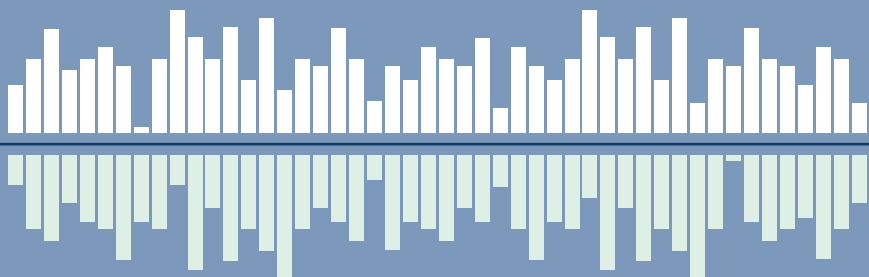


ENQUÊTE ENTREPRISES INNOVANTES DE LA MUSIQUE

OCTOBRE 2020



PANORAMA DES STARTUPS, ENTREPRISES
ET PRESTATAIRES FRANÇAIS DÉVELOPPANT
DES SOLUTIONS INNOVANTES POUR LA MUSIQUE



centre d'information et de ressources
pour les musiques actuelles



Depuis plusieurs années, l'IRMA référence, conseille et accompagne les entreprises qui développent des services innovants à destination des artistes, des professionnels de la musique et des publics.

Ces services touchent au *tracking*, au spectacle augmenté, à la recommandation, à la promotion, à la pratique instrumentale et à bien d'autres champs encore. Partout où l'innovation sociale et technologique s'insère, de nouveaux outils voient le jour et se perfectionnent. Parfois présentés comme des projets en devenir, il s'agit surtout de services déjà opérationnels et bien présents sur le marché du *music business*.

Pour affiner cette connaissance, l'IRMA a lancé en 2016 une première enquête auprès de 250 jeunes pousses françaises intervenant dans le domaine de la musique, puis en 2017 auprès de 334 startups identifiées dans le secteur. **En 2020, intégrant sans limite d'âge les entreprises et les prestataires innovants à son champ d'étude, cette enquête questionne l'activité de 553 structures.**

Cette enquête a pour objectif de produire un ensemble de données socio-économiques à même de décrire le fonctionnement de ces services innovants de la musique, et ainsi de valoriser cet écosystème auprès des professionnels, des organismes et des partenaires institutionnels.

Nous remercions les directions de ces entreprises d'avoir pris le temps de répondre à nos questions.

Le panel des 553 entreprises enquêtées a été constitué à partir du travail de veille, d'expertise et de référencement effectué au quotidien par les services de l'IRMA dans le cadre de l'entretien de sa base de données professionnelle et du suivi de l'actualité du secteur.

Les résultats de l'enquête ont été produits à partir des informations renseignées dans la base de données professionnelle de l'IRMA, complétées par l'envoi de deux questionnaires à l'attention des directions des entreprises du panel.

Les réponses au premier questionnaire ont été récoltées de février à mars 2020. Elles concernent la propriété, les activités et le financement des entreprises.

Suite à la crise provoquée par la pandémie de la Covid-19 à partir de mars 2020, un second questionnaire a été envoyé en septembre 2020 pour évaluer les premiers impacts de cette crise.

Les données de géolocalisation et d'activité principale représentent celles des 553 structures enquêtées (100 % du panel). Les autres données relatives à la propriété, aux activités et au financement sont issues du traitement des 210 réponses complètes au questionnaire, soit un taux de réponse de 38 % du panel. L'enquête additionnelle sur les premiers effets de la crise a été envoyée aux 210 structures enquêtées et s'appuie sur 143 réponses complètes, soit 68 % du panel.

MODIFICATION DU PÉRIMÈTRE ÉTUDIÉ :

Les précédentes enquêtes *Startups de la musique* s'arrêtaient à l'étude des «jeunes pousses» de moins de 9 ans d'âge et comptant moins de 50 salariés. La mutation du secteur étant toujours à l'œuvre et les entreprises ayant «grandi», cette nouvelle édition supprime ces limites et ouvre le champ d'observation aux entreprises et aux prestataires porteurs d'innovation.

En revanche, seules des entreprises à but lucratif sont présentes dans le panel.

L'ensemble des réponses a été anonymisé.

CHIFFRES CLÉS

553 ENTREPRISES INNOVANTES

553 startups, entreprises et prestataires français développent des solutions innovantes pour la musique.

210 ont répondu à cette enquête, soit **38 %** du panel.

91 % EN B2B

Un écosystème de prestataires : **44 %** des entreprises innovantes de la musique développent une offre **B2B**, **9 %** une offre **B2C**, et **48 %** une offre **B2B** et **B2C**.

60% DÉMARRENT AVEC MOINS DE 20 000 €

43 % des entreprises innovantes de la musique démarrent avec un capital inférieur à **10 K€**, et **17 %** avec moins de **20 K€**. Dans **94 %** des cas, ce capital initial est constitué avec les fonds personnels des fondateurs.

33% ONT LEVÉ DES FONDS

Depuis leur création, **33 %** des entreprises innovantes de la musique ont levé des fonds et ont bouclé en moyenne **2 levées de fonds depuis 2011**. Ces levées sont très majoritairement réalisées auprès de *business angels*.

MOINS DE 300 000 € DE CHIFFRE D'AFFAIRES POUR 61% D'ENTRE ELLES

En 2019, **29 %** des entreprises innovantes de la musique réalisaient plus de **1 M€** de chiffre d'affaires. **10 %** des startups avaient un résultat nul (0 € de CA). En moyenne, une jeune structure génère du chiffre d'affaires au bout de **1 an**.

CHIFFRES CLÉS

61 % ONT LA MUSIQUE COMME CŒUR DE MARCHÉ

35 % des entreprises innovantes de la musique ont la musique comme unique marché et **26 %** comme premier marché parmi d'autres.

1 994 EMPLOIS EN 2019

En décembre 2019, **1 994** personnes étaient **salariées** par les entreprises de l'échantillon, avec une médiane de **3 salariés** par structure. En moyenne, les femmes représentent **28 %** des effectifs d'une entreprise.

CRISE COVID-19

71% DES ENTREPRISES IMPACTÉES PAR LA CRISE

Depuis le début de la crise liée à la pandémie de la Covid-19, **71 %** des entreprises innovantes de la musique ont diminué, changé ou cessé leur activité.

62% SONT AIDÉES

62 % des entreprises innovantes de la musique ont eu recours à des mesures de soutien exceptionnel en 2020. La moitié d'entre elles a bénéficié du premier volet du Fonds national de solidarité et du dispositif d'activité partielle.

