rigolo. »
(adoption avec la crise, 61 ans, Urbain)

Les avantages du *livestream* (4/5)



Un moment qui reste **commun et partagé** avec un artiste :

- une **dimension « direct »** qui malgré la présence d'un écran interposé arrive à être ressentie : une émotion liée au fait de partager un moment commun avec l'artiste, d'être « connecté en même temps » que lui qui reste vive (vs. Le différé) ;
- des **plans visuels** sur l'artiste qui permettent aussi de pouvoir l'observer, de le découvrir en temps réel, de garder une forme **d'authenticité** ;
- un format « direct » qui permet de **conserver la primauté du direct** (« ne pas se faire *spoiler* le contenu du spectacle », découvrir la performance en temps réel) ;
- dans certains cas, **des artistes qui se sont livrés** sur leur ressenti, accroissant de fait le sentiment de proximité pour les fans ;
- une **proximité ressentie** exacerbée par le fait de regarder le concert en **petit comité** (seul ou avec quelques proches).

« Ça met quand même une ambiance entre amis de savoir qu'il y a vraiment des DJ qui jouent à ce moment-là et nous on peut écouter à travers l'écran. » (adoption avec la crise, 22 ans, Rural)

« Ils parlaient vraiment de leur ressenti en tant qu'artistes de ne pas pouvoir exercer leur métier. Ils se livraient à cœur ouvert. Je suis allée voir parce que je savais que c'était quelque chose d'important donc ça m'intéressait. C'est sûr que ça a ajouté quelque chose en plus au concert puisqu'ils se sont un peu livrés. » (adoption avec la crise, 19 ans, Urbain)

« Si je le regarde en entier, même si c'est en différé, il y aura toujours des personnes qui l'auront regardé avant moi. Parce que les comptes fans sont rapides donc dès que le concert est fini ils vont poster des choses. C'est comme une série, si on ne regarde pas tout de suite, on se fait spoiler. » (adoption avec la crise, 19 ans, Urbain)

« Il y a un aspect en moins de se dire qu'on le regarde après que c'est passé. Quand on le regarde en live, même si on n'est pas avec l'artiste en vrai, il y a quand même une espèce de connexion, de se dire que pendant que l'artiste performe, je le regarde. Ce n'est pas la même chose quand on regarde en différé. » (adoption avec la crise, 19 ans, Urbain)

« C'est très cool, intimiste, charmant, parce que c'est un moment partagé avec la vedette. On se fait plaisir et lui est content. » (adoption avec la crise, 61 ans, Urbain)

Les avantages du *livestream* (5/5)



Une **liberté des modalités de visionnage** au service d'un certain niveau de **confort**

La possibilité de **regarder le concert depuis chez soi** (ou ailleurs) présente de nombreux avantages :

- la garantie d'être **bien installé** (assis confortablement au chaud), d'avoir tout à disposition (à boire, à manger...), de ne pas être dérangé par la foule ;
- si le concert est bien filmé, **l'assurance de voir l'artiste** et le reste de la scène (musiciens, danseurs, etc.) ;
- par rapport à un concert *in situ*, **un gain de temps** important (pas de déplacement, pas de temps d'attente) ;
- la liberté de **vivre ce moment comme ils l'entendent** : seul ou à plusieurs, ambiance festive ou cocooning (« sur son 31 ou en pyjama ») ;
- en mineur, un moyen de vivre une **expérience « sécurisée/sécurisante »** (contexte sanitaire et sécuritaire – cf. le dernier concert de Travis Scott).

« Avoir un moment privilégié avec la vedette qu'on aime et qu'on a envie d'écouter (...) Le *livestream intime* c'est limite un tête à tête, un rendez-vous avec la vedette. Le concert c'est plus global, c'est un partage avec le public, la vedette, les musiciens et l'ambiance qu'il y a autour de ça. » (adoption avec la crise, 61 ans, Urbain)

« Avec mon conjoint et ma fille, je chante, je danse (...) J'adore on peut partager ça en famille, on n'est pas tout seul. Ce sont des moments de rire, de bonheur, des souvenirs » (adoption avant crise, 27 ans, Rural)

« Parfois, dans des concerts, on est serrés, il y a des gens trop grands devant nous. Ça ne me dérange pas forcément quand le son est fort, mais certains n'aiment pas. En *livestream* le son peut être géré plus facilement. » (Livestreamer potentiel, 17 ans, Rural)

« Payer aussi cher pour un concert en salle et voir quelqu'un qui peut chanter en *playback* et ne pas être forcément bien installé, est-ce que ça vaut vraiment le coup. Surtout que dans le cadre d'une soirée on peut se faire le concert ensemble avec des amis donc on peut reproduire ça dans une sphère plus intime. » (adoption avec la crise, 24 ans, Urbain)

« Pour certaines personnes qui sont un peu réticentes à cause du Covid, ça peut être une bonne raison, le fait de ne pas être en contact avec les gens. Il y a certains concerts qui sont quand même assez violents. C'est prouvé avec ce qui s'est passé aux USA il y a une semaine. Donc le fait d'être bien chez soi, avec un bon système son et ne pas être dans la foule à subir des coups ou des choses comme ça, ça peut être une raison. » (Livestreamer potentiel, 20 ans, Rural)

Focus sur le *livestream* sans public

Une pratique qui divise

- D'un côté, une **proximité** qui apparaît plus forte :
 - un **artiste qui est là uniquement pour ses internautes** : valorisation de son égo de spectateur *online* ;
 - une **qualité sonore recentrée sur la voix de l'artiste et les instruments** : pas de cris, de chants, de bruits parasites...
- ➔ Une modalité qui pourrait avoir la préférence des profils « intimistes » et « sélectifs » (Cf plus bas la partie sur les profils de *livestreamers* actuels et potentiels).
- Mais **une ambiance qui peut potentiellement être moindre** :
 - un artiste **moins galvanisé** et peut-être, de fait, **moins performant** ;
 - une présence visuelle et sonore du public qui confère **un côté plus « vrai »** à l'expérience, permettant de **se rapprocher davantage de l'ambiance *in situ***.
- ➔ Une modalité qui, à l'inverse aura la préférence des profils « spectateurs » et, dans une certaine mesure, des profils « dénicheurs ».
- ➔ **Selon l'exigence sonore de l'auditeur et l'esthétique visionnée, une importance accordée à l'ambiance apportée par le public qui diffère (peu importante pour un opéra mais très importante pour un festival de musique rock par exemple)**

« Les concerts où il n'y a pas de public, du coup c'est nous le public et peut-être qu'on se sent un peu plus visés ou légitimes. Les concerts virtuels, s'il y a un public, l'artiste va s'adresser principalement au public. » (Livestreamer potentiel, 17 ans, Rural)

« Bizarre de se dire que l'artiste est là à chanter alors qu'il n'y a personne en face. C'est particulier. L'artiste doit quand même faire une performance comme s'il y avait un public. » (adoption avec la crise, 19 ans, Urbain)

« On ressent un peu ce manque d'humanité dans les concerts en live, le public est absent, on ne voit pas le cadre et c'est tout noir, donc ça fait un peu tristounet. » (adoption avec la crise, 24 ans, Urbain)

« Ça m'importe peu qu'il y ait du public ou pas. Quand il n'y a pas de public, ça fait peut-être un peu plus intimiste que quand il y a du public. » (adoption avec la crise, 22 ans, Rural)

II – LE *LIVESTREAM* : PERCEPTIONS, AVANTAGES ET INCONVENIENTS



LE *LIVESTREAM* : QUELQUES INCONVÉNIENTS RECENSÉS

Des expériences de *livestream* négatives très marginales

À l'exception des contenus *livestream* postés sur les réseaux sociaux par des fans lors de leur présence à un concert physique, **très rares sont les personnes qui témoignent d'une expérience négative de *livestream***

Les quelques **reproches** recensés sont :

- une **mauvaise captation visuelle et sonore** qui ne permettait pas de se saisir de l'ambiance du concert et découvrir comme souhaité les artistes ;
- des **problèmes de connexion** internet (rencontrés par d'autres) qui ont empêché de profiter du spectacle ;
- des **commentaires trop nombreux** qui ont pollué la capacité de concentration de la spectatrice sur la performance en cours.

« Ce n'était pas très bien filmé et je m'attendais à ce que le groupe soit authentique comme ils étaient sur scène et là je n'ai pas retrouvé cette alchimie qu'ils avaient entre eux. Dans leurs clips on les voit beaucoup jouer entre eux et là ce n'était pas le cas. » (adoption avant crise, 27 ans, Rural)

« Pour le concert de Birkin, ça a été un flop au niveau technologie. Moi je l'ai vu quand même, mais il y en a qui n'arrivaient pas à se brancher. » (adoption avec la crise, 61 ans, Urbain)

« Autant d'interactions, de commentaires, ça m'a presque gênée. J'avais un peu de mal à faire abstraction et à être vraiment dans le concert. En même temps, comme ce n'est pas un artiste que je suis plus que ça, c'était plutôt une nouvelle expérience. Pendant le concert, je trouve ça un peu compliqué. J'aime bien être à 100% sur ce que je regarde, ce que j'écoute et pas forcément être distraite par un commentaire. Je n'interagis pas pendant le concert. » (adoption avec la crise, 40 ans, Urbain)

Des inconvénients liés à la comparaison du *livestream* avec le concert *in situ*



Plusieurs freins identifiés dans la pratique du *livestream* tiennent de sa **comparaison avec les concerts *in situ***

En effet, sur plusieurs dimensions, les participants estiment que le *livestream* ne procure pas (et ne pourra pas procurer) les mêmes émotions que celles ressenties lors des concerts *in situ* :

- une **stimulation des sens** en ligne qui n'est et ne pourra jamais être la même qu'en présentiel ;
- une **possibilité de rencontre incarnée** avec l'artiste qui semble également impossible ;
- une **authenticité sonore** qui ne pourra jamais être retransmise (même avec un équipement de pointe). Un élément plus particulièrement mis en avant par le profil puriste et les adeptes de musique classique ;
- **une ambiance et un vécu de la foule** qui ne pourront pas être retrouvés à l'identique.

« Le côté proximité qu'il n'y a plus. Même s'il y a les commentaires, on n'est pas vraiment en face. L'ambiance qu'il n'y aurait plus trop. Le fait de ne pas pouvoir prendre une bière sur place, être avec les gens. (...) Dans la musique live on ressent tous les instruments quand on est face à l'artiste alors que derrière un écran ça peut être plus dur de ressentir les choses. » (adoption avec la crise, 22 ans, Rural)

« Si on est à la Philharmonie ou à la cité de la musique, on aura un son très bien fait, très bien réalisé, très bien mixé avec des orfèvres du son. Quand on est chez soi devant sa télé, le son est un peu plat, un peu pourri. Donc de fait il y a cette qualité sonore. » (adoption avant crise, 31 ans, Urbain)

« Ça sera en 2D. Ça dépend de la qualité du direct et de la qualité de l'équipement à la maison, mais ça ne sera pas forcément la même qualité de son. Et puis il n'y a pas forcément l'interaction avec l'artiste. Souvent il y a une atmosphère dans les concerts, l'excitation des gens. » (Livestreamer potentiel, 17 ans, Rural)

« Même avec une chaîne de bonne qualité, vous n'aurez jamais le son exact que vous avez dans une salle de concert. Le son des voix, le son des instruments n'est pas le même. » (Livestreamer potentiel, 62 ans, Urbain)

Et des inconvénients liés à la comparaison du *livestream* avec le différé



Deux principaux freins sont mis en avant par les participants :

- une pratique du *livestream* qui, par rapport au différé, **reste contraignante** ; une anticipation nécessaire (éventuellement acheter sa place, être à l'heure), une disponibilité qui doit être absolue (pas de retour en arrière possible) ;
- une pratique récente et une **offre de *livestreams* encore trop restreint**. L'impossibilité de trouver tout ce que l'on recherche et à n'importe quel moment.

→ **Comparativement, le différé offre une plus grande liberté et facilité de visionnage, tout en conservant un fort niveau de confort.**

« Le replay, c'est toute la facilité de ne pas avoir à attendre une date pour voir un concert et de pouvoir revenir en arrière. »
(adoption avant crise, 52 ans, Urbain)

Des freins propres aux caractéristiques mêmes du *livestream*

Les participants ont également identifié quelques freins qui concernent **la pratique du *livestream* dans l'absolu**

- Si les expériences négatives de *livestream* ont été marginales, plusieurs participants estiment, pour autant, que la qualité de leurs expériences futures sera dépendante de celle de leur **équipement personnel** (système de son et de visionnage) et de la fiabilité de leur **connexion internet**. Une consommation qu'il est difficile de projeter de façon récurrente quand l'équipement technique et technologique est jugé limité (le sentiment de vivre alors une expérience dévaluée). En filigrane le sentiment que la pratique du *livestream* s'adresserait plutôt aux personnes bien équipées.
- De plus, plusieurs participants ont le sentiment que le catalogue de concerts disponibles en *livestream* est très limité et **concernerait surtout un genre musical** : la **variété française actuelle**. De fait, une offre de *livestream* (actuelle) qui s'adresserait donc surtout aux personnes qui affectionnent ce genre musical.
- Enfin, une pratique qui ne serait pas encore totalement aboutie avec des **options de visionnage** qui sont jugées encore **limitées notamment concernant** :
 - les possibilités **d'interaction** avec l'artiste (discussion, autographe) ;
 - le fait d'être reconnu en tant que **public à distance** (pouvoir influencer le cours du concert, bénéficier de l'attention de l'artiste etc.) ;
 - la capacité **d'immersion** dans l'ambiance du concert (pouvoir *zoomer* sur des parties du concert par exemple).

