

# Etude exploratoire sur l'autoproduction des artistes de la musique

— Rapport final

Avril 2019

agencephare

RAPPORT RÉALISÉ PAR L'AGENCE PHARE

**AUTEURS :**

MANON RÉGUER-PETIT  
MARIANNE MONFORT  
MARTIN AUDRAN



Direction générale des médias et des industries  
culturelles, Ministère de la culture

— [agencephare.com](http://agencephare.com)



# Sommaire

<b>PARTIE 1. INTRODUCTION</b>	<b>6</b>
<b>1. LES TRANSFORMATIONS RECENTES DU PHENOMENE DE L'AUTOPRODUCTION</b>	<b>8</b>
1.1. L'autoproduction : un phénomène ancien	9
1.2. Le tournant numérique des années 2000 et ses impacts sur l'autoproduction de musique enregistrée	9
1.2.1. La crise de l'industrie du disque	10
1.2.2. La démocratisation de la production et de la promotion musicales	11
1.3. Une transformation moins marquée de l'autoproduction de spectacle vivant	13
<b>2. LE CADRAGE THEORIQUE DE L'ETUDE</b>	<b>14</b>
2.1. Définir la notion d'artiste	15
2.1. Définir l'« autoproduction »	15
2.1.1. L'autoproduction de musique enregistrée	16
2.1.2. L'autoproduction de spectacle vivant	16
2.2. La problématique de l'étude	17
<b>3. LA METHODOLOGIE DE L'ETUDE</b>	<b>18</b>
3.1. L'analyse documentaire	19
3.2. Les entretiens semi-directifs auprès des professionnels du secteur et des artistes	19
<b>PARTIE 2. TRANSFORMATION DU SECTEUR MUSICAL ET AUTOPRODUCTION</b>	<b>20</b>
<b>1. LA TRANSFORMATION DU ROLE JOUE PAR LES ACTEURS DE LA PRODUCTION</b>	<b>22</b>
1.1. Vers une évolution du rôle des maisons de disque ?	23
1.1.1. La réduction du rôle de repérage des maisons de disque	23
1.1.2. Vers une diminution des contrats d'artiste au profit des contrats de licence et de distribution	25
1.1.3. Les nouvelles offres des maisons de disque	27
1.2. L'investissement limité des producteurs de spectacle vivant	28
1.2.1. Les défis rencontrés par les entrepreneurs du spectacle vivant	29
1.2.2. L'homogénéisation du tissu économique	30
<b>2. L'EMERGENCE DE NOUVEAUX ACTEURS : L'ACCOMPAGNEMENT DES ARTISTES AUTOPRODUITS</b>	<b>31</b>
2.1. L'insertion dans un réseau comme vecteur d'accès à des compétences plurielles	32
2.2. Contre le mythe de l'artiste isolé, l'écosystème des artistes autoproduits	35
2.2.1. L'expansion des métiers liés à l'accompagnement des artistes autoproduits	35
2.2.2. Les accompagnateurs spécialisés	36
2.2.3. Les accompagnateurs généralistes	39
<b>3. CONCLUSION : L'EMERGENCE D'UN NOUVEL ECOSYSTEME AUTOUR DES ARTISTES</b>	<b>43</b>
3.1. Les trois niveaux de transformation du secteur musical	44
3.2. Cartographier l'écosystème de l'autoproduction	45
<b>PARTIE 3. L'IMPACT DE L'AUTOPRODUCTION SUR LES ARTISTES DE LA MUSIQUE</b>	<b>48</b>

<b>1. LES MOTIFS D'ENTREE DANS L'AUTOPRODUCTION</b>	<b>50</b>
1.1. Les logiques d'entrée dans l'autoproduction de musique enregistrée	51
1.1.1. En l'absence de contrat, l'autoproduction comme étape contrainte en vue d'être repéré	51
1.1.2. Quand les contrats de licence et de distribution sont un choix	52
1.1.3. Quand les contrats de licence et de distribution sont une solution « par défaut »	57
1.2. Les motifs d'entrée dans l'autoproduction de spectacle vivant	61
1.2.1. L'autoproduction aux marges de la légalité des artistes émergents	61
1.2.2. L'autoproduction encadrée des artistes repérés et confirmés	62
1.2.3. Les collectifs ou la mutualisation des moyens	64
1.2.4. Les cas-limites de l'autoproduction de spectacle vivant	66
<b>2. LES DIFFICULTES JURIDIQUES ET ADMINISTRATIVES</b>	<b>71</b>
2.1. La nécessité de créer une structure juridique pour porter le projet musical	72
2.1.1. Le cas des artistes autoproduits sans structure juridique	72
2.1.2. La structuration : une étape indispensable pour le développement du projet musical	72
2.2. Les difficultés générales liées à la structuration juridique	73
2.2.1. Les difficultés relatives à la création et à la gestion d'une structure	74
2.2.2. L'importance de l'adéquation du type de structure au projet musical	77
2.3. Les difficultés liées à la place des artistes autoproduits dans la structure juridique	78
2.4. Un accès différencié aux leviers juridiques et administratifs	80
2.4.1. Les temps d'informations pour les artistes déjà insérés dans des réseaux de professionnels	80
2.4.2. L'accompagnement par les salles de spectacle pour des artistes repérés localement	80
2.4.3. Le recours à des prestataires ponctuels pour les artistes disposant des ressources financières	81
2.4.4. L'internalisation de compétences juridiques et administratives pour les artistes disposant de ressources financières conséquentes	81
<b>3. LES DIFFICULTES ECONOMIQUES ET SOCIALES</b>	<b>84</b>
3.1. La précarité des artistes de la musique	85
3.1.1. L'intrication des sphères professionnelle et privée	85
3.1.2. Les protections existantes	85
3.2. Les artistes autoproduits : des situations socioéconomiques contrastées	86
3.2.1. Une activité professionnelle annexe	87
3.2.2. Le recours à des ressources externes	87
3.2.3. Des revenus issus des projets musicaux antérieurs	88
3.2.4. Trois types d'artistes en fonction de la structure de leurs revenus	88
3.3. Des difficultés liées au financement des projets autoproduits	89
3.3.1. Des difficultés à l'autoproduction de musique enregistrée variables selon les esthétiques et le niveau de développement des artistes	89
3.3.2. Des difficultés à l'autoproduction de spectacle vivant variables selon les esthétiques	91
3.3.3. Les répercussions de ces difficultés sur la structure de revenus des artistes autoproduits	93
3.4. Les leviers existants	95
3.4.1. Les leviers institutionnels	95
3.4.2. Les leviers non-institutionnels : la mutualisation des moyens	97
<b>4. LES DIFFICULTES TECHNIQUES ET ARTISTIQUES</b>	<b>101</b>
4.1. La démocratisation relative de l'accès à la production phonographique	102
4.1.1. Les « home studios », la fin des difficultés techniques ?	102
4.1.2. Les compétences techniques sous estimées de la post-production	103

4.2. Produire et diffuser un spectacle : un exercice complexe	103
4.2.1. Les difficultés à avoir une vue d'ensemble sur le travail artistique	104
4.2.2. Les difficultés liées à la diffusion : connaissance des réseaux de diffusion et compétences organisationnelles	104
4.3. Les leviers existants : l'accès aux compétences techniques, les ressources sociales et financières	105
4.3.1. Les compétences techniques	105
4.3.2. La nécessité de constituer un réseau	105
4.3.3. Les moyens financiers	106
<b>5. CONCLUSION : LES DIFFICULTES DES ARTISTES AUTOPRODUITS</b>	<b>108</b>
<b>PARTIE 4. CONCLUSION GENERALE</b>	<b>111</b>
<b>1. QUATRE RESULTATS</b>	<b>113</b>
1.1. L'évolution du positionnement des producteurs	113
1.2. L'émergence d'un écosystème autour des artistes autoproduits	114
1.3. Les motifs diversifiés d'entrée dans l'autoproduction	114
1.4. Les difficultés rencontrées par les artistes autoproduits	114
<b>2. LES POSSIBILITES ET LIMITES D'UNE FUTURE ETUDE QUANTITATIVE</b>	<b>116</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<b>118</b>
<b>ANNEXE METHODOLOGIQUE : LES PROFILS DES ENQUETES</b>	<b>121</b>
2.1. Les professionnels du secteur enquêtés	122
2.2. Les artistes autoproduits enquêtés	122

# **PARTIE 1.**

# **Introduction**

Jusqu'aux années 1990, l'autoproduction de musique enregistrée était présentée comme un phénomène relativement marginal<sup>1</sup>. La plupart des artistes avaient besoin des labels pour émerger, notamment en raison du coût élevé de l'enregistrement en studio, de l'édition et de la promotion par les radios et les chaînes de télévision. Ceux-ci étaient alors les principaux prescripteurs, mais **les révolutions informatique puis numérique ont fortement bousculé ce modèle**<sup>2</sup>. Ces révolutions n'ont pas eu les mêmes effets sur l'autoproduction de spectacle vivant, dont il semble qu'elle relève aussi d'un phénomène ancien. Si l'autoproduction des artistes de la musique ne peut être présentée comme une situation nouvelle, il semble néanmoins que les logiques qui la sous-tendent aient changé et que son impact sur le secteur musical soit plus marqué ces dernières années.

Cette **étude exploratoire** s'inscrit dans un contexte de méconnaissance de ce que recouvre l'autoproduction musicale aujourd'hui, de son ampleur, des caractéristiques des artistes autoproduits et des modalités de mise en œuvre concrète de l'autoproduction. Les transformations récentes du secteur musical permettent en partie de comprendre le nouvel essor de l'autoproduction des artistes de la musique (1). L'étude s'appuie sur un cadre théorique (2) et une méthodologie (3) adéquats.

---

<sup>1</sup> Le phénomène prend de l'ampleur à partir de la deuxième moitié des années 1990. Plusieurs éléments témoignent de l'émergence progressive de ce phénomène. En 1996, l'IRMA sort la première édition du guide *Autoproduire sa musique*. En novembre 1999, le journal l'Humanité dédiait ainsi un article au phénomène, au titre évocateur : « Le boom de l'autoproduction ».

<sup>2</sup> Philippe Askenazy et Daniel Cohen, *5 crises. 11 nouvelles questions d'économie contemporaine*, Albin Michel, 2013.

# 1.

# Les transformations récentes du phénomène de l'autoproduction

PARTIE N° 1

Avant d'analyser les conséquences de l'autoproduction sur les trajectoires des artistes de la musique et sur la filière musicale, il est nécessaire de dresser le contexte dans lequel s'ancre cette étude exploratoire. Si l'autoproduction des artistes de la musique n'est pas un phénomène nouveau (1.1), la transition numérique a fait émerger de nouveaux modèles économiques en même temps qu'elle a en partie facilité l'accès à la production de phonogrammes, si bien qu'on assiste à une extension de l'autoproduction de musique enregistrée au début des années 2000 (1.2). Une telle transformation ne semble pas marquer dans les mêmes proportions le spectacle vivant (1.3).



## 1.1. L'autoproduction : un phénomène ancien

**L'autoproduction de musique enregistrée est un phénomène ancien.** Au début de la commercialisation de la musique, dans les années 1920, le rôle de producteur de musique n'existe pas en tant que tel<sup>3</sup>. Puis, malgré son apparition progressive et sa prise d'importance, certains artistes choisissent d'autoproduire leur musique dès la fin des années 1960, en particulier dans les esthétiques « indés ». Ainsi, certains artistes – des courants *underground* ou « indés » – créent leur propre label pour s'émanciper des multinationales discographiques, à l'instar de groupes comme *The Velvet Underground*<sup>4</sup>. Une telle tradition d'indépendance à l'égard des majors marquera quelques années plus tard le mouvement punk et continuera de caractériser une partie du rock des années 1990.

**L'autoproduction de spectacle vivant ne peut, pas plus que la musique enregistrée, être considérée comme un phénomène récent.** Il suffit de revenir sur les concerts des courants *underground* et « indés », ou simplement sur les concerts d'une diversité d'artistes, en particulier émergents, au cours du 20<sup>ème</sup> siècle, pour le prouver. De surcroît, le phénomène de l'autoproduction a pu être plus ou moins fortement marqué en raison de la faible proportion de producteurs dans certaines esthétiques (musiques traditionnelles, certains courants du jazz, de la musique classique, du rap, du métal, etc.).

De manière générale, si l'autoproduction concerne aussi des artistes confirmés, elle a **toujours caractérisé une grande part des artistes en phase d'émergence**. Autoproduire un spectacle vivant ou de la musique enregistrée peut constituer une opportunité pour être « repéré », puis « signé » dans une maison de disque.

Néanmoins, si l'autoproduction n'est pas un phénomène nouveau, cela ne signifie pas qu'elle a les mêmes ressorts ou les mêmes effets à plusieurs années d'intervalle. En l'occurrence, il semble que, depuis le début des années 2000, le phénomène connaisse un tournant important.

## 1.2. Le tournant numérique des années 2000 et ses impacts sur l'autoproduction de musique enregistrée

Plusieurs raisons permettent de comprendre pourquoi les années 2000 ont constitué un tournant pour l'autoproduction de musique enregistrée : la crise du disque (1.1.1), les évolutions techniques et numériques, qui se traduisent par une démocratisation d'une partie de la production musicale, et les transformations de la consommation de musique (1.1.2).

---

<sup>3</sup> Florent Mazzoleni, « Producteur de musique » dans *Encyclopédie Universalis*, En ligne - consulté le 5 juillet 2018.

<sup>4</sup> Stéphane Koechlin, « Rock indépendant » dans *Encyclopedia Universalis*, En ligne - consulté le 5 juillet 2018.

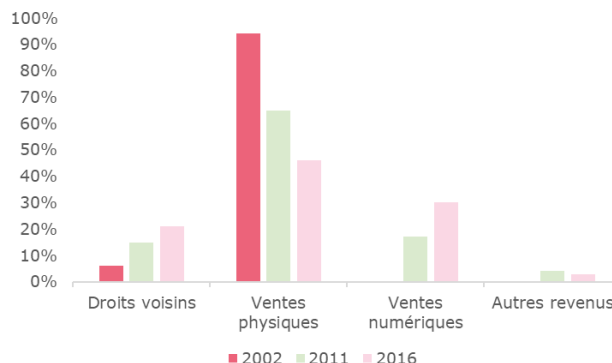
## 1.2.1. La crise de l'industrie du disque

Le premier facteur permettant de comprendre l'essor de l'autoproduction est lié à **la crise qui marque l'industrie du disque au début des années 2000**. Alors que le disque, au cœur de l'économie de la musique, était l'objet autour duquel la diffusion musicale se structurait (radios et lieux musicaux diffusant des disques, concerts comme outils de promotion d'albums)<sup>5</sup>, il semble que le début des années 2000 marque un coup d'arrêt à sa centralité<sup>6</sup>. En effet, entre 2002 et 2006, le chiffre d'affaire du marché français du disque a été marqué par une baisse de 33%<sup>7</sup>. Si aujourd'hui le marché est reparti à la hausse<sup>8</sup>, il n'a toutefois pas retrouvé sa valeur d'avant crise : le chiffre d'affaire du marché en 2017 représente seulement 40% de celui d'il y a 15 ans<sup>9</sup>.

Si l'on explique souvent cette crise à l'aune de **l'arrivée du numérique**, il convient de préciser les différentes causes qui agissent simultanément. D'abord, les **modes de consommation** de la musique tendent à changer : les publics valorisent de plus en plus la logique de l'accès à celle de la propriété<sup>10</sup>. Ensuite, de nombreuses voix se sont élevées pour dénoncer l'impact des réseaux **peer-to-peer** dans cette crise, présentant le téléchargement illégal comme une cause majeure de la chute des ventes de disques. Néanmoins, l'accès à la **musique en ligne de façon légale et payante** émerge aussi de manière rapide, si bien que les sources de revenus des producteurs de musique enregistrée tendent à se transformer. Entre 2002 et 2016, la part des revenus des producteurs issus de ventes numériques est passée de 0 à 30%, alors que celle issue des ventes physiques a chuté de plus de moitié (de 94% à 46%) (graphique 1).

Si, d'une manière générale, les producteurs phonographiques sont confrontés au caractère désormais structurellement déficitaire de la production locale, les producteurs indépendants sont les plus gravement touchés<sup>11</sup>.

**Graphique 1 - Évolution des revenus des producteurs de musique enregistrée (2002-2016)**



Lecture : les ventes physiques sont passées de 94% des revenus en 2002 à 46% en 2016.

<sup>5</sup> Antoine Hennion, *Les professionnels du disque. Une sociologie des variétés*, Paris, Anne-Marie Métailié, 1981.

<sup>6</sup> Jean-Samuel Beuscart, « L'industrie du disque : bilan et perspectives » dans *La musique, une industrie, des pratiques*, Paris, La Documentation Française, 2008, p. 65-79.

<sup>7</sup> Syndicat National de l'Édition Phonographique, *L'actualité du marché du disque*, Paris, SNEP, 2006.

<sup>8</sup> 2017 est la deuxième année consécutive de croissance significative du marché depuis la crise du disque. SNEP, *Économie de la production musicale - Édition 2018*, 2018.

<sup>9</sup> *Ibid.*, p. 8.

<sup>10</sup> Philippe Pestanes et Gregory Hachin, *Comment diffuseurs et institutions culturelles doivent-ils se réformer à l'ère du numérique ?*, Kurt Salmon, Forum d'Avignon, 2014.

<sup>11</sup> Jean-Baptiste Gourdin, *Création musicale et diversité à l'ère numérique. Rapport au Ministre de la culture et de la communication*, 2011.

Source : données issues du rapport « Musique : renforcer la puissance et la diversité de la production indépendante » de l'UPFI.  
Réalisation : construction de la base de données et réalisation des graphiques, Agence Phare.

Face à cet essor et aux évolutions des modes de consommation qu'il induit, on assiste à **des transformations des modèles économiques** dans le secteur de la musique<sup>12</sup>. Les modèles traditionnels (par exemple l'achat d'un Compact Disc) trouvent leur pendant en version numérique (par exemple l'achat d'un album au format mp3). Surtout, **la croissance du secteur de la musique doit beaucoup au segment du spectacle vivant (les concerts)**<sup>13</sup>.

L'adoption d'une perspective historique conduit à ne pas penser cette crise de l'industrie musicale comme étant la première. En effet, les changements technologiques passés, liés à l'apparition de la radio, du 33 tours ou de la cassette, avaient eux aussi questionné l'organisation de l'industrie et de ses acteurs<sup>14</sup>.

La présente étude constitue, de ce point de vue, un élément d'analyse de la façon dont la crise du disque a transformé le secteur musical. Elle interroge dans quelle mesure elle a fait évoluer les modalités selon lesquelles les artistes sont produits, qu'il s'agisse d'artistes émergents ou de ceux dont le contrat n'a pas été renouvelé au moment de cette crise (en 2008, ces derniers sont pour la première fois plus nombreux que les contrats signés<sup>15</sup>).

## 1.2.2. La démocratisation de la production et de la promotion musicales

Le second facteur permettant de comprendre l'essor de l'autoproduction de musique enregistrée au début des années 2000 est lié à la **démocratisation de la production et de la promotion musicales**.

**La production de musique enregistrée est devenue récemment plus accessible avec la démocratisation des « home studios »**. En effet, les studios d'enregistrement aménagés chez soi (rassemblant l'ensemble des outils permettant d'enregistrer ou de produire des musiques et des sons, de les traiter et de les mixer) sont devenus accessibles avec l'abaissement des prix des outils informatiques et la démocratisation de leur usage. Le travail sur ordinateur (Musique Assistée par Ordinateur) et l'évolution des modes de création tendent à remplacer les bandes magnétiques et les outils analogiques, permettant d'accéder à des conditions d'enregistrement optimales et à des effets sonores de qualité sans passer par un studio d'enregistrement<sup>16</sup>. Plus récemment, la valorisation du DIY (« Do It Yourself ») renforce encore cet attrait pour l'autoproduction – « à la maison » – des artistes de la musique. Néanmoins, **les changements induits par la démocratisation des « home studios » valent surtout pour les musiques amplifiées**. La question de l'enregistrement des instruments en acoustique reste entière. L'autoproduction de musique classique et d'une partie du jazz ne peut être analysée au prisme d'un accès facilité aux « home studios ». L'étude portera une attention particulière aux différentes logiques d'autoproduction en fonction des esthétiques.

---

<sup>12</sup> J.-S. Beuscart, « L'industrie du disque : bilan et perspectives », art cit.

<sup>13</sup> *Ibid.*

<sup>14</sup> Marc Bourreau et Benjamin Labarthe-Piol, « Le peer to peer et la crise de l'industrie du disque », *Réseaux*, 2004, vol. 3, n° 125, p. 17-54.

<sup>15</sup> SNEP, *L'économie de la production musicale*, 2009, 2009.

<sup>16</sup> F. Mazzoleni, « Producteur de musique », art cit.

