



Dans les coulisses des billetteries

7 questions pour y voir plus clair

Passage obligé de l'organisateur de spectacles, la billetterie répond à des règles très précises, et s'organise, en matière de vente, selon trois canaux : en magasin, sur internet ou via les comités d'entreprise. Petit tour de terrain...

En 2007, plus de 16 millions de billets ont été vendus en France dans le domaine des concerts et spectacles d'humour. Force est de constater que la billetterie est devenue un enjeu de volume grâce aussi à des marges plus importantes que celles du disque, d'autant que sur ce secteur le piratage n'est pas possible ! Ce secteur a su évoluer avec le temps, du billet à souche à la vente sur internet et jusqu'à sa dématérialisation en vogue depuis deux ans. Explications...

Un billet, pour qui, pour quoi ?

Vous organisez un concert, un festival : vous ne pourrez pas faire l'impasse d'une billetterie. Tout spectateur doit en effet obligatoirement être muni d'un billet, et vous devez pouvoir en garder une trace, notamment vis-à-vis des services fiscaux (cf. le Code général des impôts). Le billet doit comporter au moins deux parties, voire trois : une partie va être conservée par le spectateur, l'autre sera remise à l'entrée, la troisième concernant la souche, s'il s'agit d'une billetterie « traditionnelle ». Un certain nombre d'informations doivent obligatoirement être portées sur le billet : prix, intitulé de la manifestation, organisateur, lieu, etc. Un petit tour sur legifrance.gouv.fr vous permettra d'en savoir plus...

Quels sont les canaux de distribution ?

La billetterie, dans son ensemble, est écoulée via trois canaux de distribution : par magasin, en vente à distance ou par les comités d'entreprise. Ces différents canaux sont gérés par les réseaux nationaux (Fnac, Ticketnet, Digitick), les réseaux locaux de billetterie, les réseaux virtuels de billetterie nationaux ou locaux (sites internet), les canaux de distribution CE

incluant aussi les offres Intranet, les réseaux spécialistes (Pariscabaret.fr...), et enfin les différents points de vente billetterie (magasins physiques).

Le magasin physique : Ce mode de distribution est le plus classique. Il présente toujours l'avantage de profiter du trafic de ces lieux, d'informer et de guider le client via des conseils avisés. Nous sommes ici dans le cadre d'un accompagnement personnalisé. La présence dans le magasin de supports comme les affiches, flyers et autres descriptifs sur la salle où aura lieu le concert, par exemple, procure au client tous les éléments nécessaires qui vont l'aider à prendre sa décision finale. De l'autre côté du miroir, les petits organisateurs et associations trouveront dans ce canal de distribution une visibilité plus facile d'accès.

La vente à distance et les nouvelles technologies : Traditionnellement, la vente à distance se fait par téléphone à l'aide d'un numéro surtaxé. Aujourd'hui, il est possible d'acheter son billet sur internet. Ce canal répond plus à une question de disponibilité immédiate (achats d'impulsion), permanente et de proximité. 35 % des activités de la billetterie s'effectuent sur internet. Le paiement est effectué par carte bancaire (le client édite ensuite son billet sur son imprimante si l'événement est disponible en mode e-ticket, sinon il peut le retirer dans n'importe quel magasin du réseau) ou par chèque (une fois encaissé, il reçoit le billet par courrier).

Le téléphone mobile permet aussi de recevoir son billet acheté sur internet : par exemple, la Fnac a développé son site de réservation sur mobile.

En outre, l'opérateur SFR, via la société Digitick, est le numéro un du e-ticket en France. Il est surtout, avec la Fnac, le seul à proposer l'envoi du m-ticket via le téléphone mobile sous format SMS.

Les petits organisateurs et associations trouvent aussi leur compte dans ces nouvelles

digitick est le leader français de l'e-ticket.

L'objectif du service est de faciliter votre accès à tous les événements référencés sur notre plateforme.

Profitez de ce service innovant !

Produit : Spectacles > Recherche (CHARLIE WINSTON)

Voici les 105 résultat(s) de votre recherche...

