

Stars, box-office et télévision, l'impossible équation ?

Star system



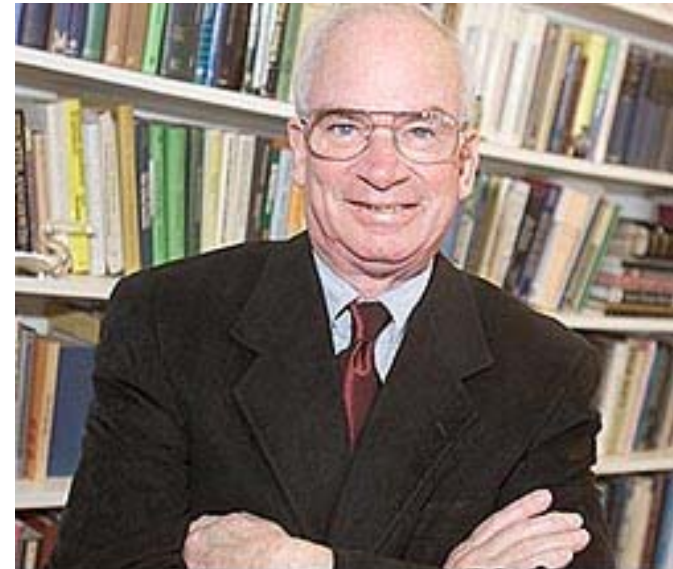
PLAN DU COURS

1. Qu'est-ce que le star system ?
2. Baumol, Rosen, Macdonald
3. Le théâtre à la télévision

Qu'est-ce que le star-system ?

- Le star-system = l'exploitation économique d'une notoriété
- Le star-system se rencontre sur les marchés des *biens d'expérience*, c'est à dire de biens dont on ne connaît la qualité qu'après les avoir consommés (avocats, chef d'entreprise = après le résultat)....
- Au cinéma, la présence d'une star dope les entrées (films)

Qui est Sherwin Rosen (1938-2001) ?



Sherwin Rosen, the Edwin A. and Betty L. Bergman Distinguished Service Professor in Economics, will assume his position as president of the American Economics Association in 2001. He is the fourth consecutive Chicago economist to serve in this office.

Sherwin Rosen

The Economics of Superstars

By SHERWIN ROSEN*

The phenomenon of Superstars, wherein relatively small numbers of people earn enormous amounts of money and dominate the activities in which they engage, seems to be increasingly important in the modern world. While some may argue that it is all an illusion of world inflation, its currency may be signaling a deeper issue.¹ Realizing that world inflation may command the title, if not the content of this paper, quickly to the scrap heap, I have found no better term to describe the phenomenon. In certain kinds of economic activity there is concentration of output among a few individuals, marked skewness in the associated distributions of income and very large rewards at the top.

Confidentiality laws and other difficulties make it virtually impossible to obtain systematic data in this field. However, consider the following:

(i) Informed opinion places the number of full-time comedians in the United States at approximately two hundred. This is perhaps a smaller number than were employed in vaudevillian days, though it hardly can be maintained that the demand for (intended) comic relief is in a state of secular decline. Some of the more popular performers today earn extraordinary sums, particularly those appearing on television. The capacity for television to produce high incomes is also manifest in the enormous salaries paid to network news broadcasters.

(ii) The market for classical music has never been larger than it is now, yet the number of full-time soloists on any given

instrument is also on the order of only a few hundred (and much smaller for instruments other than voice, violin, and piano). Performers of first rank comprise a limited handful out of these small totals and have very large incomes. There are also known to be substantial differences in income between them and those in the second rank, even though most consumers would have difficulty detecting more than minor differences in a "blind" hearing.

(iii) Switching to more familiar territory, sales of elementary textbooks in economics are concentrated on a group of best sellers, though there exists a large number of very good and highly substitutable alternatives in the market (the apparent inexhaustible supply of authors willing to gamble on breaking into the select group is one of the reasons why so many are available). A small number of graduate schools account for a large fraction of Ph.D.s. A relatively small number of researchers account for a large fraction of citations and perhaps even articles written.

Countless other examples from the worlds of sports, arts and letters, and show business will be well known to readers. Still others can be found in several of the professions. There are two common elements in all of them: first, a close connection between personal reward and the size of one's own market; and second, a strong tendency for both market size and reward to be skewed toward the most talented people in the activity. True, standard theory suggests that those who sell more generally earn more. But that principle applies as well to shoemakers as to rock musicians, so something more is involved. In fact the competitive model is virtually silent about any special role played by either the size of the total market or the amount of it controlled by any single person, because products are assumed to be undifferentiated and one seller's products are assumed to be as good as those of any other.


*University of Chicago and NORC. I am indebted to the National Science Foundation for financial support, and to Gary Becker, David Friedman, Robert J. Gordon, Michael Mussa, Edward Prescott, and George Stigler for helpful discussion and comments.

¹That escalation is not confined to wars and prices is established by the fact that Stars would have sufficed not long ago. Academics have a certain fondness for Giants, while businessmen prefer Kings. Obviously there is a fair bit of substitution among all these terms in depicting related data in different contexts.

Sherwin Rosen
American Economic Review,
Vol. 73, No. 3
(Jun., 1983), pp. 460-462

Théorème de rosen 1981

- A – constatations : le star-system concerne :
l'art, les grands patrons, le sport...
- B - distorsion dans la distribution des revenus :



PRESA JE

Où va le sportif d'élite ?