**L'accessibilité de l'autoproduction est par ailleurs renforcée par l'essor du financement participatif<sup>17</sup>** lié au développement du *crowdfunding*. Il permet simultanément de collecter des fonds pour financer la production, de tester l'intérêt du projet auprès d'une base de fans et de s'extraire des circuits traditionnels de financement de la production et de la distribution<sup>18</sup>. Au-delà du financement participatif, **des aides financières à la production ciblant les artistes de la musique autoproduits ont récemment émergé. Les aides de l'ADAMI, de la SACEM ou encore du FCM<sup>19</sup> appuient ainsi l'autoproduction de musique enregistrée** et ciblent une diversité d'esthétiques recouvrant les musiques amplifiées ou non. L'émergence de ces aides participe de l'essor de l'autoproduction musicale autant qu'elles en témoignent. Cette étude analysera précisément leur rôle dans les trajectoires d'autoproduction des artistes de la musique.

Si la production de musique enregistrée s'est démocratisée, c'est aussi le cas de sa promotion. Les révolutions informatique et numérique ont en effet rendu **la promotion plus accessible**. Au cours des années 2000, le développement des réseaux sociaux et des plateformes en ligne d'autopromotion, telles que Myspace, est venu court-circuiter la chaîne de valeur musicale existante. Ce type de plateforme convient à la fois aux artistes renommés (qui peuvent l'utiliser comme un outil de communication et de marketing efficace) et aux artistes non-signés, à faible notoriété, pour toucher un public plus large. Ces **plateformes ont un rôle de construction de notoriété très important<sup>20</sup>**. De surcroît, les artistes peuvent créer un site personnel leur permettant de diffuser leur musique, accompagnée d'informations, d'éléments graphiques, etc.<sup>21</sup>. Plus récemment, l'essor fulgurant des réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Snapchat, etc.) constitue des vecteurs importants de promotion accessibles aux artistes.

Si le développement d'Internet et des usages du numérique ont démocratisé la promotion, il s'agit d'une activité qui reste très coûteuse en temps, et nécessite des compétences variées (graphisme, vidéo, etc.)<sup>22</sup>. Aussi, elle ne garantit pas l'accès à la notoriété, dans un contexte où il peut être très difficile de se distinguer parmi l'ensemble de l'offre musicale existante sur Internet. Par ailleurs, il s'agit d'un outil de promotion efficace pour les esthétiques dont les publics sont des utilisateurs de ces réseaux. Certaines esthétiques (classique notamment, mais aussi jazz ou musiques traditionnelles) bénéficient moins de ces vecteurs de promotion en raison de la sociologie et de l'âge de leur public<sup>23</sup>.

Ainsi, la crise de l'industrie du disque d'une part et la démocratisation de l'accès à la production de musique enregistrée et à sa promotion d'autre part favorisent une accélération du phénomène de l'autoproduction de musique enregistrée au début des années 2000. Néanmoins, le processus à l'œuvre ne doit pas être uniformisé, dans la mesure où les transformations liées aux révolutions numériques et technologiques affectent la production de musique enregistrée différemment selon les esthétiques considérées.

---

<sup>17</sup> Stéphane Onnée et Sophie Renault, « Le financement participatif : atouts, risques, conditions de succès », *Gestion*, 2013, n° 3, p. 54-65.

<sup>18</sup> *Ibid.*

<sup>19</sup> Notons que l'aide à l'autoproduction phonographique du FCM a été ajournée début 2019.

<sup>20</sup> Jean-Samuel Beuscart, « Les transformations de l'intermédiation musicale. La construction de l'offre commerciale de musique en ligne en France », *Réseaux*, 2007.

<sup>21</sup> J.-S. Beuscart, « L'industrie du disque : bilan et perspectives », art cit.

<sup>22</sup> *Ibid.*

<sup>23</sup> BIPE et DEPS, *Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques*, Paris, DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication, 2007.

## 1.3. Une transformation moins marquée de l'autoproduction de spectacle vivant

Si un tournant semble marquer l'extension de l'autoproduction de musique enregistrée au début des années 2000, **le changement est moins visible concernant l'autoproduction de spectacle vivant**. En effet, les révolutions numérique et technologique touchent moins directement la production de spectacle vivant. La densité de producteurs de spectacles vivants semble par ailleurs variable selon les esthétiques, si bien que l'autoproduction de spectacle vivant dans certaines esthétiques comme le jazz dans une certaine mesure, la musique classique, les musiques traditionnelles mais aussi le métal et certains courants musicaux alternatifs et underground a toujours été relativement courante. De même, dans certaines esthétiques, comme le rap, le hip-hop ou l'électro, les producteurs de spectacle vivant ne concernent que les artistes à fort succès tandis que les artistes à plus faible notoriété font face à de rares possibilités de production. Dans ces cas, l'autoproduction de spectacle vivant ne constitue pas un phénomène nouveau et semble moins marquée par des transformations récentes.

Des dispositifs récents tendent malgré tout à témoigner du développement de l'autoproduction de spectacle vivant, en participant à l'encadrer légalement. Le Guichet unique de spectacle occasionnel (Guso) a été créé en 1999 à l'initiative de l'Etat et des organismes de protection sociale. Il permet à une structure ou un particulier, dont l'organisation de spectacle n'est pas l'activité principale, de salarier un artiste pour un spectacle. L'artiste est ainsi rémunéré par l'organisateur, qui n'exerce pas le métier de producteur. De la même façon, le dispositif des « cafés cultures », expérimenté entre 2012 et 2014 et déployé depuis sur l'ensemble du territoire national, est un fonds qui vise à faciliter la rémunération d'artistes pour leurs concerts par des lieux d'une capacité de moins de 200 places, dont la principale activité n'est pas le spectacle (cafés, bars, etc.).

En revanche, il est à noter qu'il n'existe pas l'équivalent des aides ciblant l'autoproduction de musique enregistrée pour le spectacle vivant, bien que des artistes – en tant que producteurs de spectacle vivant – puissent solliciter des aides visant les producteurs de spectacle en général.

Il est donc primordial de ne pas confondre l'autoproduction de spectacle vivant et de musique enregistrée. En effet, les **logiques structurelles de développement de l'autoproduction dans le spectacle vivant et la musique enregistrée diffèrent**. En outre, **les artistes qui autoproduisent leur musique enregistrée n'autoproduisent pas nécessairement leur spectacle vivant, et inversement**.

En somme, si le phénomène de l'autoproduction des artistes de la musique n'est pas nouveau, il se caractérise par une nouvelle ampleur, depuis le milieu des années 2000, dans le secteur de la musique enregistrée. Cependant, ce phénomène reste mal connu : les différentes modalités d'autoproduction, les effets des esthétiques sur les possibilités et contraintes d'autoproduction ainsi que les différences entre autoproduction de musique enregistrée et de spectacle vivant sont à ce jour peu explorés.

Plusieurs questions demeurent donc en suspens et cette étude a pour objectif d'initier leur exploration. Elles sont relatives aux contours du phénomène protéiforme de l'autoproduction, aux conséquences de l'autoproduction sur les trajectoires des artistes de la musique d'une part et sur la filière musicale d'autre part.

# 2.

## Le cadrage théorique de l'étude

PARTIE N° 1

Pour mener à bien cette étude exploratoire sur l'autoproduction des artistes de la musique, il est nécessaire de cadrer le raisonnement en définissant les notions d'artiste (2.1) et d'autoproduction (2.2), avant de proposer une problématique permettant de traiter l'ensemble des questionnements de l'étude (2.3).

## 2.1. Définir la notion d'artiste

Travailler sur les artistes autoproduits impose de définir au préalable ce qu'est un artiste. Cette première étape est essentielle mais n'a rien d'évident, tant les critères sont variés et les définitions plurielles<sup>24</sup>.

Dans cette étude, nous considérons « **l'artiste-interprète ou exécutant [comme étant] la personne qui représente, chante, récite, déclame, joue ou exécute de toute autre manière une œuvre littéraire ou artistique, un numéro de variétés, de cirque ou de marionnettes.** »<sup>25</sup>. Notons que les artistes peuvent également être auteurs-compositeurs et cumuler les fonctions en interprétant eux-mêmes leurs œuvres. Nous faisons le choix **d'exclure de l'étude les artistes amateurs** qui « *ne reçoivent (...) aucune rémunération, mais tirent leurs moyens habituels d'existence de salaires ou de revenus étrangers aux diverses activités artistiques des professions du spectacle* »<sup>26</sup>.

L'artiste-interprète dispose du « *droit au respect de son nom, de sa qualité et de son interprétation. Ce droit inaliénable et imprescriptible est attaché à sa personne. Il est transmissible à ses héritiers pour la protection de l'interprétation et de la mémoire du défunt.* »<sup>27</sup>. Par ailleurs, « *la fixation de sa prestation, sa reproduction et sa communication au public* » sont soumises à l'autorisation écrite de l'artiste<sup>28</sup>.

## 2.1. Définir l'« autoproduction »

Avant de définir l'autoproduction, nous proposons de rappeler les définitions juridiques du producteur de musique. Concernant d'abord **le producteur de musique enregistrée**, il est défini par le Code de la propriété intellectuelle comme étant « *la personne, physique ou morale, qui a l'initiative et la responsabilité de la première fixation d'une séquence de son* »<sup>29</sup>.

Concernant ensuite **le producteur de spectacle vivant**, le cadre juridique définit la notion d'entrepreneur de spectacles vivants de la façon suivante : « *Est entrepreneur de spectacles vivants toute personne qui exerce une activité d'exploitation de lieux de spectacles, de production ou de diffusion de spectacles, seul ou dans le cadre de contrats conclus avec d'autres entrepreneurs de spectacles vivants, quel que soit le mode de gestion, public ou privé, à but lucratif ou non, de ces activités* »<sup>30</sup>. La définition juridique d'entrepreneur de spectacle est donc plus large que celle de producteur car elle recouvre trois catégories : les exploitants, les producteurs et les diffuseurs. S'agissant des producteurs de spectacle, ils peuvent être définis de la façon suivante : « *le producteur du spectacle ou l'entrepreneur de tournées est l'entrepreneur qui a la responsabilité du spectacle. À ce titre, il choisit une œuvre, sollicite les autorisations de*

---

<sup>24</sup> Raymonde Moulin, « De l'artisan au professionnel : l'artiste », *Sociologie du travail*, 1983, vol. 25, n° 4, p. 388-403.

<sup>25</sup> Article L. 212-1 du Code de la propriété intellectuelle.

<sup>26</sup> Art. 1er du décret n° 53-1253 du 19 décembre 1953 relatif à l'organisation des spectacles amateurs et leurs rapports avec les entreprises de spectacles professionnelles. Notons que l'article 32 de la loi du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine, stipule qu'« *est artiste amateur dans le domaine de la création artistique toute personne qui pratique seule ou en groupe une activité artistique à titre non professionnel et qui n'en tire aucune rémunération* ».

<sup>27</sup> Art. L. 212-2 du Code de la propriété intellectuelle.

<sup>28</sup> Art. L. 212-3 du Code de la propriété intellectuelle.

<sup>29</sup> Article L. 213.1 du Code de la propriété intellectuelle.

<sup>30</sup> Article L7122-2 du Code du travail.

*représentation de cette œuvre, conçoit et monte les spectacles, coordonne les moyens humains, financiers, techniques et artistiques nécessaires et assume le risque financier de sa commercialisation. (...) Outre la responsabilité du spectacle, le producteur et l'entrepreneur de tournées, sauf s'ils sont simplement diffuseurs, ont la responsabilité d'employeurs à l'égard du plateau artistique. Cette notion de plateau artistique désigne les artistes-interprètes et le cas échéant le personnel technique attaché directement à la production »<sup>31</sup>.*

En creux, l'autoproduction peut alors être définie comme **le contrôle et la responsabilité de la production aux niveaux tant juridique que financier, par un artiste ou par un groupe d'artistes, dans le spectacle vivant comme dans la musique enregistrée**. Si cette définition a le mérite d'englober l'autoproduction des artistes de la musique, qu'il s'agisse du spectacle vivant ou de la musique enregistrée, elle souffre d'un manque de précision dans ses contours. Or, cette précision de départ est nécessaire au cadrage de l'objet d'étude. Aussi, nous proposons de définir précisément ce que recouvre l'autoproduction de musique enregistrée d'une part (2.2.1) et de spectacle vivant d'autre part (2.2.2).

### 2.1.1. L'autoproduction de musique enregistrée

Pour définir l'autoproduction de musique enregistrée, nous proposons une formulation par la négative dans la mesure où la production de musique enregistrée est contrôlée et prise en charge par un tiers – une maison de disque – dans le cadre d'un contrat d'artiste signé entre un artiste et une maison de disque.

Aussi, nous considérons que toute production musicale réalisée hors de ce contexte contractuel relève d'une autoproduction, dans la mesure où la responsabilité et le contrôle artistique, juridique et financier relève dans ce cas de l'artiste. **Nous considérerons alors comme autoproduits des artistes sous contrat de licence, sous contrat de distribution ou n'ayant signé aucun contrat avec un producteur de musique enregistrée**. Concrètement, l'artiste qui autoproduit sa musique enregistrée assume les activités d'enregistrement et de mixage.

### 2.1.2. L'autoproduction de spectacle vivant

De la même manière que pour la définition de l'autoproduction de musique enregistrée, nous proposons une formulation par la négative. Il s'agit de considérer comme relevant de l'autoproduction **toute production de spectacle vivant musical réalisée hors du cadre où l'artiste est salarié par un tiers producteur de spectacle, titulaire de la licence des entrepreneurs de spectacle de 2<sup>ème</sup> catégorie (encadré 1)**<sup>32</sup>. Notons néanmoins que les réalités du métier des détenteurs de la licence de 2<sup>ème</sup> catégorie peuvent être variables. Certains investissent dans la production du spectacle le temps de la tournée (tourneurs) pendant que d'autres investissent dans les phases de production du spectacle en amont de la tournée<sup>33</sup>.

---

<sup>31</sup> Circulaire d'application du 13 juillet 2000 relative à la licence d'entrepreneur de spectacles vivants.

<sup>32</sup> Les producteurs de spectacles ou entrepreneurs de tournées (Licence de 2<sup>ème</sup> catégorie) ont « *la responsabilité d'un spectacle et notamment celle d'employeur à l'égard du plateau artistique* » (art. D7122-1 du Code du travail).

<sup>33</sup> De la même manière, dans le cadre de la musique enregistrée, l'ensemble des artistes considérés comme « produits » ne bénéficient pas d'un investissement similaire dans la production de leur musique. Le fait d'être produit ne recouvre pas une réalité univoque et ne signifie pas que l'artiste n'investit pas une partie de ses fonds propres dans la production.



## Encadré 1 - Les trois catégories de licence d'entrepreneur du spectacle

La licence de 1<sup>ère</sup> catégorie concerne les **exploitants de lieux de spectacle** aménagés pour les représentations publiques.

La licence de 2<sup>ème</sup> catégorie concerne les **producteurs de spectacle et les entrepreneurs de tournées** ayant la responsabilité du plateau artistique, notamment celle d'employeur.

La licence de 3<sup>ème</sup> catégorie concerne les **diffuseurs de spectacle ayant la charge, dans le cadre d'un contrat, de l'accueil du public**, de la billetterie et de la sécurité des spectacles, mais également les entrepreneurs de tournées n'ayant pas la responsabilité du plateau artistique.

Notons qu'un professionnel peut détenir une ou plusieurs licences.

Autrement dit, toute production de spectacle vivant musical réalisée par un artiste ou par une structure qu'il gère – ou dont l'objet est de porter son projet musical – relève d'une autoproduction. Dans ce cas de figure, l'artiste investit en propre dans la production de son spectacle et assume la responsabilité des phases de création, de répétition, de finalisation du projet artistique, d'organisation de la tournée.

Ces définitions permettent de cadrer l'analyse menée. Néanmoins, cela ne doit pas conduire à développer une conception uniformisée de l'autoproduction et des projets autoproduits. En effet, nous porterons une attention particulière à la **diversité des artistes autoproduits et des modèles – économiques, juridiques, entrepreneuriaux** – qui sous-tendent l'autoproduction des artistes de la musique. Nous questionnerons par ailleurs l'existence de différentes façons dont les artistes de la musique autoproduisent leur musique enregistrée ou leur spectacle.

## 2.2. La problématique de l'étude

L'analyse du contexte dans lequel s'inscrit l'autoproduction et le cadrage théorique nous permettent de poser une problématique qui recouvre l'ensemble des questionnements traités dans cette étude :

***Comment le phénomène de l'autoproduction affecte-t-il la trajectoire des artistes et les logiques d'organisation du secteur musical ?***

Pour traiter cette problématique, nous porterons un regard sur **la diversité des artistes et sur le caractère protéiforme des modèles d'autoproduction.**

# 3.

## La méthodologie de l'étude

PARTIE N° 1

Cette étude exploratoire s'appuie sur une analyse documentaire approfondie (3.1) et sur une enquête de terrain menée auprès de professionnels du secteur et auprès d'artistes autoproduits (3.2).

## 3.1. L'analyse documentaire

Nous avons mené une analyse documentaire structurée autour de deux corpus majeurs :

- un **corpus de documents scientifiques** portant sur différentes thématiques soulevées dans l'étude ;
- un **corpus de « sources primaires »** qui rassemble les supports d'accompagnement et de conseil à destination des artistes, les rapports des syndicats ou centres de ressources du secteur, etc.

Compte-tenu de la faible littérature scientifique juridique existante dans ce domaine, nous avons sollicité une avocate, pour qu'elle traite de questions précises soulevées par l'autoproduction musicale. Il s'agit de Maître Florence Cottin-Perreau, spécialiste de la propriété littéraire et artistique, de la propriété intellectuelle, de droit de la musique et du spectacle, de droit du travail et de droit commercial.

## 3.2. Les entretiens semi-directifs auprès des professionnels du secteur et des artistes

L'étude s'appuie par ailleurs sur des entretiens semi-directifs menés auprès d'une pluralité d'acteurs. Nous avons rencontré **52 professionnels diversifiés du secteur lors de 43 entretiens**. Nous avons par ailleurs rencontré **32 artistes, membres (directeurs artistiques notamment) ou managers de projets autoproduits lors de 30 entretiens**.

L'analyse menée porte une attention particulière à distinguer ce qui relève de discours situés et ce qui relève de discours objectivés<sup>34</sup> dans les propos des enquêtés. C'est notamment en croisant les discours entre eux, mais également en les confrontant aux sources juridiques et administratives existantes qu'il est possible de distinguer finement ces deux types de discours.

Nous nous appuyons sur ce matériau pour dresser deux ensembles de **résultats dans le cadre de cette étude exploratoire qualitative**. Le premier porte sur le lien entre les transformations récentes du secteur musical et l'essor de l'autoproduction (partie 2) et le second sur les trajectoires des artistes autoproduits et les difficultés qu'ils rencontrent en contexte d'autoproduction (partie 3).

---

<sup>34</sup> Nous utilisons le terme de discours situés lorsque les acteurs en présence parlent en fonction de leur position dans le champ et défendent alors un avis suivant des intérêts spécifiques.

**PARTIE 2.**

**Transformation  
du secteur  
musical et  
autoproduction**

Le phénomène de l'autoproduction des artistes de la musique questionne l'organisation du secteur, les positionnements et rapports de force des acteurs mais aussi l'évolution des métiers du secteur musical. Il est néanmoins important de rappeler que si la crise du disque a particulièrement touché les maisons de disque au début des années 2000, les recettes liées au spectacle vivant semblent quant à elles ne pas subir une telle crise sur la période concernée<sup>35</sup>. Surtout, l'autoproduction de musique enregistrée et de spectacle vivant sont marquées par des processus de transformation différenciés : l'intensification du phénomène est plus marquée pour la musique enregistrée que pour le spectacle. Dès lors, les impacts de l'autoproduction de spectacle vivant et de musique enregistrée sur le secteur musical nécessitent d'être questionnés de façon indépendante et de ne pas être homogénéisées *a priori*.

L'autoproduction des artistes de la musique marque une transformation de la chaîne de valeur de la musique et du rôle structurant des acteurs de la production – les maisons de disque et les producteurs de spectacle – dans ce champ (1). Surtout, de nouveaux acteurs, partenaires et accompagnateurs des artistes autoproduits, émergent et occupent une place contrastée dans le secteur musical (2). Ces deux processus reflètent un changement de paradigme dans la production artistique, relevant de moins en moins fréquemment d'un investissement extérieur sur un artiste salarié et plus souvent d'un investissement de l'artiste lui-même pour financer sa production. Cette transformation a des effets diversifiés sur la filière musicale (3).

---

<sup>35</sup> En 2016, la diffusion de spectacles de musiques actuelles et de variétés a généré 813 millions de recettes de billetterie. Entre 2006 et 2016, les recettes de billetterie des représentations payantes ont augmenté en moyenne de 6% par an. CNV, *Les entreprises de spectacle de variétés. Caractéristiques économiques, sociales et principaux éléments d'évolution. 2012-2014.*, CNV, 2017.