À date, une pratique qui, dans ses caractéristiques propres n'arrive pas à se démarquer nettement (notamment de celle du différé et du concert *in situ*).

Une diversité de plateformes de visionnage

Une certaine **méconnaissance des plateformes dédiées au livestream**

- Si les personnes rencontrées n'ont pas de difficulté à nommer les sites sur lesquels elles regardent des concerts en différé, elles ont plus de **difficulté à identifier ceux sur lesquels elles regardent du livestream** : le sentiment qu'il n'existe **pas ou peu de plateformes dédiées**.
- Dans les faits, un visionnage (d'extraits) de concerts qui a (eu) lieu sur :
 - **les réseaux sociaux** : Instagram, YouTube, Facebook, TikTok... ;
 - **des sites de livestream non dédiés à la musique** comme Twitch, Amazon Live, Fortnite ;
 - **des chaînes de TV (gratuites et payantes) retransmises en ligne** : Arte TV, Canal+, etc. ;
 - **des émissions TV retransmises en ligne** : Basique Le concert, Culturebox télévision ;
 - **des sites dédiés** : Bandsintown, Inlive Stream... ;
 - **... ou spécialisés** : site internet de l'opéra de Dijon par exemple.
- Des visionnages qui ont été **majoritairement gratuits**.



Une seule personne raconte avoir eu accès gratuitement à un concert en *livestream* normalement payant : un fan retransmettait sur Instagram le concert en *livestream* pour lequel il avait payé.



Il semblerait que la plateforme Inlive Stream n'ait proposé du *livestream* que pendant le confinement.

« Sur TikTok je suis tombé par hasard sur un live d'un DJ, mais c'était un peu nul. » (adoption avant crise, 31 ans, Urbain)

« Pendant le confinement j'ai acheté une place pour un concert virtuel. C'était sur InLive Stream, c'était Matt Pokora. » (adoption avec la crise, 40 ans, Urbain)

« Canal + aussi organise des concerts en live où on peut interagir avec les vedettes. » (adoption avec la crise, 44 ans, Urbain)

« L'Opéra de Dijon avait tourné une production d'un Opéra de Cavalli et ils l'ont diffusé en ligne pendant le confinement pour permettre aux gens qui avaient les places de le voir quand même. » (Livestreamer potentiel, 62 ans, Urbain)


« On a maintenant beaucoup de personnes qui peuvent être en direct à un concert ou à une manifestation. Donc on peut se connecter, on voit les participants, on peut échanger. Donc on assiste en direct à un évènement. Ça, c'est une nouveauté de Facebook. On assiste en direct. » (adoption avec la crise, 24 ans, Urbain)

« C'était payant, mais je l'ai regardé sur un lien gratuit. (...) c'était un compte fan qui avait payé et qui avait eu la gentillesse de faire un live pour partager avec d'autres. » (adoption avec la crise, 19 ans, Urbain)

Une information sur les concerts *livestream* à venir jugée assez difficilement accessible

Savoir que son artiste se produit en *livestream* : un enjeu de taille

- **Une information souvent obtenue « au hasard »** : consultation des réseaux sociaux au « bon moment » (post de l'artiste, post sur un compte de fans...), partage par un ami (une seule personne dans notre étude) ou publicité à la TV (une personne pour le concert de Soprano)...
- Et très **rarement suite à un envoi ciblé** (envoi d'une notification, d'un mail dédié ou de communications récurrentes de la part de l'artiste sur la date de son concert) ou **suite à une recherche proactive de la part du futur spectateur**.

 Une seule personne a expliqué recevoir de l'information sur les concerts *livestream* à venir via l'abonnement à la newsletter de la Blogothèque.

- ➔ **Le sentiment qu'il faut s'intéresser de façon très proactive à un artiste (aller regarder plusieurs fois par jour son compte Instagram par exemple) pour être informé de son prochain concert en *livestream*. Une pratique à laquelle les personnes rencontrées n'ont pas envie de s'adonner. Comme pour les actualités musicales, elles attendent que cette information vienne à elle.**

« Il (Soprano) l'avait mis sur son Insta et j'avais vu sur son fil d'actualité et à la télé qu'il faisait un concert en live et qu'on avait juste à cliquer sur la vidéo pour pouvoir y participer. C'était totalement gratuit. » (adoption avant crise, 27 ans, Rural)

« Sur les réseaux sociaux. Sur les comptes fans et aussi sur le compte officiel. Ils avaient fait un post pour dire qu'il y aurait un concert. » (adoption avec la crise, 19 ans, Urbain)

« Par exemple pour des concerts, elle peut nous le dire trois jours avant ou une semaine avant. Je trouve que la communication vis-à-vis d'un concert est mal faite, donc j'ai tendance à regarder les replay qui sont mis sur différentes plateformes. Parfois je peux rater une story qui annonce un évènement. » (adoption avec la crise, 24 ans, Urbain)

« Parfois ils font des annonces comme quoi ils vont faire un live à telle heure, tel jour donc ça permet de se connecter si on a envie de suivre le live ou la performance. C'était encore Pomme qui a fait des petits live, mais chez elle, plus intimiste. Elle donnait rendez-vous à ses fans via Instagram et ça m'a permis, sur la tablette, de regarder ses petits live, c'était un moment de détente. » (adoption avec la crise, 40 ans, Urbain)

« Depuis que j'ai regardé le concert sur la Blogothèque, j'ai été abonné automatiquement à une newsletter et du coup je reçois tous les concerts qu'il y a en *livestream*. » (adoption avec la crise, 22 ans, Rural)

II – LE *LIVESTREAM* : PERCEPTIONS, AVANTAGES ET INCONVENIENTS



DES REPRESENTATIONS QUI INFLUENCENT L'ABSENCE DE PRATIQUE DE *LIVESTREAM*

Un manque de structuration de la pratique du *livestream* qui explique son non-recours...



Pour les utilisateurs potentiels, une non-consommation de *livestream* à date qui s'explique par :

1. un **manque d'informations sur la tenue des concerts en *livestream***. Des personnes qui expliquent ne jamais avoir été informées d'événements en *livestream* à venir, avec une information qu'elles imaginent circuler principalement sur les réseaux sociaux. Or, elles n'ont ni le temps ni l'envie d'explorer leurs réseaux pour accéder à cette information ;
2. des **préjugés liés à une méconnaissance** de ce qu'est le *livestream* :
 - l'impression qu'il s'agira d'un **concert version « bas de gamme »** – d'un pis-aller spécial confinement – avec une qualité de son moindre, une absence d'ambiance, etc. ;
 - un **rapprochement désavantageux avec le différé**, alors qu'ils n'ont pas forcément été séduits par leur expérience de visionnage de concert en différé : « sentiment d'être là sans être là, d'écouter sans écouter » ;
 - la **croiance, chez certains, qu'il s'agit d'une pratique payante**. Or, ils ne sont pas prêts à payer pour une pratique qu'ils n'ont jamais essayée et qu'ils imaginent moins qualitative ;
3. au-delà, un **fort attachement aux caractéristiques du concert en direct et plus particulièrement à son « ambiance » / « atmosphère »**, qu'ils n'imaginent pas retrouver derrière leur écran.

« L'ambiance, le fait de ne pas être sur place, je pense qu'on danse quand même moins quand on est devant son ordi. Le son que je trouve très important. Ça dépend des artistes, pour de la techno on n'aura jamais la même qualité sonore dans une enceinte. Il y a la proximité avec l'artiste qu'on ressent moins. » (Livestreamer potentiel, 20 ans, Rural)

« Je ne vois pas trop l'intérêt de rester 1h30 devant un écran à regarder quelque chose que je peux écouter dans mes oreilles en faisant autre chose. Je trouve que le concert est fait pour être vécu. » (Livestreamer potentiel, 20 ans, Rural)

« Je ne sais pas si on arrive vraiment à faire une salle de concert virtuelle. Je pense qu'il manquera trop de choses physiquement pour que ça fasse vraiment la même expérience. On est toujours dans ses mêmes fauteuils, on ne change pas de cadre. Disons que, pour moi, je ne considère pas que l'artiste s'invite dans votre salon lorsque vous regardez un visionnage. » (Livestreamer potentiel, 62 ans, Urbain)

« Je pense que je ne verrai pas la différence entre le live et le replay. Je ne pense pas que l'artiste en soit au point où il est plus content ou satisfait d'avoir mes applaudissements après son morceau. Je ne suis pas persuadé qu'il y ait un plus. Je pense qu'il y a le live physique et le replay. Je ne vois pas de stade intermédiaire. » (Livestreamer potentiel, 62 ans, Urbain)

... Et qui explique aussi que la majorité des expériences de *livestream* soient peu anticipées

Pour la majorité de nos *interviewés*, **une consommation de *livestream* qui s'est faite et se fait « au dernier moment »**

- Des contenus bien souvent **captés au hasard** d'un fil d'actualité, d'une notification, d'un lien envoyé par un ami ... **et, de fait, regardés partiellement** (découverte d'un concert gratuit qui a déjà commencé).
 - ➔ **Un visionnage non préparé, qui est donc souvent moins dédié : un spectateur qui aura plus tendance à conduire une autre activité en parallèle ou à regarder une partie seulement**
- **Une consommation de *livestream* prévue et dédiée beaucoup plus rare.** Quand elle a lieu, c'est souvent suite à une **recherche précise/information ciblée**. Une consommation qui est alors plus souvent **payante** et sur une plateforme/un **site dédié** (vs. les réseaux sociaux).
 - ➔ **Dans ce cas, un rendez-vous plus préparé (possible invitation d'amis) et une attention bien plus forte**

« Avec les live Insta, on a l'impression que ça va demander moins de temps parce que c'est plus court généralement. On a l'impression que ça demande moins de préparation. Vous êtes dispo, on est là, on n'est pas là, on n'est pas forcément très bien posé. Ça fait très instantané. Pas de préparation. » (adoption avec la crise, 40 ans, Urbain)

« Maintenant, grâce à Facebook Watch, les gens se mettent en direct, ils activent un live et on se connecte derrière et on peut assister à un concert. Après ce n'était pas un film pendant deux heures, c'est ponctuel et après ça s'arrête. Ça ne dure pas très longtemps. C'est un peu par hasard. » (adoption avec la crise, 24 ans, Urbain)

« Ça m'est arrivé de me relever à 1h du mat parce que quelqu'un à New York faisait un live sur Insta. On est dans du numérique, mais il y a une véritable expérience parce que le musicien en question m'a envoyé un message sur Insta en me disant « merci d'avoir liké mon truc, est-ce que ça te dirait d'assister à un concert, je réunis un petit groupe de trente personnes et j'envoie un lien ». J'ai dit oui. » (adoption avant crise, 52 ans, Urbain)

Bilan

Des participants qui doivent bien distinguer la pratique du *livestream* de celle du différé et du concert in situ pour avoir envie d'en consommer. Le *livestream* doit donc s'imposer **comme une pratique complémentaire, « une troisième voie »** leur permettant d'accroître leur consommation de contenus musicaux.



LE DIFFERE

Consommation de musique au quotidien
Pour écouter mais surtout pour visionner des contenus musicaux
Pour pré-tester des artistes (et décider de passer le cap en *livestream* ou *in situ*)
Consommation de dernière minute et moins dédiée



LE LIVESTREAM

Consommation occasionnelle à ponctuelle
Pour assister au concert d'un artiste coup de cœur / un évènement inaccessible / difficile à suivre ou pour un concert uniquement en ligne
Pour pré-tester un artiste (et décider d'aller le voir en physique)
Pour découvrir de nouveaux genres musicaux / artistes
Mais aussi quand la consommation de concerts *in situ* n'est pas souhaitée mais que la volonté du direct est là: beaucoup de travail, météo, « flemme », etc.
Consommation (a minima) anticipée et dédiée.



LE CONCERT IN SITU

Consommation occasionnelle
Pour assister au concert d'un artiste coup de cœur / un show d'exception...
Mais aussi au concert d'un artiste / genre musical découvert en ligne, moins connu mais prometteur
Consommation anticipée, préparée et totalement dédiée.