Les risques du star system

sous la direction de
Franck Nicolleau

DA|LOZ

Théorème de Mac Donald 1988

Le théâtre à la télévision

« captation du spectacle vivant »

- Sa place sur les chaînes hertziennes : 1.9 % en 1974 – 0.2 % en 1991

entre 1990 et 1992, chute nette :
68 pièces diffusées en 90, 45 en
91 et 40 en 92

en 1996 : 30 pièces diffusées sur
TF1, F2, F3



« l'été et la nuit »

- Rapport clément 2002. diffusion du théâtre
 - en début de soirée (20h30): 45 en 91
: 13 en 92
: 1 en 96 (F2) !
 - augmentation des 2des et 3emes parties de soirée (23h; minuit) : genres : docus sur le théâtre lors de festivals (Bobigny, Avignon)

La danse à la télévision

- Prédominance d'Arte
- 66% des téléspectateurs n'ont jamais assisté à un spectacle de danse (seulement 5% ont déjà vu une danse contemporaine !)

Le livre et (à) la télévision

Apostrophes, émission de télévision littéraire française créée et animée par Bernard Pivot chaque vendredi soir à 21h30 sur Antenne 2 entre le 10 janvier 1975 et juin 1990.

Apostrophe fut remplacé par *Bouillon de culture* le 12 janvier 1991.



rapport Bourgois sur le livre et la télévision (2000)

- Émissions : *La Caméra Explore le Temps, Les Grands Interprètes, En Votre Ame et Conscience, Sciences d'Aujourd'hui, le Magazine des Arts, les Dossiers de l'Ecran, le Grand Échiquier.*
- puis *Lectures pour Tous*, plus tard, *Italiques, Bibliothèque de Poche, Post-Scriptum, Italiques*, enfin *Apostrophes*.
- Cette floraison d'émissions correspond à l'âge "*pédagogique*" ou, pour ceux qui n'en ont pas la nostalgie, comme Pierre Bourdieu, "*pédagogico-paternaliste*" de la télévision .

FORMAT – DISPOSITIF :

- L'émission littéraire « à la française » a été inventée par Pierre Dumayet en 1953 avec Pierre Desgraupes et Max-Pol Fouchet. *Lectures pour Tous* inaugure le traitement du livre à la télévision sous la forme de l'interview d'auteur.

Constat

1. - Les émissions proprement littéraires sont extrêmement rares. Celles qui existaient dans le sillage d'*Apostrophes* disparaissent les unes après les autres
2. - Le livre apparaît surtout dans le cadre de *talk shows* à l'occasion de la sortie de livres et ne concerne alors que des auteurs populaires que la TV entend médiatiser (« starifier »)

3. Les éditeurs reçoivent plusieurs milliers de manuscrits (ou maquettes audio) par an = logique du tri

Pour les éditeurs la TV est donc très importante = sélection + erreurs de jugement (cf. *les Illuminations* de Rimbaud)

4. pour passer à la télévision, il faut :

- soit être déjà connu pour une autre raison,
- soit avoir un prix (goncourt / nobel)
- soit être déjà passé à la télévision,

- A la télévision, ce n'est pas la littérature qui est présentée, encore moins le livre : c'est l'auteur, non dans son acte d'écrivain, pas même dans son discours de penseur, mais avant tout mis en scène pour un numéro d'acteur qui fera vendre (peut-être) le produit de sa création.
- On a assisté, de ce fait, à la naissance d'une catégorie d'auteurs qui n'étaient écrivains que par le sacre de la télévision. Comme le dit encore Marc Fumaroli "*le passage par la télévision est devenu en France un principe d'anoblissement, l'équivalent des honneurs de la cour au XVIIème siècle.. On a l'équivalent cathodique du signe de tête aimable esquissé par le Prince à l'heure du petit coucher*".

Pierre Bourdieu : TV et culture

« La TV se servait en quelque sorte de son monopole pour imposer à tous des produits à prétention culturelle (documentaires, adaptations d'oeuvres classiques, débats culturels, etc.) et former les goûts du grand public »

Au contraire, " la télévision des années 90 vise à exploiter et à flatter ces goûts pour toucher l'audience la plus large en offrant aux téléspectateurs des produits bruts, dont le paradigme est le talk-show, tranches de vie, exhibitions sans voiles d'expériences vécues, souvent extrêmes et propres à satisfaire une forme de voyeurisme et d'exhibitionnisme (comme d'ailleurs les jeux télévisés auxquels on brûle de participer, même en simple spectateur, pour accéder à un instant de visibilité)."



le talk-show

Débat-spectacle

Il est nécessaire de distinguer en français, à partir de l'unique terme « *talk show* » anglais, les :

- 1 discussions sérieuses où les invités connaissent leur sujet,
- 2 les émissions-débats,
- 3 les discussions divertissantes,
- 4 les débats spectacles, où la compétence n'est pas exigée.



- **débat-spectacle, n.m.**

Domaine : Audiovisuel/Télévision.

Définition : Émission de divertissement consistant en une discussion sur des sujets de société entre un animateur et ses invités.

Voir aussi : émission-débat.

Équivalent étranger : talk-show.

Source: *Journal officiel* du 18 janvier 2005.

exemple

Ce soir (ou jamais !) est une émission de télévision culturelle française présentée par Frédéric Taddéi et diffusée du lundi au jeudi sur France 3.