46% PRÉVOIENT D'EMBAUCHER EN 2021

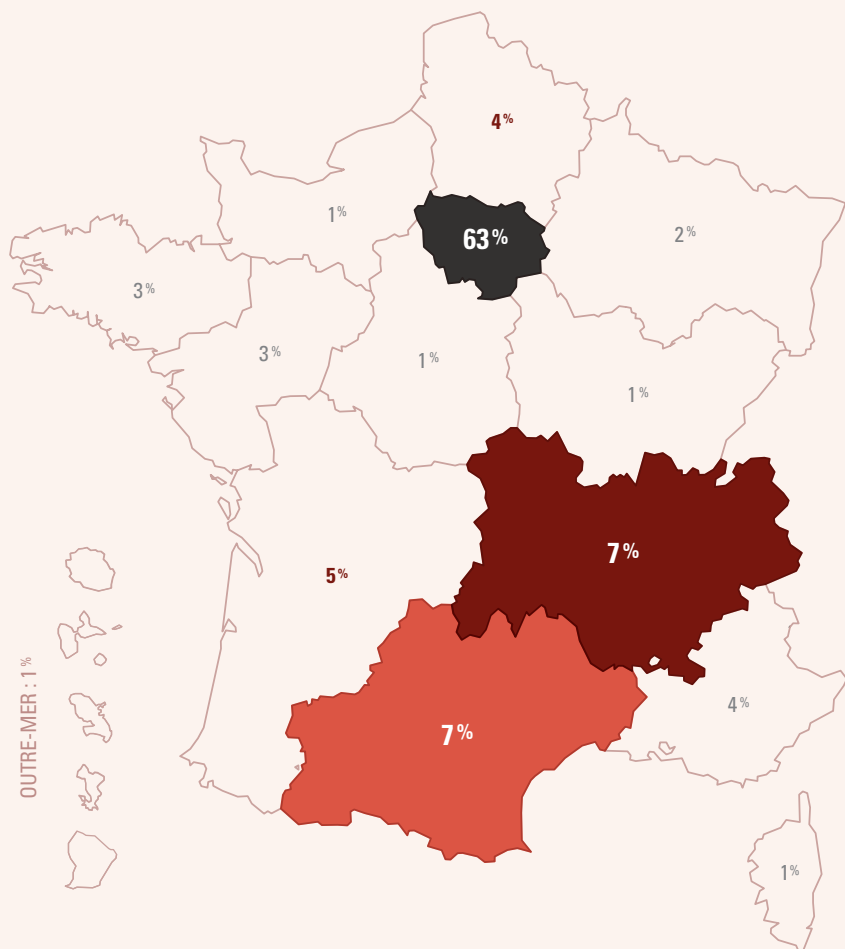
De mars à septembre 2020, **24 %** des entreprises innovantes de la musique ont des effectifs qui ont augmenté. **46 %** d'entre elles prévoient d'embaucher en 2021, avec une moyenne de 4 recrutements prévus par entreprise concernée.



ENTREPRISE

GÉOLOCALISATION

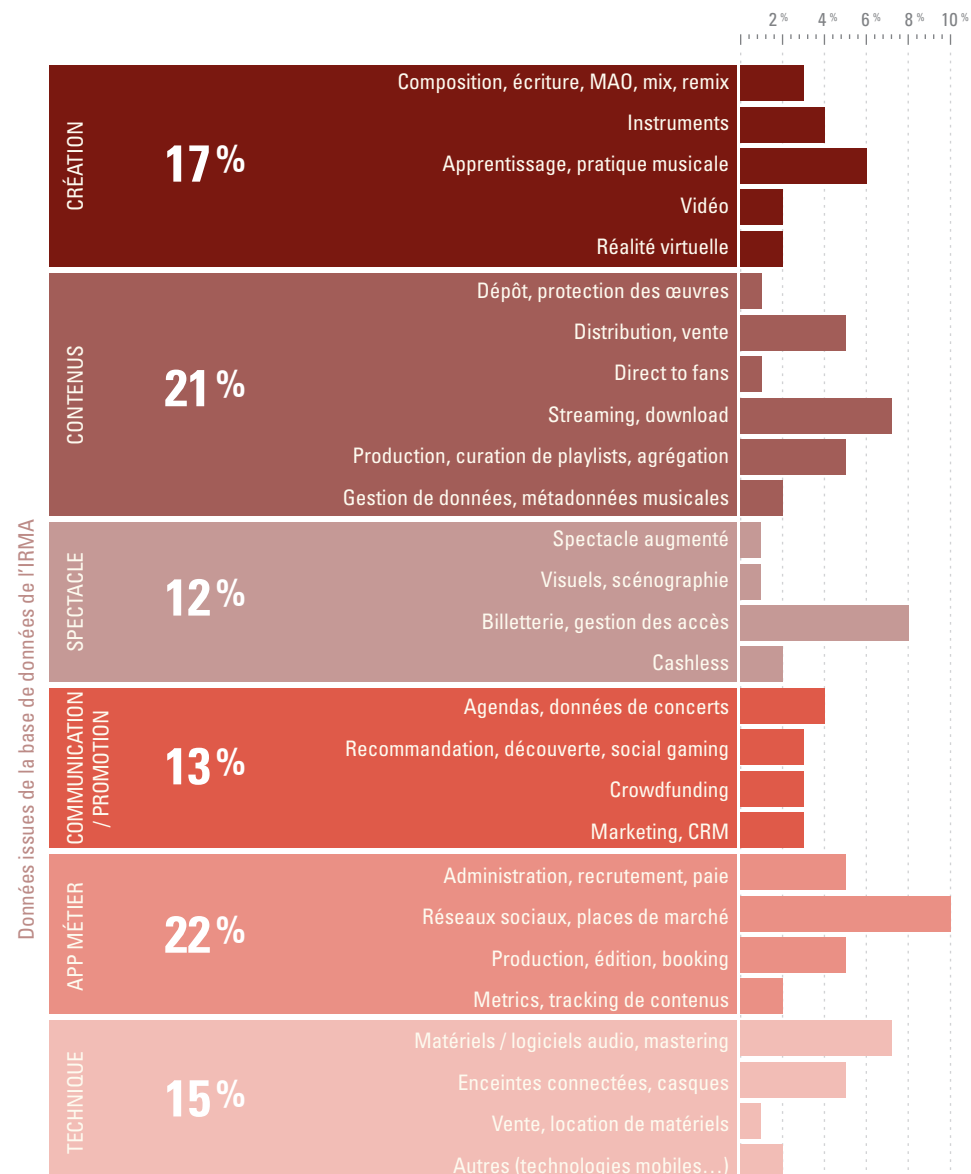
63% ont leur siège social en **Île-de-France**
7% ont leur siège social en **Auvergne – Rhône-Alpes**
7% ont leur siège social en **Occitanie**