« Je ne pense pas que ça ait l'ambition de détrôner les vrais concerts, mais je pense que ça peut être une nouvelle manière d'écouter de la musique. Ça n'a pas uniquement le rôle de remplacement. Ça peut être un substitut pour les gens qui ne peuvent pas se déplacer. (...) Je peux comprendre que les gens aient un engouement pour ça parce que ça permet de voir aussi la performance en live. Même si on ne la vit pas, on la voit, je trouve ça quand même assez intéressant. » (Livestreamer potentiel, 20 ans, Rural)

« Ça me donne de l'énergie, la pêche. Ça m'apporte de la tonicité, j'ai du plaisir, des émotions. Ce ne sont pas les mêmes émotions, elles sont aussi intenses, mais différentes. Et puis on peut vraiment se faire plaisir personnellement, s'évader, se détendre. » (adoption avec la crise, 44 ans, Rural)

Bilan

- Pour tous, une expérience du *livestream* (en dehors des contenus postés par des fans) qui s'est avérée plutôt convaincante. De nombreux avantages sont mis en avant :
 - par rapport au différé : proximité et émotion du direct et qualité des captations ;
 - par rapport aux concerts *in situ* : plus grande accessibilité et liberté et confort de visionnage ;
 - mais aussi en soi : une immersion dans un « réel irréel », qui apparaît finalement assez unique, créant une nouvelle forme de proximité avec l'artiste et le public.
- Une pratique complémentaire, qui, du fait de ses caractéristiques, peut s'adapter à :
 - un grand nombre de situations : concert *in situ* complet, concert *in situ* trop onéreux, pré-test d'un artiste, découverte de nouveaux artistes, de nouveaux genres musicaux, concert uniquement en *livestream*, etc. ;
 - un grand nombre de moments/occasions : seul, en amoureux, entre amis ;
 - tous les genres musicaux.
- De fait, une pratique qui pourra séduire une grande diversité de personnes.
- Une pratique qui va permettre de consommer plus de musique et permettre une certaine démocratisation de l'accès aux concerts (si les prix pratiqués sont inférieurs à ceux des concerts *in situ*).
- Pour toutes ces raisons, les *interviewés* imaginent que le *livestream* est une pratique qui va se développer encore davantage à l'avenir.

« Plein de gens, les jeunes, les moins jeunes. Tous ceux qui ne peuvent pas sortir, qui n'ont pas envie de sortir parce qu'il fait trop froid. Ça peut plaire à tout le monde. Peut-être moins aux personnes âgées qui ont plus de mal avec les nouvelles technologies. » (adoption avec la crise, 22 ans, Rural)

« L'électro et la techno avec des amis, mais on peut très bien regarder un solo de piano ou un truc un peu plus pop tout seul ou juste en apéro, posé ou en amoureux. » (adoption avec la crise, 22 ans, Rural)

« Je l'ai bien vécu et je n'ai pas été déçue parce que même si c'était un concert en ligne avec pas de public, la prestation était là. Ils ont performé des chansons que j'aimais beaucoup. Même s'il n'y avait pas de public, c'était quand même une performance assez incroyable. Donc non je n'ai pas été déçue. Après ça faisait une impression d'irréel. Ce n'était pas comme s'ils étaient devant moi. » (adoption avec la crise, 19 ans, Urbain)

III- LA PRATIQUE DU *LIVESTREAM* À L'AVENIR

III- LA PRATIQUE DU *LIVESTREAM* À L'AVENIR



UNE PRATIQUE QUI SERA CONDITIONNÉE PAR SON PRIX

Une disposition à payer actuellement moindre que pour les concerts *in situ*

Pour l'ensemble des personnes rencontrées, les concerts visionnés en *livestream* ne justifient pas de **payer / payer autant / payer plus** que pour un concert *in situ*

○ Plusieurs éléments l'expliquent :

- à date, une expérience de concert vécue via le *livestream* qui est jugée **moins immersive et « exceptionnelle »** que lors d'un concert *in situ* (avec des émotions ressenties moins fortes) ;
- dans le cadre d'un concert *in situ* retransmis en direct, l'impression que le « *livestream* », en augmentant le nombre de spectateurs, permet à l'artiste et à ses équipes de **réaliser un gain financier plus important** (plus de billets vendus).



Très rares sont les personnes qui ont imaginé que la production de concerts en *livestream* pouvait représenter des coûts supplémentaires.

○ Une propension à payer qui est encore plus faible :

- si le concert est ensuite **disponible gratuitement en différé**. L'idée que payer pour un contenu en ligne doit donner droit à une certaine exclusivité en ligne ;
- pour les publics **les plus jeunes**, qui n'ont ni les moyens financiers ni l'habitude de payer pour accéder à des contenus numériques.

« Je mettrai toujours moins cher que dans un concert en présentiel. Pas plus de vingt euros. » (adoption avec la crise, 22 ans, Rural)

« Au niveau du prix, on sait qu'on payera beaucoup moins cher que la place en réel. » (adoption avant crise, 27 ans, Rural)

« En fonction du prix. S'il fallait mettre cinquante euros, j'aurais dit « non ». Pas pour quelque chose que je vois de chez moi. Ça va être une dizaine d'euros, vingt euros à la rigueur, mais pas plus. Là on ne peut pas voir l'artiste en vrai, on ne peut pas lui demander de dédicace, etc. On ne peut pas lui parler en vrai après. » (adoption avant crise, 27 ans, Rural)

Mais, spontanément, une consommation illicite de concerts en *livestream* qui n'est pas ou peu envisagée (1/2)

Spontanément, des personnes rencontrées qui ne se projettent pas dans une consommation illicite de concerts en *livestream*

Au regard des grands enseignements issus de cette étude, plusieurs raisons peuvent expliquer que la consommation illicite de concerts en *livestream* n'a pas été mentionnée :

- comme vu précédemment, les *interviewés* **se livrent très peu à la consommation illicite de contenus musicaux** dans l'absolu et les quelques personnes (les plus jeunes) qui y ont recours souhaitent pouvoir arrêter rapidement cette pratique (trop chronophage) ;
- la **pratique du visionnage de concerts en *livestream* est encore très peu installée** dans le quotidien des personnes rencontrées. Une consommation qui n'est pas suffisante pour les laisser envisager en avoir une illicite ;
- les concerts visionnés en *livestream* l'ont été soit gratuitement soit à faible coût. Dès lors, **l'intérêt financier à pirater ce genre de concerts n'apparaît pas particulièrement intéressant ;**
- enfin, la plupart des personnes rencontrées s'attendent à ce que les **concerts diffusés en *livestream* soient, par la suite, accessibles gratuitement en différé**. De fait, là aussi, prendre le risque de consommer illicitement un tel concert ne serait pas pertinent.

Mais, spontanément, une consommation illicite de concerts en *livestream* qui n'est pas ou peu envisagée (2/2)

À la marge, une consommation illicite qui pourrait avoir lieu sans que les personnes en aient pleinement conscience

- **Une seule personne interrogée (de 19 ans) raconte avoir eu accès gratuitement à un concert en *livestream* normalement payant.** Ceci grâce à un fan qui retransmettait, via un lien, sur son compte Instagram le concert pour lequel il avait payé.

👉 Il est intéressant de noter que, dans le discours de cette personne, cette consommation n'est pas (spécialement) perçue / décrite comme étant « illicite » puisqu'elle a accédé au concert sans manipulation particulière, « juste en cliquant sur un lien sur Instagram ». De même, la personne ayant donné accès gratuitement à ce contenu est davantage perçue comme un « gentil fan » que comme un « pirate ».

- Aussi, pour la suite, parmi l'ensemble des personnes interrogées, seules deux (âgées de 19 et 24 ans) **imaginent qu'il sera possible d'accéder gratuitement à des concerts en *livestream* payant** :
 - soit grâce à des **actes de « solidarité »** : « il y aura toujours des fans pour streamer le concert pour lequel ils ont payé » ;
 - soit par la **mise en place de liens « pirates »**.

Une consommation du premier type à laquelle ces deux jeunes, dont les moyens financiers sont limités, pourront imaginer se livrer très occasionnellement, sans que son caractère « illicite » soit complètement perçu. Et ce, d'autant que ces profils, accèdent gratuitement et au quotidien (ou presque), sur les réseaux sociaux, à un grand nombre d'extraits de concerts (= une pratique qui s'inscrit dans l'existant).

« C'était payant, mais je l'ai regardé sur un lien gratuit. (...) c'était un compte fan qui avait payé et qui avait eu la gentillesse de faire un live pour partager avec d'autres. » (adoption avec la crise, 19 ans, Urbain)

« Oui il y a toujours des personnes qui sont assez gentilles pour partager ça. Pour regarder en livestream je ne pense pas que je payerai. (...) Voir les coulisses, je sais que même si je ne paye pas, je les verrais sur les réseaux sociaux. » (adoption avec la crise, 19 ans, Urbain)

« Je pense qu'on aura toujours du contenu proposé du YouTube, du streaming un peu illégal ou des liens pas très safe. » (adoption avec la crise, 24 ans, Urbain)

Un calcul « coût - affinité / notoriété » encore important

À l'instar du concert *in situ*, une propension à payer pour un concert en *livestream* très dépendante de la dimension affinitaire

- ↑ Propension à payer
- S'il s'agit du concert d'un **artiste très connu / très apprécié** ou d'un évènement d'ampleur (gros festival par exemple) qu'ils ne veulent pas rater, des participants qui **se disent prêts à payer** (même si moins que pour un concert *in situ*) = **de 20 à 40 euros***
 - S'il s'agit du concert d'un **artiste moins connu**, que les participants souhaitent **découvrir sur scène**, ils se disent **prêts à payer** (pour le soutenir) **mais moins** que pour un artiste qu'ils affectionnent particulièrement / dont ils sont sûrs que le « show » sera de qualité = **une dizaine d'euros***
 - S'il s'agit d'un concert suivi pour **découvrir complètement un artiste et/ou un genre musical**, la propension à **payer est bien moindre voire nulle** (car la quasi certitude de le retrouver en différé) = **quelques euros***
-

*Ces chiffres sont à prendre avec « précaution » ils correspondent aux réponses de certains participants (tous n'ayant pas répondu). Ils permettent juste de donner un premier grand ordre d'idée.

« Je ne payerai pas pour un concert en streaming sauf si c'est un groupe pour lequel j'ai une affection particulière. Par exemple, un concert unique de Depeche Mode, oui. Un concert unique d'Indochine, oui. Là je serai prêt à payer. » (adoption avant crise, 52 ans, Urbain)

« Si j'ai vraiment un coup de cœur, que j'ai envie de regarder tel artiste et que c'est payant, je vais payer. Je marche au coup de cœur. Si vraiment ça me plaît et que j'ai envie de regarder, oui je serai capable de payer. » (adoption avant crise, 27 ans, Rural)

« Ce n'était pas des artistes qui m'intéressaient et puis c'était hyper cher. Quasiment le prix d'une place de concert, entre vingt et quarante euros. » (adoption avec la crise, 22 ans, Rural)

« Après il y a plein d'artistes américains, si je n'ai pas l'occasion de les voir en vrai parce qu'ils font des concerts trop loin et que vraiment ça fait un moment que je veux les voir, je pourrais payer pour un concert en live. » (Livestreamer potentiel, 17 ans, Rural)

« Si c'est un artiste que j'adore et que je n'ai pas eu les places, ça pourrait m'arriver. » (Livestreamer potentiel, 20 ans, Rural)

« Je me dis que ça soutient aussi l'artiste. De savoir qu'on est derrière lui, qu'on aime ce qu'il fait. Et puis on se sent un peu VIP quand on paye. Après le montant je ne sais plus exactement, mais il me semble que c'était deux euros donc ce n'était pas non plus excessif et ça me faisait plaisir. » (adoption avec la crise, 22 ans, Rural)

Mais une propension à payer conditionnée par plusieurs facteurs

Plusieurs **éléments permettent de relativiser la question du prix** que les mélomanes sont prêts à payer pour assister à un concert en *livestream* :

- si **un même billet peut profiter à plusieurs personnes**, réduisant de fait le montant payé individuellement ;
- si les **options de visionnage disponibles sont intéressantes et permettent de vivre une expérience « unique »** (par exemple interaction avec l'artiste, accès à différentes caméras lors du spectacle, accès aux coulisses...);
- si le concert est **uniquement disponible en ligne (et non en salle)** et a donc été pensé et organisé à cet effet. Une performance projetée comme plus qualitative encore ;
- si le concert est **uniquement disponible en *livestream* et n'est pas disponible en différé par la suite** : prêt à payer pour un évènement unique et rare.
 - ➔ **Autant d'éléments qui accroissent la propension à payer et/ou le montant qui peut être investi. Toutefois une logique dominante qui reste celle de ne pas payer plus que le prix d'une représentation de l'artiste en vrai.**

« Je pourrais vraiment mettre de l'argent quand c'est quelque chose d'assez original du coup. Ce dont vous parliez avec toutes les options ça pourrait être vraiment chouette. Ce sont des choses qu'on ne peut pas forcément faire pendant un concert dans une salle parce qu'on n'y a pas accès et que ce n'est pas proposé. » (adoption avec la crise, 22 ans, Rural)

« L'accès aux backstage et pouvoir changer de caméra, avoir différents points de vue. Combien je pourrais mettre pour ça, peut-être entre dix et quinze euros. » (adoption avec la crise, 22 ans, Rural)

« Si vraiment il y a une proposition, si je sens que ça va être intéressant, s'il y a peut-être plusieurs concerts à la suite, je peux être prêt à payer. Il faut qu'il y ait un vrai service à côté. » (adoption avant crise, 31 ans, Urbain)

Pour l'heure, une préférence qui va au paiement à l'unité

Interrogés sur les modalités d'achats de concerts en *livestream*, les participants plébiscitent le **paiement à la demande**

- Pour l'heure, les *interviewés* expriment une **nette préférence pour le paiement de concert en *livestream* à l'unité**. Une pratique qui n'est pas encore suffisamment installée (ne sait pas à quoi s'attendre, options de visionnage diverses et limitées, catalogue restreint) pour qu'ils s'imaginent souscrire un abonnement.
- Toutefois **un principe d'abonnement** qui, dans le cadre d'une offre de *livestream* structurée et développée, peut être **intéressant**. Des participants qui sont déjà abonnés à de nombreuses plateformes de *streaming* (Spotify/Deezer, Netflix) et qui, de fait, souhaiteraient que le « catalogue *livestream* » puisse s'y ajouter (vs. un abonnement en plus).