TRIÉ PAR : Meilleures ventes ▲ ▼ Dates ▲ ▼ Titres ▲ ▼ Salles ▲ ▼ Villes ▲ ▼ Prix ▲ ▼

Produit	Salles	Villes	Prix
MUSILAC 2009 - 3 JOURS + CAMPING 1 Pop-rock, Variété et chanson françaises projet en 12-07-2009	ESPLANADE DU LAC AUX LES BAINS		Complet » En savoir plus
MUSILAC 2009 - PASS 3 JOURS Pop-rock, Variété et chanson françaises projet en 12-07-2009	ESPLANADE DU LAC AUX LES BAINS		85,00 € » Réservez vos places
CHARLIE WINSTON Pop-rock du 14-10-2009 au 15-11-2009	L'OLYMPIA 10, 10 DES CAPUCINES PARIS 09		de 33,50 € à 38,00 € » Réservez vos places
LES EUROCKEENNES DE BELFORT - 3 J Pop-rock, Variété et chanson françaises, Hard-rock/Métal projet en 02-02-2009	PRESOULE DU MALSAUCY Les de Malsaucy Base de Malsaucy BELFORT		de 90,00 € à 100,00 € » Réservez vos places
PONT GAMMA 2009 Soirée dansante/Gala, Musique électronique le 06-06-2009 à 20h00	ECOLE POLYTECHNIQUE Rue de Bachy Pont Gamma 2009 PALAISEAU CEDEX		28,00 € » Réservez vos places

ACHAT RAPIDE ET FIABLE

Depuis le Web ou l'internet mobile, vous pouvez acheter des billets électroniques. A l'issue de la transaction sécurisée, vous aurez le choix d'imprimer ou de télécharger vos places sur votre mobile. Dans les 2 cas, vous obtiendrez un code-barres. Plus besoin de vous déplacer pour aller récupérer vos tickets. En 1 minute, vous obtenez vos places. Chaque billet est nominatif : le nom du porteur est inscrit.

CONTRÔLE D'ACCÈS

digitick équipe les lieux de systèmes de contrôles d'accès. Ainsi, quand vous présenterez votre billet, les agents d'accueil liront le code-barres présent sur votre billet pour vérifier sa validité et le composer. Dans certains cas comme les stades, le portique existant permet de lire les billets directement. Il suffit alors d'insérer votre ticket dans une fente. Munissez-vous d'une pièce d'identité en cas de contrôle.

À gauche, le site de la Fnac où sont recensés les spectacles.
Ci-dessus, le site de Digitick, leader français de l'e-ticket.

technologies, d'une part parce que les clients peuvent acheter un billet plus facilement, d'autre part parce que la notion de distance (surtout en province) entre son « chez-soi » et le magasin le plus proche n'est plus un obstacle. En revanche, internet fera preuve d'absence de communication pour la petite association qui sera noyée dans la masse. **Les comités d'entreprises** : Il s'agit d'un marché important. Comment ça marche ? Prenons le cas du leader national dans ce domaine, France Billet, filiale de la Fnac... Un CE qui désire acheter des billets au tarif CE/Collectivités appelle tout simplement France Billet, qui lui procure, après référencement, le tarif préférentiel pour ses salariés. Aucun abonnement n'est requis, aucune trésorerie n'est exigée à l'avance et enfin le service est gratuit. Les petits organisateurs et associations y trouveront leur Eldorado, à condition toutefois de bénéficier de l'entière logistique offerte par France Billet qui se chargera d'alerter à leur place tous les CE sans oublier la mise en valeur de la manifestation dans le catalogue de la société (dans le cadre de partenariats).

Qui sont les acteurs du marché ?

La Fnac (www.fnacspectacles.com), qui témoigne d'un historique remontant jusqu'à 1965 (l'époque des billets à souche), est leader en termes de volume avec 60 000 événements vendus chaque année dans ses réseaux (magasins/internet/Mobile Fnac, Carrefour, Géant, Magasins U, Intermarché, Altadis, France Billet, CE, sites web partenaires...). Ticketnet (www.ticketnet.fr) et les enseignes de son réseau (Leclerc, Auchan, Virgin, Cora, Cultura), quant à eux, « distribuent » 40 000 manifestations par an. Digitick (www.digitick.com) demeure le n°1 de la distribution du e-ticket (billet vendu sur internet). La société délivre 10 000 références chaque année.

Top Ticket Line (Société Stage-Entertainment, www.topticketline.fr), présente l'originalité de distribuer ses propres productions, en général des grands spectacles comme le Roi Lion ou Holiday on Ice.

D'autres structures existent, notamment sur internet, qui, si elles sont d'une taille plus modestes, offrent aussi parfois des avantages économiques : citons, sans être exhaustifs, les sites pro.danslesvilles.fr, www.weezevent.com (création de billetterie en ligne) ou encore <http://fr.amiando.com>, spécialisé dans l'organisation d'événements en ligne. Chacune de ces structures a son propre mode de fonctionnement et ses propres tarifs...

Du côté des comités d'entreprises, le leader est France Billet (www.francebillet.com), via un catalogue regroupant plus de 60 000 références annuelles. La société a en charge une gestion de plus de 6 500 comités d'entreprises. Elle met en place un plateau téléphonique destiné à ces mêmes CE, mais aussi des solutions intranet sans oublier un back office entièrement dédié à ces derniers. Enfin, France Billet procède au pré-tirage des billets pour les vendre sur le lieu même du concert.