Données issues de la base de données de l'IRMA

ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE

RÉPARTITION DE L'ACTIVITÉ PRINCIPALE DES ENTREPRISES PAR BRANCHE/SECTEUR

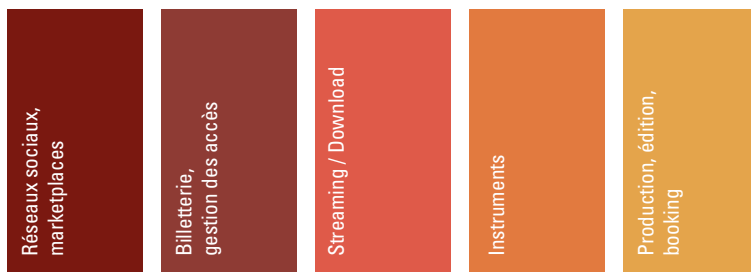


Données issues de la base de données de l'IRMA

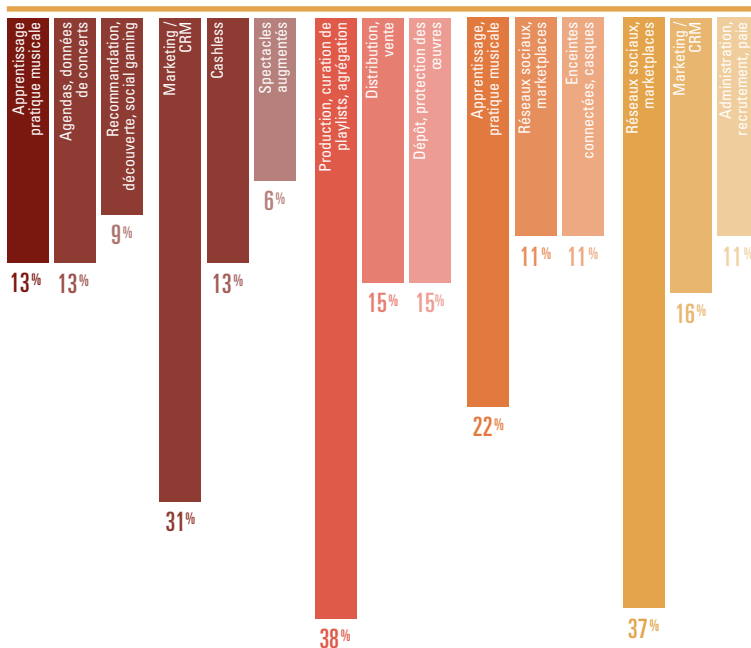
ACTIVITÉS SECONDAIRES

49% DES ENTREPRISES ONT DES ACTIVITÉS SECONDAIRES

5 EXEMPLES : CELLES DONT L'ACTIVITÉ PRINCIPALE EST...



... ONT ÉGALEMENT COMME ACTIVITÉ SECONDAIRE



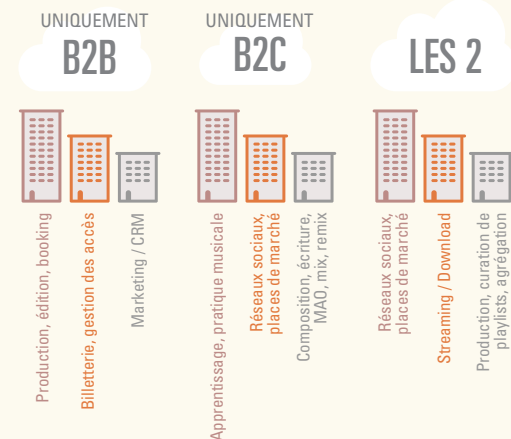
OFFRE DE SERVICES / PRODUITS

TYPE DE L'OFFRE

91% des entreprises développent une offre

B2B
en direction de clients développant eux-mêmes une offre B2B dans **58%** des cas

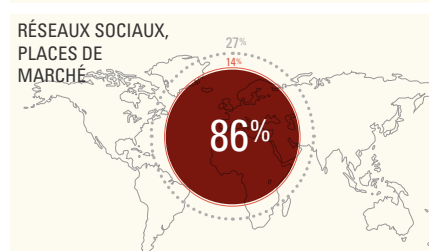
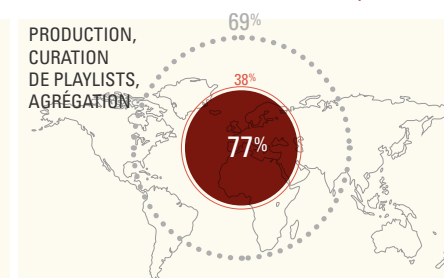
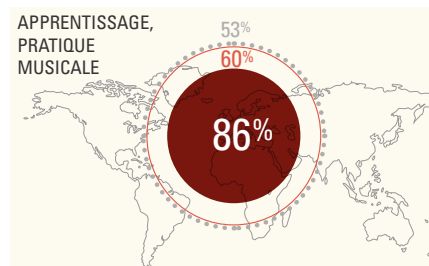
LES PRINCIPAUX SECTEURS D'ACTIVITÉ DÉVELOPPANT UNE OFFRE :



LE RAYONNEMENT SELON LE SECTEUR D'ACTIVITÉ PRINCIPALE : 4 exemples

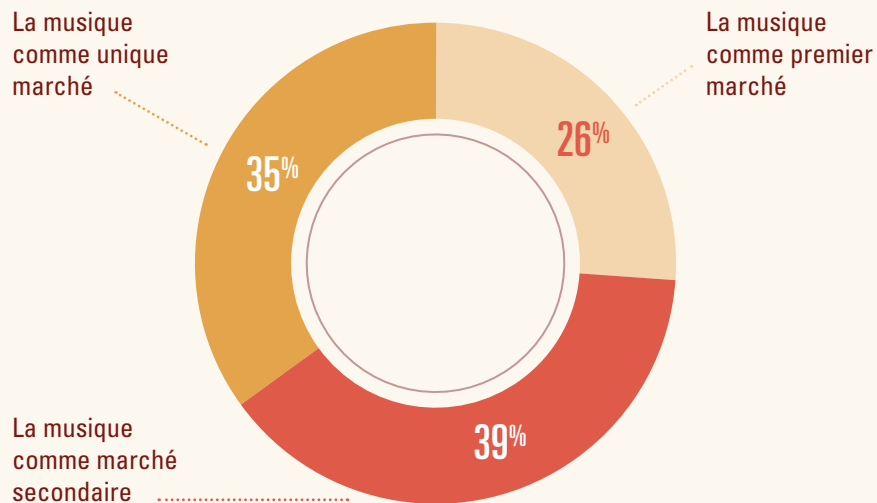
L'OFFRE EN FONCTION DU SECTEUR D'ACTIVITÉ :