L'émission, diffusée en direct, consiste en divers plateaux d'invités, réunis autour d'un thème précis, d'interviews et de manifestations musicales.



ce soir (ou jamais !) "L'actualité vue par la culture"
votre rendez-vous quotidien et en direct de deuxième partie de soirée

Accueil
L'émission
Les émissions précédentes
Les vidéos

Frédéric Taddéi et l'équipe
Nos coups de coeur

Forum
Assister à l'émission
Ecrire à l'émission
Crédits

Programmes
Tous les Programmes
Tous les Animateurs

toutfrance3.fr
vidéo à la demande
régions

L'émission du mercredi 25 octobre

Toutes les infos

Ce soir, en exclusivité, Frédéric reçoit Guillaume Canet et Harlan Coben pour débattre avec l'éditeur de polars François Guerif et le réalisateur Yves Boisset des adaptations françaises de polars américains. Puis, en face à face, Frédéric rencontre le cinéaste Xavier Coton, client de prostituées. Le débat sur la prostitution se poursuit avec deux féministes : Marcela Iacub et Florence Montreynaud. Pour finir, le cabaret Nono se produira en live.

VIDEOS

- Le best of de l'émission du mardi 24 octobre
- L'émission intégrale du mercredi 25 octobre
- Le live : Cabaret Nono

COULISSES

La webcam du plateau sera indisponible ce soir. Veuillez nous en excuser !

Ecoutez le générique

Intéressés, intrigués, passionnés... prenez la parole !

- Poursuivez le débat
- On pourrait en débattre
- Echangez vos bons plans culture

Les films policiers français sont-ils aussi bons que les américains ?

Oui (0%) Non (100%)
Total des votes: 1

Donnez votre avis en cliquant sur la question ci-dessus

PUBLICITE

Handicapés & COMPÉTENTS L'ADAPTÉ RÉUSSIR avec un HANDICAP

10^e semaine pour l'emploi

Nos coups de coeur

- **émission-débat, n.f.**

Domaine : Audiovisuel/Radio-Télévision.

Définition : Émission consistant en une discussion sur des sujets de société entre un animateur et ses invités.

Voir aussi : débat-spectacle.

Équivalent étranger : talk-show.

Source : *Journal officiel* du 18 janvier 2005.

exemple



France-Europe Express



Culture à la télé : séduction obligatoire ?

Dernière diffusion le 12 novembre 2006 (France 5)

Invités : Frédéric Taddeï, Philippe Tesson



Émissions culturelles à la TV – témoignage de Guillaume Durand

Le clip TV (musique)

**L'analyse économique
de la musique enregistrée
Qui connaît la chanson ?**

Le marketing radio : l'impact des rediffusions

Le croisement entre les investissements publicitaires en radio et le marché physique

Rg	Distributeur	Artiste	Produit	Nb Diffs	Rang dans le top 100 Marché 1 ^{er} semestre 05
1	UNIVERSAL MUSIC	DON JUAN TROUPE / MERCURY	CHANGER SINGLE	204	
2	UNIVERSAL MUSIC	BERNARD LAVILLIERS / BARCLAY	CARNETS DE BORD ALBUM	180	92
3	UNIVERSAL MUSIC	THE GAME / POLYDOR	THE DOCUMENTARY ALBUM	162	
4	UNIVERSAL MUSIC	WALLEN / ATMOSPHERIQUES	DONNA SINGLE	209	
5	WARNER MUSIC	SINIK / UP MUSIC	LA MAIN SUR LE COEUR ALBUM	147	88
6	UNIVERSAL MUSIC	MARC LAVOINE / MERCURY	L HEURE D ETE ALBUM	146	91
7	UNIVERSAL MUSIC	MADELEINE PEYROUX / UNIVERSAL JAZZ	CARELESS LOVE ALBUM	116	
8	EMI MUSIC	ROMANE SERDA / RENAUD	ANAIS NIN SINGLE	92	
9	WARNER MUSIC	KERY JAMES / UP MUSIC	MA VERITE ALBUM	122	
10	WARNER MUSIC	TRAGEDIE / UP MUSIC	BYE BYE SINGLE	151	52
11	UNIVERSAL MUSIC	DADDY YANKEE / AZ	GASOLINA SINGLE / DADDY YANKEE	107	63
12	SONY BMG MUSIC	MICHAEL YOUN / M6 INTERACTIONS	IZNOGOU D SINGLE	77	
13	UNIVERSAL MUSIC	BLUE LAGOON / ULM	BREAK MY STRIDE SINGLE	81	
14	UNIVERSAL MUSIC	DANIEL LEVI / POLYDOR	LE COEUR OUVERT ALBUM	97	
15	SONY BMG MUSIC	CATHERINE LARA / BMG MEDIA	GRAAL ALBUM	104	
16	SONY BMG MUSIC	LES ENFOIRES / SONY BMG MUSIC	LE TRAIN DES ENFOIRES ALBUM	518	2
17	WARNER MUSIC	MICHAEL BUBLE / WEA	IT S TIME ALBUM	35	
18	WARNER MUSIC	GREEN DAY / WEA	AMERICAN IDIOT ALBUM	65	27
19	WARNER MUSIC	HELENE SEGARA / WARNER	AILLEURS COMME ICI SINGLE	63	
20	WARNER MUSIC	RAP & RNB NON STOP 2005 COMPILATION ARTISTES / WSM	RAP & RNB NON STOP 2005 ALBUM	89	
21	UNIVERSAL MUSIC	LES PLUS BELLES VOIX 3 COMPILATION ARTISTES / ULM	LES PLUS BELLES VOIX 3 ALBUM	145	
22	SONY BMG MUSIC	PLANETE RAP 2005 ALBUM / COMPILATION ARTISTES	PLANETE RAP 2005 ALBUM	198	
23	UNIVERSAL MUSIC	SUPERBUS / MERCURY	POP N GUM ALBUM	99	
24	SONY BMG MUSIC	NRJ MUSIC AWARDS 2005 COMPILATION ARTISTES	NRJ MUSIC AWARDS 2005 ALBUM	67	83

