



TICKETS

Le marché de la billetterie

Comment les acteurs de l'événementiel peuvent-ils capitaliser sur la billetterie pour favoriser le rebond de l'activité ?

Sommaire



| | | | | | |
|-----------|---|-------------------|--|--|--|
| | Remerciements | <u>5</u> | | | |
| | Synthèse | <u>6</u> | | | |
| 1. | Les clés de lecture du marché | <u>32</u> | | | |
| 1.1. | La réglementation autour de la vente de billets | <u>33</u> | | | |
| 1.2. | La digitalisation du secteur | <u>39</u> | | | |
| | Les dynamiques de fréquentation des événements culturels, sportifs et professionnels en France et les chiffres clés du marché | | | | |
| 1.3. | | <u>43</u> | | | |
| 1.4. | Les attentes des spectateurs et les nouvelles habitudes de consommation | <u>52</u> | | | |
| 1.5. | Le panorama des technologies émergentes | <u>66</u> | | | |
| 1.6. | L'écosystème en France | <u>88</u> | | | |
| 2. | Les innovations répondant aux grands défis de la profession | <u>107</u> | | | |
| 2.1. | S'adapter aux conséquences de la crise sanitaire | <u>109</u> | | | |
| 2.2. | Améliorer l'expérience client | <u>116</u> | | | |
| 2.3. | Renforcer la sécurité | <u>129</u> | | | |
| 2.4. | Collecter et exploiter les données | <u>136</u> | | | |
| 3. | Les stratégies de développement des acteurs de la billetterie | <u>148</u> | | | |
| 3.1. | Le déploiement d'offres totalement intégrées | <u>149</u> | | | |
| 3.2. | Cap à l'international pour assurer des relais de croissance | <u>156</u> | | | |
| 3.3. | La quête des effets de réseau | <u>163</u> | | | |
| 3.4. | L'évangélisation du marché, une étape encore impérative pour de nombreux acteurs | <u>169</u> | | | |
| 4. | Les perspectives du marché de la billetterie | <u>173</u> | | | |
| | Annexes | <u>192</u> | | | |



1. Les clés de lecture du marché

1.1. La réglementation autour de la vente de billets

Plusieurs obligations s'appliquent pour la vente de billets de spectacles

Les principales règles régissant la billetterie des spectacles relèvent du **code général des impôts** (article 290 quater du CGI). Celui-ci indique que tout spectateur présent dans un lieu de spectacle dont l'accès est payant doit être porteur d'un billet délivré avant l'entrée. Dans le cas contraire, un système informatisé doit avoir enregistré les mêmes informations que celles attendues sur le billet.

Quel que soit le type de support choisi, chaque billet d'accès à une salle de spectacle doit obligatoirement intégrer un certain nombre d'informations, dont :

- l'**identification de l'exploitant** ;
- le **nom du spectacle** et, le cas échéant, le numéro de la séance à laquelle il donne droit ;
- la **catégorie de places** à laquelle il donne droit ;
- le **prix global payé** par le spectateur ou la mention de gratuité.

LA LÉGALISATION DES BILLETS DÉMATÉRIALISÉS POUR LES SPECTACLES

- ✓ L'utilisation de billets totalement dématérialisés pour les spectacles (cinéma, théâtre, musique ou sport) est autorisée depuis le 1^{er} janvier 2007, à la faveur de l'article 104 de la loi de finances rectificative 2006 (lequel modifie l'article 290 quater du Code général des impôts).
- ✓ Depuis le 1^{er} janvier 2007, les billets dématérialisés sont ainsi utilisés dans l'ensemble des secteurs. Ils l'étaient déjà dans les transports aérien et ferroviaire ou encore dans les musées.



1. Les clés de lecture du marché

1.1. La réglementation autour de la vente de billets

Le relevé des recettes de billetterie, un document clé pour l'administration fiscale

Selon le type de billetterie utilisée, le fournisseur doit respecter les règles suivantes :

- **billetterie manuelle** : le billet est pré-imprimé avant sa commercialisation et dispose d'un numéro unique ;
- **billetterie informatisée** : l'impression du billet s'effectue à partir d'un logiciel équipant les différents points de vente ;
- **billetterie dématérialisée** : l'entrée est enregistrée au sein d'une base de données dématérialisée. La preuve d'achat repose sur la présentation d'un code-barres ou d'un billet imprimé sur un support papier par l'acheteur. En outre, l'exploitant ou l'organisateur devra justifier d'un système informatique de contrôle de ce type de titre d'accès.

Par ailleurs, les acteurs participants à la livraison des billets (fabricants, importateurs, distributeurs, gestionnaires de logiciel...) sont soumis à une déclaration dans les 8 jours suivants la livraison **auprès des Services des impôt** mentionnant, entre autres, le nombre de billets et les numéros de billets délivrés.

En outre, le responsable de la commercialisation des billets « doit établir à la fin de chaque représentation ou journée un relevé comportant pour chaque catégorie de places les mentions suivantes :

- le nombre de billets émis ;
- le prix de la place ;
- la recette correspondante. »

Le **relevé de recette constitue alors une pièce cruciale de la déclaration fiscale et sociale.**