# 1.

## La transformation du rôle joué par les acteurs de la production

PARTIE N° 2

**L'autoproduction des artistes de la musique questionne le rôle traditionnel des maisons de disque et des producteurs de spectacle.** En l'occurrence, les maisons de disque tendent à être marquées par un double processus de diminution de leur place dans le champ de leur activité traditionnelle et de diversification de leurs activités (1.1). Dans le cas de l'autoproduction de spectacle vivant, les producteurs semblent avoir un investissement variable tout en restant des acteurs centraux (1.2).

## 1.1. Vers une évolution du rôle des maisons de disque ?

Les maisons de disque sont des acteurs majeurs et centraux de l'industrie musicale. Traditionnellement, les rôles couverts par les maisons de disque étaient de produire et d'éditer des œuvres phonographiques en prenant d'abord en charge la conception et la fabrication des œuvres musicales (le pressage d'un album par exemple), puis en s'occupant de les promouvoir et de les distribuer. **Dès lors que certains artistes se positionnent comme producteurs et montent leur propre label, la structuration et l'organisation de l'industrie musicale en viennent à être modifiées.**

La crise du disque s'est traduite **dans la façon dont les maisons de disque s'impliquent dans le secteur musical et dans leurs modalités d'investissement dans la production musicale.** Il semble qu'elles tendent à minimiser la prise de risque qu'elles prennent en produisant des artistes disposant déjà d'une certaine notoriété (1.1.1), et que les contrats signés entre les maisons de disque et les artistes comprennent de moins en moins le financement de l'enregistrement (1.1.2). Si les rôles de repérage d'artistes émergents et de production de musique enregistrée semblent se réduire, les maisons de disque développent en parallèle d'autres activités afin de préserver leur positionnement dans l'industrie de la musique (1.1.3).

### 1.1.1. La réduction du rôle de repérage des maisons de disque

L'évolution du rôle des maisons de disque dans la production se traduit d'abord par **leur moindre investissement dans le repérage de talents émergents et dans l'accompagnement de leur première production, pour au contraire investir fortement une fois que des artistes ont déjà été repérés (succès critique, succès public)** et ont parfois déjà autoproduit leur musique. Cette analyse, rapportée par la plupart des professionnels enquêtés, se traduirait par une transformation des rôles accordés aux directeurs artistiques dans les maisons de disque. Ceux-ci auraient alors moins un rôle de « dénicheur », de repérage d'artistes ou de tendances émergentes que d'identification des artistes dont la notoriété connaît une forte croissance. Certains professionnels enquêtés évoquent ainsi un déplacement du rôle des directeurs artistiques, qui ne sillonnent plus autant les salles de concert mais tendraient d'abord à observer la notoriété des artistes en regardant « *les vidéos les plus vues* »<sup>36</sup> sur les plateformes et les réseaux sociaux. A première vue, ces analyses portées par les professionnels enquêtés pourraient être nuancées par les chiffres relatifs aux nouveaux talents et aux premières signatures parmi les artistes signés dans les majors<sup>37</sup>. Ces données peuvent toutefois être discutées (encadré 2).

---

<sup>36</sup> Entretien avec un avocat spécialisé dans la propriété intellectuelle et en droit des nouvelles technologies.

<sup>37</sup> Bearing Point, *Evaluation de l'impact du crédit d'impôt en faveur de la production phonographique*, DGMIC, Ministère de la Culture et de la Communication, 2018.

## Encadré 2 – Les politiques de signature des majors (Sony, Universal et Warner)

Les données existantes sur les politiques de signatures des majors tendent à nuancer les discours d'une partie des professionnels enquêtés dans le cadre de cette étude exploratoire. En effet, parmi les 559 nouvelles signatures finalisées par les trois majors entre 2012 et 2016, on compte<sup>38</sup> :

- 350 premières signatures (pour des artistes n'ayant jamais été sous contrat) ;
- 448 nouveaux talents (au sens du CSA).

Le critère de « nouveau talent » désigne, au sens du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), les artistes ne cumulant pas plus de 2 albums disque d'or distincts. Ainsi, de nombreux artistes déjà repérés et ayant constitué une « fan base » solide appartiennent à cette catégorie. De plus, dans un contexte de production d'EP ou de sons, la définition par nombre d'albums vendus pour distinguer les nouveaux talents est discutable.

Par ailleurs, les « premières signatures » désignent les artistes n'ayant pas été signés par un autre label précédemment. Or, dans un contexte où l'autoproduction paraît être un phénomène d'ampleur, cet indicateur ne semble que partiellement pertinent pour prouver le rôle des majors dans la découverte de nouveaux talents.

Pour certains professionnels enquêtés, **la réduction de la prise de risque par les majors, consécutive de la crise du secteur musical (crise du disque et développement du streaming) se traduirait également par des signatures moins fréquentes et moins rapides** (« avant, les labels signaient beaucoup plus vite »<sup>39</sup>) et **par des signatures réalisées auprès d'artistes à la carrière le plus souvent déjà très développée**. Cette transformation des logiques de repérage des artistes émergents par les majors et les gros labels indépendants se manifeste également parfois par la mise en place de plateformes liées à la maison de disque. Ainsi, *Tunecore* constitue une base de repérage d'artistes pour *Believe* ; c'est un « laboratoire » pour détecter les nouveaux talents. Aux États-Unis, *Spinnup* a été rachetée par *Universal Music* dans le même but de repérer des artistes avant de les signer (explicitant cet objectif dans leur campagne à l'égard des artistes : « faites-vous repérer ! »). En France, ce phénomène de rachat de start-up spécialisées dans le repérage de talents émergents se retrouvent chez certains majors et gros labels indépendants. Les directeurs artistiques interviennent alors sur le choix d'artistes jouissant d'ores et déjà d'une relative notoriété.

Notons que **les aides directes et indirectes à la production phonographique** – qui représentent 35% des revenus des indépendants et 17% des revenus des majors – **favorisent le maintien de la prise de risques relative à la production de nouveaux talents**<sup>40</sup>, en particulier pour les petits labels, dont

---

<sup>38</sup> *Ibid.*

<sup>39</sup> Entretien avec une membre de l'équipe de dirigeante du SMA.

<sup>40</sup> Bearing Point, *Evaluation de l'impact du crédit d'impôt en faveur de la production phonographique*, op. cit.



les pratiques diffèrent souvent des gros labels indépendants et des majors<sup>41</sup>. Le crédit d'impôt en faveur de la production phonographique (CIPP) a ainsi un impact positif sur le nombre de signatures des petits labels qui font plus souvent un travail de découverte et d'investissement en faveur des artistes émergents<sup>42</sup>. La diminution de ce type d'aide aurait pour conséquence un effet de concentration des producteurs phonographiques sur l'exploitation patrimoniale de leur catalogue et, pour les majors, sur la distribution de leur catalogue international.

Ainsi, **ces évolutions consécutives à la révolution numérique et à la crise du disque conduiraient les majors à surtout miser** sur des artistes identifiés comme potentiellement « à succès ». En l'occurrence, cette tendance peut affecter encore davantage certaines esthétiques, comme la musique classique ou le jazz, dont les audiences – en particulier en ligne – sont plus restreintes.

### 1.1.2. Vers une diminution des contrats d'artiste au profit des contrats de licence et de distribution

La diminution de l'investissement des maisons de disque dans la production de musique enregistrée se manifeste par ailleurs dans **les types de contrats signés entre les artistes et les maisons de disque** (encadré 3). Dans le champ de la musique enregistrée, seulement une partie des contrats concerne les démarches d'autoproduction : **les contrats de licence et les contrats de distribution**, dans lesquels le contractant « producteur » est lui-même un artiste-producteur. Or selon l'Union des Producteurs Phonographiques Français Indépendants (UPFI), les contrats de licence sont en très forte augmentation ces dernières années<sup>43</sup>. Une étude du Ministère de la Culture estime par ailleurs que les contrats de licence concernent 40% des contrats musicaux en 2016<sup>44</sup> et qu'au cours des 10 dernières années, la majorité des artistes ont évolué vers un schéma contractuel basé sur la licence avec les producteurs de phonogrammes<sup>45</sup>. Au-delà des chiffres existants, cette transformation est perçue par certains acteurs de l'accompagnement d'artistes en voie de professionnalisation : « *aujourd'hui, quand un label s'approche d'un artiste, au maximum, c'est pour un contrat de licence* »<sup>46</sup>.

Simultanément, on assiste récemment à **l'émergence de contrats de distribution courts** et relativement précaires (un an renouvelable) proposés à certains artistes autoproduits<sup>47</sup> mais aussi à des

---

<sup>41</sup> Les producteurs de musique enregistrés ne doivent pas être uniformisés, dans leur taille, dans leur pratique et dans leur rapport aux artistes émergents. Des professionnels enquêtés, représentants des labels indépendants soulignent en entretien le rôle qu'ils continuent de jouer dans le repérage des artistes émergents. La Fédération nationale des labels indépendants (FELIN), qui représente les intérêts des labels indépendants en France, affirme sur son site internet que les labels indépendants sont « *les premiers découvreurs de talents et de véritables défricheurs de sons* ».

<sup>42</sup> *Ibid.*

<sup>43</sup> Union des producteurs phonographiques français indépendants, *Musique : renforcer la puissance et la diversité de la production indépendante*, 2017.

<sup>44</sup> Bearing Point, *Synthèse de l'étude sur l'évaluation de la répartition des rémunérations entre producteurs phonographiques et artistes-interprètes*, Paris, DGMIC, 2017.

<sup>45</sup> Union des producteurs phonographiques français indépendants, *Musique : renforcer la puissance et la diversité de la production indépendante*, *op. cit.*

<sup>46</sup> Entretien avec la responsable d'une SMAC située dans une ville moyenne hors Île-de-France.

<sup>47</sup> Nicolas Richaud, « La maison de disque Believe rachète Musicast et se renforce dans la musique urbaine ». *Les Echos*, 29 décembre 2015.

**contrats dits « à la carte »** présentés comme simplifiés, davantage à même de cibler les besoins des artistes et enfin comme étant globalement plus avantageux financièrement<sup>48</sup>.

### Encadré 3 - Les différentes formes de contractualisation dans le champ de la musique enregistrée

Différentes formes de contractualisation peuvent exister entre un artiste et le producteur, entre le producteur et le licencié, et entre le producteur et le distributeur.

Avec le **modèle des contrats de production phonographique avec exclusivité ou « contrat d'artiste »**, l'artiste confie au producteur de phonogrammes le soin de procéder au financement de l'enregistrement phonographique ainsi qu'à sa fabrication lorsque le producteur est également éditeur. L'artiste cède alors les droits d'exploitation (droits voisins) afférents à l'œuvre suivant les modalités prévues dans le contrat. Ce faisant, le producteur contrôle les conditions dans lesquelles l'œuvre est reproduite, distribuée, communiquée au public et incorporée dans une autre œuvre. Le producteur prend en charge l'ensemble des investissements post-production et la commercialisation (opérations de promotion, de marketing, distribution physique et numérique). Le modèle de contrats de production phonographique sans exclusivité est similaire, mais l'artiste garde la possibilité d'enregistrer de nouveaux phonogrammes avec d'autres producteurs, y compris pour des œuvres qui ont été produites au sein dudit contrat. Les contrats d'artiste ont une double nature juridique, il s'agit à la fois de contrats de cession de droits voisins et de contrats de travail.

Avec le **modèle des contrats de licence**, le producteur de phonogrammes, qui est souvent un artiste ou un groupe qui s'autoproduit (on parle alors d'artiste-producteur), confie au licencié (un éditeur) l'ensemble des opérations liées à la fabrication et la commercialisation des enregistrements (marketing, promotion, distribution). Dans la plupart des cas, le licencié verse au producteur ou à l'artiste-producteur, une avance financière qui permet de couvrir tout ou partie des dépenses liées à la production de ses enregistrements. Il rémunère également le producteur ou l'artiste-producteur par le biais de redevances qui sont définies dans le contrat.

Avec le **modèle du contrat de distribution**, le producteur de phonogrammes et/ou l'éditeur, qui peut être l'artiste lorsqu'il est artiste-producteur, confie l'opération de vente des enregistrements à une entreprise ou personne appelée distributeur. Le distributeur, qui généralement obtient l'exclusivité de la distribution sur un territoire donné, s'assure de mettre en vente les phonogrammes sur le marché en s'accordant avec le producteur (ou l'artiste-producteur) sur un pourcentage du prix de vente à verser.

---

<sup>48</sup>À l'instar des contrats proposés par Believe. Corentin Durand, « Believe : pourquoi le géant de la musique numérique derrière Jul et The Blaze lance trois labels ? », *Numerama*, 7 juillet 2017.

Dans les années 1990, « être signé » signifiait avoir un contrat d'artiste avec une maison de disque. Dès lors, celle-ci investissait dans l'artiste et prenait en charge la production de l'œuvre musicale ainsi que son édition, sa distribution et sa commercialisation. **Aujourd'hui, « être signé » recouvre une réalité plus disparate.** Les entretiens menés auprès d'une diversité d'acteurs font apparaître une pluralité d'usages de cette expression. Celle-ci est en effet parfois utilisée dans les cas de signature de contrat de licence, voire de distribution, situations qui supposent que l'artiste produise lui-même son enregistrement et ne soit pas salarié par la maison de disque. Les majors ont même développé des labels spécifiques visant à signer des contrats de licence ou de distribution. À l'instar de *Sony Music Entertainment* qui a créé *Yelen* musiques, le principe consiste à offrir à certains artistes une structure puissante de distribution sans les déposséder du contrôle artistique ni leur imposer une stratégie promotionnelle.

Enfin, si les contrats de licence et de distribution sont en nombre croissant, il apparaît simultanément dans l'enquête menée que certains contrats d'artiste sont signés avec des artistes déjà développés. Encore une fois, cela révèle en creux le fait que les maisons de disque tendent à travailler avec des artistes disposant au préalable d'une certaine notoriété.

### 1.1.3. Les nouvelles offres des maisons de disque

**Les nouvelles offres des maisons de disque suivent deux logiques très différentes et complémentaires.** D'un côté, il semble que les maisons de disque proposent de nouvelles solutions allant vers la diminution de leur rôle de producteur et de développeur d'artistes mais leur permettant d'**optimiser leur capacité à identifier des artistes à succès.** La mise en place de plateformes de dépôt de sons (à la manière de *Tunecore* ou *Spinnup*, appartenant respectivement aux groupes *Believe* et *Universal Music*) en est une illustration. De même, les maisons de disque investissent dans de nouveaux métiers permettant de mieux comprendre et de mieux tirer profit des nouveaux modes de consommation non physique de la musique. Suivant une logique similaire, les maisons de disque ont testé dès les années 2000 des modèles de financement et d'organisation de la production musicale par les auditeurs, ces derniers pouvant investir dans la production de l'album d'artistes qui leur plaisaient<sup>49</sup>.

D'un autre côté, **pour réaffirmer leur rôle dans le développement des carrières d'artistes et conserver leurs marges, certaines maisons de disque développent des contrats dits « à 360° »**, parfois imposés aux artistes<sup>50</sup>, qui supposent que l'artiste confie l'ensemble de son activité (enregistrement, organisation de concerts, vente de produits dérivés...) à une seule entreprise. Ce type de contrat est une source de revenus importante pour le producteur qui diversifie ses activités en développant de nouveaux modèles plus rentables, notamment liés au *merchandising*. Cela se traduit à la fois dans un mouvement de fragilisation des petites structures qui n'arrivent pas à se diversifier et dans la diversification des rôles pris par les majors. Certains professionnels enquêtés relatent ainsi une modification du paysage de l'industrie musicale : « *les gros maigrissent et les petits disparaissent (...). Aujourd'hui, être uniquement producteur de disques est impossible, il faut faire le disque, le spectacle, l'édition et l'image* »<sup>51</sup>. Néanmoins,

---

<sup>49</sup> Des sites tels qu'artistshare.com ou sellaband organisent la rencontre entre des artistes sans label et des auditeurs. J.-S. Beuscart, « Les transformations de l'intermédiation musicale. La construction de l'offre commerciale de musique en ligne en France », art cit.

<sup>50</sup> L'imposition de ce type de contrats est relatée par plusieurs des enquêtés et corrobore une interview de Maître Jean-Marie Guilloux en 2014, publiée sur le site de l'IRMA : <http://www.irma.asso.fr/Tres-peu-de-contrats-d-artiste>

<sup>51</sup> Entretien mené avec un membre de l'équipe de direction du FCM.

la disparition des « petits labels » relatée par certains professionnels doit être relativisée dans la mesure où **certains dispositifs de politiques publiques, notamment le crédit d'impôt en faveur de la production phonographique (CIPP)<sup>52</sup>, contribuent à leur développement.** Le CIPP a pour effet de favoriser l'emploi dans les TPE bénéficiaires du dispositif et de limiter les effets de concentration, puisqu'il bénéficie à un nombre croissant d'entreprises, sur l'ensemble du territoire<sup>53</sup>.

**Il semble ainsi que le métier de producteur, *stricto sensu*, ne soit plus soutenable dans un contexte de crise du disque.** Loin d'être contradictoires, ces deux postures sont complémentaires et témoignent d'un double positionnement des maisons de disque, soit dans un accompagnement intégral de la carrière de l'artiste et dans une diversification de ses activités pour combler l'activité de production déficitaire<sup>54</sup>, soit dans un accompagnement plus réduit, limité au développement marketing et à l'image, voire uniquement à la distribution.

Ainsi, le développement des contrats de licence et des contrats de distribution témoigne de l'augmentation de l'autoproduction de musique enregistrée. Parallèlement, le rôle des maisons de disque a évolué. Moins tourné vers l'artistique et la prise de risque, il tend à favoriser une optimisation de la rentabilité : **soit en ayant un rôle très limité uniquement sur des actions lucratives, soit en proposant des offres d'accompagnement intégrales** garantissant une rentabilité sur une partie des produits (pas nécessairement musicaux) développés.

## 1.2. L'investissement limité des producteurs de spectacle vivant

Les producteurs de spectacle vivant sont des entrepreneurs du spectacle détenteurs de la licence de 2<sup>ème</sup> catégorie (encadré 1). Néanmoins, certains sont producteurs au regard du droit du travail mais exercent un métier de tourneur ou de booker (encadré 4).

### Encadré 4 – Producteur de spectacle vivant, tourneur, booker : éléments de définition

Certains détenteurs de la licence d'entrepreneur du spectacle de 2<sup>ème</sup> catégorie sont producteurs au regard du droit du travail mais n'exercent pas un **métier de producteur** à proprement parlé dans la mesure où ils n'investissent pas dans la conception et le montage

<sup>52</sup> Le crédit d'impôt à la production phonographique (CIPP) a été instauré par la loi du 1<sup>er</sup> août 2006.

<sup>53</sup> Bearing Point, *Evaluation de l'impact du crédit d'impôt en faveur de la production phonographique*, op. cit.

<sup>54</sup> Bearing Point, *Synthèse de l'étude sur l'évaluation de la répartition des rémunérations entre producteurs phonographiques et artistes-interprètes*, op. cit. ; Bearing Point, *Evaluation de l'impact du crédit d'impôt en faveur de la production phonographique*, op. cit.

du spectacle. Des tourneurs et des bookers peuvent en effet détenir cette licence bien que leur fonction divergent de celle des producteurs de spectacle vivant.

**Le producteur de spectacle vivant** « met en œuvre et finance tout ce qui est nécessaire au montage, à la production et à la tournée d'un spectacle : équipes artistiques, techniques et administratives, salle, son, éclairages, décors, transport. »<sup>55</sup>

**Le tourneur** « prend en charge la recherche de dates, le montage de la tournée et gère les déplacements, transports, hébergement, restauration de l'ensemble de l'équipe artistique. Le tourneur travaille pour des artistes dont il a reçu mandat afin de rendre possible la diffusion de leur spectacle dans un maximum de lieux. »<sup>56</sup>.

**Le booker prend en charge la recherche de date et de salles.**

Rappelons que dans le cadre de cette étude, nous considérons que les artistes autoproduisent leur spectacle dès lors qu'ils ne sont pas salariés par un tiers titulaire d'une licence de 2<sup>ème</sup> catégorie pour leur spectacle. Autrement dit, nous considérons comme produits des artistes salariés par un détenteur d'une licence de 2<sup>ème</sup> catégorie. Aujourd'hui, le secteur du spectacle vivant, dynamique mais fragile<sup>57</sup>, est confronté à des défis pluriels (1.2.1) et est marqué par un relatif affaiblissement de l'hétérogénéité de son tissu économique, affectant les risques pris dans la production de spectacle vivant d'artistes à plus faible notoriété (1.2.2).