« L'idéal serait que le contenu soit proposé individuellement et qu'on paye la vidéo. » (adoption avec la crise, 24 ans, Urbain)

« Netflix, par exemple le concert de PNL, ils l'ont enregistré donc on peut le regarder. Amazon en ce moment ils rachètent tout. Et puis pourquoi pas les plateformes musicales qui n'ont pas l'habitude de diffuser du contenu en vidéo, genre Spotify ou Deezer. Si une rubrique *livestream* se crée, ça pourrait être très intéressant. » (Livestreamer potentiel, 20 ans, Rural)

« Éventuellement, mais je suis déjà abonné à beaucoup de plateformes. Si vraiment on propose quelque chose d'intéressant, pourquoi pas. » (adoption avant crise, 31 ans, Urbain)

« Que les plateformes que j'utilise déjà pour les abonnements de musique proposent cette possibilité, même si ce n'est pas forcément le contenu qui me plairait au premier abord (...) c'est vraiment pour voir ce que ça vaut, la qualité et je garde si ça me plaît. Ce serait vraiment une expérimentation pour voir si le contenu me plaît (...) Si ça passe sur Apple music, ils proposeraient très certainement de revoir le montant de l'abonnement et ce serait une sorte d'extension. On rajouterait trois ou quatre euros par mois pour avoir accès à 50 concerts. » (adoption avec la crise, 24 ans, Urbain)

Bilan

- Une pratique du *livestream* pour laquelle la propension à payer apparaît moindre que pour un concert *in situ*. Une posture qui s'explique notamment par la présence de nombreux concerts qualitatifs disponibles gratuitement en ligne en différé mais aussi par le fait que l'expérience vécue à date dans le *livestream* apparaît moins stimulante émotionnellement que celle des concerts *in situ*. Un prix qui doit donc traduire ce juste milieu...
- ...mais qui doit aussi prendre en compte la notoriété de l'artiste / la qualité du « show » proposé. Comme pour un concert en salle, un calcul rationnel est opéré afin d'estimer le montant que le spectateur est prêt à payer compte tenu de la prestation à laquelle il peut s'attendre.
- Une question du prix qui apparaît assez déterminante aussi bien pour faire découvrir le *livestream*, que pour fidéliser ses utilisateurs :
 - des tarifs unitaires très réduits (voire gratuits) qui permettront d'attirer des *livestreamers* potentiels ou débutants, de « leur mettre le pied à l'étrier du *livestream* » et potentiellement de leur donner envie d'en consommer davantage ;
 - ou, si le catalogue de concerts *livestream* le permet, la mise en place d'abonnements « tests » pourrait également permettre de faire découvrir / de développer la consommation de *livestream*.

« Je ne sais pas. À la fois j'aime bien regarder en replay sans payer et à la fois quand je paye j'aime bien quand même être plongée dans l'ambiance et être proche physique de l'artiste. » (adoption avec la crise, 40 ans, Urbain)

III- LA PRATIQUE DU *LIVESTREAM* À L'AVENIR




LES ATTENTES COMMUNES POUR L'AVENIR

Une consommation future de *livestream* conditionnée au fait de vivre une expérience unique

Interrogés sur les modalités qui leur donneraient envie de **consommer / consommer davantage de *livestream* à l'avenir**, les participants ont mis en avant plusieurs attentes :

- **une qualité et des options visuelles uniques** : avoir plusieurs caméras disponibles, pouvoir en changer pour accéder à différents points de vue (la scène, le public, l'artiste, les musiciens, les éléments de décor, etc.), des concerts filmés dans des endroits insolites/exceptionnels... ;
- **un contenu exclusif** : pouvoir accéder aux coulisses, pouvoir suivre l'artiste et l'organisation du concert en dehors du moment du *show* (avant et après), avoir accès à une *interview* de l'artiste, de ses *guest-star*... ;
- **des interactions privilégiées** avec l'artiste, les intermittents ou encore les fans, par l'intermédiaire d'un *chat* et d'autres outils *online* (par exemple : sondage du public pour choisir la prochaine chanson, tirage au sort de X personnes qui auront droit à une dédicace, etc.) ;
- **un son sur-mesure** : pouvoir réguler la place donnée au public dans l'audio (fonction *mute*), le régler selon ses préférences (instruments préférés, uniquement la voix de l'artiste, etc.) ;
- à la marge, du **merchandising plus facilement accessible** : pas besoin de faire la queue à la fin du spectacle.

 Pour plusieurs participants, un caractère unique et immersif qui pourrait également venir du recours aux techniques de réalité virtuelle. Un intérêt pour les concerts dans le métavers qui n'a pas été relevé dans notre étude. Le souhait premier restant de retrouver une certaine « authenticité ».

Une expérience proposée qui doit être qualitative et différente (du concert *in situ* et du différé)

Une consommation future de *livestream* conditionnée au fait de vivre une expérience unique- *Verbatims*

« Les coulisses, on n'a pas la possibilité, forcément, de le faire dans un vrai concert donc ça pourrait être intéressant. Souvent l'artiste est en train de chanter et d'un coup il part et on ne comprend pas trop. Là on pourrait voir ce qu'il fait hors scène et ça peut apporter une nouveauté et un avantage contrairement aux concerts physiques. » (Livestreamer potentiel, 17 ans, Rural)

« Le merchandising, c'est très intéressant d'y avoir accès directement. Différents angles de caméra, je trouve ça aussi plutôt sympa. Pour revenir à la musique classique, si vous avez envie de voir plutôt une partie de l'orchestre que l'autre par exemple. Et puis aussi un angle de vue sur la foule pour voir l'ampleur du concert. » (Livestreamer potentiel, 20 ans, Rural)

« Le plus intéressant ce serait cet aspect contact avec l'artiste, un zoom, un chat. C'est ce qui pourrait faire en sorte que l'expérience soit vraiment la plus profitable possible. C'est ce qui ajouterait le plus de valeur à l'expérience. » (adoption avec la crise, 19 ans, Urbain)

« Que les caméras suivent les artistes avant, pendant la préparation. En gros que le concert commence une heure avant et se termine un peu après. Que ça puisse suivre les artistes jusque dans les loges, quelques minutes encore après. » (adoption avant crise, 52 ans, Urbain)

« J'avais regardé les live de M, il récupérait les commentaires des gens et il faisait de la musique par rapport aux commentaires. Il y avait un côté interactif hyper impressionnant. » (adoption avant crise, 31 ans, Urbain)

« Les contenus détaillés, les coulisses, les interviews avec l'artiste, mais aussi tous ceux qui travaillent autour, les maquilleurs, etc. C'est ça qui fait la différence pour moi. C'est qu'il n'y a pas que l'artiste, il y a tous les corps de métier autour. On n'aura pas ça en physique, on va voir juste le concert. C'est ça qui fait que je vais payer. » (adoption avec la crise, 44 ans, Rural)

« Je pense qu'on peut le faire dans le monde entier, dans des endroits assez insolites. Changer les lieux où les concerts vont se dérouler. Oui puisqu'il y a eu de la recherche, de la créativité. Ils vont se démarquer et c'est cet intérêt-là que je rechercherai. Pour ça je payerai oui. » (adoption avec la crise, 44 ans, Rural)

« J'ai vu qu'ils avaient fait un concert en hologramme une fois pour un artiste qui était mort. Je me dis que c'est ça le futur, la réalité augmentée, ce type de technique, je pense que ça peut être intéressant. J'imagine que, dans son écran on a, si on veut, de la réalité augmentée et limite vous avez votre artiste en hologramme dans votre salon, comme s'il était devant vous. » (adoption avec la crise, 40 ans, Urbain)

Des utilisateurs qui souhaitent modérément personnaliser leur pratique du *livestream*

Des options dont l'activation devra être laissée au choix du spectateur

- Si de **nombreuses options sont attendues** dans la pratique du *livestream*, leur activation doit rester à la discrétion du spectateur.
- En effet, plusieurs utilisateurs ne sont pas certains d'avoir **toujours envie** (selon l'humeur, selon le genre musical, selon l'artiste, etc.) de recourir à ces options (notamment le *zoom* caméra et le *chat*). Ils souhaitent donc pouvoir **activer uniquement les options qui les intéressent et quand ça les intéresse**.
- En filigrane, l'attente est avant tout de **se voir proposer des options adaptées à la nature du concert / du genre musical écouté** (une possibilité de *zoom* sur le public qui apparaît moins intéressante pour un opéra que pour un concert de rock par exemple).
 - ➔ **Des options qui augmentent la propension à payer.**
 - ➔ **Quid de proposer des tarifs différenciés selon les options activables disponibles et/ou activées ?**

« Je ne regarde pas un concert pour manipuler des boutons, je regarde, j'ai besoin d'être hypnotisé par ce qui se passe. Je n'ai pas besoin d'être interactif. J'y vais pour en prendre plein la vue et pas pour mettre mon grain de sel. Moins il y a de fonctionnalités et plus c'est pris en charge par la régie technique, plus ça me conviendra. » (adoption avant crise, 52 ans, Urbain)

« Dans l'idée oui c'est intéressant le côté interactif. De choisir soi-même l'angle qu'on prend. Après, quand c'est bien filmé, je fais assez confiance aux réalisateurs, notamment pour les live que je vous ai montrés ou ARTE concert, c'est comme quand on voit un film, on fait confiance au réalisateur pour montrer les meilleurs plans. » (adoption avant crise, 31 ans, Urbain)

« Non je n'ai pas envie d'avoir ce genre de fonctionnalités. Je ne suis pas là pour calculer, je suis là pour vivre en immersion. Je n'ai pas envie d'avancer, de reculer. Je préfère que les choses soient diffusées telles qu'elles le sont en présentiel. » (adoption avec la crise, 24 ans, Urbain)

Plus particulièrement pour les utilisateurs potentiels

Une consommation de *livestream* à l'avenir qui sera dépendante de plusieurs facteurs



Pour donner envie aux utilisateurs potentiels d'essayer la pratique du *livestream* il semble important, dans un premier temps, de lever les freins plus particulièrement identifiés pour cette cible (slide 54) ce qui doit passer par le fait de :

- leur **faire parvenir de l'information sur la tenue de concerts en *livestream*** et notamment sur les concerts qui peuvent exister dans leur style musical de prédilection (rock, rap, musique classique...);
- leur **faire expérimenter le *livestream*** afin de mettre fin à certains préjugés (ce n'est pas un concert version « bas de gamme », c'est différent du différé, il existe des concerts gratuits ou à faible coût...);
- **mettre en avant le fait que les concerts en *livestream* sont une pratique complémentaire aux concerts en physique** et qu'il permet de vivre une expérience différente en proposant d'autres fonctionnalités : accéder aux coulisses, interagir avec l'artiste grâce à un chat, personnaliser son expérience via le contrôle des caméras et du son...;
- **rassurer sur la qualité sonore de ces concerts**, même lorsque l'équipement d'écoute possédé n'est pas dernier cri (ce qui est notamment le cas pour nos deux utilisateurs potentiels les plus jeunes).

III- LA PRATIQUE DU *LIVESTREAM* À L'AVENIR



DES ATTENTES ET EXIGENCES QUI VARIENT SELON QUATRE GRANDS PROFILS (ACTUELS ET POTENTIELS) DE *LIVESTREAMERS*

Une diversité d'attentes et d'exigences en matière de *livestream*

Les entretiens menés ont permis d'identifier **quatre profils de *livestreamers*** (actuels et potentiels). Des profils déterminés en fonction du rapport qu'ils entretiennent avec la musique et plus particulièrement de ce qu'ils recherchent lorsqu'ils assistent à un concert *in situ*. Des éléments qui influencent grandement leurs attentes et exigences en matière de *livestream*.

LES « INTIMISTES »

Le profil majoritaire dans
notre étude

LES « SPECTATEURS »

LES « DÉNICHEURS »

LES « SELECTIFS »

Le profil minoritaire dans
notre étude

LES « INTIMISTES » : LA RECHERCHE, AVANT TOUT, D'UNE PROXIMITÉ AVEC L'ARTISTE

5 personnes dans cette étude : 3 « **adoption avec la crise** » âgées de 19 ans, 22 ans et 61 ans, 1 « **adoption avant crise** » âgée de 27 ans et 1 **livestreamer potentielle** âgée de 17 ans

Leur profil : des femmes de tous âges, de toutes zones géographiques (IDF, Province/ rural et urbain) qui **RECHERCHENT AVANT TOUT L'ÉMOTION ET LA PROXIMITÉ AVEC UN ARTISTE**

« J'aime beaucoup les concerts dans les petites salles. Il y a beaucoup plus d'intimité, on se sent beaucoup plus proche de l'artiste. » (adoption avec la crise, 19 ans, Urbain)

Leur rapport à la musique :

- Très généralistes, elles écoutent une diversité de genres musicaux (rap, pop, rock, variété française actuelle et passée, etc.) mais **ont tendance à avoir un genre musical de prédilection et un ou plusieurs artistes coup de cœur qu'elles suivent assidument notamment sur les réseaux sociaux.**
- La musique, est une échappatoire, **un moment à elles**. Elles sont très attachées **au sens des paroles et/ou aux rythmes qui doivent leur procurer des émotions**. Elles privilégient souvent une écoute **individuelle**.
- Si leur source d'écoute est très majoritairement numérique, il leur arrive **d'acheter les CD de leurs artistes préférés** (en signe de soutien et/ou en souvenir).
- Lorsqu'elles assistent à un **concert, elles recherchent avant tout une connexion avec l'artiste**. Elles aiment et attendent de **partager un moment commun et privilégié** avec lui : pouvoir l'observer, chanter avec lui, l'attendre à la sortie pour échanger etc. De fait, une préférence qui va plutôt **aux concerts dans des petites salles et/ou aux événements avec une ambiance intimiste**.
- Elles sont particulièrement **tournées vers l'image** : un vrai plaisir à **regarder chanter les artistes qu'elles aiment**. Ce sont de **grosses consommatrices de différé** qu'elles visionnent principalement pour voir ce que donne un artiste « en vrai » mais aussi pour regarder les prestations de leurs artistes favoris.