● MONDE
○ EUROPE
● FRANCE

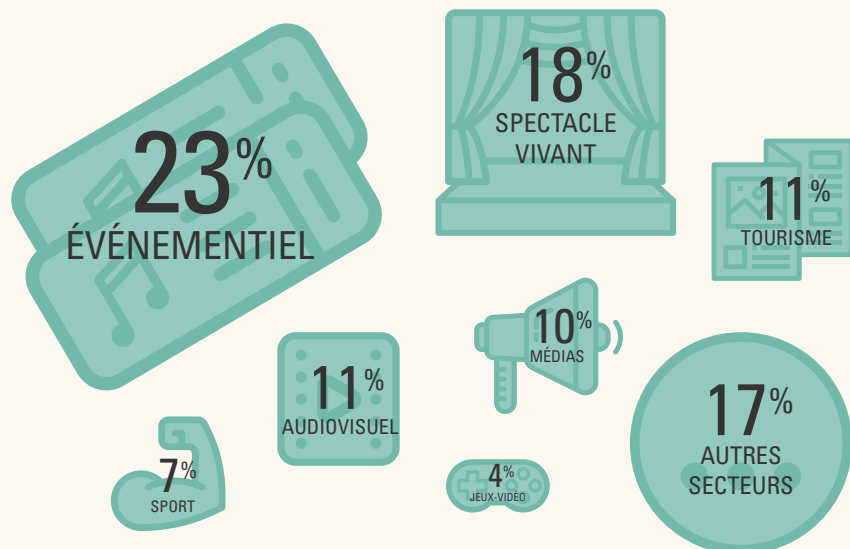


PRINCIPAUX MARCHÉS

LA PLACE DE LA MUSIQUE DANS L'ÉCONOMIE DES ENTREPRISES

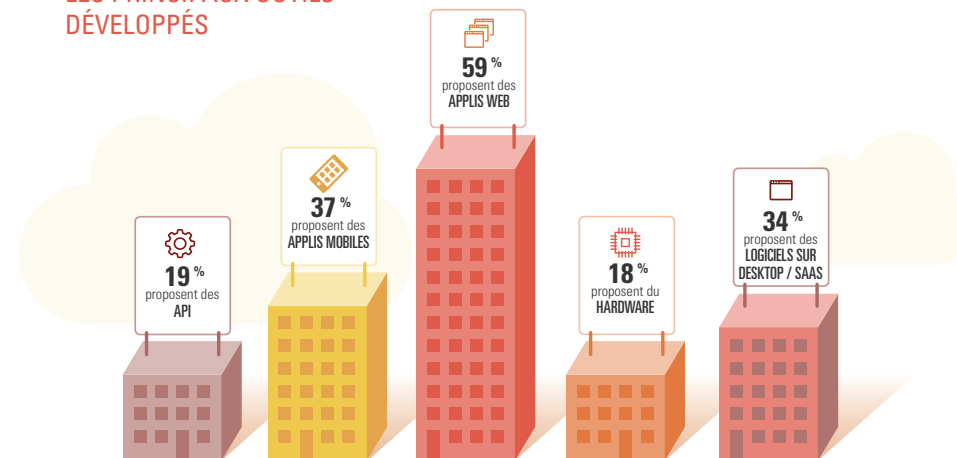


AUTRES MARCHÉS DÉVELOPPÉS EN PARALLÈLE DE LA MUSIQUE



OUTILS

LES PRINCIPAUX OUTILS DÉVELOPPÉS



LES OUTILS SELON LES SECTEURS D'ACTIVITÉ PRINCIPALE : 3 exemples

MARKETING / CRM



BILLETTERIES, GESTION DES ACCÈS



COMPOSITION, ÉCRITURE, MAO, MIX, REMIX



TECHNOLOGIE BREVETÉE

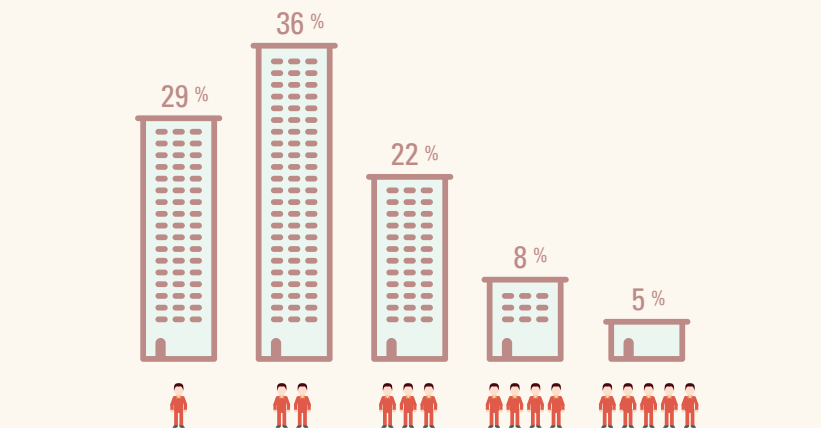
18% DES ENTREPRISES ONT BREVETÉ UNE TECHNOLOGIE QU'ELLES ONT DÉVELOPPÉE

PROPRIÉTAIRE

FONDATEUR

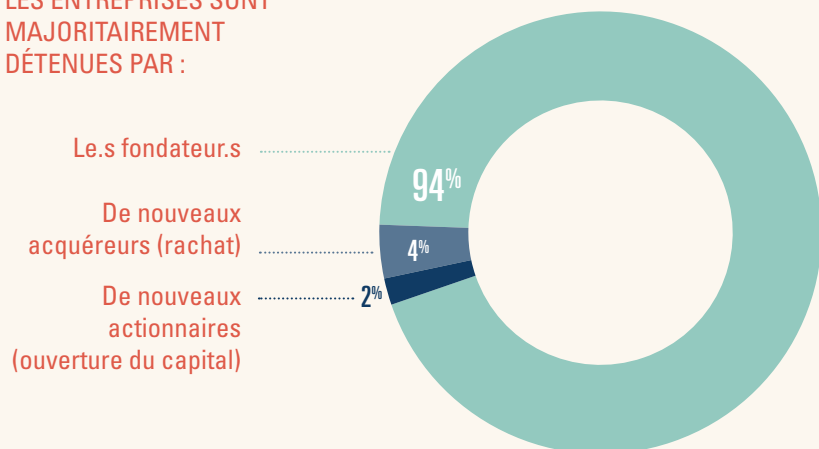
2 EST LE NOMBRE MÉDIAN DE FONDATEURS PAR ENTREPRISE

NOMBRE DE FONDATEURS PAR ENTREPRISE



PROPRIÉTÉ & ACQUISITION

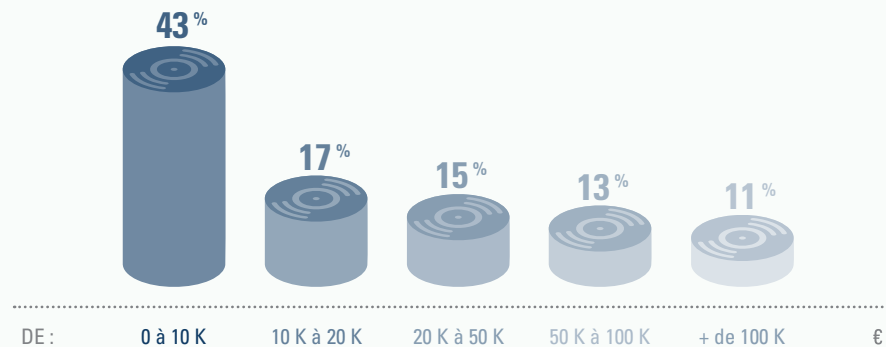
LES ENTREPRISES SONT MAJORITAIREMENT DÉTENUES PAR :



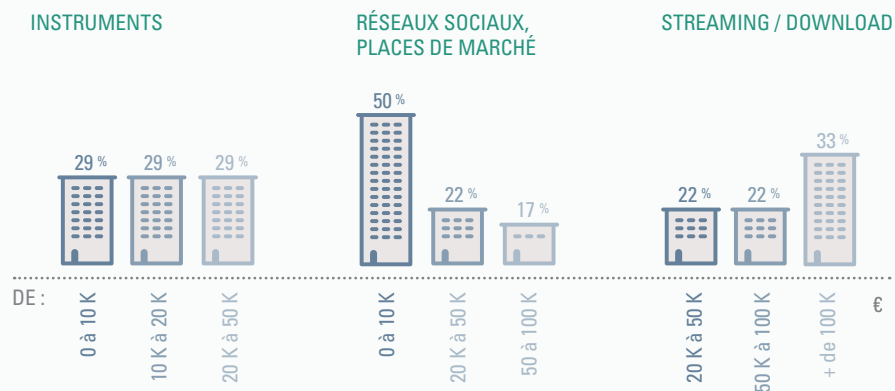
FINANCEMENT

CAPITAL INITIAL

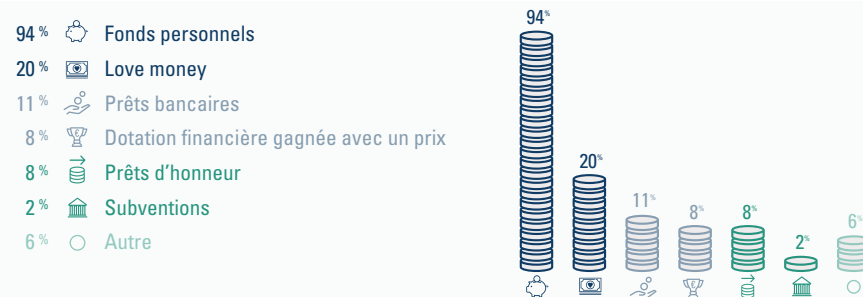
RÉPARTITION PAR MONTANT INITIAL INVESTI :



MONTANT INITIAL INVESTI SELON L'ACTIVITÉ : 3 exemples



NATURE DU CAPITAL INITIAL INVESTI :