### 1.2.1. Les défis rencontrés par les entrepreneurs du spectacle vivant

Les producteurs de spectacle ont été moins directement touchés par la crise du disque que les producteurs de musique enregistrée. En effet, la création de valeur a migré depuis la musique enregistrée vers le spectacle vivant<sup>58</sup>. Cependant, dans ce dernier secteur, **les professionnels ont aussi dû faire face à de nombreux défis dans les années 2010**<sup>59</sup>.

Surtout, **comme le secteur de la production de musique enregistrée, celui du spectacle vivant est affecté, dans une moindre mesure, par les mutations numériques**<sup>60</sup> qui participent à

---

<sup>55</sup> Lexique de l'IRMA, <https://www.irma.asso.fr/Lexique,13302>.

<sup>56</sup> Lexique de l'IRMA, <https://www.irma.asso.fr/Lexique,13302>.

<sup>57</sup> Jules Frutos, *Diversité artistique et économie du spectacle vivant. L'urgence d'une ambition. Premières orientations*, 2016.

<sup>58</sup> XERFI Precepta, *Le spectacle vivant en France. Analyse du marché et perspectives à l'horizon 2015, positionnement et stratégies des opérateurs*.

<sup>59</sup> *Ibid.*

<sup>60</sup> J. Frutos, *Diversité artistique et économie du spectacle vivant. L'urgence d'une ambition. Premières orientations, op. cit.*

l'émergence de nouvelles formes de diffusion et de promotion du spectacle vivant<sup>61</sup> d'une part, et qui déplacent la création de valeur vers la billetterie<sup>62</sup> d'autre part.

### 1.2.2. L'homogénéisation du tissu économique

L'une des caractéristiques du secteur du spectacle vivant français est liée à sa grande hétérogénéité<sup>63</sup> : il rassemble des structures de taille différente qui garantissent la diversité culturelle en produisant, selon leurs moyens, des artistes de notoriété variable. Cependant, on assiste à un phénomène de concentration qui tend à voir se réduire le nombre de structures de production de spectacle de petite taille<sup>64</sup>. Or, ces dernières étaient adaptées à la production de spectacle ne visant pas nécessairement des audiences larges. Cette transformation se répercute plus fortement sur des esthétiques dites « de niche » ou pour des créations qui supposent de s'affranchir des goûts du public.

Par ailleurs, il semble qu'une évolution du rôle pris par les producteurs de spectacle vivant soit à l'œuvre. Certains professionnels du secteur, interrogés dans le cadre de cette étude exploratoire, et spécialisés dans l'accompagnement d'artistes émergents, soulignent le rôle limité joué par les producteurs de spectacle qui, s'ils sont titulaires d'une licence de 2<sup>ème</sup> catégorie et salarient le plateau artistique, n'investissent pas dans les phases antérieures à la représentation (notamment les répétitions) : « *Les producteurs prennent les artistes en booking mais sur cette phase [de production du spectacle], la moitié n'a pas d'apport lié au contrat de cession* »<sup>65</sup>. Ce constat est partagé par des enquêtés, notamment syndiqués, qui dénoncent l'absence d'investissement des producteurs dans la production artistique de spectacles vivants musicaux en dehors de l'emploi des artistes et techniciens pendant les représentations.

**Dans ce cadre, si les producteurs constituent toujours des acteurs importants du spectacle vivant musical, il apparaît qu'une partie d'entre eux développent de plus en plus un rôle de tourneur plutôt que de producteur pour les artistes figurant dans leur catalogue.** <sup>66</sup>.

En somme, si les phénomènes de l'autoproduction de musique enregistrée et de spectacle vivant recouvrent des réalités diverses, **il semble que, dans les deux cas, les rôles des acteurs traditionnels de la production aient été marqués par des transformations relativement récentes.** Quels sont, dans ce contexte, les acteurs de l'autoproduction musicale ? Le terme d'autoproduction tend à dresser le portrait d'un artiste seul, prenant en charge l'intégralité de l'activité de production. Néanmoins, il semble que de nouveaux acteurs émergent pour les accompagner et qu'il faille désormais **penser l'écosystème qui entoure les artistes autoproduits.**

---

<sup>61</sup> Harris interactive, *Baromètre des pratiques culturelles des Français en matière de spectacles musicaux et de variété*, Prodiss, 2017.

<sup>62</sup> XERFI, *La filière du spectacle vivant à l'horizon 2020*, 2017.

<sup>63</sup> J. Frutos, *Diversité artistique et économie du spectacle vivant. L'urgence d'une ambition. Premières orientations*, op. cit.

<sup>64</sup> *Ibid.*

<sup>65</sup> Entretien mené avec le coordinateur des dispositifs d'accompagnement d'une SMAC située dans une ville moyenne hors Île-de-France.

<sup>66</sup> Ce constat pose la question de l'évolution des métiers de producteur, tourneur et booker. Néanmoins, il convient de rappeler que le présent rapport porte sur l'autoproduction et n'a pas vocation à placer au centre de l'analyse l'évolution des métiers de la production.

# 2.

## L'émergence de nouveaux acteurs : l'accompagnement des artistes autoproduits

PARTIE N° 2

Dans le contexte d'autoproduction, la production n'est pas prise en charge par les seules maisons de disque ou les producteurs de spectacle vivant. Cela suppose que les artistes développent des compétences plurielles (2.1). Néanmoins, les artistes ne sont pas nécessairement isolés et certaines activités liées à la production sont toujours investies par des professionnels autres que les artistes. En effet, une pluralité d'acteurs se positionnent sur le marché de l'autoproduction en tant qu'accompagnateurs et forment un écosystème autour des artistes autoproduits (2.2).

## 2.1. L'insertion dans un réseau comme vecteur d'accès à des compétences plurielles

**L'autoproduction de musique enregistrée ou de spectacle vivant par les artistes implique qu'ils prennent des rôles – ou des « casquettes »<sup>67</sup> – qui ne relèvent pas strictement de leur position d'artiste** (tableau 1). Dans ce contexte, nombreux sont les enquêtés, professionnels et artistes, à souligner la diversité des compétences des artistes autoproduits et l'importance accordée au développement de celles-ci. En entretien, le président d'une fédération de promotion et de défense des musiques électroniques souligne ainsi l'implication de l'artiste « à 360° » sur la production et la promotion de sa musique.

L'émergence d'un nombre croissant de micro-labels créés par les artistes autoproduits est révélatrice des rôles multiples qu'ils ont à prendre en charge. Le **développement de structures polyvalentes créées par les artistes autoproduits** conduit à rendre plus perméable la frontière entre différents métiers. L'économie de la musique enregistrée voit ainsi apparaître de très petites entreprises, souvent centrées autour d'un trio composé de l'artiste, d'un manager (pour les parties administrative et commerciale) et d'un graphiste/designer (en charge de l'image de l'artiste)<sup>68</sup>.

---

<sup>67</sup> De nombreux artistes autoproduits enquêtés évoquent en entretien les multiples « casquettes » qu'ils portent pour réussir à s'autoproduire.

<sup>68</sup> Romain Renier, « L'ère de l'autoproduction », *Alternatives Economiques*, 2016.



**Tableau 1- Les rôles joués par les producteurs et les partenaires des artistes**

	MUSIQUE ENREGISTREE		SPECTACLE VIVANT	
	Rôles joués / délégués par la « maison de disque »	Rôles joués par l'artiste en interne ou externalisé (prestataire)	Rôle joué / délégué par le producteur	Rôles joués par l'artiste en interne ou externalisé (prestataire)
<b>PRODUCTION</b>	<p><b>*Artistique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-ingénieur du son</li> <li>-monteur / arrangeur</li> <li>-directeur artistique</li> </ul> <p><b>*Juridique et administratif</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-avocat</li> </ul> <p><b>*Financier</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-éditeur musical si auteur</li> <li>-comptable</li> </ul> <p><b>*Distribution</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-physique, numérique</li> </ul> <p><b>*Communication</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-attaché de presse, chargé de communication / community manager</li> <li>-réalisateur (clip)</li> <li>-merchandising</li> </ul> <p><b>*Fabrication</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- éditeur phonographique</li> </ul>	<p><b>*Artistique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-interprétation artistique</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- composition / écriture (si l'artiste est aussi auteur compositeur)</li> </ul> <p><b>*Stratégique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-manager</li> </ul>	<p><b>*Artistique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-scénographe / chorégraphe</li> <li>-costumier / maquilleur</li> <li>-ingénieur son / lumière</li> </ul> <p><b>*Juridique et administratif</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-avocat</li> </ul> <p><b>*Financier</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-comptable</li> </ul> <p><b>*Diffusion</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-salles/festivals</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>-organisation de tournée</li> </ul> <p><b>*Communication</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-attaché de presse</li> <li>-chargé de communication</li> <li>-community manager</li> <li>-merchandising</li> </ul>	<p><b>*Artistique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-interprétation artistique</li> </ul> <p><b>*Stratégique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-manager</li> </ul> <p><b>*Matériel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-achat d'instrument</li> </ul> <p><b>*Promotion</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-interview</li> </ul>

<b>AUTO- PRODUCTION</b>	<b>Contrat de licence</b>		/	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>*Artistique</i></li> <li><i>*Organisationnel</i></li> <li><i>*Stratégique</i></li> <li><i>*Juridique et administratif</i></li> <li><i>*Financier</i></li> <li><i>*Diffusion</i></li> <li><i>*Communication</i></li> <li><i>*Promotion</i></li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>*Distribution</i></li> <li><i>*Communication</i></li> <li><i>*Juridique et administratif</i></li> <li><i>*Fabrication</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>*Artistique</i></li> <li><i>*Stratégique</i></li> <li><i>*Juridique et administratif</i></li> <li><i>*Financier</i></li> </ul>		
	<b>Contrat de distribution</b>			
	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>*Distribution</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>*Artistique</i></li> <li><i>*Stratégique</i></li> <li><i>*Juridique et administratif</i></li> <li><i>*Financier</i></li> <li><i>*Communication</i></li> <li><i>*Fabrication</i></li> </ul>		
	<b>Absence de contrat</b>			
/	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>*Artistique</i></li> <li><i>*Stratégique</i></li> <li><i>*Juridique et administratif</i></li> <li><i>*Financier</i></li> <li><i>*Distribution</i></li> <li><i>*Communication</i></li> <li><i>*Fabrication</i></li> </ul>			

Pour réussir à prendre en charge l'ensemble de ces rôles, les artistes développent des compétences « sur le tas », **au gré des rencontres et des formations**<sup>69</sup> auxquelles ils peuvent avoir accès, et s'appuient sur les membres de leur entourage pour des « coups de main » ponctuels et ciblés. Le président d'une fédération de promotion et de défense des musiques électroniques souligne ainsi en entretien que « *le DIY [Do It Yourself] est l'ADN des musiques électroniques* » et qu'il s'ancre dans l'apprentissage des techniques de production par les artistes eux-mêmes. L'entraide, les « coups de mains », les conseils donnés à l'oral de façon informelle lors de manifestations comme le MaMA ou la Jimi (Journée des Initiatives Musicales Indépendantes)<sup>70</sup>, bien qu'étant difficilement mesurables, sont au cœur du processus d'autoproduction.

**Si les artistes tendent à prendre en charge une part importante de la production et des activités qui en découlent, il n'en reste pas moins que c'est dans le contact avec d'autres artistes et professionnels du secteur qu'ils puisent les ressources pour développer leurs compétences** dans des domaines précis. Notons ici que l'accès à un réseau d'entraide peut varier selon les esthétiques et les trajectoires des artistes. La question de l'accès à un tel réseau est donc primordiale et nécessite d'être posée pour comprendre la diversité des trajectoires et des difficultés rencontrées par les artistes autoproduits (cf. partie 3).

Ainsi, alors que dans l'imaginaire collectif, la figure d'un artiste autoproduit seul est parfois dépeinte, il semble au contraire que la mise en œuvre des projets musicaux autoproduits suppose et nécessite probablement l'insertion des artistes dans des réseaux facilitant le développement de compétences.

## 2.2. Contre le mythe de l'artiste isolé, l'écosystème des artistes autoproduits

L'accompagnement des artistes autoproduits constitue un secteur en expansion (2.1.2). Les professionnels de l'accompagnement sont le plus souvent spécialisés et atomisés (2.1.2), même si certains acteurs généralistes de l'accompagnement tendent à émerger (2.1.3).

### 2.2.1. L'expansion des métiers liés à l'accompagnement des artistes autoproduits

**La conception d'un artiste autoproduit comme étant isolé est encore plus difficilement tenable dès lors que l'on considère l'ensemble des professionnels qui se positionnent comme des accompagnateurs des artistes autoproduits dans leur activité de développement, de production, de diffusion, etc.** De fait, les artistes qui sont en capacité d'investir dans leur activité musicale peuvent faire appel à des prestataires diversifiés. Ils externalisent ainsi certains aspects – juridiques, administratifs, financiers, communicationnels – de leur projet tout en en gardant le contrôle.

---

<sup>69</sup> Les formations proposées par des centres de ressources comme l'IRMA relèvent de ce point de vue d'un enjeu majeur de mise en capacité des artistes à mener à bien un projet d'autoproduction.

<sup>70</sup> Les artistes enquêtés témoignent de l'importance des échanges informels entre artistes et avec des professionnels lors de ces événements. La Jimi et le MaMA sont des festivals annuels qui rassemblent la diversité des acteurs du secteur musical.

Ces professionnels relèvent d'**artist services**, lorsqu'il s'agit de l'accompagnement d'artistes sur l'ensemble de leurs projets et des dimensions de leur carrière, et de **label services** lorsqu'il s'agit de l'externalisation du travail des labels sur un projet de production de musique enregistrée.

L'expansion de ces professionnels est difficilement appréhensible. Néanmoins, l'analyse de l'évolution du nombre d'entreprises dans le secteur musical constitue un indicateur du processus à l'œuvre. Un salarié de l'IRMA, centre de ressources qui produit et centralise de nombreuses études et données sur le secteur musical, souligne en entretien l'augmentation du nombre de start-up et entreprises innovantes du secteur musical (passant de 250 à 334) entre 2016 et 2017 et leur ancrage dans des activités de services de prestation à destination des artistes autoproduits.

Ainsi, **si l'autoproduction semble se traduire dans un resserrement relatif des rôles des maisons de disque et – dans une moindre mesure – des producteurs de spectacle vivant, cela ne doit pas conduire à conclure mécaniquement à une solitude des artistes autoproduits**. Le fait que les artistes prennent en charge une partie des rôles traditionnellement occupés par les producteurs ne signifie pas qu'ils le font de manière isolée ou sans faire appel à des prestataires. Certains prestataires proposent un accompagnement généraliste, tandis que d'autres se situent dans des champs spécialisés.

## 2.2.2. Les accompagnateurs spécialisés

Trois types d'accompagnateurs spécialisés peuvent être distingués. D'abord, les prestataires spécialisés correspondent le plus souvent à des structures de petites tailles (TPE ou indépendants) et sont relativement atomisés (2.2.2.1). Ensuite, certains accompagnateurs proposent des soutiens financiers ciblés, c'est notamment le cas des organismes de gestion collective (OGC) (2.2.2.2).

### 2.2.2.1. Des prestataires spécialisés atomisés

On observe l'émergence de professionnels qui proposent leurs services aux artistes, contre rémunération, dans certains domaines spécialisés. Nous proposons de distinguer **quatre catégories de prestataires spécialisés** :

- Les **accompagnateurs juridiques, administratifs et financiers** sont de trois types : il s'agit d'avocats spécialisés dans le champ, de cabinets d'expertise comptable (rémunérés à l'acte ou à la mission), ou encore d'acteurs spécialisés dans les demandes d'aides et de subventions, ou dans la levée de fonds<sup>71</sup> (le plus souvent rémunérés suivant un pourcentage des sommes qu'ils lèvent). Notons que certaines structures – à l'instar d'*IdealRights*<sup>72</sup> – rassemblent ces trois domaines d'expertise dans une même offre d'accompagnement ;
- Les **accompagnateurs en communication et marketing** sont de deux types. Il s'agit d'une part de professionnels (attachés de presse, community managers, chargés de communication) en *free-lance*, souvent anciennement salariés des maisons de disque (dont une partie avait pu être licenciée au moment de la crise du disque). Il s'agit d'autre part de petites entreprises qui

---

<sup>71</sup> « Le nouveau poste qui pourrait se développer, c'est le portage de subventions et d'aides financières. » (Responsable de l'accompagnement dans une SMAC d'une ville moyenne hors région Île-de-France)

<sup>72</sup> Créé en 2015, *IdealRights* propose une offre de services aux artistes qui recouvre tout ce qui ne relève pas de l'artistique. Concrètement, *IdealRights* intervient dans la gestion de droits, dans la négociation de contrats, dans la structuration administrative et juridique du projet, dans l'accompagnement au financement et dans la gestion personnelle (intermittence, congés spectacle, fiscalité, etc.).

émergent et agissent dans la mise en relation avec des acteurs de la publicité ou dans la visibilité sur les réseaux sociaux. Dans les deux cas, les professionnels sont rémunérés par les artistes sur des temps relativement courts, à des moments stratégiques (sortie d'un album, tournée, etc.) ;

- Les **accompagnateurs dans le *data analytics* (analyse des données)** visent à faciliter l'accès des artistes aux datas de la filière musicale et à suivre les évolutions de la consommation de leur musique (volume, caractéristiques des publics, types de consommation, etc.). La start-up française *Soundcharts* est un acteur central dans ce domaine. Notons que ce service de *data analytics* est souvent proposé dans les offres de services d'accompagnateurs généraliste (cf. infra).
- Les **accompagnateurs dans l'accès à la scène** : il s'agit alors de bookers, de chargés de diffusion ou encore de structures de mise en relation entre les artistes et des organisateurs de spectacle (lieux, salles, privés, etc.). C'est notamment le cas de *Musilink* qui est une plateforme de mise en lien entre artistes et organisateurs de spectacle.

L'émergence de ces prestataires spécialisés « *bouscule un ordre établi* »<sup>73</sup> car elle suppose que l'artiste paye pour des prestations de conseil, d'expertise ou d'accompagnement mais qu'il « *reste seul propriétaire de son travail, de ses œuvres* »<sup>74</sup>.

Ainsi, **dans un contexte de rétrécissement relatif des rôles des maisons de disque et des producteurs de spectacle, des professionnels spécialisés agissent comme prestataires des artistes dans les domaines les concernant.**

## 2.2.2.2. L'accompagnement par le soutien financier

Certains acteurs de l'accompagnement, qui ne sont pas des prestataires, proposent des **soutiens financiers à destination des artistes autoproduits**. En l'occurrence, les organismes de gestion collective (OGC), notamment l'ADAMI et la SACEM, jouent un rôle majeur dans ce domaine, en parallèle de leur mission de gestion collective – c'est à dire d'exercice du droit d'auteur et des droits connexes en agissant dans l'intérêt et au nom de leurs sociétaires qui sont titulaires de ces droits. Surtout, si l'accompagnement est formalisé autour des aides financières, l'ADAMI et la SACEM jouent des rôles de conseil, dans l'accès aux aides mais aussi parfois sur des questions juridiques et administratives<sup>75</sup>. A plusieurs reprises, les artistes enquêtés expliquent le rôle de conseil et de relance joué par leurs interlocuteurs à l'ADAMI et à la SACEM. Ces rôles d'accompagnement plus large dont bénéficient des artistes autoproduits relèvent cependant soit d'une aide non formalisée, soit d'accompagnements ne ciblant pas les artistes autoproduits.

Les aides financières ciblant précisément l'autoproduction musicale ne sont pas le seul fait de la SACEM et de l'ADAMI. Jusqu'en 2018, le FCM proposait lui aussi une aide financière à destination des artistes autoproduits.

Ces aides ont en commun de cibler des artistes autoproduits (tableau 2), mais se distinguent par leur montant et par le type d'artistes qu'elles ciblent (structuration, avancement dans la carrière, critères de sélection, etc.).

---

<sup>73</sup> Entretien avec l'équipe dirigeante d'une société de services administratifs, juridiques et comptables aux artistes autoproduits.

<sup>74</sup> Idem.

<sup>75</sup> En entretien, une juriste de l'ADAMI témoigne de l'importance des conseils et explications donnés aux artistes autoproduits lors des premiers échanges qu'ils ont avec l'ADAMI.