Rg	Distributeur	Artiste	Produit	Nb Diffs	Rang dans le top 100 Marché 1 ^{er} semestre 05
25	SONY BMG MUSIC	ARTISTES SOLIDAIRES ICI POUR EUX	ET PUIS LA TERRE SINGLE	65	
26	UNIVERSAL MUSIC	TOTAL REGGAETON COMPILATION ARTISTES	TOTAL REGGAETON ALBUM	80	
27	UNIVERSAL MUSIC	KAYNA SAMET / BARCLAY	ENTRE DEUX JE ALBUM	84	
28	UNIVERSAL MUSIC	HELENE GRIMAUD / UNIVERSAL MUSIC	HELENE GRIMAUD / CHOPIN RACHMANINOV ALBUM	104	
29	UNIVERSAL MUSIC	MARIAH CAREY / MERCURY	THE EMANCIPATION OF MIMI ALBUM	57	
30	UNIVERSAL MUSIC	DAVID HALLYDAY / MERCURY	SATELLITE ALBUM / DAVID HALLYDAY	72	
31	SONY BMG MUSIC	BOSS / JIVE	OPUS 3 ALBUM	69	
32	SONY BMG MUSIC	AMEL BENT / JIVE	MA PHILOSOPHIE SINGLE	67	3
33	UNIVERSAL MUSIC	MARC MINKOWSKI / LES MUSICIENS DU LOUVRE	RAMEAU UNE SYMPHONIE IMAGINAIRE ALBUM	104	
34	EMI MUSIC	THE BEACH BOYS	THE BEACH BOYS THE PLATINUM COLLECTION ALBUMS	84	
35	SONY BMG MUSIC	JULIE ZENATTI / COLUMBIA	JE VOUDRAIS QUE TU ME CONSOLES SINGLE	50	
36	UNIVERSAL MUSIC	THE KILLERS / MERCURY	HOT FUSS ALBUM	146	
37	SONY BMG MUSIC	KYO / JIVE	300 LESIONS ALBUM	67	9
38	SONY BMG MUSIC	JENNIFER LOPEZ / EPIC GROUP	REBIRTH ALBUM / JENNIFER LOPEZ	64	15
39	UNIVERSAL MUSIC	LORD KOSSITY / ULM	BOOMING SYSTEM ALBUM	61	
40	WARNER MUSIC	SEAL / WEA	SEAL BEST OF 1991 / 2004 ALBUM	149	
41	SONY BMG MUSIC	SINSEMILIA / EPIC GROUP	TOUT LE BONHEUR DU MONDE SINGLE	50	4
42	NAIVE	HENRYK GORECKI	3 EME SYMPHONIE DE HENRYK GORECKI ALBUM	99	
43	SONY BMG MUSIC	WILLY DENZEY / EPIC GROUP	ET SI TU N EXISTAIS PAS SINGLE	79	35
44	UNIVERSAL MUSIC	CAUET / ULM	RADIO STAR SINGLE	112	
45	UNIVERSAL MUSIC	CARINE HADDADOU / ULM	CE MEC NE LACHE PAS L AFFAIRE SINGLE	34	
46	UNIVERSAL MUSIC	MYRTILLE / AZ	MURMURES ALBUM	55	
47	EMI MUSIC	RAPHAEL / CAPITOL GROUP	CARAVANE ALBUM	72	12 Single 48 ^{ème}
48	UNIVERSAL MUSIC	ZAZIE / MERCURY	RODEO ALBUM	138	
49	SONY BMG MUSIC	DIANE TELL / RCA	PEPELINE ALBUM	79	
50	EMI MUSIC	MAGIC SYSTEM / VIRGIN RECORDS	CESSA KIE LA VERITE ALBUM	103	

1ère constatation :

Il n'y a pas de parallélisme évident entre l'importance des investissements publicitaires en radios et les meilleures ventes sur le marché physique .

2^{ème} constatation :

Les investissements publicitaires ne sont pas toujours liés à un retour sur investissement à très court terme. Les éditeurs investissent aussi à moyen terme pour promouvoir des artistes qu'ils défendent. Prenons les exemples atypiques, pour un marché de masse, du spot sur Madeleine Peyroux, artiste de jazz, qui arrive au 7^{ème} rang des investissements publicitaires (sur France Inter et Europe 1) ou Hélène Grimaud (sur Europe 1 et radio Classique), artiste classique, dont le spot publicitaire arrive au 28^{ème} rang.

3^{ème} constatation :

Dans leur stratégie de marketing générale, les investissements publicitaires du secteur des éditions musicales en radio, apparaissent complémentaires : soit pour soutenir le rythme de ventes si elles ne correspondent pas aux projections, soit pour promouvoir une production qui semble aléatoire au niveau de ses résultats, ce qui semble le cas de certaines comédies musicales ou genres musicaux.

4^{ème} constatation :

La faiblesse des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales (représentant 3,15 % des recettes totales des radios du panel et pour les radios musicales, 4,09 %) semble indiquer qu'il n'y a pas de réelle communauté d'intérêt économique entre les secteurs de la production et les secteurs de la diffusion, surtout pour les radios musicales.