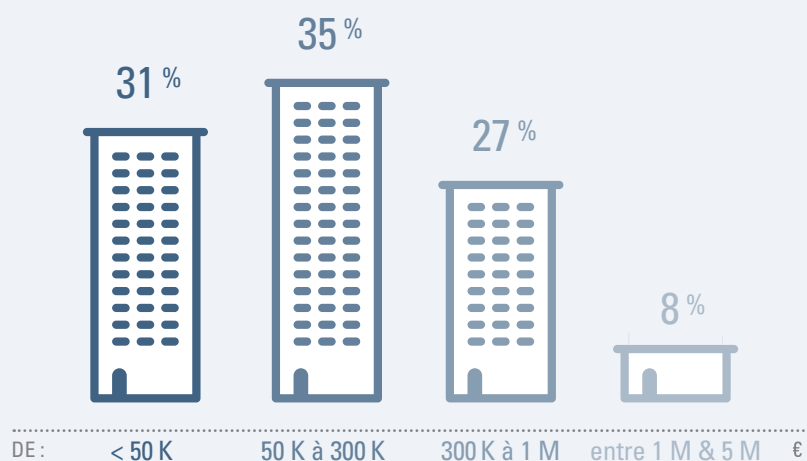
LEVÉE DE FONDS



DES STRUCTURES ONT LEVÉ DES FONDS
DEPUIS LEUR CRÉATION et ont bouclé en moyenne
2 levées de fonds depuis 2011

FOCUS SUR LES ENTREPRISES DE MOINS DE 9 ANS

MONTANTS MOYENS DE LA 1^{RE} LEVÉE DE FONDS :

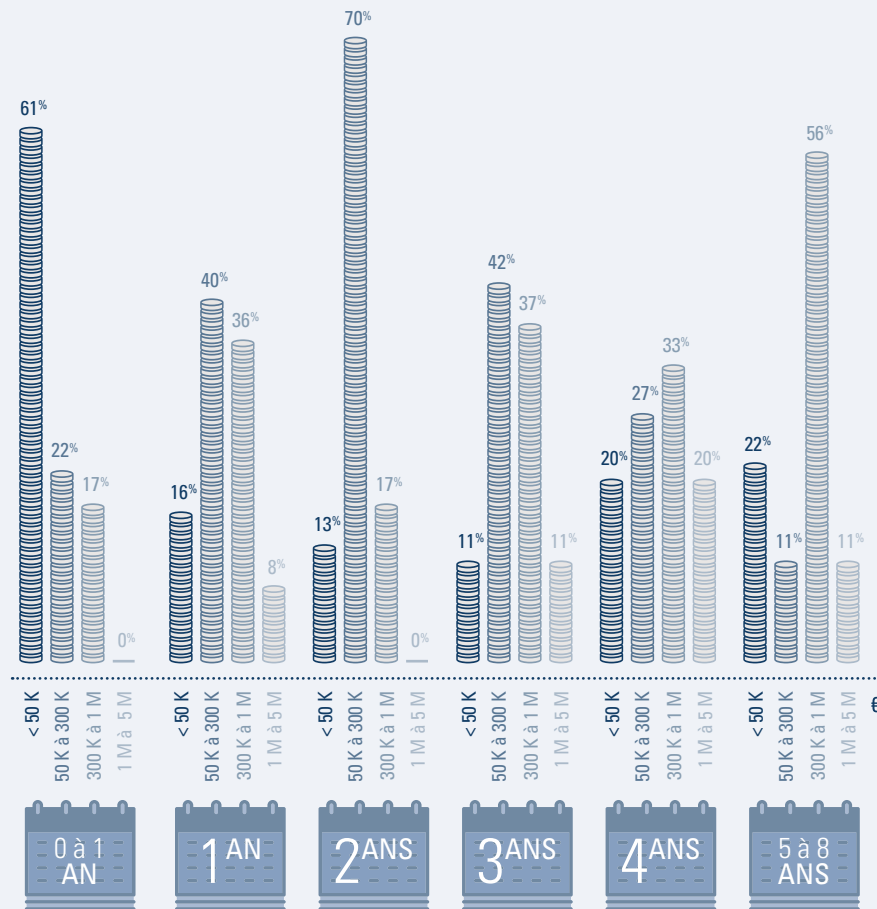


En moyenne, la première levée de fonds réalisée par une jeune entreprise intervient **15 mois** après sa création...

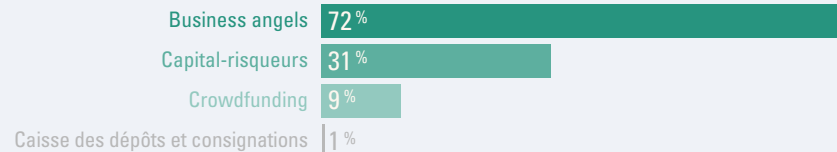


La deuxième levée de fonds intervient entre **2 et 3 ans** après la première...

MONTANTS DES LEVÉES DE FONDS EN FONCTION DE L'ÂGE DE L'ENTREPRISE



DES LEVÉES DE FONDS RÉALISÉES AUPRÈS DE :



Les business angels auprès de qui les entreprises ont levé des fonds travaillent pour **16%** dans le secteur musical.

EMPRUNTS



DEPUIS LEUR CRÉATION, **48%** DES STRUCTURES ONT EU RECOURS À UN OU À DES EMPRUNTS

DES EMPRUNTS RÉALISÉS AUPRÈS DE :



SUBVENTIONS BPI

NOMBRE DE STRUCTURES AYANT :



... UNE SUBVENTION DE LA BPI (BANQUE PUBLIQUE D'INVESTISSEMENT)

GARANTIE IFCIC

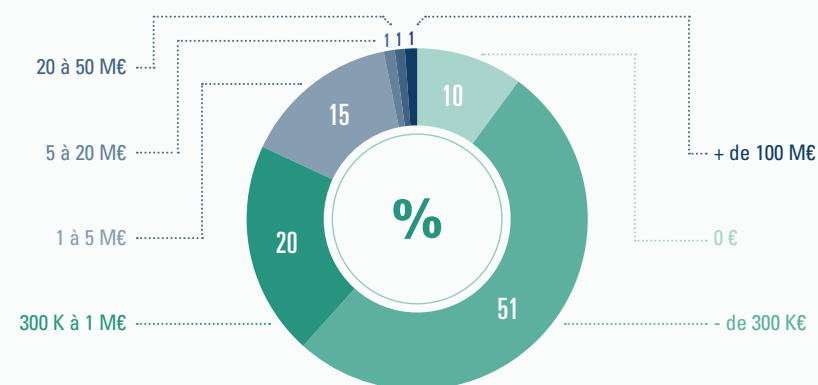
NOMBRE DE STRUCTURES AYANT :



... UNE GARANTIE BANCAIRE IFCIC (INSTITUT POUR LE FINANCEMENT DU CINÉMA ET DES INDUSTRIES CULTURELLES)

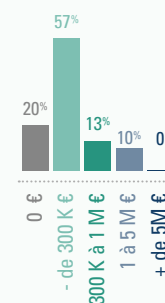
CHIFFRE D'AFFAIRES

CHIFFRE D'AFFAIRES MOYEN DES ENTREPRISES EN 2019 :