**Tableau 2 – Synthèse comparative des critères d’attribution des aides à l’autoproduction pour la musique enregistrée**

	<b>SACEM</b>	<b>ADAMI – promotion enregistrement</b>	<b>ADAMI – accompagnement 365</b>	<b>FCM – Fonds d’émergence phonographique (aide ajournée en 2019)</b>
<b>Montant max. de l’aide</b>	4500€	80% des dépenses à la promotion	-	6000€
<b>Le projet doit être porté par une structure juridique</b>	Non	Oui (l’artiste doit avoir une structure qui lui est dédiée)	Oui (l’artiste doit avoir une structure qui lui est dédiée)	Oui (le bénéficiaire de l’aide doit être l’employeur de l’artiste)
<b>Nécessité de respecter la convention collective de l’édition phonographique</b>	Non	Oui	Oui	Oui
<b>Type de contrat</b>	-	Contrat de distribution	-	Contrat de licence ou distribution
<b>Minimum de titres</b>	5	-	-	5 (ou 20 minutes d’enregistrement)
<b>Distribution</b>	Distribution physique et/ou numérique	-	-	Distribution physique et/ou numérique
<b>Nbre d’exemplaires physiques min.</b>	250 (si distribution physique)	-	-	-
<b>Stade du projet artistique</b>	La demande doit porter sur un 1 <sup>er</sup> ou 2 <sup>nd</sup> enregistrement	Avoir déjà commercialisé un premier EP ou album	Avoir réalisé des concerts dans des salles de + de 600 places dans les 5 dernières années, avoir 3 projets en cours, etc.	La demande doit porter sur un 1 <sup>er</sup> ou 2 <sup>nd</sup> enregistrement
<b>Cumulable avec d’autres aides ?</b>	Non cumulable avec l’aide du FCM	Aide exclusive	Aide exclusive	Non cumulable avec l’aide de la SACEM Non cumulable avec d’autres aides du FCM
<b>Accessibilité pour des artistes émergents</b>	++	-	- -	+

### 2.2.3. Les accompagnateurs généralistes

Les acteurs qui constituent l'écosystème des artistes autoproduits sont le plus souvent spécialisés. Néanmoins, les liens des artistes avec ces prestataires ne doivent pas conduire à omettre une figure de l'accompagnement généraliste des artistes de la musique : les managers. Il semble que l'autoproduction des artistes de la musique ne se traduit pas par un moindre rôle accordé aux managers mais par une transformation partielle de celui-ci (2.2.3.1). On voit par ailleurs progressivement émerger de nouveaux types de prestataires généralistes qui proposent une offre d'accompagnement dans l'ensemble des aspects – juridiques, administratifs, communicationnels, organisationnels, artistiques, etc. – que recouvre la production de musique enregistrée et de spectacle (2.2.3.1). Au-delà de ces prestataires rémunérés par les artistes, des acteurs de la formation ou de l'information professionnelle, ainsi que des centres de ressources proposent des accompagnements généralistes gratuits ou payants (2.2.3.2).

#### 2.2.3.1. Des prestataires généralistes historiques : les managers

De fait, **les managers, dont le rôle est d'aider les artistes à développer leur carrière musicale ne disparaissent pas en contexte d'autoproduction.** Bien au contraire, le rôle essentiel des managers, en particulier pour des projets autoproduits récents est présenté comme essentiel par certains enquêtés. Accompagnateur dans une SMAC et également manager, un enquêté souligne en entretien : « *Tu as intérêt d'avoir un super manager (...). Quand tu es un jeune projet, tu as énormément de talent, mais tu es un peu perdu ou mal organisé (...). Tu gagnes moins d'argent, mais ton projet aura plus de chances d'être connu* ». L'autoproduction, loin de conduire à une disparition des managers, voit leur rôle souvent renforcé en raison de l'importance de la mise en relation avec une diversité de prestataires spécialisés, qui sont cruciaux pour le développement du projet. Pour reprendre les termes d'un programmeur de Festival de musiques indés, ancien manager, « *le manager, c'est celui qui conseille sur l'avenir du groupe, qui essaye de trouver les différents partenaires. Il doit bien connaître le secteur de la musique (...) avoir un bon carnet d'adresses* ».

Les managers font le lien et jouent un rôle d'intermédiaire avec les prestataires auxquels ont recours les artistes autoproduits. Le manager est donc au cœur de l'écosystème de prestataires qui se construit autour des artistes autoproduits et est amené à prendre position dans l'ensemble des domaines – artistiques et non artistiques – que recouvre la carrière des artistes.

#### 2.2.3.2. L'émergence de nouveaux prestataires généralistes

Plus récemment, on assiste à l'émergence d'autres types de **prestataires généralistes, connus d'une partie des professionnels enquêtés. S'ils restent relativement peu présents en France, ils émergent à l'échelle internationale, notamment en Amérique du Nord.** Il s'agit notamment de sociétés telles que *Absolute* (qui propose une offre de services à destination des artistes, de labels ou de managers dans la distribution digitale et physique, le marketing, la fabrication, l'analyse de données, la budgétisation, la présence digitale, la collecte des droits voisins, la synchronisation), ou encore *Caroline International* (qui propose des services à destination des labels indépendants et des artistes dans les domaines suivants : vente et distribution, management, marketing international et national, marketing digital, stratégie de streaming et de playlist, promotion radio, tv et print, *branding*, planification dans les médias, analyse des données des artistes, reporting financier, e-commerce). Compte tenu de l'affaiblissement des frontières et du rapprochement des distances liés aux usages du numérique, on peut

s'attendre à ce que ces acteurs investissent le marché français et que des artistes français puissent y faire appel malgré leur implantation dans d'autres pays.

**En France, certains acteurs généralistes émergent**, à l'instar de #NP. Ils se démarquent des producteurs et du modèle du contrat d'artiste car ils ne payent pas une avance aux artistes en échange de la passation de leurs droits. Au lieu de cela, les artistes payent les prestations ou négocient un pourcentage sur leurs bénéfices qui sera reversé à l'accompagnateur. Certains professionnels enquêtés perçoivent là une tendance en cours de développement. Le directeur du FCM estime ainsi qu'« *il y aura des sociétés de management qui s'occuperont de l'artiste. Ils ne seront plus producteurs dans le sens où ils ne seront pas propriétaires de l'enregistrement. Mais ils passeront des contrats avec les artistes pour l'exploitation des œuvres, la promo, le développement de carrière, l'accompagnement, etc.* ».

La différence avec l'offre de services proposée par une maison de disque dans le cadre d'un contrat d'artiste est double :

- D'abord ce n'est pas la maison de disque qui investit dans ces services mais l'artiste lui-même. En contrepartie, **l'artiste garde la propriété de ses droits** ;
- Ensuite, la relation entre l'artiste et le prestataire n'est pas systématiquement définie dans le temps, **l'artiste peut rompre la relation de prestation**.

**Notons que cette offre de services généralistes pour les artistes est parfois associée à d'autres offres.** C'est notamment le cas de *Tunecore* qui met en vente la musique enregistrée sur une grande diversité de plateformes digitales, en échange d'un abonnement annuel payé par l'artiste, qui touche ensuite l'intégralité de ses droits et *royalties*. Au-delà de cette offre, *Tunecore* propose des services diversifiés aux artistes, relevant du *mastering* (*mastering sur-mesure, promaster*), de l'analyse des fans (*TuneCore Fan Reviews*), de la diffusion sur des web radios (*Radio Airplay*), du positionnement sur les plateformes digitales (*feature.fm*), ou encore de la fabrication de supports physiques et d'objets de *merchandising* (*merch*). Il s'agit là **d'un modèle d'accompagnement hybride dans la mesure où une plateforme propose un accompagnement « généraliste » qui est en fait la somme d'accompagnements « spécialisés »**.

Ainsi, **des structures commerciales émergent et proposent des services dans l'ensemble des domaines qui découlent de la production de musique et du développement de carrière**. Si elles recouvrent les missions des maisons de disque et des producteurs de spectacle, c'est la nature du lien avec l'artiste qui change fondamentalement.

### 2.2.3.3. Les acteurs de la formation et de la diffusion de ressources

Au-delà de ces acteurs généralistes, prestataires des artistes, qui tendent à émerger, il est important de noter qu'un accompagnement généraliste ne prenant pas la forme de prestations payantes pour les artistes autoproduits est proposé par certains acteurs. On peut distinguer deux types d'acteurs.

D'abord, des **centres de ressources**, à l'instar du centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles (IRMA) proposent des contenus, des guides, des accompagnements individuels, et des formations à destination des artistes en général et des artistes autoproduits en particulier (encadré 5).



## Encadré 5 – L’offre de l’IRMA à destination des artistes

Les outils développés par l’IRMA visent les artistes, qu’ils soient produits ou autoproduits. Ces outils sont destinés à l’ensemble des professionnels, dont les artistes, qui s’inscrivent dans les musiques actuelles et ont pour objectif :

- l’accès à l’information ;
- le développement du réseau des utilisateurs ;
- le développement de leur activité.

Pour atteindre ces objectifs, l’IRMA produit des contenus (digitaux et physiques), organise des formations, propose des accompagnements et du conseil individualisés. Une grande part des actions de l’IRMA sont gratuites, à l’exception des formations et des ouvrages papiers.

Ensuite, un deuxième type d’acteurs rassemble les **Scènes de Musiques Actuelles (SMAC)** (encadré 6). Là encore, ces lieux de diffusion, dont une partie de la mission relève de l’accompagnement des artistes, visent les musiques actuelles. Nous questionnerons les difficultés spécifiques rencontrées par des artistes qui n’appartiennent pas à ces esthétiques et qui peuvent pâtir d’un manque de structures d’accompagnement.

## Encadré 6 – L’accompagnement proposé par les SMAC

Les SMAC regroupent 85 lieux musicaux de petite et moyenne capacité, sur l’ensemble du territoire métropolitain, dédiés aux musiques actuelles. La labélisation SMAC implique la rédaction d’une convention multipartite entre les établissements, l’Etat et les collectivités territoriales<sup>76</sup>.

Les SMAC jouent un rôle de diffusion d’artistes, notamment émergents, d’information (notamment via des Pôles Information Musique), mettent à disposition des espaces de répétition, de création et proposent des accompagnements sur les volets artistiques et administratifs.

Ainsi, les acteurs qui constituent **l’écosystème des artistes autoproduits sont pluriels**. Il peut s’agir de **structures spécialisées** dans certains domaines définis (juridique, administratif, artistique,

---

<sup>76</sup> Textes de références : loi n°2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l’architecture et au patrimoine ; arrêté du 5 mai 2017 fixant le cahier missions et des charges relatif au label « Scène de Musiques Actuelles-SMAC »

communicationnel, marketing, tournées, etc.) ou de **structures généralistes** qui proposent d'accompagner les artistes et/ou le micro-label qu'ils ont créé sur plusieurs dimensions simultanément.

Qu'ils soient généralistes ou spécialisés, ces acteurs de l'accompagnement peuvent être des **prestataires rémunérés par les artistes** (soit à la mission, pour des prestations le plus souvent limitées dans le temps, soit au pourcentage des bénéfices, pour des prestations de plus long terme) ou des **accompagnateurs qui offrent des services et/ou apportent du soutien** (matériel et/ou financier) aux artistes.

Ces acteurs de l'accompagnement, qui gravitent autour des artistes vont potentiellement reproduire, sous une autre forme, les logiques d'intermédiation qu'ils ont remplacées. En effet, dans un contexte où les labels ne sont plus systématiquement des intermédiaires, l'expansion des métiers de l'accompagnement et la montée en puissance d'acteurs généralistes qui agrègent plusieurs compétences peut susciter un processus de **ré-intermédiation** entre les artistes et des structures qui disposent des mêmes compétences que celles dont bénéficient des artistes produits mais qui permettent aux artistes de conserver leurs droits. Ce processus de ré-intermédiation peut aller jusqu'au retour à des liens de subordination liant les artistes à leurs « accompagnateurs ».

Notons enfin que si les acteurs de l'accompagnement sont pluriels, cela ne signifie pas que l'ensemble des artistes autoproduits y ont accès. La question de la capacité des artistes à s'inscrire dans des réseaux de professionnels et à pouvoir avoir recours à des prestataires proposant différents types de services est au cœur de l'analyse des trajectoires et difficultés des artistes (partie 3).

# 3.

## Conclusion : l'émergence d'un nouvel écosystème autour des artistes

PARTIE N° 2

Ainsi, l'autoproduction de musique enregistrée et de spectacle vivant affecte le secteur musical à différents niveaux : celui des producteurs, celui de l'écosystème constitué par les partenaires des artistes autoproduits et celui des artistes autoproduits eux-mêmes (3.1). Ce nouvel écosystème peut être cartographié en distinguant les différents types de partenaires, le type d'autoproduction et le niveau de développement des projets artistiques (3.2).

## 3.1. Les trois niveaux de transformation du secteur musical

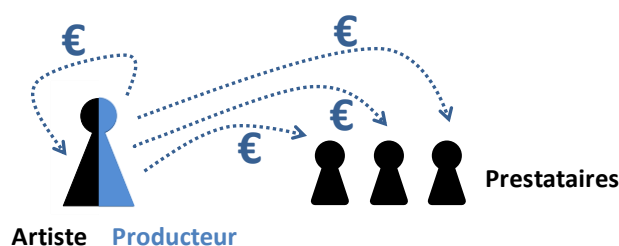
**Le développement de l'autoproduction s'inscrit ainsi dans un contexte plus global de transformation du secteur de la musique.** On constate en effet un changement des logiques d'organisation de ce secteur à trois niveaux.

Au **niveau des producteurs**, on assiste à une fragilisation relative de ces derniers. Il semble que ce soient **les petites structures (labels indépendants, petits producteurs de spectacle) qui soient les plus touchées. Les majors quant à elles, ont la capacité d'investir pour adapter leurs offres de services aux mutations à l'œuvre et garantissent ainsi la rentabilité de leur modèle économique.** Les majors modifient leur approche suivant deux logiques distinctes et complémentaires : elles misent prioritairement sur la production d'artistes ayant déjà une forte notoriété, et proposent des offres d'accompagnement intégral, garantissant une rentabilité des activités annexes (*merchandising* notamment). La limitation de la prise de risque s'observe aussi parmi les producteurs de spectacle vivant qui limitent le plus souvent leur investissement au temps des représentations, voire uniquement aux salaires des artistes et musiciens. L'étude menée tend donc à révéler en creux une double évolution du métier de producteur de spectacle vivant : d'une part les producteurs de spectacle jouent de plus en plus fréquemment un rôle de tourneur, tout en gardant la responsabilité du plateau artistique ; d'autre part on assiste à une transformation du métier de tourneur lui-même, marqué par une tendance à un moindre investissement dans l'organisation logistique des tournées et la diffusion du spectacle (programmation de la tournée, choix des lieux, communication, billetterie, etc.). La fragilisation d'une partie des producteurs de musique enregistrée et de spectacle se répercute sur leur moindre investissement dans la production d'artistes – notamment émergents.

**Au niveau de l'écosystème** des artistes autoproduits, on assiste à **l'émergence de nouveaux acteurs, professionnels de l'accompagnement et prestataires des artistes**, qui s'inscrivent dans des domaines d'action habituellement pris en charge par les maisons de disques. Certains de ces acteurs sont de petite taille, très spécialisés et relativement atomisés, d'autres – moins nombreux – se distinguent par leur importance et leur force de frappe dans l'industrie musicale, en venant potentiellement concurrencer les majors et les gros labels.

Au **niveau des artistes autoproduits**, une transformation majeure est à l'œuvre dans la mesure où ils conservent l'intégralité de leurs droits et rémunèrent des prestataires pour les accompagner dans cette démarche. En tant que producteur, l'artiste autoproduit est censé se rémunérer pour son rôle d'artiste-interprète dans la production et rémunère des prestataires extérieurs. Parce qu'il endosse le rôle de producteur, l'artiste est amené à jouer un rôle d'entrepreneur (graphique 2). Ce changement se traduit dans **la fin de la propriété de l'enregistrement par des acteurs extérieurs.**

Graphique 2 – L'artiste-producteur



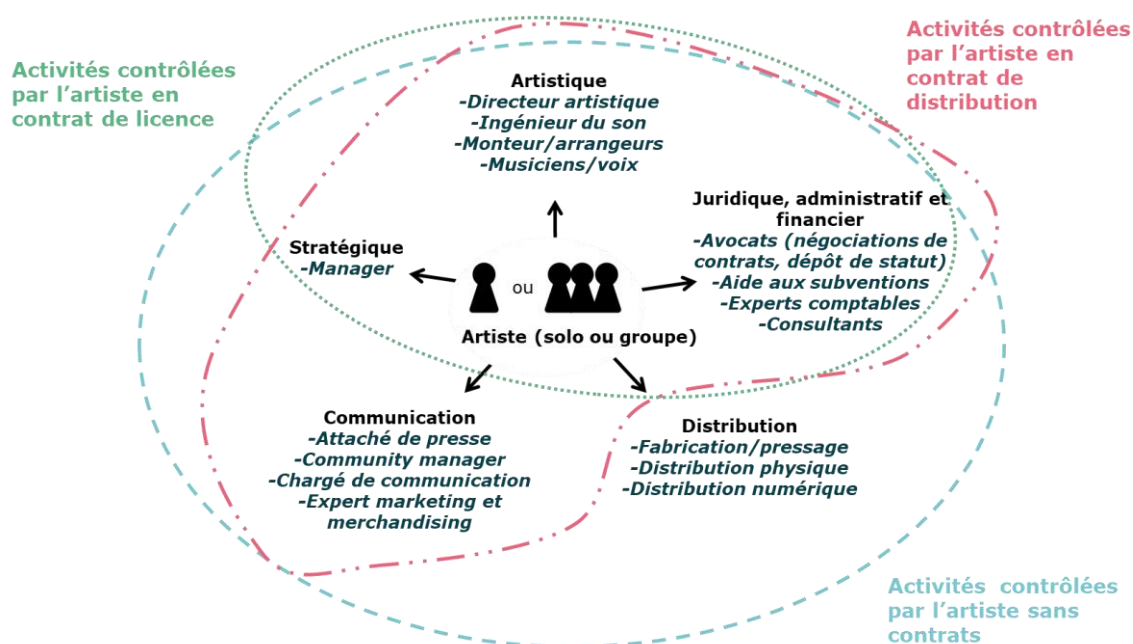
Lecture : dans le cas où un artiste est autoproduit, la structure de production de l'artiste rémunère les prestataires qui agissent dans la production, mais également l'artiste-interprète. Autrement dit, l'artiste en tant que producteur se rémunère lui-même en tant qu'interprète.

Ce double rôle investi par les artistes autoproduits – parfois nommés artistes-producteurs pour souligner cette dualité – pose des difficultés aux acteurs traditionnels de la représentation des artistes, notamment les syndicats, dès lors qu'il s'agit pour eux de les représenter et de défendre leurs droits. En effet, les artistes autoproduits ne sont que partiellement représentés par ces instances. En adoptant le point de vue des salariés, les « casquettes d'auto-producteurs » ne sont pas reconnues<sup>77</sup>.

## 3.2. Cartographier l'écosystème de l'autoproduction

Si l'autoproduction relève du contrôle et de la responsabilité de la production artistique sur les volets juridiques et financiers, l'artiste (ou le groupe d'artistes) doit les prendre en charge lui-même ou les externaliser sous forme de prestations ou d'accompagnements non lucratifs sur lesquels il conserve le contrôle. Ceux-ci varient selon qu'il s'agit d'autoproduction de musique enregistrée ou de spectacle vivant d'une part, mais aussi en fonction du contexte contractuel dans lequel s'ancre l'autoproduction d'autre part (graphiques 3 et 4).

**Graphique 3 – L'écosystème des artistes autoproduits – musique enregistrée**



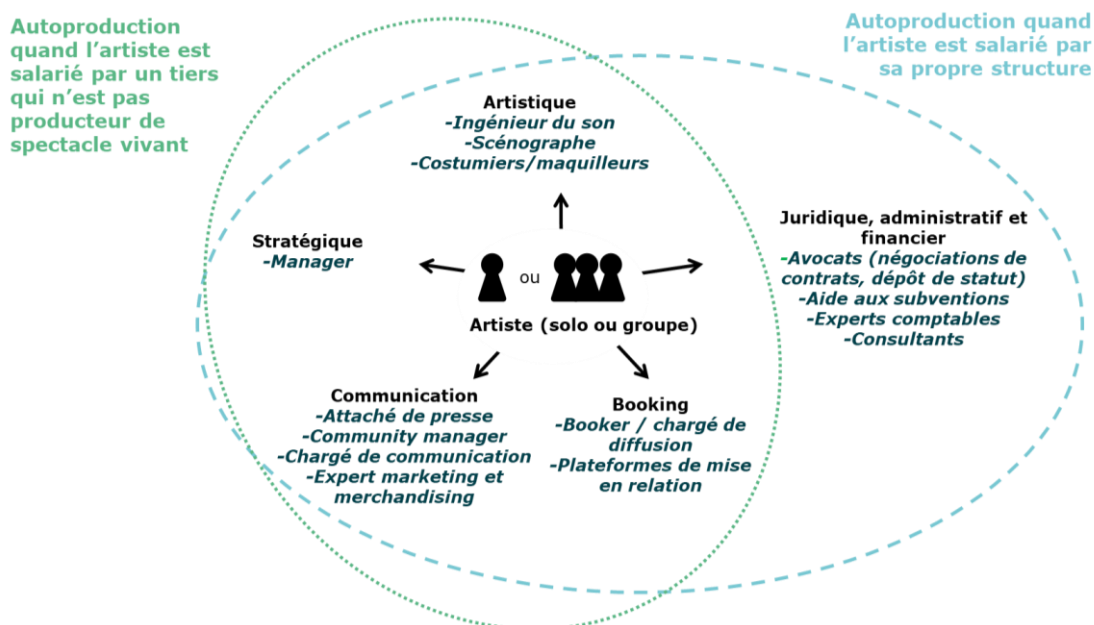
Lecture : En contrat de licence, l'artiste contrôle les activités artistiques, juridiques, administratives, financières et délègue au label les activités de communication et de distribution.