Une non corrélation

Distributeur	Artiste	Production	Nbre de diffusion				Rang dans le top 100 Marché 1er semestre 05
			rg	T1 05	rg	T2 05	
WARNER MUSIC	Daniel Powter	Bad day	3	7806	2	7724	40
SONY BMG MUSIC	Mario	Let me love you	5	6290	7	5788	70
SONY BMG MUSIC	Sinsemilia	Tout le bonheur du monde	7	6140	10	5591	4
WARNER MUSIC	Green Day	Boulevard of broken dreams	8	5759	17	4116	27
UNIVERSAL	De Palmas	Au paradis	9	5646	14	4538	
UNIVERSAL	Keane	Everybody's changing	16	4296	3	7286	60

Le vidéo clip

- **Nombre total de diffusions de vidéo-clips de l'année 2005 : 528 919 diffusions**
(contre 421 694 diffusions en 2004, 424 659 diffusions en 2003 et 447 568 diffusions en 2002)

Part des diffusions francophones (24h/24h) : 41 %
(41% en 2004, 38 % en 2003 et 37 % en 2002)

Numéro 1 du classement général télévision de l'année 2005 : MARIO
"Let me love you"
(Jive Epic / Sony Bmg)
4 247 diffusions

Artiste le plus diffusé : AMEL BENT
(Jive Epic / Sony Bmg)
8 833 diffusions / 7 clips différents

Qui diffuse les vidéoclips ?

Chaînes	Total Recettes Pub	Recettes Editions musicales	Nbre d'annonceurs	Nbre de spots	Nbre de diffusions	Répartition des pubs en %			
						Album	Compil	Single	DVD
Chaînes Hertziennes									
M6	619 205	45 418	8	257	6 602	56,0%	29,0%	13,6%	1,4%
<i>Variations 04/05</i>	<i>+ 1,7%</i>	<i>+ 6 %</i>	<i>+ 1</i>	<i>- 27</i>	<i>- 43</i>	<i>+ 9,4 pts</i>	<i>- 3,5 pts</i>	<i>- 3,3 pts</i>	<i>- 2,6 pts</i>
TF1	1 420 670	33 661	5	161	1 541	65,1%	27,7%	5,4%	1,8%
<i>Variations 04/05</i>	<i>- 1,1%</i>	<i>- 21%</i>	<i>- 2</i>	<i>- 39</i>	<i>- 687</i>	<i>+ 1,8 pts</i>	<i>+ 4,1 pts</i>	<i>- 2 pts</i>	<i>- 3,9 pts</i>
France 2	317 815	4 014	6	63	563	65,1%	30,8%	0,0%	4,1%
<i>Variations 04/05</i>	<i>+ 3,0%</i>	<i>- 26 %</i>	<i>- 1</i>	<i>- 24</i>	<i>- 219</i>	<i>- 1,2 pts</i>	<i>- 0,1 pts</i>	<i>- 2,3 pts</i>	<i>+ 3,6 pts</i>
France 3	182 705	2 789	6	60	556	55,8%	35,6%	1,9%	6,7%
<i>Variations 04/05</i>	<i>- 12,1%</i>	<i>- 16 %</i>	<i>- 1</i>	<i>- 8</i>	<i>- 110</i>	<i>- 3,2 pts</i>	<i>+ 2,8 pts</i>	<i>- 6,4 pts</i>	<i>+ 6,7 pts</i>
Canal+	58 065	2 699	6	43	382	82,9%	15,0%	2,0%	0,0%
<i>Variations 04/05</i>	<i>- 4,0%</i>	<i>- 33 %</i>	<i>- 1</i>	<i>- 22</i>	<i>- 248</i>	<i>+ 31,0 pts</i>	<i>- 27,6 pts</i>	<i>+ 2,0 pts</i>	<i>- 5,4 pts</i>
France 5	30 000	194	4	26	208	80,5%	19,5%	0,0%	0,0%
<i>Variations 04/05</i>	<i>+ 16,9%</i>	<i>- 9%</i>	<i>- 1</i>	<i>- 4</i>	<i>+ 53</i>	<i>+ 26,9 pts</i>	<i>- 24,2 pts</i>	<i>- 2,8 pts</i>	<i>+ 0,0 pts</i>
Sous total :	2 628 460	88 775			9 852	60,7%*	28,3%*	9,1%*	1,8%*
Chaînes du câble/Sat.									
MCM	17 091	3 282	8	94	4 523	61,4%	26,7%	8,4%	3,5%
<i>Variations 04/05</i>	<i>+ 22,7%</i>	<i>- 5 %</i>	<i>+ 2</i>	<i>- 23</i>	<i>- 695</i>	<i>+ 19,1 pts</i>	<i>- 8,9 pts</i>	<i>- 6,1 pts</i>	<i>- 4,0 pts</i>
MTV	12 265	1 535	7	54	4 592	76,6%	11,8%	9,5%	2,1%
<i>Variations 04/05</i>	<i>+ 24,8%</i>	<i>+ 80 %</i>	<i>+ 1</i>	<i>+ 12</i>	<i>+ 1331</i>	<i>+ 27,4 pts</i>	<i>- 21,2 pts</i>	<i>- 3,6 pts</i>	<i>- 2,5 pts</i>
LCI	23 030	1 179	6	36	2 358	64,8%	22,7%	0,0%	12,4%
<i>Variations 04/05</i>	<i>- 7,0%</i>	<i>+ 64%</i>	<i>+ 2</i>	<i>+ 14</i>	<i>+ 1123</i>	<i>+ 1,2 pts</i>	<i>- 13,6 pts</i>	<i>+ 0,0 pts</i>	<i>+ 12,4 pts</i>