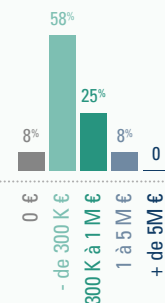


MONTANT DES CHIFFRES D'AFFAIRES DES ENTREPRISES SELON L'ACTIVITÉ :
6 exemples

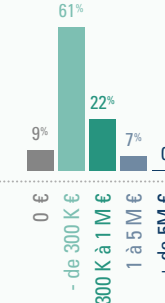
CRÉATION



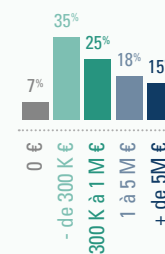
APP MÉTIER



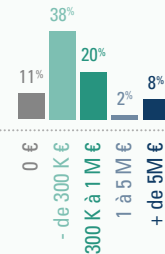
COMMUNICATION / PROMOTION



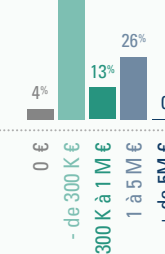
SPECTACLE



CONTENUS

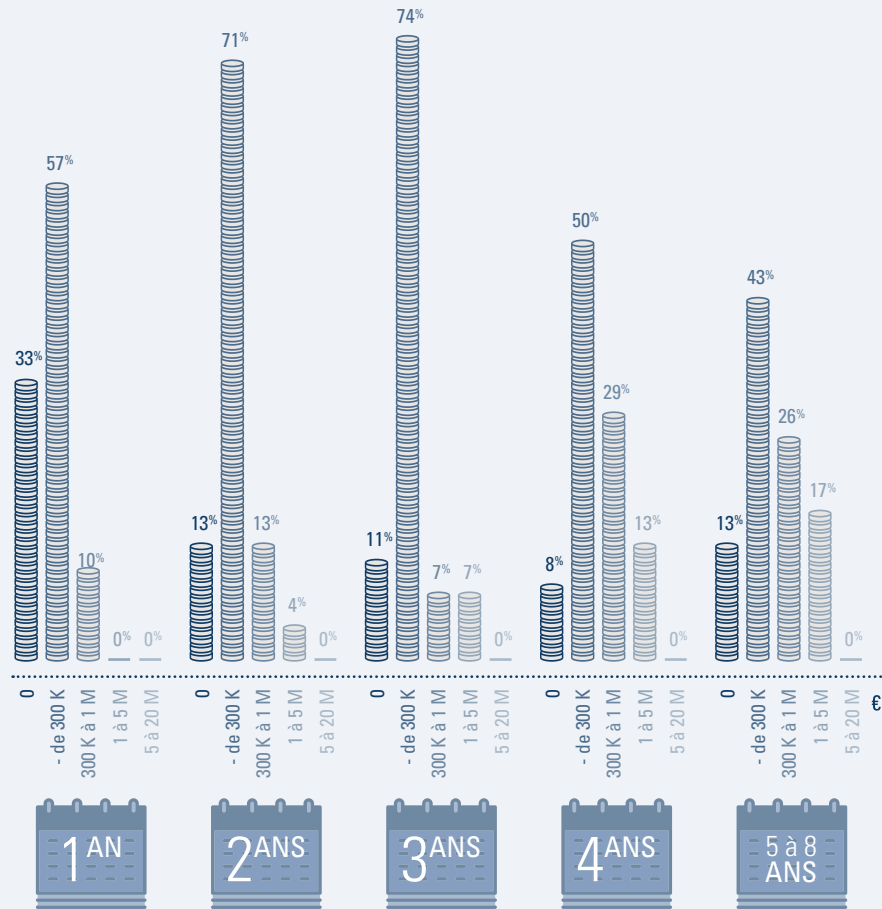


TECHNIQUE



FOCUS SUR LES ENTREPRISES DE MOINS DE 9 ANS

CHIFFRE D'AFFAIRES EN FONCTION DE L'ÂGE DE L'ENTREPRISE :



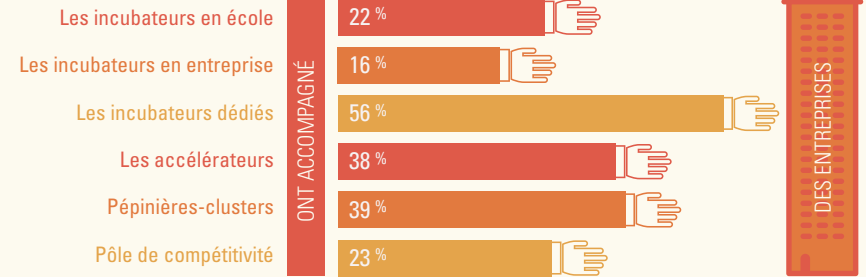
EN MOYENNE, UNE JEUNE ENTREPRISE INNOVANTE GÉNÈRE DU CHIFFRE D'AFFAIRES AU BOUT DE **1 AN**

ACCOMPAGNEMENT ET RÉSEAU

ACCOMPAGNEMENT



53% DES ENTREPRISES ONT BÉNÉFICIÉ D'UN ACCOMPAGNEMENT PAR...



PRIX

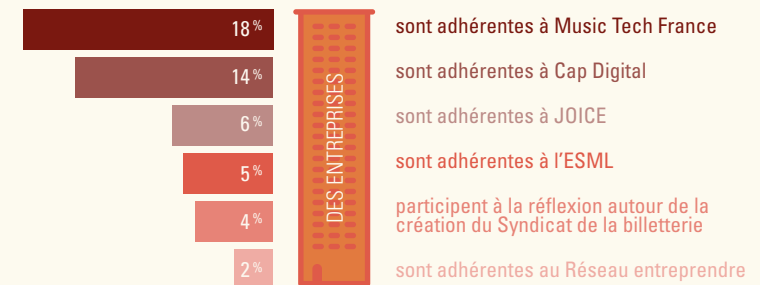


52% DES ENTREPRISES ONT REÇU AU MOINS UN PRIX DEPUIS LEUR CRÉATION

RÉSEAUX PROFESSIONNELS



48% DES STRUCTURES ADHÈRENT À UN RÉSEAU, UNE FÉDÉRATION OU AU SYNDICAT



EMPLOI

1 994 PERSONNES ÉTAIENT EMPLOYÉES AU **31.12.2019**
PAR LES ENTREPRISES AYANT RÉPONDU À L'ENQUÊTE

soit une moyenne de **9,5** salarié.e.s par structure
et une médiane de **3** salarié.e.s par structure



48 % DES ENTREPRISES EMPLOIENT
ENTRE **2 ET 10 SALARIÉ.E.S**

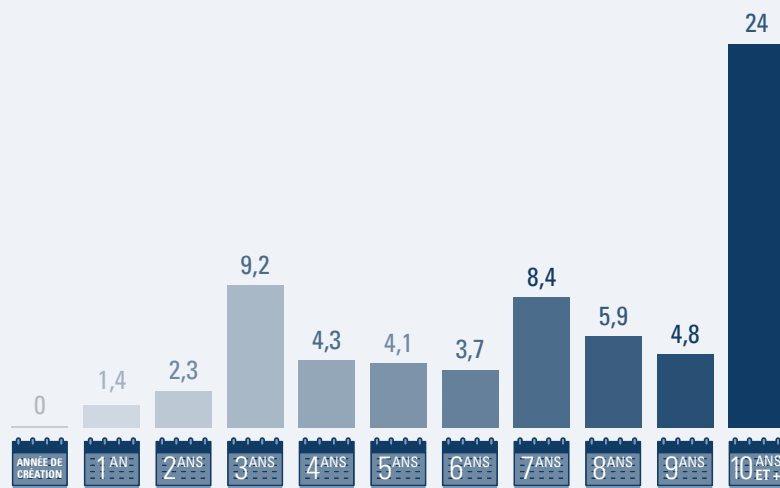


5 STRUCTURES EMPLOIENT
53 % DU NOMBRE DE SALARIÉ.E.S



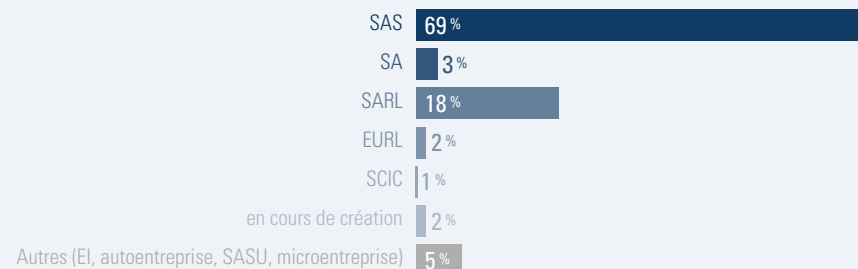
EN MOYENNE, **LES FEMMES REPRÉSENTENT**
28 % DES SALARIÉ.E.S D'UNE STRUCTURE

NOMBRE MOYEN DE SALARIÉ.E.S EN FONCTION DE L'ÂGE DE L'ENTREPRISE :