Les **artistes qui autoproduisent de la musique enregistrée** sans avoir signé aucun contrat avec une maison de disque prennent en charge – ou externalisent – l'artistique, le stratégique, la communication,

<sup>77</sup>Entretien avec la déléguée générale de la GAM.

la distribution et les volets juridique, administratif et financier. A l'inverse, ceux qui signent un contrat de distribution ne prennent pas en charge la distribution et ceux qui signent un contrat de licence ne prennent en charge ni la distribution, ni la communication. Notons néanmoins que ces distinctions sont théoriques et qu'elles peuvent varier d'un contrat à l'autre.

#### Graphique 4 – L'écosystème des artistes autoproduits – spectacle vivant



Lecture : Un artiste qui est salarié par sa propre structure dans le cadre de l'autoproduction d'un spectacle vivant contrôle les activités artistiques, juridiques, administratives et financières, communicationnelles et de *booking*.

Concernant le spectacle vivant, les artistes qui autoproduisent leur spectacle en étant salariés par leur propre structure prennent en charge les dimensions artistiques, stratégiques, juridiques, administratives et financières, communicationnelles et de *booking* tandis que ceux qui sont salariés par une structure dont l'activité principale n'est pas la production de spectacle (dans le cadre du GUSO ou des cafés-concerts par exemple) n'ont pas la charge de la dimension juridique et administrative.

Dans les différents domaines pris en charge par les artistes, **différents types d'accompagnateurs** peuvent être distingués selon qu'ils sont prestataires ou qu'ils accompagnent l'artiste autoproduit gratuitement d'une part, ou selon leur degré de spécialisation d'autre part<sup>78</sup> (tableau 3).

<sup>78</sup> Dans certains cas, les artistes trouvent dans leur entourage des personnes susceptibles de les accompagner gratuitement. La capacité des artistes à solliciter des réseaux d'aides informelles peut être déterminante dans la réalisation de certains projets autoproduits (cf. Partie 3).

**Tableau 3 – Les types d’accompagnateurs des artistes autoproduits**

	SERVICES GRATUITS	SERVICES PAYANTS
SERVICES GENERALISTES	Centre de ressources <i>Ex : Irma</i> Salles de concerts <i>Ex : SMAC</i>	Manager Artist et label services <i>Ex : Absolute</i> Structures qui agrègent certains services spécialisés <i>Ex : IdealRights</i>
SERVICES SPECIALISES	OGC <i>Ex : SACEM, ADAMI</i>	Avocats, juristes Comptables Community manager, chargé de communication Data analysts Distributeurs Presseurs Editeurs Diffuseurs Musiciens, techniciens

Le recours à ces différents types d’accompagnateurs varie au cours du développement du projet artistique des artistes (ou groupes) autoproduits, si bien que **l’écosystème de l’autoproduction semble être à géométrie variable dans le temps et dans l’espace.**

## **PARTIE 3.**

# **L'impact de l'autoproduction sur les artistes de la musique**



Au-delà d'une réflexion à l'échelle du secteur musical, cette étude exploratoire mène une réflexion à l'échelle des artistes pour comprendre l'impact de l'autoproduction sur leurs parcours. L'étude met en avant la diversité des logiques d'entrée – contraintes ou choisies – dans l'autoproduction (1), avant d'analyser les types de difficultés auxquelles sont confrontés les artistes autoproduits. Sont ainsi interrogés les freins, mais aussi les leviers, d'ordre juridique et administratif (2), économique et social (3) mais également technique et artistique (4) qu'ils rencontrent dans ce processus.

# 1.

## Les motifs d'entrée dans l'autoproduction

PARTIE N° 3

On l'a vu précédemment, l'autoproduction de musique enregistrée et de spectacle vivant sont deux phénomènes distincts. Les motifs d'entrée dans l'autoproduction de musique enregistrée et de spectacle vivant doivent donc être analysés séparément.

Alors que l'autoproduction de musique enregistrée relève dans de nombreux cas d'un choix affirmé (1.1), il semble que l'autoproduction de spectacle vivant, en raison de l'investissement important qu'elle suppose et de la faible proportion de producteurs dans certaines esthétiques, réponde plus systématiquement à des logiques contraintes (1.2). Chacun de ces motifs – contraints ou choisis – est plus ou moins prégnant selon les profils des artistes et ce qu'implique l'autoproduction dans leur trajectoire artistique (encadré 7).

### Encadré 7 - Les types d'artistes autoproduits selon leur niveau de développement

Nous distinguons quatre types d'artistes concernés par l'autoproduction musicale :

-Les **artistes émergents** ont une notoriété relativement faible. Pas ou peu connus des professionnels du secteur, ils mettent en œuvre des stratégies pour gagner en visibilité.

-Les **artistes repérés** sont approchés par des acteurs du secteur (en particulier des labels et/ou des producteurs de spectacle), n'ont jamais signé de contrat d'artiste et ont pu en refuser.

-Les **artistes confirmés** ont déjà été produits auparavant. Les artistes que nous appellerons les « **confirmés émancipés** » sont ceux qui ont fait le choix de passer de la production à l'autoproduction ou ceux qui ont une très forte notoriété ; tandis que les « **confirmés contrats rendus** » sont ceux dont le contrat d'exclusivité n'a pas été renouvelé.

## 1.1. Les logiques d'entrée dans l'autoproduction de musique enregistrée

Les artistes ont des logiques d'entrée diversifiées dans l'autoproduction de musique enregistrée. Hors contrat, elle est le plus souvent contrainte et concerne des artistes émergents (1.1.1). Elle constitue davantage un choix de carrière lorsqu'elle est réalisée par des artistes repérés ou confirmés qui revendiquent, *via* la signature d'un contrat de licence et plus encore de distribution, une liberté artistique, politique et financière (1.1.2). Dans certains cas, en l'absence d'alternative à ces contrats, l'autoproduction ne peut être analysée comme résultant d'un choix affirmé par les artistes (1.1.3).

### 1.1.1. En l'absence de contrat, l'autoproduction comme étape contrainte en vue d'être repéré

Dans le champ de la musique enregistrée, l'autoproduction est communément admise comme une **première étape qui permet d'acquérir de la notoriété et éventuellement d'être repéré par un producteur**. Cette représentation de l'autoproduction a été renforcée d'une part par la concurrence accrue dans le champ de la musique, liée à la démocratisation de l'accès à la production ; et d'autre part par la limitation des risques pris par certaines maisons de disque, moins enclines à soutenir les artistes au moment de la phase de développement de leur projet<sup>79</sup>.

Elle est le plus souvent réalisée au **début de la carrière d'un artiste, hors d'un cadre contractuel de type licence ou distribution et relève d'un passage nécessaire pour se faire connaître**. En effet, pour reprendre les termes du directeur d'une radio spécialisée dans le rock, « *un groupe qui démarre, qui n'a pas encore de structuration (...), qui n'a pas encore de visibilité au-delà de l'échelle locale, ne va pas avoir de proposition de label. Donc, pour démarrer, il va falloir qu'il fasse les choses par lui-même* »<sup>80</sup>. L'autoproduction relève alors souvent d'un **processus « bricolé », avec peu de moyens** (« home studio » ou peu de jours de location de studio, faible investissement dans le mixage et la masterisation).

Si l'autoproduction de musique enregistrée est souvent contrainte pour les artistes émergents, elle peut aussi être accompagnée d'un **discours plus politique de rejet de l'industrie musicale et de valorisation du « Do It Yourself »**. À ce titre, il est primordial de nuancer l'idée souvent véhiculée selon laquelle les artistes émergents s'autoproduisent dans le but d'être produits. L'étude montre que **dans de nombreux cas, le but poursuivi par les artistes émergents est davantage la signature d'un contrat de licence ou de distribution que celle d'un contrat d'artiste**.

Ainsi, l'autoproduction des artistes émergents a cela de spécifique qu'elle est réalisée hors d'un cadre contractuel (de licence ou de distribution) et qu'elle constitue une **étape devenue quasiment obligatoire dans le développement de la carrière d'un artiste**.

Si une grande part des artistes qui autoproduisent leur musique enregistrée sont émergents, il serait toutefois erroné de limiter ce phénomène à cette seule catégorie.

---

<sup>79</sup> Cf. partie 1 « L'impact de l'autoproduction sur le secteur musical ».

<sup>80</sup> Entretien avec le directeur d'un réseau de radios alternatives spécialisées dans le rock.

## 1.1.2. Quand les contrats de licence et de distribution sont un choix

De nombreux artistes font le choix de s'autoproduire au moment où ils **accèdent à une certaine notoriété et se trouvent en position de choisir entre des contrats d'artiste d'une part ou de licence et de distribution d'autre part**. Les motifs du choix des artistes, entre autoproduction et production, sont pluriels<sup>81</sup> : ils sont d'ordre artistique (1.1.2.1), politique (1.1.2.2) et financier (1.1.2.3).

### 1.1.2.1. Une plus grande liberté artistique : la maîtrise de l'identité, du temps et de la promotion

La démarche d'autoproduction peut être impulsée par une **volonté de maîtrise et de liberté artistiques**. Les motifs d'ordre artistique se situent à trois niveaux.

À un premier niveau, **certains artistes revendiquent un contrôle de l'identité et du propos artistique de leur projet**. Par l'autoproduction, ils souhaitent limiter les influences externes. À ce titre, un professionnel enquêté souligne la contrainte ressentie par certains artistes face à « *l'interventionnisme* » des directeurs artistiques des maisons de disque qui cherchent à « *sculpter* »<sup>82</sup> l'artiste. Les maisons de disque peuvent être perçues comme cherchant à orienter les projets au regard du potentiel commercial – plutôt qu'artistique – qu'il recouvre. Nombreux sont les artistes enquêtés à préférer l'autoproduction pour ne pas avoir à négocier leurs choix artistiques. L'un d'eux, artiste repéré qui produit des musiques expérimentales, explique ainsi que son esthétique ne correspond pas au modèle du contrat d'artiste : « *[le contrat d'artiste], ce n'est pas un modèle qui fonctionne pour l'esthétique des musiques expérimentales. Un producteur met de l'argent mais donne aussi son avis. Et pour eux, plus l'artiste est malléable, plus on peut le façonner à l'image des gens* ». Or, cet artiste insiste sur la faible malléabilité de ses projets artistiques et sur la difficulté de les calquer sur les musiques « *mainstream* ». Dans des esthétiques dans lesquelles les productions sont moins susceptibles d'être rémunératrices, la liberté de production est considérée comme difficilement accessible hors de l'autoproduction. Le directeur artistique d'un ensemble classique confirmé-émancipé explique ainsi en entretien qu'elle est une solution pour éviter d'être contraint de jouer pendant toute une carrière les grands succès de la musique classique. Au lieu de cela, l'autoproduction leur donne la possibilité d'aller visiter des répertoires peu connus ou de jouer leurs propres créations.

À un deuxième niveau, les artistes recherchent en s'autoproduisant la **maîtrise du temps de la production**. En effet, les maisons de disque répondent à des impératifs commerciaux qui ne sont pas nécessairement en cohérence avec la temporalité artistique. Un professionnel du secteur insiste en entretien sur les contraintes qu'elles peuvent imposer (« *Quand vous êtes en autoproduction, vous pouvez sortir cinq morceaux par mois, personne ne vous en empêchera. (...) Quand vous êtes en label, il est communément admis que vous devez sortir un album tous les deux ou trois ans.* »)<sup>83</sup>. Ce décalage entre

---

<sup>81</sup> On retrouve la diversité des motivations déclarées par les artistes associés à l'ADAMI mais nous montrons que celles-ci varient selon la temporalité et le niveau de contrainte de l'entrée dans l'autoproduction. Aymeric Pichevin, *L'artiste-producteur en France*, Irma., 2008.

<sup>82</sup> Entretien avec un ancien administrateur de l'ADAMI.

<sup>83</sup> Entretien avec le responsable du pôle création d'un lieu de formation et de ressources parisien spécialisé dans les musiques actuelles.

deux temporalités et deux formats (albums ou morceaux) de production peut conduire les artistes à préférer des démarches d'autoproduction de musique enregistrée.

Enfin, à un troisième niveau, l'autoproduction peut être privilégiée par les artistes qui souhaitent **contrôler leur image et leur communication. Elle concerne alors les artistes qui préfèrent les contrats de distribution aux contrats de licence.** Les contrats de distribution permettent en effet aux artistes de conserver la maîtrise de la promotion, de l'image et des supports de communication ou de *merchandising*. Là où plusieurs artistes enquêtés estiment que l'autoproduction sous contrat de licence ne constitue pas une « vraie autoproduction », le contrat de distribution est un moyen pour certains d'être « maître de tout »<sup>84</sup>, de la production *stricto sensu* à la diffusion.

Ces trois niveaux de motivation liés à la liberté artistique (maîtrise de l'identité du projet, du temps de production et de l'image renvoyée) concernent d'une part les **artistes à la renommée naissante**, qui sont repérés par des maisons de disque mais ne souhaitent pas signer de contrats d'artiste ; et d'autre part les **artistes ayant connu ou connaissant un succès important** et qui ont été produits antérieurement dans leur carrière. En termes d'esthétique, la question de la liberté artistique se pose surtout pour des artistes dont le projet musical est le plus susceptible, en cas d'association avec un label, d'être modelé en fonction des perspectives de vente et de diffusion ; elle sera moins prégnante dans le cas des musiques de niche ou au public restreint qui ciblent des maisons de disque – moins nombreuses – spécialisées.

### 1.1.2.2. Un choix politique : volonté d'indépendance et défiance à l'égard des majors

Les motivations artistiques qui poussent à l'autoproduction peuvent être liées à des motifs d'ordre politique. **L'autoproduction relève en effet de choix politiques lorsqu'est affirmée par les artistes une volonté d'indépendance à l'égard des acteurs traditionnels de l'industrie du disque.** Ces motifs sont alimentés d'une part par la valorisation d'une culture « indé » et « *Do It Yourself* », et d'autre part par une défiance à l'égard de certains producteurs, notamment des majors.

L'autoproduction n'est pas un fait nouveau et a émergé bien avant la crise du disque dans les **musiques « indés » et les milieux underground.** Une partie des artistes qui choisissent l'autoproduction plutôt que la production se situe dans cette filiation. Un artiste enquêté, membre d'un groupe de rap qui a évolué dans les milieux underground dans les années 2000, explique qu'il est « né dans l'autoproduction » et que ce schéma initial – dont ils n'avaient pas le choix au regard de la faible médiatisation du rap à l'époque – leur convient toujours parfaitement pour l'indépendance qu'elle leur offre. Cette volonté d'indépendance se concrétise parfois par le choix d'une **autoproduction associée à de l'autopromotion et à de l'autoédition.** La nécessité, pour la distribution physique, de passer par des distributeurs authentifiés, constitue pour certains enquêtés la seule limite à une démarche « totale » d'autoproduction.

Par ailleurs, **la décision d'autoproduire sa musique enregistrée peut traduire une défiance à l'égard des majors.** La volonté de s'émanciper de ces acteurs structurants du champ de la musique n'est pas nécessairement nouvelle, mais elle s'exprime désormais par des réticences à signer des contrats d'artiste. Ancien juriste dans une major, un avocat qui accompagne désormais des artistes autoproduits

---

<sup>84</sup> Entretien avec un artiste autoproduit confirmé qui est passé de contrats de licence à des contrats de distribution.

souligne l'évolution du rapport qu'entretiennent certains artistes avec les grandes maisons de disque : alors qu'ils cherchaient à « *faire payer* » les majors, la posture critique de certains d'entre eux (notamment dans le rap, le hip-hop, et les musiques électroniques) se caractérise aujourd'hui par une mise à distance, par un refus de participer à l'enrichissement des maisons de disque<sup>85</sup>.

Les motivations politiques concernent également des artistes ou des collectifs d'artistes qui choisissent de s'autoproduire hors contrat, en se dressant **contre un modèle de production artistique commercialisée et qui a vocation à générer du profit**. Ils expliquent alors ne pas « *travailler pour faire du profit, mais pour proposer un contenu artistique pertinent* »<sup>86</sup>.

Les motifs d'ordre politique qui poussent à faire le choix de l'autoproduction sont là encore particulièrement perceptibles pour certains types d'artistes en particulier : pour les **artistes repérés** par des producteurs, et pour les **artistes confirmés** qui se sont **émancipés** des maisons de disque avec lesquelles ils ont auparavant signé des contrats d'artiste. Ils concernent tant des **esthétiques** dont la production artistique est perçue comme relativement « rentable » (rap, hip-hop, électro) et dans lesquelles les artistes ont les moyens matériels et symboliques de mettre à distance les maisons de disque, que des esthétiques dans lesquelles les artistes fédèrent une audience moindre et revendiquent la possibilité d'exister en dehors des logiques qui structurent le marché de la musique<sup>87</sup>.

### 1.1.2.3. Un choix financier : l'accroissement des gains issus de la musique enregistrée

**Un autre motif qui conduit les artistes à faire le choix d'un contrat de licence ou de distribution est d'ordre financier.** Trois types de motifs financiers peuvent être relevés : la baisse des coûts de production, la possibilité de percevoir des *royalties* plus élevées, en particulier en contrat de distribution, et celle de cumuler les revenus de l'artiste-interprète et du producteur de phonogrammes.

D'abord, dans la plupart des cas, **la production de musique enregistrée amplifiée ne nécessite plus un investissement financier et matériel exorbitant**. Ce constat est largement partagé par les enquêtés, à l'instar d'un responsable d'accompagnement artistique dans une SMAC parisienne qui rappelle la facilité accrue de produire sa propre musique : « *tout le monde peut le faire en studio, en appartement, depuis son propre ordinateur* »<sup>88</sup>. **La démocratisation des moyens de production**<sup>89</sup> se traduit en effet directement par un abaissement du coût de la production, ce qui peut conduire à accroître l'accessibilité des démarches d'autoproduction. Notons que cet argument peut être nuancé lorsque les artistes produisent en acoustique et/ou quand leur projet requiert un nombre important de musiciens. Un artiste, à la tête de plusieurs projets de musique acoustique expérimentale, qui a participé à la production de cinq albums autoproduits, explique en entretien qu'il « *reste tributaire de la qualité du matériel, [qu'il ne peut] pas faire un disque avec un mini-clavier et deux enceintes* », et que le coût de location des studios est particulièrement élevé. En miroir, un membre d'un groupe de rap qui a autoproduit sept albums depuis un peu plus de 10 ans, explique le faible investissement financier que suppose la production de rap (« *ça ne*

---

<sup>85</sup> Entretien avec un avocat au barreau de Paris Spécialiste en droit de la propriété intellectuelle et en droit des nouvelles technologies.

<sup>86</sup> Entretien avec le directeur artistique d'un collectif d'artistes.

<sup>87</sup> Pour ce dernier type d'artistes, l'argument de la défiance à l'égard des majors n'exclue pas la perception de l'autoproduction comme relevant d'une contrainte – les deux pouvant être imbriqués.

<sup>88</sup> Entretien avec un responsable de l'accompagnement, FGO Barbara.

<sup>89</sup> Cf. Introduction.

coûte pas cher d'être rappeur, il suffit d'un micro et d'une carte son ») et reconnaît qu'il s'agit là d'une « grande différence » avec d'autres esthétiques.

Selon une partie des professionnels enquêtés, se plaçant du côté de la défense des artistes autoproduits et ayant souvent un rôle de négociateurs de contrats, il y aurait, à partir de ce phénomène de démocratisation de la production de musique, une **disjonction entre les coûts de la production musicale et l'indexation que font les maisons de disque sur cette même base aux artistes**. Les taux de *royalties* sont perçus comme étant inadaptés à la réalité de l'investissement de l'artiste, duquel il est exigé dans la plupart des cas, d'après les propos des mêmes enquêtés, de se présenter avec un « produit fini » aux maisons de disque (« Aujourd'hui vous arrivez à la maison de disque avec le définitif que vous avez fabriqué à la maison »<sup>90</sup>).

Ensuite, si **les contrats d'artiste offrent une prise en charge et une sécurité accrues aux artistes, ils sont moins rémunérateurs que des contrats de licence (cf. tableau 4) ou de distribution**. Sur le prix de gros hors-taxé vendu par le producteur au distributeur, l'artiste perçoit des *royalties* qui s'élèvent entre 8 et 12%, auxquelles il faut encore retirer des abattements. À l'inverse, sur un contrat de licence, l'artiste peut espérer percevoir des *royalties* s'élevant entre 25 et 28% hors abattements<sup>91</sup>. Rappelons néanmoins que les artistes qui ne sont pas en contrat d'artiste supportent les coûts de la production (et de la promotion lorsqu'ils sont uniquement en contrat de distribution), et prennent donc davantage de risques financiers.