Classement des 50 clips les plus diffusés en TV en 2005

Rg	ARTISTES	TITRES	LABELS	DISTRIBUTEURS	Rg RADIO
1	Let me love you	Mario	JIVE/EPIC	SONY BMG MUSIC	5
2	Signs	Snoop Dogg	BARCLAY	UNIVERSAL	17
3	Don't cha	Pussycat Dolls	POLYDOR	UNIVERSAL	15
4	Le droit à l'erreur	Amel Bent	JIVE/EPIC	SONY BMG MUSIC	31
5	Pense à moi	Gage	WAGRAM	WAGRAM	41
6	Lonely	Akon	BARCLAY	UNIVERSAL	12
7	Elle me contrôle	M. Pokora feat. Sweetie	ULM	UNIVERSAL	32
8	We belong together	Mariah Carey	MERCURY	UNIVERSAL	18
9	Bouger bouger !	Magic System feat. Mokobé	VIRGIN GROUP	EMI	11
10	If there's any justice	Lemar	JIVE/EPIC	SONY BMG MUSIC	6
11	Get right	Jennifer Lopez	JIVE/EPIC	SONY BMG MUSIC	19
12	La tortura	Shakira	JIVE/EPIC	SONY BMG MUSIC	23
13	Hey sexy wow	Lord Kossity feat Chico	ULM	UNIVERSAL	36

CLASSEMENT DES SPOTS - TELEVISION

Etude basée sur les investissements publicitaires bruts durant le premier semestre 2005

Rg	Distributeur	Artiste	Produit	Nb Diffs	Rang dans le top 100 Marché 1 ^{er} semestre 05
1	WARNER MUSIC	LE ROI SOLEIL TROUPE	WARNER LE ROI SOLEIL	185	71
2	SONY BMG MUSIC	KYO / JIVE	300 LESIONS ALBUM	755	9
3	SONY BMG MUSIC	CATHERINE LARA / BMG MEDIA	GRAAL ALBUM	59	
4	WARNER MUSIC	GREEN DAY / WEA	AMERICAN IDIOT ALBUM	558	27
5	UNIVERSAL MUSIC	UNIVERSAL MUSIC ALBUMS	UNIVERSAL MUSIC ALBUMS	115	
6	UNIVERSAL MUSIC	DE PALMAS / POLYDOR	UN HOMME SANS RACINES ALBUM	241	
7	SONY BMG MUSIC	CAUET / SMM	CAUET LA COMPIL QUI DECHIRE ALBUM	225	
8	SONY BMG MUSIC	AMEL BENT / JIVE	UN JOUR D ETE ALBUM	295	17
9	SONY BMG MUSIC	NADIYA / COLUMBIA	16/9 ALBUM	183	16
10	WARNER MUSIC	DANIEL POWTER / WEA	DANIEL POWTER ALBUM	180	
11	SONY BMG MUSIC	SINSEMILIA / EPIC GROUP	DEBOUT LES YEUX OUVERTS ALBUM	146	26
12	WARNER MUSIC	MICHAEL BUBLE / WEA	MICHAEL BUBLE ALBUM	37	
13	WARNER MUSIC	LYNDA LEMAY / WARNER	UN PARADIS QUELQUE PART ALBUM	167	47
14	SONY BMG MUSIC	NRJ MUSIC AWARDS 2005 COMPILATION	NRJ MUSIC AWARDS 2005 ALBUM	96	83
15	UNIVERSAL MUSIC	GREGORY LEMARCHAL / MERCURY	JE DEVIENS MOI ALBUM	25	80
16	EMI MUSIC	ROBBIE WILLIAMS / CAPITOL GROUP	ROBBIE WILLIAMS GREATEST HITS ALBUM	49	96
17	EMI MUSIC	MIKE BRANT / CAPITOL	QUI SAURA ALBUM	76	57
18	UNIVERSAL MUSIC	KEANE / AZ	HOPES AND FEARS ALBUM	70	38
19	UNIVERSAL MUSIC	SOLIDARITE ASIE COMPILATION ARTISTE	SOLIDARITE ASIE ALBUM	262	6
20	EMI MUSIC	MOBY / VIRGIN	HOTEL ALBUM	101	22
21	SONY BMG MUSIC	IL DIVO	IL DIVO ALBUM	166	
22	SONY BMG MUSIC	JULIO IGLESIAS / COLUMBIA	L HOMME QUE JE SUIS ALBUM	152	100
23	UNIVERSAL MUSIC	SUPERBUS / MERCURY	POP N GUM ALBUM	552	
24	SONY BMG MUSIC	LOW FULL MULTI ARTISTE COLLECTION	LOW FULL MULTI ARTISTE COLLECTION ALBUMS	44	
25	UNIVERSAL MUSIC	STAR ACADEMY 4 CHANTEURS / MERCUR	STAR ACADEMY 4 LES SINGLES	25	
26	SONY BMG MUSIC	YANNICK NOAH / COLUMBIA	METISSE ALBUM	44	72
27	EMI MUSIC	HITS & DANCE 2005 COMPILATIONS ARTIS	HITS & DANCE 2005 ALBUM	123	