CARACTÉRISTIQUES GÉNÉRALES

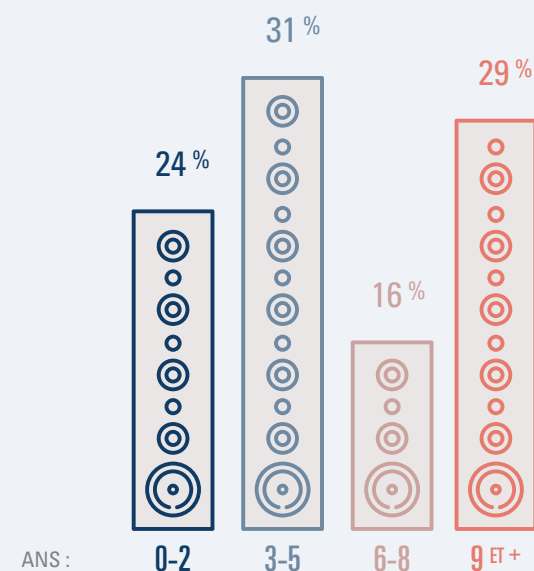
NATURE JURIDIQUE



ÂGE DES ENTREPRISES INNOVANTES

L'âge médian des structures enquêtées est de **5 ans**

RÉPARTITION DES ENTREPRISES PAR ÂGE :

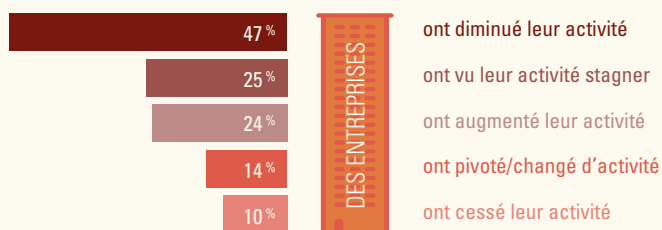


CRISE COVID-19

IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE SUR L'ACTIVITÉ



71 % DES ENTREPRISES ONT DIMINUÉ, CHANGÉ OU CESSÉ LEUR ACTIVITÉ

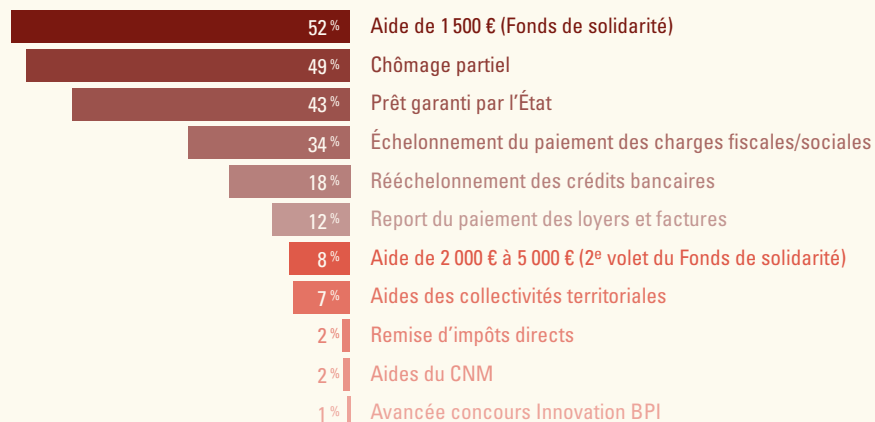


AIDE ET MESURE DE SOUTIEN



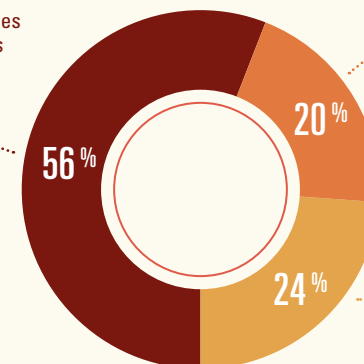
62 % DES ENTREPRISES ONT EU RECOURS À DES DISPOSITIFS D'AIDE

LES AIDES DONT LES ENTREPRISES ONT BÉNÉFICIÉ :



IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE SUR L'EMPLOI

56 % des entreprises ont des effectifs qui se sont réduits



20 % des entreprises ont des effectifs qui ont stagné

24 % des entreprises ont des effectifs qui ont augmenté

PRÉVISION D'EMBAUCHE



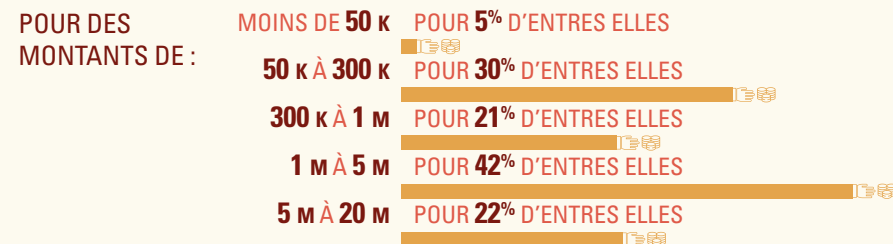
46 % DES ENTREPRISES ONT PRÉVU D'EMBAUCHER EN 2021 AVEC **UNE MOYENNE DE 4 RECRUTEMENTS PRÉVUS** PAR ENTREPRISE À DES POSTES DE :



PRÉVISION DE LEVÉE DE FONDS



40 % DES ENTREPRISES ONT PRÉVU DE LEVER DES FONDS EN 2021



INTERVIEW

JEAN-FRANÇOIS BERT,
PRÉSIDENT DE MUSIC TECH FRANCE



En mai 2020, au sortir du confinement, le réseau Music Tech France et le syndicat des Éditeurs de service de musique en ligne (ESML) ont réalisé une enquête commune pour mesurer les premiers impacts de la crise sur les entreprises innovantes de la musique. Qu'en est-il ressorti ?

L'enquête a permis de constater que les innovateurs avaient eu une importante capacité de réaction et d'adaptation pendant cette période. Certains ont dû gérer des staffs conséquents en sauvant les meubles, et d'autres ont adapté leur activité en repensant en partie leur modèle. Ce fut par exemple le cas pour Nomad Music qui a proposé gratuitement l'application Nomad Play et qui y a finalement gagné des milliers d'utilisateurs.

Est-ce à dire que les innovateurs ont fait face aux difficultés sans dommages ?

Non, car il y a eu une perte sèche de chiffre d'affaires pour 70 % d'entre eux pendant le confinement. Peu de structures avaient mis la clé sous la porte au mois de mai, mais la moitié d'entre elles considéraient que la survie de leur activité était en jeu et qu'elles n'étaient pas sûres de passer l'année.

La situation est d'autant plus préoccupante qu'il existe peu de dispositifs spécifiques de soutien. Les entreprises ont bénéficié des mesures généralistes comme le chômage partiel ou le report des charges, mais ont vu l'aide à la transition numérique proposée par la DGMIC (ministère de la Culture) - une des seules aides qui leur soit destinée - être finalement fléchée vers le Centre national de la musique (CNM) et le dispositif de soutien exceptionnel aux distributeurs. Il serait pourtant pertinent de travailler sur des projets de relance de la *music tech* française, car ce sont des acteurs qui jouent un rôle important pour conserver le lien entre l'artiste et son public en cette période de distanciation physique.

Selon vous, cette crise va-t-elle freiner ou accélérer l'innovation dans la musique ?