**Tableau 4 - Taux de redevance (par rapport au chiffre d'affaires) en fonction des supports pour les projets indépendants (hors-majors)<sup>92</sup>**

	SUPPORT PHYSIQUE	TELECHARGEMENT	STREAMING
<b>Contrat d'exclusivité (contrat d'artiste)</b>	10,4%	14,3%	10,6%
<b>Contrat de licence</b>	21,8%	32,7	27,3%

Source : Bearing Point-DGMIC, Synthèse de l'étude sur l'évaluation de la répartition des rémunérations entre producteurs phonographiques et artistes-interprètes, 2017.

**Les taux proposés sont particulièrement avantageux dans le cas d'une distribution** (pouvant aller jusqu'à 70 ou 80%<sup>93</sup>). L'arbitrage entre licence et distribution se fait souvent selon la capacité de prise en charge par la structure de l'artiste des activités liées à l'édition – qui peuvent constituer un coût significatif (acquisition de compétences spécifiques, embauches, recours à des prestations, etc.) et à la promotion (qui nécessite des compétences ciblées et peut se révéler coûteuse et chronophage). Le choix de

<sup>90</sup> Entretien avec un ancien administrateur de l'Adami.

<sup>91</sup> Ces chiffres sont issus d'un entretien réalisé avec un avocat au barreau de Paris (spécialiste en droit de la propriété intellectuelle et en droit des nouvelles technologies) accompagnant des artistes autoproduits dans la négociation de leurs contrats.

<sup>92</sup> BearingPoint, Synthèse de l'étude sur l'évaluation de la répartition des rémunérations entre producteurs phonographiques et artistes-interprètes, op. cit.

<sup>93</sup> Ces chiffres sont issus d'un entretien réalisé avec un avocat accompagnant des artistes autoproduits dans la négociation de leurs contrats.

l'autoproduction en vue d'une plus grande liberté financière vaut donc avant tout pour les contrats de distribution mais n'est pas exempt de contreparties organisationnelles et administratives pour les artistes.

Enfin, le choix de l'autoproduction plutôt que de la production pour des artistes à qui ces deux possibilités sont offertes peut répondre à la volonté pour l'artiste-producteur, en ne cédant pas ses droits à une personne tierce, de **cumuler les revenus issus de l'exploitation et de la diffusion de l'œuvre**, habituellement versés d'une part à l'artiste-interprète et d'autre part au producteur phonographique : « *Quand on a les deux casquettes [artiste et producteur], on touche tous les droits voisins (...). On est propriétaire de nos bandes masters. En revanche, quand on signe un contrat d'artiste avec un producteur, on cède nos droits* »<sup>94</sup>. Notons néanmoins qu'à la différence d'un label « classique », un artiste-producteur ne dispose pas d'un catalogue, source de revenus notable des labels et majors.

De manière générale, les motifs de type financier (moins d'investissement initial, perception de *royalties* plus élevées et cumul des revenus de l'artiste et du producteur) ont pour objet de viser un accroissement des revenus issus de l'activité musicale, qui peuvent servir à la rémunération des artistes mais aussi au développement de leur projet. Ces arguments sont mobilisés en particulier par les **artistes émergents** et les **artistes repérés par un producteur**, qui souhaitent réinvestir ces revenus dans l'évolution de leur structure – s'ils en ont créé une –, qui ont des coûts de production moindres et dont la diffusion de la musique enregistrée, *via* le numérique en particulier, permet de fédérer très vite un public (rap, hip-hop, électro, chanson française). A l'intersection avec des arguments d'ordre politique, le motif financier relève d'une volonté de ne pas « *se faire avoir* »<sup>95</sup> par des maisons de disques dont certains enquêtés considèrent qu'elles investissent peu mais touchent beaucoup. Les arguments d'ordre financier peuvent être également invoqués par des artistes **confirmés émancipés** qui, en faisant le choix de l'autoproduction, font le calcul d'une différence à leur avantage entre les revenus dégagés par un contrat d'artiste et ceux générés par un contrat de licence ou de distribution.

**Ainsi, le fait de se tourner vers un contrat de licence ou de distribution plutôt que vers un contrat d'artiste résulte d'un choix qui se lit à trois niveaux : artistique, politique et financier.** Chacun de ces motifs est invoqué par des artistes qui s'inscrivent dans des esthétiques distinctes, mais qui ont en commun de construire le **choix de l'autoproduction par rapport à leur appréhension du rôle de production phonographique des labels** : les artistes repérés, qui ont un succès naissant, sont sollicités par les labels mais préfèrent prendre en charge les activités de production ; tandis que **les artistes confirmés-émancipés** ont déjà signé des contrats d'artiste mais perçoivent désormais les contrats de licence et de distribution comme étant plus avantageux. Ce constat a une implication majeure : **l'autoproduction peut être un « choix », elle n'est pas uniquement le fait d'artistes qui ne sont pas – ou plus – sollicités par des labels et auxquels aucun contrat d'artiste n'est proposé.**

---

<sup>94</sup> Entretien avec la déléguée générale de la GAM.

<sup>95</sup> Un groupe d'artistes enquêtés (musiques électroniques) rompt ainsi un contrat d'artiste avec un label indépendant de taille moyenne en jugeant se « *faire arnaquer* » au regard des faibles cachets reçus et du pourcentage pris par le label sur leurs droits en contrepartie d'un investissement jugé faible – voir nul – dans la production et dans la promotion de leur musique enregistrée. Pour eux, l'autoproduction n'est pas forcément gage de gains financiers immédiats mais relève avant tout de la volonté de combattre une situation jugée injuste.



### 1.1.3. Quand les contrats de licence et de distribution sont une solution « par défaut »

A la différence de situations où l'autoproduction est présentée comme un choix, certains artistes se trouvent contraints à signer des contrats de licence ou de distribution **à défaut d'avoir accès à d'autres types de contrats**. Ce défaut d'accès peut être lié à un manque de moyens techniques et financiers ou de notoriété (1.1.3.1), à une rupture subie d'un contrat d'artiste (1.1.3.2) ou encore à l'absence de sollicitations de producteurs phonographiques, en particulier dans des esthétiques plus exigeantes, « de niche » (1.1.3.3).

#### 1.1.3.1. Une étape vers un autre contrat

Nous avons vu que l'autoproduction peut prendre des formes diverses. Parfois, la forme que prend l'autoproduction pour un projet précis ne convient pas aux artistes, qui le vivent comme une contrainte. Néanmoins, cela ne signifie pas que leur objectif est *in fine* d'être produits. Le but est plutôt d'accéder à une autre forme d'autoproduction. A l'inverse, l'autoproduction peut être perçue comme une étape vers une prise en charge totale des activités de production dans le cadre d'un contrat d'artiste. Ces deux situations sont à distinguer.

D'une part, pour certains artistes en contrat de licence, **l'objectif est d'accéder à un contrat de distribution**, qui permet une prise en charge plus ample des activités liées à la production et à la diffusion du projet artistique par leur propre structure. Un artiste émergent enquêté, qui se définit comme étant au croisement de la chanson française et du hip-hop et qui a autoproduit (sans contrat) deux EP (*Extended Play*) et une quarantaine de *singles*, vient de signer un contrat de licence au moment de l'entretien. Pour lui, il s'agit d'une situation contrainte par ses moyens insuffisants, et temporaire car il espère que ses gains à venir lui permettront de monter un prochain projet autoproduit en contrat de distribution. **L'autoproduction, caractérisée ici par une volonté de maîtriser la production de sa musique enregistrée et par des réticences à signer un contrat d'artiste, est alors un choix ; mais la forme dans laquelle elle est mise en œuvre relève d'une contrainte**, liée à l'absence des moyens financiers, humains et techniques nécessaires au passage d'un contrat de licence à un contrat de distribution.

D'autre part, la signature d'un contrat de licence ou d'un contrat de distribution peut constituer une **solution pour diffuser sa musique à défaut de se voir proposer un contrat d'artiste**. L'autoproduction représente alors une étape vers la prise en charge potentielle des activités de production par un label. En produisant sa musique enregistrée et en en faisant la promotion, l'artiste peut espérer un accroissement de sa notoriété et être ainsi repéré par des maisons de disque. Si la signature d'un contrat de licence suppose d'avoir un projet musical relativement développé, il est possible de signer des contrats de distribution de faible ampleur pour des artistes émergents qui souhaiteraient voir leur musique « dans les bacs » ou en ligne. Cette situation est aussi le fait d'artistes inscrits dans des esthétiques pour lesquels les labels sont peu nombreux et potentiellement frileux.

Le fait de percevoir l'autoproduction comme une étape contrainte vers un autre type de contrat concerne d'un côté les **artistes émergents** dont la notoriété et la trésorerie dégagée par l'activité musicale sont insuffisantes pour choisir un contrat de distribution plutôt qu'un contrat de licence ; de l'autre des **artistes** qui ont été **repérés** par des maisons de disque mais auxquels ces dernières n'ont pas proposé, *via* un

contrat d'artiste, une prise en charge totale des activités de production. **Pour comprendre les logiques d'entrée dans l'autoproduction, le niveau de développement semble être ici déterminant.**

### 1.1.3.2. Une sortie subie d'un contrat d'artiste

Certains artistes, au succès variable selon les projets musicaux ou dont la notoriété est en déclin, sont confrontés au **risque de ne pas se voir proposer un renouvellement de leur contrat d'artiste**. Ce phénomène des « contrats rendus » a été particulièrement prégnant au moment de la crise du disque.

Lorsque la relation contractuelle avec un label prend fin, les artistes se trouvent contraints, s'ils veulent poursuivre leur carrière musicale, d'autoproduire leur musique enregistrée afin de **redévelopper leur base de fans et d'accéder à une nouvelle visibilité**. Ils cherchent alors à « *se structurer eux-mêmes* »<sup>96</sup> et bénéficient parfois de l'aide de professionnels du secteur de la musique qui ont suivi leurs succès passés. La SARL de l'un des artistes enquêtés, initialement dédiée aux activités d'édition musicale, a ainsi servi de support à la prise en charge d'activités de production phonographique à la suite de l'arrivée à échéance d'un contrat d'artiste.

Les artistes qui autoproduisent leur musique enregistrée, à la suite d'une ou plusieurs expérience(s) en contrat d'artiste, disposent davantage de **moyens de poursuivre leur carrière** par rapport aux artistes émergents. Ces moyens se situent à deux niveaux. D'abord, leur notoriété leur a permis, le cas échéant, de s'inscrire dans le secteur de la musique et de rencontrer des professionnels qui pourront appuyer un nouveau projet artistique hors contrat exclusif. Ensuite, les revenus issus de l'exploitation et de la diffusion des œuvres précédemment créées et/ou interprétées peuvent alimenter la trésorerie d'une nouvelle structure ou d'une structure dont les activités se diversifient – incluant ainsi l'activité de production phonographique auparavant externalisée.

### 1.1.3.3. Une absence d'alternative : le cas des esthétiques peu produites par des labels

Enfin, l'autoproduction peut résulter d'une absence d'alternative. Dans certaines esthétiques musicales, les producteurs phonographiques sont rares. **Très peu de contrats d'exclusivité sont alors proposés aux artistes, qui s'autoproduisent à défaut d'autres solutions**. Si la difficulté d'accéder à un producteur est moins observable dans la musique enregistrée par rapport au spectacle vivant, elle semble s'appliquer à des esthétiques qui « vendent » peu et dont la musique connaît une diffusion faible ou en baisse. D'après le directeur général d'une fédération d'ensembles indépendants, cette situation résulte de la faible capacité des labels spécialisés, en particulier lorsqu'ils sont rachetés par les labels généralistes, à soutenir des projets innovants ou émergents (« *des labels entiers ont été rachetés par des grands labels généralistes qui obéissent à des règles beaucoup plus commerciales et sont quand même moins équipés pour faire attention aux spécificités du monde de la musique classique.* »<sup>97</sup>). Pour ceux qui n'ont pas été

---

<sup>96</sup> Entretien avec la déléguée générale de la GAM.

<sup>97</sup> Entretien avec un membre de l'équipe dirigeante d'une fédération d'ensembles musicaux.

rachetés, leur fragilité relative se traduit, selon ce même enquêté, par leur faible investissement dans la production (« *les labels classiques se sont encore fragilisés, ceux qui n'ont pas été rachetés, n'ont plus les moyens de vraiment produire* »<sup>98</sup>). Les **activités de production sont alors entièrement prises en charge par les artistes eux-mêmes**, ce qui peut demander un investissement conséquent dont ils tirent peu de bénéfices.

Plus que le niveau de développement, c'est dans ce cas **l'esthétique musicale** qui joue un rôle prédominant dans la perception de l'autoproduction comme une contrainte. Les esthétiques jazz, classique, musiques traditionnelles ou encore musiques du monde disposent de peu de « *têtes d'affiche* »<sup>99</sup> qui rapportent suffisamment pour permettre aux producteurs phonographiques de prendre des risques avec d'autres artistes, moins connus.

Au-delà de la phase d'émergence, **l'autoproduction peut donc être perçue comme une contrainte** lorsqu'elle se caractérise par une forme contractuelle qui ne correspond pas à ce que voudraient les artistes, quand elle découle du non-renouvellement ou de la rupture d'un contrat d'artiste, et enfin lorsqu'elle résulte d'un manque de moyens des producteurs phonographiques dans des esthétiques spécifiques.

Les logiques d'entrée dans l'autoproduction de musique enregistrée sont donc **en grande partie structurées par une volonté de gagner en liberté artistique, politique et financière**. Néanmoins, la perception de l'autoproduction comme d'une contrainte émerge lorsqu'elle repose sur un montage juridique précaire ou qu'elle résulte d'une situation où il n'existe pas d'alternatives (tableau 5). Notons que les différents registres de motifs (choix ou contrainte) sont parfois combinés : un artiste pourra à titre d'exemple regretter de ne pas être en contrat d'artiste mais apprécier les marges de manœuvre dont il dispose dans l'organisation de sa production.

---

<sup>98</sup> Idem.

<sup>99</sup> Entretien avec un membre de l'équipe dirigeante d'une fédération d'ensembles musicaux.

**Tableau 5 – Les types et motifs d'autoproduction dans la musique enregistrée**

Type d'auto-production	Nature du motif d'entrée	Types de motif	Type d'artiste concerné	
			Niveau de développement	Caractéristiques du projet musical
Sans contrat	Contrainte	<p><b>*Notoriété et visibilité</b></p> <p>Augmentation de sa base de fans Objectif d'être repéré par des professionnels du secteur</p>	Emergents	-Musiques actuelles, esthétiques underground -Montage juridique « bricolé »
	Choix	<p><b>*Politique</b></p> <p>Valorisation du « Do It Yourself »</p>	Emergents	
Contrats de licence (CL) et de distribution (CD)	Choix	<p><b>*Artistique</b></p> <p>Contrôle de l'esthétique musicale et de l'identité du projet Maîtrise du temps de la production Contrôle de l'image et de la promotion</p>	Repérés Confirmés émancipés	-Rap, électro, hip-hop, chanson -Refus de signer ou de renouveler un contrat d'artiste
		<p><b>*Politique</b></p> <p>Défiance à l'égard des majors / acteurs traditionnels Prolongation d'un esprit « indé »</p>	Repérés Confirmés émancipés	-Toutes esthétiques confondues
		<p><b>*Financier</b></p> <p>Coûts de production en baisse Royalties plus élevées Cumul des revenus de l'artiste et du producteur Prise en charge externe des activités de l'édition (CL)</p>	Emergents Repérés Confirmés émancipés	-En particulier dans les esthétiques rap, électro, hip-hop, chanson
	Contrainte	<p><b>*Financier</b></p> <p>Trésorerie trop fragile pour la prise en charge des activités de l'édition</p>	Emergents Repérés	-Toutes esthétiques confondues -En attente d'un contrat de distribution
		<p><b>*Notoriété et visibilité</b></p> <p>Augmentation ou renouvellement de sa base de fans Objectif d'être repéré ou de nouveau repéré</p>	Emergents	-Musiques actuelles en particulier -En recherche de contrat d'artiste
			Confirmés « contrat rendu »	-Etant passé par un contrat d'artiste
		<p><b>*Artistique</b></p> <p>Structurellement, peu d'intérêt montré par les maisons de disque</p>	Tout niveau de développement	-Jazz, classique, musiques traditionnelles, musiques du monde, métal, etc.

## 1.2. Les motifs d'entrée dans l'autoproduction de spectacle vivant

L'autoproduction de spectacle ne peut être assimilée mécaniquement à l'autoproduction de musique enregistrée, si bien qu'il est primordial d'analyser, en soi, les motifs d'entrée dans celle-ci. Alors que les premiers concerts et représentations dans la carrière d'un artiste sont souvent autoproduits par contrainte (1.2.1), certains artistes font le choix d'autoproduire leur spectacle (1.2.2) ou de le produire de manière collaborative au sein d'un collectif (1.2.3). La définition de l'autoproduction de spectacle ne permet pas d'aborder la diversité des situations dans lesquelles l'artiste produit son spectacle *de fait*. L'étude souligne quatre cas-limites qui posent la question de la frontière entre production et autoproduction dans le spectacle vivant (1.2.4).

### 1.2.1. L'autoproduction aux marges de la légalité des artistes émergents

Il semble qu'à la différence de l'autoproduction de musique enregistrée qui, on l'a vu, concerne des artistes quel que soit leur niveau de développement, l'autoproduction de spectacle vivant soit, en comparaison, proportionnellement **plus souvent le fait d'artistes émergents**, en recherche de notoriété. Elle est alors majoritairement contrainte.

Pour une partie des **artistes émergents**, l'accès à la notoriété et la possibilité d'être repéré par des labels et producteurs de spectacle vivant constituent un enjeu majeur. Pour ce faire, « *faire des scènes* » est indispensable. Au-delà du renforcement de la base de fans qu'elle permet, **la scène constitue un impératif quasiment institutionnalisé** pour les jeunes artistes de la musique. L'importance accordée au fait d'« *avoir des dates* » pour obtenir l'aide à l'autoproduction de la SACEM<sup>100</sup> est, de ce point de vue, particulièrement révélatrice. Par ailleurs, elle répond à un impératif d'ordre financier, les revenus issus de la scène représentant une part importante de l'ensemble des revenus dégagés par ces artistes.

Là où une part non négligeable d'artistes qui autoproduisent leur musique enregistrée semble le percevoir comme une finalité, l'autoproduction de spectacle est davantage vue comme une **étape vers une production future**. Le président d'une fédération de promotion et défense des musiques électroniques, explique ainsi comment certains DJs cherchent rapidement à contractualiser avec un producteur (« *Dès qu'un artiste a plus d'une dizaine de bookings par an, généralement une agence vient. Sinon, il démarche des agences.* »). La période d'autoproduction est alors une étape de l'émergence d'un projet.

Si l'autoproduction de spectacle est un phénomène relativement moins répandu, elle **ne se cantonne pas au stade d'émergence des projets musicaux**. Lorsqu'ils parviennent à un niveau plus avancé (en termes de notoriété et de trésorerie), certains artistes font le choix, ou sont contraints, de devenir producteur de leurs propres spectacles.

---

<sup>100</sup> Entretien avec un membre de l'équipe dirigeante de la SACEM.

## 1.2.2. L'autoproduction encadrée des artistes repérés et confirmés

L'autoproduction de spectacle peut résulter d'une volonté des artistes de se passer d'un producteur externe (1.2.2.1). Elle est néanmoins plus souvent le signe d'une contrainte, notamment en fonction de l'esthétique dans laquelle s'inscrivent les artistes et du dimensionnement de leur projet musical (1.2.2.2).

### 1.2.2.1. Un choix rare : la liberté d'organisation

L'autoproduction de spectacle vivant est **rarement un choix**. Lorsqu'elle l'est, les artistes, plus souvent de musique amplifiée, peuvent décider d'alterner entre production et autoproduction en fonction des contraintes propres à chaque spectacle. Par le recours à la notion de choix, on entend le fait de ne pas considérer l'autoproduction comme une étape transitoire mais comme une **situation non contrainte qui a vocation à durer. Deux cas de figure peuvent être distingués**<sup>101</sup>.