LES « INTIMISTES » : LA RECHERCHE, AVANT TOUT, D'UNE PROXIMITÉ AVEC L'ARTISTE

En matière de *livestream*

- **Toutes ont l'habitude de regarder des contenus gratuits sur les réseaux sociaux** (contenus publiés par les artistes, les fans ou sur des plateformes de *streaming*).
- **Trois participantes ont consommé des contenus payants** ; Gims sur *Bandsintown* et Lenparrot sur Instagram et une autre via son abonnement payant à Canal + (concerts de Jane Birkin, Eddy de Pretto et Benjamin Biolay).
- **La seule personne qui n'a jamais pratiqué le *livestream*** (autre que des extraits de concerts en direct sur les réseaux sociaux) l'explique par une **méconnaissance**. Mais elle juge la pratique « très intéressante » et aimerait essayer pour « découvrir » autrement ses artistes préférés (notamment ceux qu'elle n'a pas pu encore voir en concert).

Expérience du *livestream*

Une expérience à part entière qu'elles apprécient grandement :

- une forte **valorisation du côté « sans public » et à domicile** : plus de confort et de sérénité (meilleure visibilité et qualité sonore) ;
- un sentiment de **grande liberté** (pour danser, chanter), un moment à soi ;
- un **moment dédié**, voire ritualisé (mise sur son 31 pour une participante, invitation de proches, etc.) ;
- une émotion vive liée au fait de **partager un même moment, en direct avec l'artiste** ;
- une **plus grande facilité à suivre ses artistes préférés malgré l'éloignement géographique** (pouvoir assister à plus de concerts).

Toutefois, une relation à l'artiste qu'elles souhaiteraient encore plus forte. Elles regrettent notamment de :

- ne pas pouvoir **interagir** (plus longuement) **avec l'artiste** à la fin du concert (dédicace, photo) ;
- ne pas être **suffisamment reconnues en tant que spectatrices**, visibles en tant que fan (déficit de reconnaissance du statut de *livestreamer*).

La **livestreameuse potentielle se projette très positivement dans la pratique du *livestream*** : meilleure visibilité, plus de confort, possibilité de régler l'image et le son selon ses envies, vivre l'instant comme on l'entend...

Principales caractéristiques
du *livestream* valorisées



DIRECT



CONFORT



ACCESSIBILITÉ

LES « INTIMISTES » : LA RECHERCHE, AVANT TOUT, D'UNE PROXIMITÉ AVEC L'ARTISTE

A l'avenir

- Des profils qui continueront de pratiquer le *livestream* et qui pourront en consommer davantage **si les artistes qu'elles aiment le proposent.**
- Elles attendent que le *livestream* leur permette de **vivre un moment davantage privilégié** avec l'artiste :
 - le **suivre tout au long du concert** : de sa préparation (quelques minutes avant de monter sur scène) à son *show* puis à sa sortie de scène ;
 - **pouvoir interagir avec lui.**
- Elles expriment également le souhait **d'être davantage reconnues en tant que public « livestreamer »** : que l'artiste ait un mot pour elles, que le public puisse influencer le déroulé du concert (ex : choisir la chanson par un vote) ou encore le tirage au sort des spectateurs virtuels qui auront une dédicace. Des éléments qui permettraient également de renforcer l'émotion liée au partage d'un moment en **direct avec l'artiste.**
- Des attentes qui expliquent leur fort attrait pour **l'immersion virtuelle** (casque de réalité augmentée).
- En l'état, un profil **prêt à payer** pour des concerts en *livestream* à un prix moindre qu'un concert *in situ*. Mais à l'avenir, un prix qui peut être plus conséquent s'il est possible d'interagir plus amplement avec l'artiste.

Principales caractéristiques du
livestream à développer davantage



INTERACTIVITE



DIRECT

LES « INTIMISTES » : EN VERBATIMS

« Savoir s'ils vont bien, s'ils ont arrêté leur carrière, s'ils ont eu des enfants. J'aime bien connaître leur histoire aussi. Savoir d'où viennent leurs musiques. S'ils ont fait des paroles juste comme ça ou s'il y a une histoire derrière. » (adoption avant crise, 27 ans, Rural)

« C'est un espace où on peut un peu ressentir de tout. Elle peut accompagner toutes les émotions qu'on a. C'est vraiment un espace de soulagement et d'accompagnement. Que ce soit dans les instruments ou les paroles. » (Livestreamer potentiel, 17 ans, Rural)

« Mon premier concert c'était dans un Zénith et maintenant c'est typiquement le genre de concert que je n'aime pas. Je n'aime pas les trop grandes salles, j'aime bien quand c'est un peu intime. Je devais avoir quatorze ans quand j'ai fait mon premier concert et j'y allais vraiment pour voir les artistes en tant que grosse fan, c'est ça que j'ai apprécié et j'apprécie toujours de me dire que l'artiste est vraiment face à moi et qu'il est vivant. » (adoption avec la crise, 22 ans, Rural)

« Comme c'est quand même un concert, le découvrir calmement en regardant la vidéo. Après parfois j'ai envie de danser. Pendant le confinement il y avait des danseurs qui avaient organisé une sorte de festival où, sur un compte Instagram, toute la journée, il y avait des directs avec des cours de danse. » (Livestreamer potentiel, 17 ans, Rural)

« Le seul truc qui est dommage c'est que ce n'est pas pareil qu'un concert. On ne peut pas les voir à la fin. On ne peut pas ressentir la même émotion qu'en vrai. On sait que l'artiste ne sera pas réellement en face de nous. On ne pourra pas avoir de dédicace ou aller le voir dans les coulisses. » (adoption avant crise, 27 ans, Rural)

« On n'a pas trop chaud. On est bien chez soi, on peut mettre l'ambiance qu'on veut. On voit bien le concert. Parfois quand on est dans la salle on ne voit rien. Le son est différent, mais il peut être mieux. » (adoption avec la crise, 22 ans, Rural)

« C'est vrai que les live dont je parlais c'était sur Instagram, l'artiste est vraiment face à son téléphone donc il voit les messages. Je ne sais pas du tout comment se passent les concerts de livestream, mais je trouve ça assez important d'avoir aussi l'interaction avec l'artiste. » (Livestreamer potentiel, 17 ans, Rural)

« Après des concerts, peut-être un peu moins en fonction de la charge de travail. Là j'ai l'impression que quand on est adolescent on a vraiment cette image de modèle, de star, d'idole qu'on veut à tout prix aller voir. Si j'ai beaucoup de travail, je pense que je pourrais m'inscrire sur des plateformes de livestream. » (Livestreamer potentiel, 17 ans, Rural)

LES « SPECTATEURS » : LA RECHERCHE, AVANT TOUT, D'UNE AMBIANCE

3 personnes dans cette étude : 2 « adoption avec la crise » âgées de 24 et 40 ans et 1 **livestreamer potentiel** âgé de 20 ans

Leur profil : des (jeunes) actifs, avec des moyens financiers limités, qui **RECHERCHENT AVANT TOUT DES AMBIANCES ET DES ATMOSPHÈRES POUR LES SORTIR DE LEUR QUOTIDIEN ET/OU PARTAGER DES MOMENTS DE CONVIVIALITÉ**

« Par rapport au chanteur, aucune volonté de proximité. Moi c'était vraiment l'ambiance, y aller avec des amis, danser, rencontrer des gens, ce côté festif. » (adoption avec la crise, 24 ans, Urbain)

Leur rapport à la musique :

- Ils écoutent beaucoup de **variété française actuelle** (Angèle, Pomme, Soprano, Imen Es...) ainsi qu'une grande diversité de **genres musicaux** (pop, rap, électro, techno, musique classique...). Ils **suivent les tendances et les artistes du moment sur les réseaux sociaux** (flux d'actualités et abonnements aux comptes d'artistes et de fans).
- La musique est un moyen de décompresser, de **créer une ambiance** qui les accompagne au gré de leurs humeurs. Une écoute **qu'ils aiment partager et qui est donc souvent collective**.
- Leur **source d'écoute est très majoritairement numérique, en streaming**. Le plus souvent sur une plateforme à laquelle ils sont abonnés (Spotify, Deezer, Apple Music) et sur les réseaux sociaux.
- **En matière de spectacle et de concert**, ils **aiment et recherchent avant tout une ambiance** ce qu'ils attribuent **au « show » proposé par l'artiste** (décors, danse, jeux de scènes, appel à participation du public, etc.), et à l'atmosphère **au sein du public** (danse, chant, etc.). **Ils valorisent donc particulièrement** les prestations où ils vont **pouvoir s'imprégner d'une atmosphère**, « en prendre plein la vue et les oreilles » et où ils vont entrer en communion/en « transe » avec le public.
- Ils ont l'habitude **de consommer du différé pour regarder des (extraits de) concerts passés et (re)trouver des ambiances uniques mais aussi en fond sonore**.

LES « SPECTATEURS » : LA RECHERCHE, AVANT TOUT, D'UNE AMBIANCE

En matière de livestream

- Ils sont habitués à **regarder (par hasard) des formats (courts) gratuits via les réseaux sociaux** : extraits de concerts d'artistes qu'ils aiment mais pas que (concert d'Hatik sur Twitch ou de Travis Scott sur Fortnite).
- Toutes ont **consommé un concert en livestream pour la première fois pendant le confinement** : concert payant de Matt Pokora sur Inlive Stream, concert gratuit de Sébastien Tellier lors du Arte Concert Festival de 2020.
- Pour **notre livestreamer potentiel**, un non recours qui vient : d'un **manque d'information** sur les concerts en *livestream* disponibles, de la **certitude de ne pas retrouver l'ambiance du direct** qu'il aime tant notamment pour les **genres musicaux qu'ils affectionnent (rap et électro)**, de **difficultés à se projeter assis plus d'1h** à regarder un concert (ce qu'il ne fait déjà pas en différé).

Expérience du livestream

- Une expérience qui s'est très majoritairement **avérée positive, des livestreameuses qui ont réussi « à se mettre dans l'ambiance » grâce à :**
 - **l'absence de problème de connexion** (une crainte forte chez la *livstreameuse* la plus âgée) ;
 - une très **bonne captation visuelle** (plans divers et nets sur l'artiste, les instruments, le public) et sonore ;
 - la **présence d'un public** (visible) ;
 - la présence d'éléments ancrant le concert dans le « **direct** » : temps de flottement entre deux chansons, temps de préparation du chanteur, etc.
- Pour autant, pour ces profils « spectateurs », **une capacité d'immersion qui n'est pas totale.**
 - Avec notamment pour la prestation sur Arte concert, un visionnage très qualitatif mais qui se rapprochait plus de celui d'un documentaire que d'un concert.
- Au-delà, une participante regrette le **catalogue très limité de concerts disponibles en livestream** (aucun de ses artistes coup de cœur n'en proposant).

Principales caractéristiques
du *livestream* valorisées



DIRECT



QUALITÉ

LES « SPECTATEURS » : LA RECHERCHE, AVANT TOUT, D'UNE AMBIANCE

Principales caractéristiques du
livestream à développer davantage



ACCESSIBILITÉ



QUALITÉ

A l'avenir

- Tous peuvent envisager le *livestream* de façon ponctuelle, et plus particulièrement pour :
 - participer à distance à des grandes scènes/des **concerts à l'international et/ou suivre des évènements exceptionnels** qu'ils ne peuvent pas se payer (Coachella festival, BurningMan, Wonderland Festival, etc.) ;
 - et/ou auxquels **ils ne souhaitent pas participer physiquement** (une personne de 40 ans se sentant trop « vieille » par exemple) ;
 - assister au concert de l'un de leur artiste coup de cœur pour lequel ils ne sont pas disponibles.
- Pour cela, **plusieurs conditions de visionnage sont attendues** :
 - une grande qualité de **captation visuelle et sonore** ;
 - des *livestream* de concerts **avec public** ;
 - renforcer les **capacités d'immersion** dans la foule avec la **réalité virtuelle** et/ou en mettant en place des « **livestream zones** » (lieu de visionnage d'un concert en *livestream* où des fans pourraient y assister ensemble), *chat* pour interagir avec le public ;
 - un catalogue de concerts disponibles étayé.
- Ils pourraient **payer ponctuellement pour assister à ce genre d'évènements, notamment s'ils sont proposés par des sources « fiables »** (plateformes de *livestream* musical reconnues) leur garantissant de fait une grande qualité de captation visuelle et sonore.