Je pense qu'elle va drastiquement l'accélérer ! En chemin, il y aura des pertes, des *business models* qui vont devoir s'adapter, pivoter, s'adresser à d'autres clients... mais, pour les startups qui vont survivre, le monde post-Covid sera un monde où le digital aura encore plus de prégnance que maintenant. Nous ne reviendrons pas au « monde d'avant ». Il faut accélérer, expérimenter, innover, et les acteurs de la *music tech* sont aux premières loges pour cela, mais il faut maintenant les accompagner.

INTERVIEW

FRANÇOISE COLAÏTIS,
DÉLÉGUÉE GÉNÉRALE ADJOINTE DU PÔLE DE COMPÉTITIVITÉ CAP DIGITAL



En avril et mai dernier, le pôle de compétitivité et de transformation numérique Cap Digital a conduit une enquête en deux volets auprès de l'écosystème de startups numériques qui le composent : quelles sont les grandes tendances qui se dégagent de cette enquête ?

L'enquête menée porte sur une centaine de structures, celles travaillant au sein des ICC n'en constituant qu'une partie. Cependant, ce qui ressort de cette dernière est qu'il y a une certaine résilience dans l'écosystème Cap Digital au global. Une ambiance générale qui, je crois, vaut pour beaucoup de startups travaillant dans le numérique.

Cela signifie-t-il que l'écosystème s'en est sorti sans dommages ?

Pas exactement, 78 % des startups ont fait appel aux dispositifs de soutien nationaux et régionaux depuis le début la crise. Que ce soit le PGE, le remboursement anticipé du CIR, le chômage partiel et, dans le secteur plus spécifique des ICC, les aides spécifiques qui ont été annoncées au début de la crise, le soutien à l'intermittence par exemple...

Dans quel état d'esprit se trouvait l'écosystème Cap Digital au sortir du confinement ?

Dans la première vague de l'enquête, en avril, durant le confinement, les structures en ont profité pour travailler sur l'innovation et leur R&D. Au sortir du confinement en mai, il y avait un niveau de confiance constant par rapport au mois d'avril. Les trois priorités d'action des entrepreneurs étaient tout d'abord la prospection commerciale, puis l'adaptation de l'offre de services pour saisir les opportunités de la crise, et en troisième lieu la réponse aux appels à projet R&D/innovation à l'échelle nationale et européenne. On est face à un panel de startups numériques qui ont des solutions à proposer dans une optique de B2B, qui souhaitent diversifier leur proposition de services pour apporter leur aide à des structures mises en difficulté.

Selon vous, est-ce que la crise va accélérer l'innovation dans la culture ?

Je pense que oui. C'est une question de survie pour certaines entreprises ou certains artistes. Le fait qu'il n'y ait plus eu cette possibilité de spectacles vivants a entraîné l'apparition et l'adoption de nouveaux formats pour continuer à pouvoir s'exprimer via des supports numériques : que ce soit le *livestream* mais aussi des formats qui hybrident jeu vidéo et performances artistiques. On peut aussi noter la digitalisation et les visites virtuelles de musées – même s'il me semble que ce sont plutôt les grandes institutions qui ont eu les moyens financiers de faire ça.

Je pense qu'on va aller dans le sens de l'hybridation et de la multiplication de nouveaux formats, de nouveaux contenus.

RELAIS D'INNOVATION POUR LA MUSIQUE

L'IRMA référence, conseille et accompagne les startups et les services innovants de la musique.

Des annuaires dédiés

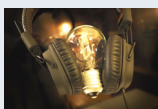
Disponibles en ligne sur la plateforme Irmawork :

- Annuaire des 500 entreprises françaises qui innovent dans la musique (à venir)
- Annuaire des 96 dispositifs d'accompagnement des startups de la musique (25 €)



Ingénierie et expertise

Cellule d'appui au 1^{er} Plan de soutien à l'innovation et à la transition numérique (ministère de la Culture/DGMIC) et accompagnement des bénéficiaires, coordination du groupe de travail sur les métadonnées musicales, conception des États généraux de la transition écologique de la musique, etc.



Pitch sessions et rencontres professionnelles

Animation et jury aux pitch sessions Futur en Seine, Midem, Entreprendre dans la culture, etc. Organisateur des matinales d'échanges Get Up Startup !, et du cycle de rencontres #Music2025.



MaMA INVENT

Coorganisation de MaMA INVENT - en partenariat avec MaMA Festival & Convention - salon des solutions innovantes pour la musique (Paris). Trois jours de corners, démo, pitch et débats.



Des publications en ligne de dossiers thématiques présentant la transformation du secteur par l'innovation.

Chaque mois, une publication présentant en détail une startup de la musique (parcours, produits, services, clients, business models...).



Enquête «Entreprises innovantes de la musique»

Enquête qui permet d'affiner la connaissance des startups, entreprises et prestataires français qui innovent et accompagnent la mutation de la filière musicale.



Conseil / orientation

Chaque mercredi après-midi, Maxime Thibault, chargé de la ressource pour l'innovation à l'IRMA, reçoit les porteurs de projets et les entrepreneurs sur rendez-vous. Une orientation et des conseils sont apportés sur le positionnement du projet innovant et sur les partenariats envisageables.



Pour toute demande concernant l'accompagnement des startups de la musique, vous pouvez : nous écrire à innovation@irma.asso.fr ou nous joindre par téléphone au **01 43 15 11 11** ou par courrier à **Irma, 22 rue Soleillet, 75020 Paris**

centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles



centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles

Le Centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles (IRMA) est un organisme ouvert à tous les acteurs du monde de la musique pour leur information, leur orientation, leur conseil ou leur formation.

Pôle de référence national assurant l'interface entre toutes les composantes de la filière, l'IRMA assure une mise à disposition de ressources expertisées et constitue un lieu d'échange et d'outillage pour la structuration des pratiques et des professions.

L'IRMA est une association conventionnée par le ministère de la Culture et de la Communication et soutenue par les organismes de la filière musicale (ADAMI, CNM, FCM, SACEM, SPPF).

Bientôt l'IRMA au Centre national de la musique

Le conseil d'administration de l'IRMA du 25 septembre 2020 a validé l'intégration de l'association au Centre national de la musique (CNM) à compter du 1er novembre 2020.

Les missions et services de l'IRMA sont donc amenés à être repris par le CNM à partir de cette date, parmi lesquels le soutien à l'innovation. Le CNM mettra en œuvre les outils nécessaires à l'accompagnement de la filière dans ses transformations, notamment à travers une veille des technologies et des usages, et un soutien aux projets innovants. Dans cette dynamique, le CNM veillera à proposer une actualisation régulière de la présente enquête.

RETROUVEZ L'ANNUAIRE DE L'IRMA
SUR LA PLATEFORME IRMAWORK.COM



L'ÉQUIPE IRMA

Enquête réalisée par Maxime Thibault et Fabrice Jallet (pôle Innovation de l'IRMA), avec la collaboration de Mathilde Neu (Music Tech France).

COORDINATION DE L'ENQUÊTE ET RESPONSABLE DE PRODUCTION : Mathias Milliard
DIRECTEUR : Gilles Castagnac
DIRECTRICE DE LA PUBLICATION : Geneviève Girard

CONCEPTION GRAPHIQUE ET MISE EN PAGE : Gabriel Lora (www.gabrielhora.com)
CORRECTION : Céline Poirier
LOGO IRMA : Céline Kniebihler

Tous droits de reproduction, de traduction et d'adaptation réservés pour tous pays.
© 2020 – IRMA – Centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles.

ENQUÊTE 2020
ENTREPRISES INNOVANTES DE LA MUSIQUE



centre d'information et de ressources
pour les musiques actuelles

www.irma.asso.fr