Rg	Distributeur	Artiste	Produit	Nb Diffs	Rang dans le top 100 Marché 1 ^{ère} semestre 05
28	M6 INTERACTIONS	M6 DANCE COMPILATION ARTISTES	M6 DANCE ALBUM	281	
29	EMI MUSIC	RAPHAEL / CAPITOL GROUP	CARAVANE ALBUM	97	12 (Single 48 ^{ème})
30	EMI MUSIC	ROMANE SERDA / RENAUD	ROMANE SERDA ALBUM	26	
31	UNIVERSAL MUSIC	GWEN STEFANI / POLYDOR	LOVE ANGEL MUSIC BABY ALBUM	387	86
32	WAGRAM MUSIC	CORNEILLE / WAGRAM	CORNEILLE LIVE 2004 ALBUM	183	
33	UNIVERSAL MUSIC	JUSTINE / ULM	LIEN DE SANG ALBUM	20	
34	SONY BMG MUSIC	PLANETE RAP 2005 ALBUM / COMPILATIO	PLANETE RAP 2005 ALBUM	138	
35	UNIVERSAL MUSIC	MARIAH CAREY / MERCURY	THE EMANCIPATION OF MIMI ALBUM	141	
36	WARNER MUSIC	RAP & RNB NON STOP 2005 COMPILATION	RAP & RNB NON STOP 2005 ALBUM	146	
37	UNIVERSAL MUSIC	L5 / MERCURY	TURBULENCES ALBUM	471	
38	EMI MUSIC	CALI / VIRGIN	L AMOUR PARFAIT ALBUM	36	54
39	UNIVERSAL MUSIC	DJ KOST ET DJ JAMES / BARCLAY	DOUBLE FACE 6 ALBUM	148	
40	UNIVERSAL MUSIC	DANCEFLOOR LE MIX WINTER 2005 COM	DANCEFLOOR LE MIX WINTER 2005 ALBUM	325	58
41	UNIVERSAL MUSIC	AXEL F	CRAZY FROG SINGLE	187	
42	UNIVERSAL MUSIC	HIT MACHINE 2005 VOL.2 COMPILATION A	HIT MACHINE 2005 VOLUME 2 ALBUM	124	95
43	UNIVERSAL MUSIC	GENERATION RAP RNB 2 LIVE ALBUM / C	GENERATION RAP RNB 2 LIVE ALBUM	96	
44	SONY BMG MUSIC	ARIELLE DOMBASLE / COLUMBIA	AMOR AMOR ALBUM	49	64
45	SONY BMG MUSIC	NATALIE IMBRUGLIA / RCA / ARISTA	COUNTING DOWN THE DAYS ALBUM	440	
46	SONY BMG MUSIC	FREDERIC FRANCOIS / SONY BMG MUSIC	ET SI L ON PARLAIT D AMOUR ALBUM	77	
47	SONY BMG MUSIC	LORIE / EPIC GROUP	BEST OF LORIE ALBUM	53	
48	SONY BMG MUSIC	HITS 2005 COMPILATION ARTISTES	HITS 2005 ALBUM	145	93
49	SONY BMG MUSIC	TRIIM / HEBEN MUSIC	POP THE MUSIC SINGLE	20	
50	UNIVERSAL MUSIC	JENIFER / MERCURY	LE PASSAGE ALBUM	15	81

Annexe 2b : top 3 des investissements publicitaires dans les chaînes de télévision

Chaînes	Rg	Annonceur	Artiste	Type
Chaînes généralistes				
<i>M6</i>	1	SONY BMG MUSIC	AMEL BENT / JIVE	Album
	2	WARNER MUSIC	GREEN DAY / WEA	Album
	3	UNIVERSAL MUSIC	KEANE / AZ	Album
<i>TF1</i>	1	WARNER MUSIC	LE ROI SOLEIL TROUPE / WARNER	Album
	2	SONY BMG MUSIC	CATHERINE LARA / BMG MEDIA	Album
	3	UNIVERSAL MUSIC	STAR ACADEMY 4 CHANTEURS / MERCURY	Album
<i>France 2</i>	1	EMI MUSIC	MIKE BRANT / CAPITOL	Compilation
	2	EMI MUSIC	FRANCOISE HARDY / VIRGIN	Album
	3	UNIVERSAL MUSIC	HELENE GRIMAUD / UNIVERSAL MUSIC	Album
<i>France 3</i>	1	EMI MUSIC	100 CHANSONS FRANCAISES DE LEGENDE	Compilation
	2	EMI MUSIC	MIKE BRANT / CAPITOL	Compilation
	3	SONY BMG MUSIC	VLADIMIR COSMA / POMME MUSIC	Album
<i>Canal+</i>	1	UNIVERSAL MUSIC	LOUIS BERTIGNAC / POLYDOR	Album
	2	EMI MUSIC	BENJAMIN BIOLAY / VIRGIN GROUP	Album
	3	EMI MUSIC	REJANE MAGLOIRE / EMI CLASSICS	Album
<i>France 5</i>	1	SONY BMG MUSIC	OUI CHANTE AVEC SES AMIS ALBUM	Album
	2	UNIVERSAL MUSIC	HELENE GRIMAUD / UNIVERSAL MUSIC	Album
	3	UNIVERSAL MUSIC	MA COMPIL... COMPILATION ARTISTES	Album