Si vous souhaitez uniquement faire fabriquer des « vrais » billets que vous vous chargerez ensuite de vendre, des solutions existent. Le leader du marché est Oscar (www.oscar.tm.fr).

Comment les contacter ?

Un petit tour par les sites web de ces différents acteurs s'impose. Notez que ces sites servant souvent d'abord de vitrines pour les spectacles, on ne trouve pas toujours au premier coup d'œil le lien ou le contact pour être référencé avec ces sites. Sur le site de Digitick, vous trouverez tout en bas de page, à gauche, un lien « Référencer un événement », permettant de télécharger un formulaire de mise en vente. Un bon point, aussi, pour danslesvilles.fr, qui propose un site spécialement dédié aux organisateurs de spectacles : pro.danslesvilles.fr...

[Suite en page 30]

Le site pro.danslesvilles.fr s'adresse directement aux organisateurs de spectacle.

dans les villes.fr

Vous êtes organisateurs de Spectacles (Danse, Opéra, Théâtre), Concerts, Festivals, Evénements sportifs, Expositions, Voyages, Séjours, Salons, Foires...

Mettez en vente vos événements danslesvilles.fr

PRESENTATION | FAQ | ACTUALITES-PRESSE | ADHESION | CONTACTEZ-NOUS

Accès Rapide
Accédez au site
dans les villes.fr
c'est instantané !

Ils nous font confiance

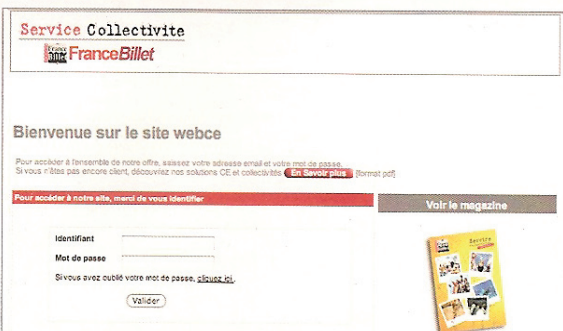
D'ARTISTES
THEATRE

GROSSOMODO
MUSIQUE

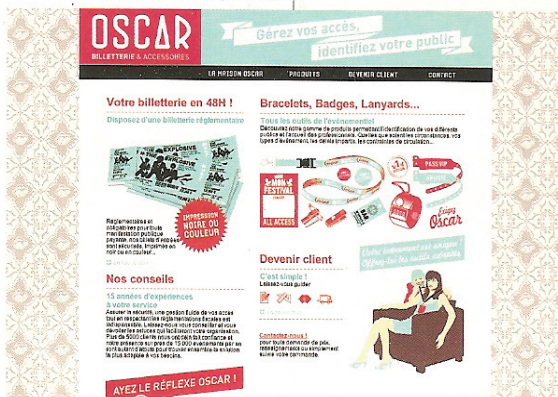
Vendez vos événements en ligne !

Vous êtes organisateurs de Spectacles (Danse, Opéra, Théâtre), Concerts, Festivals, Evénements sportifs, Voyages, Salons, Foires...

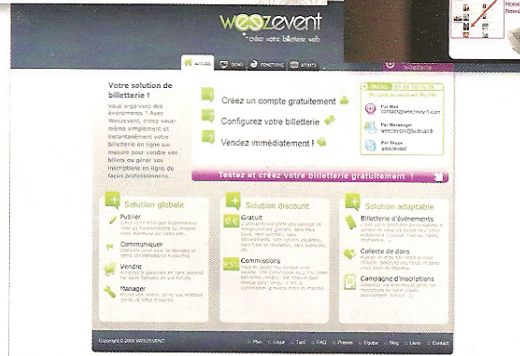
Ci-contre : le site de France Billet, leader national dans le réseau des comités d'entreprise. Ci-dessous, le site de Oscar, une société qui, depuis 1994, fabrique des billets pour des spectacles ou des événements sportifs.



Ci-dessous, le site de Open Your Mind Production propose lui-aussi des solutions de billetterie.



Ci-contre, Weezevent, un site spécialisé dans la création de billetterie en ligne.



50 places. Demain grâce à l'auto référencement, cette barrière sautera. Ainsi, l'enseigne organisera en leur nom, la mise en vente des billets via les 3 canaux de distribution et dans tous les points de ventes... Enfin, on notera deux nouveaux réseaux de proximité installés par la Fnac, l'un (Altadis) concerne un potentiel de près de 8 000 bureaux de tabac en France (à noter que Digitick a déjà mis en place pareil réseau). L'autre réseau du même type se concentrera sur les points presse. Mais il est encore classé confidentiel... Et puis qu'on parle projets d'envergure, rappelons qu'en février dernier les colosses Live Nation (première entreprise mondiale de concerts) et Ticket master (leader de la vente de billets de spectacles aux États-Unis) ont annoncé leur décision de fusionner, créant une structure « totale », qui effraie quelque peu outre-Atlantique... Un projet à suivre avec intérêt, tant ce qui se joue là-bas pourrait bien avoir quelques conséquences ici, dans un bien proche avenir...

