

Paris, le 17 septembre 2018

Résultats de la consultation nationale pour un marché des musiques du monde en France.

La consultation menée par Zone Franche s'est déroulée en juin dernier. Elle a permis d'aborder de nombreux sujets afin de mieux cibler les attentes des acteurs professionnels. En particulier sur la situation géographique et la période souhaitées, les contenus et les publics attendus.

En voici les principaux résultats :

>> Forte participation : **348 structures professionnelles** dont 10% étrangères (24 pays représentés).

>> Profils des répondants : principalement **producteurs (31%), diffuseurs (25%) et artistes (10%)**. Mais aussi producteurs phonographiques, éditeurs, formateurs, managers, médias, réseaux... L'ensemble de la filière est représentée et se sent donc concernée par le sujet.

>> Région souhaitée : Les **régions en bord de Méditerranée** se détachent assez nettement (39 % pour le total PACA et Occitanie). La région **Provence-Alpes-Côte d'Azur** recueille le plus de voix (22%), suivie par l'Occitanie (17%), l'Île-de-France (16%), la Bretagne (11%) et l'Auvergne-Rhône-Alpes (10%).

>> Villes envisagées : les grandes métropoles de **Marseille (19%)**, puis Paris (14%), Toulouse (11%), Montpellier et Lyon (10%), sont les plus attendues.

>> Période et durée : La majorité des répondants souhaitent l'organisation d'un marché sur les **trois premiers mois de l'année (15% janvier / 16% février / 19% mars)**, sur une durée de **3 jours (61%)** et une **périodicité annuelle (75%)**.

>> Activités attendues en priorité : Les **showcases sont les plus cités (81% les considèrent comme assez ou très prioritaires)**, suivi des stands (67%), des temps conviviaux (64 %), des conférences (61 %), des speed-meetings et des ateliers pratiques (49%). **L'ouverture au grand public des showcases** apparaît par ailleurs importante pour la plupart des répondants (57%).

>> Programmation artistique : **Les artistes étrangers** sont à privilégier pour la majorité des répondants, puis les français et enfin les artistes régionaux. La programmation d'**artistes émergents** est aussi la plus attendue.

>> Budgets envisagés : 90% prévoient un **budget limité à 1000 €** (accréditations, stands, hébergement, transports, per diem compris) et 72 % envisagent des **activités de tourisme** au cours de leur séjour dans la ville ou la région d'accueil du marché.



Retrouvez les résultats complets de la consultation [sur cette page du site de Zone Franche](#).

La forte participation des acteurs professionnels à notre consultation témoigne de leur attachement à la présence en France d'un salon international consacré aux musiques du monde.

La France reste le premier marché mondial en terme de production et de diffusion des musiques du monde. Suite à la disparition de Babel Med en 2018, Zone Franche rappelle la nécessité pour les acteurs de pouvoir se retrouver dès 2019 lors d'un marché d'envergure internationale.

Zone Franche insiste sur l'importance d'un tel événement, qui représente à la fois :

- Un **outil de filière structurant**, maillon essentiel pour l'activité et le développement de l'ensemble d'un secteur musical réunissant labels, festivals, producteurs, artistes, programmeurs et médias français et étrangers.
- Un **acteur économique et social important**, avec de nombreuses retombées locales en plus de retombées directes pour le secteur.
- Un **acteur culturel singulier**, pouvant cumuler ancrage local et un rayonnement international, avec une ouverture sur les nouveaux talents et les musiques de tous les continents.
- Un **acteur ouvert sur de la diversité** musicale et culturelle, ambassadeur des valeurs qui y sont attachées : dialogue entre les cultures, respect de la pluralité des identités et des expressions, reconnaissance et promotion des sensibilités artistiques multiples,...

Zone Franche, le réseau des musiques du monde

Contact :

Pierre-Henri Frappat, directeur

direction@zonefranche.com / 06 75 79 13 61

Zone Franche est un réseau de 160 opérateurs des musiques du monde (producteurs de spectacles ou de disques, festivals, salles, labels etc.), dont la plupart est basée en France, une quinzaine de nos adhérents étant implantés en Afrique. Nous sommes une fédération qui, à la fois, accompagne la visibilité économique (présence sur les salons) et médiatique (annuaire) de nos adhérents, et mène des actions d'intérêt général autour de la diversité culturelle, de la circulation des artistes, de la solidarité interprofessionnelle et de la coopération Nord / Sud.