Chaînes du câble

<i>MCM</i>	1	UNIVERSAL MUSIC	SUPERBUS / MERCURY	Album
	2	UNIVERSAL MUSIC	THE KILLERS / MERCURY	Album
	3	WARNER MUSIC	GREEN DAY / WEA	Album
<i>MTV</i>	1	SONY BMG MUSIC	KYO / JIVE	Album
	2	WARNER MUSIC	GARBAGE / WEA	Album
	3	WARNER MUSIC	GREEN DAY / WEA	Album
<i>LCI</i>	1	EMI MUSIC	NAT KING COLE	Compilation
	2	EMI MUSIC	ANGELA MC CLUSKEY / CAPITOL GROUP	Album
	3	UNIVERSAL MUSIC	DANIEL DARC / MERCURY	Album
<i>RTL 9</i>	1	UNIVERSAL MUSIC	LES PLUS BELLES VOIX 2005 COMPILATION	Compilation
	2	SONY BMG MUSIC	IL DIVO	Album
	3	UNIVERSAL MUSIC	LE MONDE EN FETE VIDEO ET DVD	DVD
<i>PARIS PREMIERE</i>	1	SONY BMG MUSIC	LA FAMILLE MAESTRO / SMM	Album
	2	UNIVERSAL MUSIC	LES WRIGGLES / ATMOSPHERIQUES	Album
	3	UNIVERSAL MUSIC	DANIEL DARC / MERCURY	Album
<i>W9</i>	1	M6 INTERACTIONS	M6 DANCE COMPILATION ARTISTES	Compilation
	2	SONY BMG MUSIC	NATASHA BEDINGFIELD / RCA / ARISTA	Single
	3	UNIVERSAL MUSIC	THE KILLERS / MERCURY	Album
<i>FUN TV</i>	1	UNIVERSAL MUSIC	L5 / MERCURY	Album
	2	UNIVERSAL MUSIC	HIT PARTY 2005 COMPILATION ARTISTES	Compilation
	3	M6 INTERACTIONS	GENERATION HIT 2005 COMPILATION ARTISTES	Compilation

Chaînes du câble

<i>CANAL J</i>	1	WARNER MUSIC	TRAGEDIE / UP MUSIC	Album
	2	SONY BMG MUSIC	ILONA MITRECEY	Single
	3	WARNER MUSIC	RAP & RNB NON STOP 2005 COMPILATION	Compilation
<i>TEVA</i>	1	SONY BMG MUSIC	LA FAMILLE MAESTRO / SMM	Album
	2	WARNER MUSIC	JAMES BLUNT	Album
	3	SONY BMG MUSIC	JULIE ZENATTI / COLUMBIA	Album
<i>Filles TV</i>	1	UNIVERSAL MUSIC	SUPERBUS / MERCURY	Album
	2	M6 INTERACTIONS	JONATAN CERRADA / M6 INTERACTIONS	Album
	3	SONY BMG MUSIC	KYO / JIVE	Album
<i>CANAL JIMMY</i>	1	UNIVERSAL MUSIC	JACK JOHNSON / BARCLAY	Album
	2	UNIVERSAL MUSIC	SERGE GAINSBORG D AUTRES NOUVELL	DVD
	3	UNIVERSAL MUSIC	THE KILLERS / MERCURY	Album
<i>MONTE CARLO / TMC</i>	1	UNIVERSAL MUSIC	FREEDOM ALBUM	Album
<i>France 4</i>	1	UNIVERSAL MUSIC	JACK JOHNSON / BARCLAY	Album
	2	SONY BMG MUSIC	BRUCE SPRINGSTEEN / COLUMBIA	Album
	3	UNIVERSAL MUSIC	LOUIS BERTIGNAC / POLYDOR	Album
<i>JETIX</i>	1	M6 INTERACTIONS	MARIA ISABEL	Single
	2	UNIVERSAL MUSIC	SUPERBUS / MERCURY	Album
<i>COMEDIE</i>	1	UNIVERSAL MUSIC	LES WRIGGLES / ATMOSPHERIQUES	Album
	2	SONY BMG MUSIC	ARTISTES SOLIDAIRES ICI POUR EUX	Single
<i>EUROSPORT</i>	1	UNIVERSAL MUSIC	SOLIDARITE ASIE COMPILATION ARTISTES	Compilation
<i>SERIE CLUB</i>	1	UNIVERSAL MUSIC	TUBES TELE COMPILATION ARTISTES	Compilation
	2	UNIVERSAL MUSIC	SOLIDARITE ASIE COMPILATION ARTISTES	Compilation
	3	FOX PATHE EURO	CUT KILLER SHOW VIDEO ET DVD	DVD
<i>13ème RUE</i>	1	SONY BMG MUSIC	ARTISTES SOLIDAIRES ICI POUR EUX	Single
	2	UNIVERSAL MUSIC	SOLIDARITE ASIE COMPILATION ARTISTES	Compilation
<i>NT1</i>	1	SONY BMG MUSIC	KEN BOOTHE	Album
<i>CARTOON NETWORK</i>	1	UNIVERSAL MUSIC	SUPERBUS / MERCURY	Album

Les émissions de TV réalité : un outil marketing en amont
de la diffusion ou une captation de spectacle vivant ?

2005

Le marché du DVD musical

Il s'est vendu en 2005, 10 169 références différentes de DVD musicaux, soit une augmentation de +28,4% par rapport à 2004, pour 7,8 millions d'unités vendues (+17,5% vs. 2004) et un chiffre d'affaires de 141 millions d'euros TTC (+6,8% vs. 2004).

Sur le marché du DVD (DVD vidéo +DVD musical), en structure, le DVD musical pèse :

- 6,4% en volume,
- 8% en valeur.

Sur le marché du support musical (CD audio +DVD musical), en structure, le DVD musical pèse :

- 6,3% en volume,
- 8,6% en valeur.

L'augmentation du marché du DVD musical se confirme, mais subit un tassement, ne retrouvant pas les taux d'évolution des années précédentes.

Le prix moyen du DVD musical baisse, passant à 18 euros en 2005 (19,2 en 2004 et 21,6 en 2003).

La variété française réalise 39,7% des ventes de DVD musical en volume et 43% en valeur, en augmentation par rapport à l'année 2004, pour une offre de références 8 fois inférieure à l'offre de variété internationale (670 pour 5 591), dont la part de marché s'élève à 36,8% en volume et en valeur.