LES « SPECTATEURS » : EN VERBATIMS

« Sur mes derniers concerts, comme c'est de la musique électronique, il y a vraiment une ambiance particulière. Sachant que ce n'est que du son et qu'il n'y a pas de parole, c'est vraiment une ambiance particulière et donc là on voit qu'il y a une vraie proximité avec le public parce que le DJ danse autant que nous. Dans un concert de rap c'est un peu différent parce qu'il récite son texte, il bouge, mais il y a quand même une énorme proximité et je dirais que la proximité dépend aussi du public. » (Livestreamer potentiel, 20 ans, Rural)

« L'ambiance, le fait de ne pas être sur place, je pense qu'on danse quand même moins quand on est devant son ordi. » (Livestreamer potentiel, 20 ans, Rural)

« Ce qui m'a inquiété un peu c'était au niveau de la connexion parce que c'est important qu'il y ait un bon débit et pas de coupure. C'était quand même quelque chose d'assez nouveau. Les artistes ont essayé de s'adapter donc je me demandais si ça allait suivre au niveau technique. Et puis un peu de questions de savoir si on allait quand même prendre du plaisir à regarder malgré le fait qu'on soit dans mon salon. » (adoption avec la crise, 40 ans, Urbain)

« Si je dois payer un concert virtuel., c'est vraiment plus une grande scène qui m'attire, qu'une petite salle (...) Coachella et il y en a un autre, Wonder quelque chose, apparemment les décors sont fabuleux. Sur une grande télé, ça doit super bien passer. » (adoption avec la crise, 40 ans, Urbain)

« Vu qu'on a un écran, on a l'impression que c'est un peu moins fou. Il y a moins d'ambiance quand même. (...) On n'est pas dans la salle. On ne ressent pas les mêmes choses. Pour le concert de M Pokora il y avait un peu de public, mais dans certains concerts il n'y a pas de public, ce n'est pas pareil. » (adoption avec la crise, 40 ans, Urbain)

« Je veux ressentir les mêmes sensations qu'en physique, mais avec une qualité d'image optimale, avec une proximité dans le cadre. On ressent un peu ce manque d'humanité dans les concerts en live, le public est absent, on ne voit pas le cadre et c'est tout noir, donc ça fait un peu tristounet. Maintenant qu'on est sortis du confinement, mieux vaut voir un peu l'ambiance et qu'on s'ambiance nous aussi derrière. » (adoption avec la crise, 24 ans, Urbain)

« Si je regarde un concert, c'est pour voir aussi la proximité avec le public, voir comment les gens sont en train d'apprécier le moment et voir un peu l'ambiance, est-ce qu'il y a le feu ou pas. Clairement il y a une énorme différence. Je vois encore moins d'intérêt à regarder un concert où il n'y a pas de public. Si je regarde un concert, la partie « public », inconsciemment, je regarde pour ça. » (Livestreamer potentiel, 20 ans, Rural)

LES « DÉNICHEURS » : LA RECHERCHE, AVANT TOUT, DE « PÉPITES »

3 personnes dans cette étude : 2 « adoption avant crise » âgés de 31 et 52 ans et 1 « adoption avec la crise » âgé de 44 ans

Leur profil : des adultes passionnés de musique, urbains et ruraux, souvent musiciens et avec un **métier ou des connaissances qui se rapprochent de l'univers des médias**, de la culture et de la musique. Ils sont **très actifs et impliqués dans les événements autour de chez eux** (organisation de concerts en appartements, participation à l'organisation de festivals, etc.).

« La musique est centrale pour moi. Ça a toujours été important. Depuis très jeune j'ai toujours écouté beaucoup de musique, je faisais des compilations. On me dénomme « digger », c'est-à-dire explorateur, collectionneur. Je n'ai pas énormément de disques chez moi, j'ai une centaine de vinyles. Moi c'est plutôt en ligne, j'ai des playlists qui font mille morceaux. Il y a un côté un peu collectionneur aguerri. J'ai aussi fait des émissions sur la musique à la radio en tant que bénévole, sur radio campus. » (adoption avant crise, 31 ans, Urbain)

Leur rapport à la musique :

- Ils ont des goûts très **éclectiques, s'intéressent à plusieurs genres** (rock, pop, électro, jazz, musique classique,...) et ont une **forte culture musicale**. Ils aiment avant tout **découvrir des artistes / genres musicaux peu connus et sortant des « standards d'écoute habituels »**.
- Ils **se renseignent beaucoup sur l'univers de la musique**, par la consultation de **sites spécialisés et souvent alternatifs** (Sourdoreille, Le Cargo !, etc.) et les sites de festivals afin de découvrir de nouveaux artistes. Ils s'informent également sur les réseaux sociaux et **sur le terrain** à travers leurs connaissances (associations, organisateurs de concerts/festival, labels etc.).
- Ils sont passés sur des **formats numériques payants** (Spotify, Deezer, Apple Music) pour des raisons de praticité et **multiplient les sources d'écoute** (Mixcloud, SoundCloud, YouTube) afin de satisfaire leur besoin de découverte, mais ils ont toujours un **fort attachement aux supports d'écoute physiques**. Ils se disent **engagés** et **cherchent à éviter de rentrer dans les « rouages des maisons de disques »**, ils aimeraient le plus possible soutenir directement leurs artistes (par exemple achat sur Bandcamp).
- Les concerts en physique sont **une expérience qu'ils affectionnent particulièrement** : aussi bien pour l'ambiance, que pour la performance artistique et la qualité sonore et visuelle. Ils aiment voir ce qui se passe dans les **coulisses** et discuter avec le personnel qui travaille à la mise en place des concerts. Ils **consomment beaucoup de concerts** (au moins une fois par mois), de toute taille, de tous styles, de toute ambiance, dans des petites villes comme dans des grandes, en France et à l'étranger.
- Accordant **une grande importance à l'image**, ils ont **beaucoup consommé de différés gratuits** pendant le confinement sur les chaînes YouTube de médias alternatifs (Blogothèque) mais aussi sur Arte Concert **afin de pallier un manque de concerts**.

LES « DÉNICHEURS » : LA RECHERCHE, AVANT TOUT, DE « PÉPITES »

En matière de *livestream*

- Ils **ont profité du *livestream* gratuit pour découvrir (encore) de nouveaux genres musicaux** (opéra par exemple) ou écouter des artistes peu connus (Troy Von Balthazar, Joseph Arthur, etc.) notamment sur Arte Concert et YouTube.
- Pendant le confinement **ils ont occasionnellement payé** pour assister à un concert en *livestream* : concert de Philippe Katerine et de Prudence sur Instagram, Festival des Vieilles Charrues, spectacle de danse à l'Opéra de Paris.

Expérience du *livestream*

- Une expérience du *livestream* satisfaisante :
 - des participants qui ont pu profiter de l'évènement ; ont **ressenti des émotions positives** ;
 - de **belles surprises concernant la qualité de la prestation** (sonore et visuelle) et notamment des jeux de caméra salués, une bonne visibilité sur toute la salle et sur les mimiques de l'artiste ;
 - des **lieux de concerts atypiques qui offrent cette dimension surprenante qu'ils aiment tant**.
- Mais une expérience qui, à leur goût, **reste trop différente** de celle des concerts *in situ* : une ambiance et une émotion beaucoup moins intenses.
- De plus ces *interviewés* souhaitent adopter **une posture assez distanciée à l'égard du *livestream*** : la crainte que cette pratique ne vienne remplacer les concerts en salle.

Principale caractéristique
du *livestream* valorisée



QUALITÉ

LES « DÉNICHEURS » : LA RECHERCHE, AVANT TOUT, DE « PÉPITES »

Principales caractéristiques du
livestream à développer davantage



ACCESSIBILITÉ



QUALITÉ

A l'avenir

- Ils insistent sur le fait que le *livestream* **ne peut pas et ne doit pas remplacer les concerts en présentiel**. De fait, ils se disent prêts à regarder des prestations en *livestream* si l'artiste **ne propose que ce format** pour son concert (pas le sentiment de « vider les salles »),
- Ou si **l'artiste qu'ils affectionnent** (et qu'ils savent à l'aise financièrement) se produit dans un lieu où ils ne peuvent pas se rendre,
- Et/ou si **les conditions de visionnage sont meilleures à domicile qu'en salle de concert** :
 - meilleure qualité visuelle et sonore ;
 - accès à des captations uniques et inhabituelles (pouvoir changer de caméra, zoomer) ;
 - ligne éditoriale travaillée : suivre la mise en place du concert du début à la fin, en plus de l'artiste suivre toutes les équipes qui travaillent sur l'évènement, retrouver des biographies d'artistes...
- Enfin, une pratique du *livestream* qui peut être envisagée pour **s'initier à certains genres musicaux jugés plus élitistes/codés**, difficilement accessibles (opéra, jazz...).
- L'attente de trouver **une diversité d'artistes de toutes notoriétés**.
- Une possibilité de paiement conditionnée au fait que la grande majorité de **l'argent payé soit bien reversé à l'artiste** (attente de garanties) mais aussi au fait de vivre une expérience unique et différente des concerts *in situ*.

LES « DÉNICHEURS » EN VERBATIMS

« J'aime bien les artistes méconnus. Tous les professionnels de l'ombre qui travaillent beaucoup pour faire des festivals, mais dont on ne parle pas. » (adoption avec la crise, 44 ans, Rural)

« J'ai aussi besoin de nouveauté, je ne peux pas rester connecté sans découvrir de nouveaux artistes. » (adoption avant crise, 52 ans, Urbain)

« La passion pour tel artiste, le style, l'originalité de la musique. Si je trouve qu'il y a quelque chose de nouveau qui est proposé par rapport au paysage culturel dans lequel on évolue. S'il y a un côté un peu précurseur. Aussi l'ambiance qu'il peut y avoir pendant le concert. Notamment pour l'électro ou le rap, si je sais qu'il va y avoir une grosse ambiance. » (adoption avant crise, 31 ans, Urbain)

« J'aime connaître leur profession, leur technicité, leur différence d'adaptation entre le concert en France et dans le désert ou ailleurs. Comment ils s'adaptent. J'aime bien. Je trouve que c'est important de mettre en valeur ces professionnels qu'on a tendance à oublier. » (adoption avec la crise, 44 ans, Rural)

« La musique live, c'est sentir l'énergie qui passe quand on voit des gens jouer ou pratiquer leurs instruments en direct. Une espèce de fragilité qu'il peut y avoir avec le live où ça peut aussi mal se passer. Surtout quand ce sont des artistes qu'on apprécie particulièrement ou qu'on a beaucoup écouté, il y a un aspect très satisfaisant de les voir en direct. En Angleterre, dans les concerts de jazz, les gens chantent, ils crient, il y a un côté très festif et participatif qu'on ne retrouve pas en France. Il y a clairement une vibe anglaise qui se dégage, les gens sont dans le partage. Un côté communion. Vous pouvez aller discuter, prendre un verre, échanger avec les artistes que vous avez vus en concert donc c'est une proximité physique. » (adoption avant crise, 31 ans, Urbain)

« Ça fait très longtemps que j'en regarde pour l'aspect un peu didactique. Regarder des DJ qui mixent, s'inspirer un peu d'eux. Parfois on mettait aussi des boiler room en soirée, en fond, sur une télé avec des enceintes et ça fait comme si le DJ était chez vous. Après les livestream vraiment live, j'ai déjà regardé des boiler room en live, sinon plutôt avec ARTE concert. Et le Cercle aussi. » (adoption avant crise, 31 ans, Urbain)

« C'est le traitement de l'image. Souvent les concerts sont très immersifs, c'est vraiment bien filmé. Le son est bon. Et puis il y a les petits plus quand vous allez avoir un concert et en même temps avoir le off et un tour dans les coulisses, une proximité avec l'artiste ou une interview. Et puis c'est le traitement des couleurs, le traitement du son, les mouvements de caméra. C'est vraiment un travail soigné. » (adoption avant crise, 52 ans, Urbain)

« On a gagné le confort du canapé. Et puis de pouvoir manger en même temps, prendre l'apéro. D'être en pyjama. Je préfère quand même le voir en vrai, mais en termes de réalisation, quand c'est bien filmé, on voit plus de choses en livestream ou en replay que si on est perché tout au fond de l'opéra en ayant pris les places les plus chères. Surtout pour la danse où on va voir des plans serrés, rapprochés, qu'on ne verra pas sinon. » (adoption avant crise, 31 ans, Urbain)

« Il y a un gros effort qui est fait sur la réalisation en général. Avoir un setup un peu cool, des lumières, des bonnes caméras. Ce n'est pas juste quelqu'un qui se filme dans sa chambre. Un livestream il y a un côté captation encore plus poussée. » (adoption avant crise, 31 ans, Urbain)

LES « SÉLECTIFS » : LA RECHERCHE, AVANT TOUT, D'UNE QUALITÉ SONORE

1 personne dans cette étude : 1 livestreamer potentiel âgé de 62 ans. Un profil unique mais qu'il nous semble intéressant de mettre en avant

Son profil : un retraité, à l'aise financièrement qui **CHERCHE AVANT TOUT LA QUALITÉ D'ÉCOUTE LA PLUS PURE QU'IL SOIT**

« J'ai l'habitude du spectacle vivant. Je suis aussi un gros consommateur de concerts symphoniques de musique de chambre ou d'opéra. J'ai la chance d'habiter une ville avec une salle de concert de très belle qualité en termes d'acoustique et de programmation. Donc j'ai besoin d'un niveau minimum de qualité visuelle et auditive. » (Livestreamer potentiel, 62 ans, Urbain)

Son rapport à la musique :

- La musique est une **passion**. Il a un style de **prédilection** (la musique classique) qu'il explore en **profondeur** et au-delà duquel il ne s'aventure pas.
- Il suit l'actualité musicale en ligne sur des **sites dédiés** (ResMusica), des **abonnements à des revues spécialisées** (Diapason) et un **abonnement à une chaîne de TV payante** (Mezzo). Il est **suréquipé** avec presque un support d'écoute dans chaque pièce.
- C'est un **inconditionnel** qui n'hésite pas à **investir son temps et son argent** pour soutenir les artistes qu'il affectionne (CD, DVD, concerts).
- Il est **très attentif à la qualité d'écoute qu'il souhaite optimale** : choix d'un matériel haut de gamme à domicile et écoute en ligne sur une plateforme d'écoute premium (Qobuz) en plus de plateformes plus « classiques » (Amazon Music et Deezer).
- Il se rend à de très nombreuses représentations dans lesquelles il recherche avant tout **une esthétique sonore** (et visuelle dans une moindre mesure). Il apprécie la **communion au sein du public**, qu'il décrit de façon très solennelle. Il **valorise les formats exclusifs** (avant-premières) et aime profiter d'un statut de « privilégié » qui lui est notamment conféré aussi par son statut de mécène de l'opéra de sa ville de résidence.
- Il regarde, **en différé, des concerts et/ou extraits de spectacles principalement sur YouTube** (en suivant des artistes et radios de musique classique qu'il affectionne).