Pierre Emberger

(*) Sur l'aspect organisationnel (choisir sa structure, obtenir sa licence, contacter la Sacem...), lire notre enquête « Devenir entrepreneur de spectacles », KR n° 234, octobre 2008. Merci à Bertrand Gstalder, directeur du pôle spectacles & voyages à la Fnac, ainsi qu'à Eddie Aubin.

[Suite de la page 29]

Pour un référencement à la Fnac (manifestation au potentiel de vente de 50 places minimum) et bientôt un auto-référencement (peu importe le nombre de places), il faut s'adresser au siège pour Paris et la région parisienne ou aux équipes régionales situées en Province (Lyon, Marseille, Toulouse, Bordeaux, Nantes, Lille et Nancy). Dans les deux cas, l'organisateur doit détenir la licence d'entrepreneur de spectacles (*) pour être validé par la Fnac.

Combien ça coûte ?

La commission du distributeur est généralement calculée sur une base de 10 % du prix du billet (avec un minimum de 1,70 euro). Elle peut être plus basse (c'est le cas de Weezevent). Les moyennes peuvent être légèrement différentes d'une région à une autre en fonction des types de spectacles et politiques de prix. Toutefois, pour les petits organisateurs et associations, une structure comme la Fnac tente d'adapter son mode de calcul pour répondre aux spécificités des petits organisateurs.

Quid de la TVA et de l'ordre de vente ?

Il s'agit d'une question fréquente que se posent les petits producteurs et associations. L'ordre de vente est un fichier sur lequel l'organisateur précise la date, le lieu du concert et le nombre de places attribuées aux réseaux de distribution. L'ordre de mise en vente est obligatoire pour toute manifestation. Si l'association/producteur du concert n'est pas assujettie à la TVA, alors elle remplira un ordre de vente dit transparent. Dans le cas contraire, elle remplira un mandat dit opaque, qui fera apparaître l'application du taux de TVA en fonction des critères suivants : 2,10 %, concerne uniquement un spectacle qui ne dépasse pas 140 représentations ; 5,50 %, à partir de la 141^e représentation ; 19,60 %, lorsqu'il se trouve un bar sur place géré par le producteur le jour de la représentation.

Et demain ?

La Fnac va, dans quelques mois, mettre en place un dispositif qui permettra dorénavant aux petits organisateurs et associations de référencer eux-mêmes leurs événements au sein de l'ensemble de son réseau. Aujourd'hui, toute manifestation requiert un minimum

« Les nouvelles technologies sont un passage obligé »

Eddie AUBIN, responsable billetterie et communication chez OYM Production, a rejoint la société après avoir travaillé au siège de la Fnac dans le compartiment billetterie.



KR : Quel a été votre parcours au sein de la Fnac ?

Eddie Aubin : Mon aventure démarre d'abord chez France Billet, où j'ai été en charge de la vente des billets de spectacles auprès des particuliers et des CE. J'ai ensuite été appelé à rejoindre le pôle théâtre/musique classique au siège de la Fnac. Je suis devenu gestionnaire de billetterie. Mes premières interventions ont porté sur les petites salles parisiennes (théâtre Talha...). Ensuite, j'ai rempli le rôle de gestionnaire de soutien pour tous les pôles de la Fnac Billetterie. J'ai notamment géré le festival Off d'Avignon en 2007. J'ai appris à gérer la billetterie, mais aussi la communication locale.

Quelle est votre fonction dans Open Your Mind Production ?

Je m'occupe de la billetterie et de la communication de la société. Nous avons réalisé un partenariat avec la Fnac dont le rôle sera de défendre chaque manifestation organisée par OYM sur tous les supports qu'elle tient à sa disposition. Le partenariat concerne aussi notre gestion billetterie incluant la mise en place du e-ticket. Avec France Billet, nous prospectons les CE de la région Centre afin de leur offrir des tarifs préférentiels sur notre programmation. En marge, je propose aussi mes services pour d'autres organisateurs partenaires (www.besoindeed.com).

Quelle est l'évolution à venir dans le secteur de la billetterie ?

L'évolution du domaine du spectacle passe obligatoirement par les nouvelles technologies ! La marche en avant ne s'arrête pas là puisque la Fnac a créé le Tick&Go : Le premier billet en libre service. Force est de constater que ces nouveaux outils boostent considérablement le marché de la billetterie avec des chiffres en hausse constante.