LES « SÉLECTIFS » : LA RECHERCHE, AVANT TOUT, D'UNE QUALITÉ SONORE

En matière de *livestream*

- Il **a expérimenté le *livestream* une seule fois lors du confinement** : un opéra de Cavalli, pour lequel il avait acheté une place en physique et qui a finalement été diffusé en direct en ligne en raison du confinement. C'était sa première et seule expérience de *livestream* (n'avait jamais rien vu avant même gratuitement).

Expérience du *livestream*

- Une **expérience jugée plutôt positive** (« **a bien fait l'affaire** ») : qualité visuelle et sentiment du direct bien retransmis donnant de la puissance à l'instant visionné.
- **Mais une expérience vécue comme « moins satisfaisante » qu'un spectacle *in situ*** : moindre intensité émotionnelle, pas de « communion » avec le reste du public et une qualité sonore, même avec un équipement de pointe, qui reste bien moindre.

Principale caractéristique
du *livestream* valorisée



LES « SÉLECTIFS » : LA RECHERCHE, AVANT TOUT, D'UNE QUALITÉ SONORE

A l'avenir

De toutes les personnes rencontrées, elle est celle qui **semble la moins à même de retenter l'expérience du *livestream***.

- Une pratique qui ne l'a **pas suffisamment séduit pour lui donner envie d'en consommer de manière différente de celle du différé**. Ainsi, il affirme ne pas être prêt « *à torturer son agenda* » pour assister à un concert en ligne.
- Il pourrait envisager de **retenter l'expérience si un artiste qu'il affectionne particulièrement ne propose que ce format** (mais s'il sait que le concert sera par la suite disponible en différé, il favorisera ce mode de visionnage).
- De plus, il exprime le **besoin d'être rassuré sur le haut niveau de qualité de captation** ; les *livestream* pour l'attirer doivent lui être proposés par un cadre de production institutionnel (une salle d'opéra par exemple).

- Des contenus pour lesquels il serait prêt à payer (s'ils lui permettent de profiter des artistes qu'il affectionne et lui proposent une grande qualité de captation)

Principales caractéristiques du *livestream* à développer davantage



ACCESSIBILITÉ



QUALITÉ

LES « SÉLECTIFS » : EN VERBATIMS

« Je vois le streaming un peu comme une extension. J'ai une énorme discothèque qui comporte environ huit mille CD. En vidéothèque j'ai environ quatre cents productions d'opéras en DVD ou Blu-ray. Et j'ai une quarantaine de productions de ballets. Un peu de jazz et deux ou trois concerts plus modernes. » (Livestreamer potentiel, 62 ans, Urbain)

« J'ai une grosse télé. Sous la télévision, une chaîne hifi qui comprend un lecteur Blu-ray, un streamer, une platine disque et un lecteur laser disque, car j'ai encore de grands disques format 33 tours. Un streamer, c'est un lecteur réseau. C'est une source de son qui est intégrée à la chaîne et qui permet de suivre soit un abonnement Deezer ou Qobuz, on a les deux dans le foyer, avec une qualité technique nettement supérieure puisque c'est la chaîne qui prend le relai avec les amplis et les enceintes de la chaîne. J'ai un matériel haute résolution. » (Livestreamer potentiel, 62 ans, Urbain)

« Il y a un moment que j'adore dans les spectacles c'est lorsqu'il y a eu un très beau concert, qu'il n'y a pas d'applaudissement tout de suite et qu'on sent la salle atterrir avant de commencer à applaudir. On le retrouve de temps en temps dans certaines vidéos. Il y a une ambiance, on sent de temps en temps une salle qui écoute plus particulièrement. Si, pendant trois minutes, on entend aucun bruit autre que l'artiste, il y a une expérience un peu plus privilégiée que le simple disque. » (Livestreamer potentiel, 62 ans, Urbain)

« Je suis mécène donc je vais sur le site de l'opéra Dijon et il y a les annonces d'ouverture des saisons, etc. Les mécènes ont le privilège de pouvoir, avant tout le monde, réserver leurs places. On a huit ou dix jours d'ouverture de places. On a une réunion pour les mécènes après laquelle nous est remis le programme, on a l'information et on peut choisir les programmes avant tout le monde. » (Livestreamer potentiel, 62 ans, Urbain)

« J'ai trouvé que c'était une excellente idée. C'est assez intéressant. Je trouve que le live a quand même une qualité, l'impression qu'il n'y a pas de filet de sécurité, on a vraiment le son tel qu'il est produit, il n'y a pas de trucage technique, vocaux, instrumentaux. Donc on a vraiment la qualité des artistes, chanteurs, musiciens. On est sûr qu'il n'y a pas de bidouillage. » (Livestreamer potentiel, 62 ans, Urbain)

« Il y a une certaine religiosité. On est là ensemble pour communier dans un même esprit et pour entendre certaines choses. C'est quelque chose qu'on n'aura jamais avec une visio. Vous êtes dans votre appartement, vous avez les bruits de canalisation du voisin, le chien qui aboie à côté, etc. » « Je suis prêt à torturer un peu mon emploi du temps pour aller à un spectacle parce qu'il y a plein de composantes, mais chez moi j'ai beaucoup plus de mal à me dire qu'il faut que je sois devant ma télévision à une heure particulière. Ça reste chez moi, c'est ma télévision, il y a d'autres choses, je ne suis pas forcément tout seul. » (Livestreamer potentiel, 62 ans, Urbain)

« Si je vais voir un jeune artiste à l'opéra de Dijon, je sais que le fait qu'il soit dans une production de l'opéra de Dijon, il y a un niveau de qualité minimum requis. Donc je suis tranquille là-dessus. Ce n'est pas parce que quelqu'un a pu se faire filmer et se diffuser sur une chaîne YouTube privée que ça va m'intéresser. Il y a une organisation du spectacle aussi. Il y a des gens qui prennent des risques, qui embauchent, qui choisissent des artistes, qui prennent des productions et, en tant que public on fait confiance à ces organisateurs de spectacle, c'est un métier. Le problème du truc par internet c'est que tout n'est pas intéressant. Ce n'est pas parce que quelqu'un a envie de se filmer que ça mérite forcément d'être vu par les autres. » (Livestreamer potentiel, 62 ans, Urbain)

En résumé

LES « INTIMISTES »

- ils recherchent de l'émotion et une proximité avec l'artiste ;
- ils envisagent le *livestream* principalement pour assister aux concerts de leurs artistes préférés s'ils ne sont pas disponibles et/ou pour les suivre encore davantage ;
- dans le *livestream* ils attendent avant tout de pouvoir interagir davantage avec leurs artistes préférés.

LES « SPECTATEURS »

- ils recherchent une ambiance / une atmosphère, sentir qu'ils appartiennent à un tout ;
- ils envisagent le *livestream* principalement pour assister à des concerts événements / grands spectacles auxquels ils ne peuvent pas se rendre ;
- dans le *livestream* ils attendent avant tout de pouvoir s'immerger dans l'ambiance du lieu (captation visuelle et sonore, présence du public).

LES « DÉNICHEURS »

- ils cherchent à faire des découvertes musicales : ils veulent être surpris ;
- ils souhaitent également soutenir les artistes qu'ils affectionnent (notamment les moins connus) ;
- ils envisagent le *livestream* si les artistes qu'ils suivent ne proposent que ce format et/ou si les qualités de visionnage sont meilleures et/ou pour découvrir de nouveaux artistes / genres musicaux ;
- dans le *livestream* ils attendent avant tout que les artistes soient bien rémunérés et une bonne qualité visuelle et sonore.

LES « SELECTIFS »

(un cas)

- il recherche une qualité sonore optimale, être transi par le son de la musique ;
- il envisage plus difficilement le *livestream* mais pourra en consommer si les artistes qu'il aime ne proposent que ce format ;
- s'il est disponible au moment où un *livestream* commence, il pourrait aussi l'envisager pour découvrir de nouveaux artistes.

Des profils qui sont des grandes catégories dessinées selon le rapport que les individus entretiennent avec la musique et ce qu'ils en attendent en premier lieu. Mais des attentes secondaires qui permettent d'envisager une certaine porosité entre ces catégories et qui permettent notamment de rapprocher les profils « intimistes » et « spectateurs » d'un côté, et les profils « dénicheurs » et « sélectifs » de l'autre.

Plus particulièrement pour les utilisateurs potentiels

Sur les trois utilisateurs potentiels rencontrés, différents niveaux d'appétence à l'égard du *livestream* à l'avenir



Pour le profil **INTIMISTE**, un vrai intérêt pour la consommation de concerts en *livestream* dans la mesure où elle lui permettra de :

- **découvrir ses artistes favoris autrement**, de partager un moment dédié avec eux, voire même d'échanger ;
- passer un **moment plus « confortable »** (meilleure visibilité, meilleure assise...) et plus « **personnel** » (régler l'image et le son selon ses envies, vivre l'instant comme elle l'entend...).

Pour le profil **SPECTATEUR**, un intérêt conditionné à plusieurs éléments. Un besoin de réassurance sur le fait que :

- le concert en *livestream* est une **expérience à part entière**, qui va-au-delà du fait « d'être assis dans son canapé pendant 1h30 en regardant un écran », que c'est aussi un moment qui se vit, dont il se dégage aussi une **atmosphère particulière**, et que cette pratique permet d'expérimenter le temps du concert encore différemment ;
- qu'il s'agit de **performances avec une très bonne captation visuelle et sonore** favorisant l'immersion.

Pour le profil **SELECTIF**, un intérêt pour les concerts en *livestream* qui apparaît très limité et qu'il semble difficile de susciter.

- un utilisateur potentiel qui, estime que son style de prédilection (la musique classique) est avant **tout fait pour être écouté** (le reste étant peu déterminant) et que cette qualité de son ne peut être retrouvée qu'en **salle**, même lorsque l'équipement d'écoute à domicile est de grande qualité ;
- un recours au *livestream* qui, s'il a lieu, le sera **par défaut** (un artiste qui se produit à l'étranger et une incapacité à y aller, ou un concert non disponible par la suite en différé.)

CONCLUSION

Conclusion (1/6)

- L'ensemble des personnes rencontrées dans cette étude témoignent d'un **attachement fort à la pratique d'écoute musicale**.
- Une écoute quasi **quotidienne** qui est de plus en plus **nomade** (aussi bien à l'extérieur qu'au sein du domicile) et de plus en plus **numérique**. La majorité des participants a souscrit à un abonnement payant à une plateforme de *streaming* musical.
- **L'image** occupe également une place de plus en plus importante dans la pratique d'écoute. Avec plus particulièrement une pratique du **différé** (notamment sur YouTube) qui est toujours plus **ancrée dans le quotidien** des personnes rencontrées que ce soit pour visionner des extraits de concerts, des clips musicaux ou pour pré-tester un artiste avant de décider ou non d'aller le voir en concert.
 - Le différé est fortement valorisé pour la **souplesse et liberté de visionnage** qu'il offre ainsi que pour la **richesse de son catalogue** : « *avec le replay il est presque possible de trouver tout ce qu'on veut, de le regarder quand on veut, comme on veut, autant de fois qu'on le veut* ».
- Bien que les pratiques soient de plus en plus numériques, les **concerts en salle restent un moment privilégié et à part entière**, très fortement valorisé par les personnes rencontrées. Un moment exceptionnel et jugé unique du fait de plusieurs de ses caractéristiques : **la rencontre avec l'artiste, l'appartenance à un public, l'expérimentation d'une performance qui stimule tous les sens, le caractère unique de chaque concert**.
- La dimension exceptionnelle des concerts en salle vient également de leur **prix**. Un prix du billet et/ou du déplacement qui ne permet pas d'en consommer aussi souvent que souhaité. Aussi, les participants témoignent devoir faire des choix et procéder à un **calcul « coût-affinité »** : une disposition à payer qui croît avec l'affection portée à l'artiste.

Conclusion (2/6)

- Dans les pratiques, le *livestream* occupe une place encore assez minoritaire même dans les pratiques des profils *d'adoption avant crise*. Plusieurs éléments peuvent l'expliquer :
 - une **définition du *livestream* qui apparaît peu évidente**. Un terme qui en soi « parle peu » aux personnes rencontrées. Des interrogations sur l'appartenance ou non du différé à cette pratique et sur son caractère automatiquement payant (ce qui peut tenir à distance notamment les publics les plus jeunes encore étudiants) ;
 - une **diversité de formats et de contenus plus ou moins qualitatifs** qui entrent dans la définition du *livestream* (directs proposés par les artistes, par les fans, par des chaînes et émissions de TV gratuites et payantes, des plateformes comme Twitch et Fortnite ou par des plateformes de *streaming* dédiées) et qui empêchent de clarifier ce qu'il recouvre ;
 - la **méconnaissance de plateformes dédiées** au *livestream* musical : des personnes qui ne savent pas où se rendre pour visionner des concerts en *livestream* ;
 - de **réelles difficultés à savoir quand un concert *livestream* va avoir lieu** : très (trop) souvent une information à laquelle ils accèdent « par hasard », au détour de la consultation de leurs réseaux sociaux. Une faible quantité et connaissance de sites internet qui, comme Bandsintown, répertorient de nombreux concerts en *livestream* à venir ;
 - une **pratique du *livestream* qui n'est pas encore ancrée dans le quotidien de nos interviewés**. En effet, sa pratique est fortement assimilée aux **périodes de confinement**, si bien que, dans un contexte déconfiné, les participants n'ont pas le réflexe (et pas toujours l'envie) de consommer du *livestream* et auront tendance à lui privilégier les concerts *in situ* ou en différé ;
 - plus globalement, le sentiment qu'il s'agit d'une **pratique nouvelle et en construction** encore trop limitée (catalogue et options) pour créer des réflexes ;
 - enfin, les participants tendent à **comparer** (majoritairement) la pratique du *livestream* **aux concerts *in situ***. Si bien que, sur de nombreux points, ils dévaluent cette pratique (rencontre avec l'artiste, expérience du public, stimulation de tous les sens.).
- Autant d'éléments qui expliquent que certains de nos *interviewés* n'aient pas encore essayé le *livestream* et ne semblent pas « sur le papier » spécialement « tentés » par l'expérience.

Conclusion (3/6)

- Pour autant, la pratique du *livestream* (notamment sur des plateformes de *streaming* dédiées) s'avère **satisfaisante** pour la majorité des personnes qui l'ont essayée :
 - par rapport à un concert *in situ* : les participants apprécient finalement la qualité du son et de l'image, le sentiment d'immersion permis grâce au jeu des caméras, la possibilité (parfois) d'interagir avec l'artiste et la grande accessibilité que ce format offre (pas besoin de se déplacer, coût du billet moindre voire nul etc.) ;
 - par rapport au différé : les participants valorisent notamment le fait de profiter d'un moment en direct et en commun avec l'artiste et les fans et de pouvoir interagir avec ces derniers. Un sentiment de proximité beaucoup plus fort ;
 - et des avantages propres au *livestream* : les *interviewés* mettent notamment en avant la possibilité de regarder le concert confortablement installé chez soi, de gagner du temps (pas besoin de se rendre dans une salle de concert et revenir, de faire la queue etc.), de bénéficier d'une très bonne visibilité de l'ensemble du concert, de choisir de profiter de ce moment seul ou avec ses proches et enfin, dans certains cas, de bénéficier d'options inédites (commenter le concert, échanger avec l'artiste à la fin par exemple).
- Toutefois, certains éléments restent **moins satisfaisants** :
 - par rapport au concert *in situ* : la relation avec l'artiste reste moins forte car non humanisée, l'exaltation liée à l'appartenance à un public ne pourra pas être retrouvée, la stimulation de l'ensemble des sens sera moindre ;
 - par rapport au différé : la contrainte de devoir « prendre rendez-vous avec son canapé » semble particulièrement importante, notamment dans un contexte déconfiné où les personnes rencontrées ont exprimé une envie forte de revivre des expériences en dehors de chez elles (mais l'effet « déconfinement » va certainement s'estomper avec le temps) ;
 - par rapport à la pratique même du *livestream* : la qualité de l'expérience semble dépendante de **l'équipement personnel** (l'expérience sera plus agréable avec un grand écran et un système son de qualité) et de la fiabilité de la **connexion internet**. De plus, le **catalogue de concerts disponibles** en *livestream* est jugé insuffisamment riche pour satisfaire les goûts de tous. Enfin, les **options proposées** semblent encore insuffisantes pour que le *livestream* se démarque (nettement du différé et du concert *in situ*) et propose une expérience unique même s'il en a tout le potentiel.

Conclusion (4/6)

- Si bien, qu'à date, la pratique du *livestream* est **principalement pratiquée et envisagée** :
 - pour regarder un concert qui serait trop **onéreux** s'il était en salle (prix du billet et/ou du déplacement) ;
 - pour regarder un concert **inaccessible** (plus de places disponibles à la vente en salle et/ou concert à l'autre bout du monde et/ou peur de la foule et/ou difficultés physiques à se déplacer etc.) ;
 - pour regarder le concert d'un **artiste coup de cœur qui ne propose que ce format** ;
 - pour **découvrir un artiste, un style de musique méconnu**, si le prix pratiqué est faible.
- Une consommation de *livestream* qui pour croître (en dehors de tout contexte sanitaire) doit proposer **une expérience unique** qui ne se compare à aucune autre.
- Un caractère unique qui repose notamment sur les **options** proposées. Or les options attendues diffèrent selon le rapport que les personnes entretiennent avec la musique et, dans une certaine mesure, selon le genre musical qu'elles affectionnent.

Conclusion (5/6)

- Aussi, selon leur rapport entretenu avec la musique quatre profils d'utilisateurs ont pu être identifiés, aux attentes différentes en matière de *livestream* :
 - **pour les « intimistes »** qui recherchent avant tout une certaine **proximité avec l'artiste**, le *livestream* doit pour les séduire leur proposer de **vivre un moment privilégié avec leur artiste** (pouvoir le suivre avant, pendant et après le concert et pouvoir interagir avec lui), ils souhaitent également être davantage **reconnus en tant que membre d'un public virtuel** (bénéficier « d'avantages » et d'options propres à ce « statut ») ;
 - **pour les « spectateurs »** qui recherchent avant tout une **ambiance / une immersion dans une atmosphère particulière**, le *livestream* sera plus largement pratiqué s'il leur permet d'expérimenter, grâce à une grande qualité de son et d'image, des performances exceptionnelles aussi bien en termes de musique que de décors (gros festival de musique, concert à l'international). Ainsi, ils attendent de pouvoir **personnaliser** ce qu'ils voient (et dans une certaine mesure ce qu'ils entendent). De plus, ils plébiscitent les concerts en *livestream avec public*, un public qui doit être visible et entendu ;
 - **pour les « dénicheurs »** qui cherchent avant tout à **découvrir des artistes, genres et prestations musicales inhabituelles**/sortant de l'ordinaire, la pratique du *livestream* est avant tout conditionnée au fait qu'elle ne fasse pas concurrence aux concerts *in situ*. Ils pourraient s'y adonner si le *livestream* leur permet de découvrir des artistes et genres musicaux nouveaux : ce qui implique notamment que **l'offre de concerts en livestream soit riche et diversifiée** et que la **qualité de captation** soit au rendez-vous ;
 - **les « sélectifs »**, qui sont avant tout à la recherche d'une **très grande qualité sonore** (avec comme style de prédilection dans notre étude la musique classique), sont ceux qui semblent les moins attirés par la pratique du *livestream* ; ils ne l'envisagent que très rarement si un artiste qu'ils affectionnent particulièrement ne propose que ce format. Quoiqu'il en soit, le *livestream* devra leur offrir des garanties sur la qualité de la captation proposée (ce qui peut être assuré par le cadre de la production qui propose le *livestream*).

Conclusion (6/6)

- Enfin, la question du **prix** est et sera un enjeu conditionnant de la consommation future de *livestream*.
 - **Nombreux sont les participants qui n'envisagent pas de payer ou de payer plus pour un concert en *livestream*** que pour un concert *in situ* :
 - une faible propension à payer qui vient d'une part du format **numérique**. Les participants (surtout les plus jeunes), en dehors de leur abonnement à une plateforme de *streaming* musical, n'ont pas l'habitude de payer (notamment avec le différé et les réseaux sociaux) pour consommer des contenus musicaux en ligne ;
 - les **options et le catalogue** de concerts en *livestream* disponibles ne sont **pas suffisamment étoffés** pour justifier de payer / de payer plus que pour un concert en salle.
 - Mais **une propension à payer conditionnée à l'expérience qu'il est /sera possible de vivre avec le *livestream*** :
 - si le *livestream* permet de **vivre une expérience unique**, non comparable à celle du différé et des concerts *in situ*, payer (voire même payer autant que pour un concert physique) semble envisageable ;
 - pour l'instant, les participants préfèrent payer leur concert en *livestream* à l'unité. Mais la souscription à un abonnement peut être envisageable, notamment si cela s'intègre dans un abonnement qu'ils ont déjà (abonnement à Spotify ou Deezer par exemple).



Annexes

Profils des personnes interrogées (1/2)

	Profil	Age	Adresse	Situation professionnelle	Situation familiale	Abonnement musical	Combien au cours des 12 derniers mois	Sites utilisés	musiques aimées
1	<i>Livestreamer</i> Potentiel	62	Urbain Province	Retraité	En couple sans enfant	Qobuz	Entre 40 et 50 concerts des concerts de musique classique, opéra, jazz, danse	Arte Concert, You Tube, Culture Box, France Television, chaînes d'opéra,	Musique classique, Jazz, Musique contemporaine, Musique lyrique opéra, musique ancienne et baroque, musiques traditionnelles
2	adoption avec la crise	40	Urbain Province	Active	En couple sans enfant	Spotify	20 concerts Queen, Ed Sheraan, Adèle, Mat Copora, Pomme, Byoncé,	Facebook, Instagram, YouTube, via la Fnac, Twitch, Arte Concert, Culture Box	Pop, electro, variétés françaises et internationales
3	adoption avant crise	52	Urbain Province	Actif	Célibataire sans enfant	Deezer	20 par semaine Jean Louis Aubert, Metric, Joseph Arthur,	Facebook, Instagram, La Blogothèque, YouTube, Arte Concert,	Rock, musiques électroniques, Jazz et musiques improvisées,
4	adoption avant crise	31	Urbain IDF	Actif	En couple sans enfant	Apple Music	une vingtaine de concert Djrum, Lous Yakuza, Mansur Brown	YouTube, Facebook, Instagram, Twitch, Arte concert, Culture Box,	Musiques électroniques, Rock, hip hop, jazz, groove
5	adoption avec la crise	61	Urbain Province	Retraîtée	En couple sans enfant au foyer	***	plus de 10 concerts, Jane Birkin, Eddy de Pretto, Benjamin Biolay, Gim's, M. Pokora		Chanson et Variété
6	adoption avant crise	27	Rural Province	Active	En couple un enfant	Deezer	Entre 5 et 10 concerts, Gim's, Soprano, Le lac des signes, Vitaa et Slimane	Twitch, Bandsintown live, Facebook, Youtube et Intagram	Chanson et Variété

Profils des personnes interrogées (2/2)

	Profil	Age	Adresse	Situation professionnelle	Situation familiale	Abonnement musical	Combien au cours des 12 derniers mois	Sites utilisés	Musiques aimées
7	adoption avec la crise	44	Rural Province	Actif	En couple sans enfant	Deezer	20, Les vieilles charrues, festival du roi Arthur, Au bout du monde, Les francofolies de la Rochelle, festival de Belfort, Trio, Laurent Voulzy & Alain Souchon	Livestream, Arte, Culturebox, Musimag, znet.fr, OBS studio, Twitch, Youtube, Instagram, Recihall, Fortnite, QWest TV	Rock
8	adoption avec la crise	24	Urbain IDF	Actif	Célibataire sans enfant	Apple MUSIC	Plus de 20 concerts : M'Pokora / Imèn ES / Niho / Booba...	Oui : Apple Music, Facebook watch, Instagram, Youtube, Arte Concert, Fornite	Rap, Opéra, Musique classique, Hip Hop
9	adoption avec la crise	19	Urbain Province	Etudiante	Chez ses parents	***	2 concerts : PTS	Instagram et Twitch	POP coréen
10	<i>Livestreamer</i> potentiel	17	Rural Province	Etudiante	Chez ses parents	***	Plus de 10 : Rilès / Chilla / Yseult / Sally / Nuit de l'Erdre, Festival du Bout du Monde, Maxence, Bonnie Banane Sally Poupie	You Tube, Instagram	Pop, rap
11	<i>Livestreamer</i> potentiel	20	Rural Province	Etudiant	Chez ses parents	Spotify	Environ 6 concerts : Caballero & JeanJass / Alpha Wann / Lomepal / Possession / Nusky / PNL...	Netflix, YouTube, Spotify, Amazon Prime	Rap, rock, musique classique
12	adoption avec la crise	22 ans	Rural Province	Active	Chez ses parents	Spotify	Sami Fati / Lem Parrot / Fyrs / Zaho de Sagazan / Sarah Maison / Festival Les Escales	Netflix, Spotify, YouTube, Instagram, Culture Box, Arte Concert	Pop, électro

Étude commune



Centre
national de
la musique