- Le premier cas concerne des artistes qui **produisent de manière systématique**, par l'intermédiaire de leur structure, **leurs spectacles**. Il s'agit d'artistes à forte notoriété qui, en capitalisant sur celle-ci, ont les moyens de créer leur propre structure de production de spectacle. Ils sont le plus souvent passés auparavant par une phase de production. Un enquêté, membre d'un groupe de rap confirmé-émancipé, explique ainsi se passer de producteur car il préfère choisir le réseau de salles dans lequel il tourne, et parce qu'il dispose d'une base de fans constituée et fidèle et n'a pas de besoin de promotion spécifique.
- Le second cas est celui d'artistes qui **alternent entre production et autoproduction**, en fonction des caractéristiques de leurs différents projets musicaux et de leur niveau de connaissance des lieux et réseaux de diffusion. Un membre d'une compagnie de jazz qui fait des tournées à l'étranger explique ainsi en entretien qu'il s'apprête à jouer en Asie et qu'il aurait été difficile voire impossible, au niveau logistique, de se passer d'un producteur sur place. Les artistes pourront également chercher un producteur externe ou un coproducteur lorsque les spectacles demandent un investissement financier trop lourd pour pouvoir être pris en charge intégralement par la structure qui porte le projet musical.

**Les raisons qui poussent les artistes à autoproduire leur spectacle vivant diffèrent de celles qui les conduisent à produire eux-mêmes leur musique enregistrée.** Le choix d'autoproduire sa musique enregistrée est, on l'a vu, guidé par des motivations d'ordre artistique, politique et financière. Dans le cas du spectacle, les gains financiers engendrés par le passage de la production à l'autoproduction ne semblent pas déterminants dans la décision de se passer d'un producteur – ils peuvent l'être en revanche dans le fait de chercher à être produit. L'argument politique a également peu de poids : il apparaît dans l'enquête de terrain que les producteurs de spectacle inspirent moins de défiance aux artistes que les majors, initialement plus éloignées de l'activité de production de spectacle<sup>102</sup>. Les flux financiers entre producteurs de spectacle et artistes semblent en effet plus lisibles. Par ailleurs, la question de la liberté artistique, si elle se pose dans certains cas, ne concerne pas tant la figure du producteur-employeur que la personne (souvent l'artiste) qui est en charge de la réalisation artistique du spectacle.

---

<sup>101</sup> Notons que l'autoproduction de spectacles vivants n'est pas incompatible avec le fait d'avoir recours à un booker ou chargé de diffusion, qui intervient alors en tant que prestataire et non en tant qu'employeur.

<sup>102</sup> C'est le développement du « contrat 360 » qui marque l'extension de la prise en charge par les majors de la production du spectacle vivant.

**C'est la liberté d'organisation qui prédomine dans le choix de s'autoproduire** : la production de spectacle vivant par la structure de l'artiste lui permet d'avoir le dernier mot sur l'organisation des tournées, le nombre de « dates », les lieux où l'artiste ou le groupe d'artistes joue, la promotion, etc. Un membre d'un groupe de rap qui a réalisé une quinzaine de concerts autoproduits dans des salles de plus de 600 places en 2017 explique ainsi que l'autoproduction permet d'« être indépendant dans les dates, de tourner que le week-end parce qu' [ils ont] chacun [leur] vie à côté », de « pouvoir choisir les salles » et de ne pas subir une stratégie de promotion contraire à leur principe de ne donner aucune interview (« on remplit sans promo, on fait pas d'interview nulle part (...), on fait juste un événement Facebook et très vite ça se remplit »). Cette liberté est d'autant plus importante dans le cas présenté ci-dessus que, par souci d'indépendance artistique et pour conserver un rapport passionné à la musique, la quasi-intégralité des membres du groupe ont fait le choix de conserver un métier hors du champ musical, ce qui contraint fortement leur calendrier. Ce choix est par ailleurs rendu possible lorsque les artistes ont des compétences spécifiques qui facilitent la prise en charge des aspects logistiques des tournées.

Cette situation est principalement le fait **d'artistes confirmés, notamment dans le champ des musiques amplifiées, qui ont eu une expérience antérieure auprès de producteurs**, mais qui ont décidé de s'en émanciper et qui en ont les moyens. Elle peut également concerner des **artistes repérés qui ont les ressources techniques et sociales nécessaires** au démarchage de lieux de concerts et de festivals, à l'organisation de tournées et aux aspects administratifs relatifs à la qualité d'employeur du plateau artistique (versement des cachets, détention de la licence d'entrepreneur du spectacle, etc.).

### 1.2.2.2. Une situation plus souvent contrainte : gagner en visibilité lorsque la diffusion est compliquée

Certaines situations d'autoproduction, bien que soit passé le cap de la structuration juridique du projet des artistes, relèvent de logiques contraintes. Elles apparaissent en particulier lorsqu'il n'existe pas d'autres choix que celui de s'autoproduire ou quand les circonstances font que passer par un tourneur qui « produit » le spectacle<sup>103</sup> est désavantageux à plusieurs niveaux. Trois cas peuvent être distingués.

D'abord, les **artistes dont le succès est en déclin** peuvent rencontrer des difficultés à trouver un producteur qui assume le risque financier et artistique de la vente de spectacles dans des lieux de diffusion. Pour continuer à jouer, ils montent leur propre entreprise de production.

Ensuite, des artistes, moins connus, réalisent qu'ils demeurent « en fin de catalogue » de leur producteur, et qu'ils **gagneraient en visibilité s'ils s'occupaient eux-mêmes** des activités de production et de *booking*. Cette situation n'a pas nécessairement vocation à perdurer.

Enfin, **dans certaines esthétiques les producteurs sont moins présents**. L'inscription dans une esthétique spécifique est parfois liée au dimensionnement important des projets, qui rend plus difficile encore une prise en charge des coûts par un producteur. Le directeur général d'une fédération d'ensembles indépendants évoque le coût plateau très élevé des ensembles, qui contraint les artistes à l'autoproduction ou à la coproduction : « plus [les ensembles] vont avoir du mal à se diffuser, plus ils vont autoproduire ». Notons néanmoins que si cette situation résulte d'une absence d'alternatives, elle peut concerner des

---

<sup>103</sup> Notamment lorsque le tourneur détient la licence de producteur de spectacle mais n'investit pas dans la production artistique de celui-ci (hormis par le versement des cachets).

artistes qui ne souhaiteraient pas par ailleurs voir leur projet produit par un tiers, pour ne pas perdre la maîtrise du processus de production.

Le fait de vivre l'autoproduction de spectacle vivant comme une contrainte dépend d'une part du niveau de développement des artistes – les **artistes émergents et confirmés « contrat rendu »** étant les plus touchés ; et d'autre part de l'esthétique musicale dans laquelle ils s'inscrivent et du dimensionnement des projets musicaux.

Que l'autoproduction de spectacles soit choisie ou subie, certaines solutions, comme la mutualisation de moyens au travers de collectifs, visent à **pallier les difficultés** propres au fait de se passer d'un producteur de spectacle.

### 1.2.3. Les collectifs ou la mutualisation des moyens

La création et l'appartenance d'artistes à un collectif s'inscrit dans le cadre d'une autoproduction revendiquée, en réponse toutefois à des contraintes qui proviennent de l'environnement professionnel. L'autoproduction y est **autant présentée comme un choix que comme une situation subie**.

La **liberté artistique** est mise en avant dans le fait de se constituer en collectif. À cet égard, le directeur artistique d'un collectif d'artistes (jazz, musiques expérimentales) explique comment la création, avec des amis, de cet espace collaboratif d'artistes autoproduits s'est inscrite dans une logique visant à « *développer et maintenir des marges de manœuvre pour la création* ».

Néanmoins, le choix demeure relativement contraint, dans la mesure où il se situe dans une gamme restreinte des possibles. En effet, il s'agit autant, voire plus, du maintien que du développement de ces mêmes « *marges de manœuvre* ». Pour les artistes dans cette situation, la structuration en collectif d'autoproduction est essentielle pour **faire vivre leur musique**, étant donné que celle-ci est peu soutenue par des producteurs.

Pour parvenir à constituer des structures d'autoproduction pérennes, qui garantissent la possibilité de continuer de créer et d'expérimenter, **les artistes en collectif construisent des modèles économiques hybrides** (encadré 8) associant une part importante de bénévolat, le recours aux aides publiques et une dimension commerciale plus limitée, bien que nécessaire.



## Encadré 8 - Les collectifs d'artistes, des modèles économiques hybrides

Pour perdurer, les collectifs d'artistes s'appuient sur trois formes de ressources.

D'abord, le **recours au bénévolat et à l'échange entre pairs** – sur un mode de dons/contre-dons – sont des aspects essentiels de ce modèle d'autoproduction du spectacle vivant. Les temps de création, non rémunérés, les temps d'échanges de savoir-faire entre pairs, les pratiques de mutualisation de matériels, constituent en effet des impératifs pour parvenir à créer, répéter et parachever des projets de spectacles musicaux<sup>104</sup>.

Ensuite, le **recours aux aides institutionnelles** permet de stabiliser les structures en leur permettant d'investir dans du matériel ou des moyens nécessaires à la production des spectacles. Celles-ci sont diverses : il s'agit d'aides publiques (CNV, DRAC, Région...), d'aides provenant d'organismes remplissant une mission de service public (SMAC) et de sociétés civiles. Ces soutiens sont indispensables pour des artistes qui se situent souvent dans des musiques savantes et de niche.

Enfin, le **recours à des ressources privées**, dans une logique plus commerciale vient compléter les deux précédents apports du modèle économique. Il s'agit alors de ressources (par la vente de billets par exemple) qui viennent compenser certains coûts de production. Dans le cas de projets spécifiques, ce troisième pilier du modèle économique hybride se traduit également par des mécanismes de coproduction ou de coréalisation qui permettent d'avoir accès à des financements privés complémentaires. Ces apports par des « producteurs annexes »<sup>105</sup> sont des aides qui viennent soutenir la production de spectacle par le collectif d'artistes autoproduits.

Dans la mesure où ce modèle associe une diversité de ressources au service de la création et de l'expérimentation artistique, mutualisées au sein d'un collectif, il serait ainsi possible de **parler davantage de coopérative de production que d'autoproduction au sens strict**. L'autoproduction y est « collaborative », c'est-à-dire qu'elle dépasse l'échelle du seul artiste ou du groupe d'artiste.

Plus que le niveau de développement, c'est l'esthétique qui est le critère principal de l'intégration des artistes à ces collectifs. Le modèle du collectif est **le plus souvent** (mais non exclusivement) **représenté par des artistes qui se situent dans des genres de musique de niche et savantes** (jazz expérimental, musiques électroniques hybrides, musique classique, etc.), qu'ils soient émergents ou confirmés. Il peut également exister dans des esthétiques **underground** et moins commercialisées, comme le punk et dans une certaine mesure la techno.

---

<sup>104</sup> Le directeur artistique d'un collectif d'artistes souligne à cet égard l'importance accordée aux temps bénévoles et aux échanges informels entre les membres du collectif.

<sup>105</sup> Entretien avec le directeur artistique d'un collectif d'artistes.

Le modèle des collectifs illustre le fait qu'il existe une **diversité de formes d'autoproduction de spectacle**. A l'échelle du groupe ou de manière collaborative, l'autoproduction apparaît lorsqu'il n'est pas fait recours à un producteur « externe », en dehors de la structure qui porte le projet musical. Pourtant, certains cas **interrogent la frontière entre production et autoproduction**.

## 1.2.4. Les cas-limites de l'autoproduction de spectacle vivant

Des « cas-limites » apparaissent lorsque la définition de l'autoproduction, balisée par le cadre juridique actuel, **ne traduit pas la réalité de l'investissement des artistes dans la production**. En effet, dans certains cas, la qualité d'employeur des producteurs de spectacle ne s'accompagne pas d'une pleine implication de leur part dans la création artistique en termes de moyens financiers, humains et techniques. Ce sont les artistes qui prennent alors en charge une grande partie des risques financiers et fournissent aux producteurs un spectacle « clé en main ».

Les coproductions, avec des salles de spectacles notamment (1.2.4.1), les contrats d'engagement avec des coopératives (1.2.4.2), les cafés cultures (1.2.4.3), et les productions de spectacle par un « producteur » qui ne joue en réalité que le rôle de diffuseur (1.2.4.4), sont autant de cas où l'artiste est officiellement produit mais n'en a pas moins un rôle à jouer dans les activités de production.

### 1.2.4.1. Les coproductions

Les situations de coproduction consistent à **partager l'investissement financier, technique et humain** nécessaire à la réalisation d'un spectacle vivant entre différents producteurs. En théorie, dans les contrats de coproduction, chaque coproducteur doit être personnellement titulaire d'une licence d'entrepreneur du spectacle (niveau 2). Les artistes rencontrés dans le cadre de cette étude sont toutefois nombreux à parler de coproduction alors même que, dans la structure qui porte leur projet musical, personne n'est détenteur de cette licence – elle semble donc recouvrir des réalités multiples qui vont du simple *catering*<sup>106</sup> au plein investissement dans la production.

Les Scènes de musiques actuelles (SMAC) ont par exemple un budget dédié à la coproduction et travaillent en collaboration avec des artistes qui viennent s'y produire. Néanmoins, les équipes des salles de concert et autres lieux de diffusion s'en tiennent souvent à titre principal à un appui financier mais n'interviennent pas dans le processus de production artistique du spectacle antérieur aux représentations *stricto sensu*. Lorsque l'un des coproducteurs est le gérant de la structure qui porte le projet musical, les artistes sont donc, par l'intermédiaire de leur structure dédiée, **leur propre producteur, bien que de manière non-exclusive**.

Cette option permet à des artistes qui, *via* leur structure dédiée, n'en auraient pas eu les moyens, de produire leur spectacle, en **limitant les risques financiers générés** par sa création et son exploitation. La coproduction peut être perçue comme une contrainte (quand elle vient par exemple pallier le manque de producteurs) ou comme une opportunité pour des artistes de trouver un soutien à la création de leur spectacle).

---

<sup>106</sup> Repas servis aux personnels travaillant pour le spectacle.

### 1.2.4.2. Les contrats d'engagement avec des coopératives

Certains artistes signent un **contrat d'engagement avec des coopératives**, à l'instar de *SMart*, ou d'entreprises qui détiennent la licence d'entrepreneur de spectacle mais n'assurent ni les fonctions de prospection, ni les fonctions logistiques du *booker* ou chargé de diffusion. Dans ce cas, l'artiste est responsable de négocier avec la salle les tarifs de cachets pour le spectacle qu'il lui propose, de s'organiser matériellement pour la tournée, ainsi que de faire la promotion de l'évènement.

Le rôle de la coopérative revient à lui proposer un **soutien administratif et juridique**. Concrètement, la coopérative passe un contrat d'engagement avec l'artiste (au travers duquel elle le salarie) et un contrat de cession avec la salle.

Ces contrats présentent deux principaux avantages pour l'artiste : d'une part la sécurisation et la prévisibilité du revenu, d'autre part l'accès au régime de l'intermittence si le nombre de cachets dans l'année est suffisant. Elle concerne les **artistes émergents à repérés** dont les revenus issus de l'activité musicale sont instables ou n'assurent pas une pleine sécurité financière, et dont le niveau de structuration est insuffisant pour qu'ils soient leur propre producteur.

### 1.2.4.3. Les cafés cultures

Le GIP Cafés Cultures, déployé au niveau national à partir de 2015 à la suite d'un temps d'expérimentation, est un Groupement d'intérêt public qui gère un **fonds d'aide à l'emploi artistique**, alimenté par les collectivités territoriales souhaitant y contribuer. Ce fonds permet à des cafés ou des restaurants d'employer les artistes et les techniciens du spectacle en respectant la loi. En effet, alors que le versement des cotisations sociales peut constituer un frein à l'embauche d'artistes en bonne et due forme, puisqu'elles valorisent la somme qui doit leur être versée, les employeurs reçoivent grâce à ce fonds une aide financière qui est conditionnée au versement de ces mêmes cotisations.

Elle est destinée à des employeurs qui sont des Etablissements Recevant du Public (ERP), disposant de moins de 200 places et déclarés au GUSO. Le nombre de représentations annuelles n'est pas un critère, à condition qu'ils détiennent la licence d'entrepreneur du spectacle s'ils accueillent plus de six représentations.

Cette solution ne correspond pas strictement à la définition de l'autoproduction de spectacle vivant. Néanmoins, elle vise à **remédier aux situations d'illégalité rencontrées par les artistes en phase d'émergence**, qui se rémunèrent « au chapeau » (cf. partie 3, 1.2.1), en même temps qu'elle permet à des employeurs de continuer à recevoir des spectacles au sein de leurs établissements. Par ailleurs, elle correspond à des artistes qui sont certes embauchés temporairement par les lieux de diffusion où ils jouent, c'est-à-dire qu'ils sont produits au sens strict, mais leur spectacle n'en est pas moins fourni « clé en main » à l'employeur.

### 1.2.4.4. Une production assumée dans les faits par les artistes

Si les artistes de la musique cherchent à être repérés par des producteurs, **cela ne signifie pas que, dès lors qu'ils le sont, les entrepreneurs du spectacle investissent dans la production**. Il semble en effet que certains producteurs jouent davantage un rôle dans la diffusion du spectacle, si bien que des artistes repérés, même lorsqu'ils sont salariés par un producteur pour leurs représentations, continuent de

produire eux-mêmes leur spectacle sur les dimensions matérielles (achat d'instruments, décors, costumes, etc.) et antérieures aux représentations (répétitions, etc.).

Ce cas constitue un cas-limite d'autoproduction, dans la mesure où l'artiste est employé par un tiers mais autoproduit *de fait* son spectacle. Il se voit en effet engagé auprès d'une structure détenant la licence d'entrepreneur du spectacle, bien que **le risque de la production et la proposition de spectacle soient pris en charge par l'artiste lui-même**. Concrètement, un artiste vend « *une proposition scénique* »<sup>107</sup> déjà aboutie au producteur, qui s'assure alors uniquement d'organiser matériellement la tournée, voire seulement de salarier les artistes pendant les représentations<sup>108</sup>.

Deux types d'artistes sont concernés : d'abord, les **artistes repérés à confirmés** qui ont déjà acquis une notoriété suffisante pour s'entourer professionnellement et pour réunir les moyens de créer leur spectacle ; ensuite, les **artistes émergents** qui n'ont pas d'autre choix que de proposer en amont un spectacle qui puisse être diffusé, dans la mesure où ils ne trouvent aucun producteur qui souhaite investir dans les phases de création et de répétition.

En conséquence, les cas-limites viennent interroger la frontière entre production et autoproduction. Les relations des artistes – et/ou des structures qui portent leur projet musical – avec des lieux de diffusion, des coopératives, des cafés ou restaurants et enfin des producteurs se limitant aux activités de diffusion montrent qu'au-delà de la qualité d'employeur, la **répartition de l'investissement financier, humain et technique** dans la création et l'exploitation d'un spectacle peut révéler un **fort niveau d'implication des artistes**, bien que juridiquement produits, dans les activités de production.

---

<sup>107</sup> Entretien avec le coordinateur des dispositifs d'accompagnement d'une SMAC.

<sup>108</sup> On peut faire le parallèle, dans la musique enregistrée, avec les artistes qui, bien qu'en contrat d'artiste, c'est-à-dire salariés par une maison de disque, peuvent avoir à engager des frais dans la production de leurs projets musicaux. Ces « cas-limites », qui résultent du décalage entre le salariat de l'artiste et sa participation *de fait* dans la production, sont néanmoins apparus au cours de l'enquête de terrain comme plus fréquents dans le spectacle vivant.

**Tableau 6 - Les types et motifs d'autoproduction dans le spectacle vivant**

Type d'autoproduction	Nature du motif d'entrée	Types de motif	Type d'artiste concerné	
			Niveau de développement	Esthétique Autres caractéristiques
Autoproduction aux marges de la légalité	Contrainte	<p><b>*Notoriété et visibilité</b> Faire des scènes Etape vers une production future</p>	Emergents	<p>-Electro, techno, rock, chanson, punk, rap, hip-hop -En recherche de visibilité -Parfois dans des lieux informels, underground</p>
Autoproduction par la structure de l'artiste	Choix	<p><b>*Liberté d'organisation</b> Choix des dates Choix des lieux de diffusion</p>	Repérés Confirmés émancipés	<p>-Toutes esthétiques confondues -Compétences spécifiques requises</p>
	Contrainte	<p><b>*Notoriété et visibilité</b> Non sollicité par des producteurs ou en fin de catalogue</p>	Repérés Confirmés « contrat rendu »	<p>-Musiques actuelles en particulier -Pouvant être passés par des producteurs auparavant</p>
		<p><b>*Artistique</b> Peu de sollicitations par les tourneurs</p>	Tout niveau de développement	-Jazz, classique, musiques du monde, musiques traditionnelles, metal, etc.
Mutualisation des moyens dans un collectif	Choix	<p><b>*Artistique</b> Maîtrise du processus de production</p>	Tout niveau de développement	-Esthétiques de niche ou underground
Cas-limites de l'autoproduction	Choix	<p><b>*Economique</b> Accès au régime de l'intermittence Co-investissement sur la production</p>	Emergents Repérés	-Toutes esthétiques confondues
		<p><b>*Artistique</b> Maîtrise de la création du plateau Accès à des compétences techniques</p>	Tout niveau de développement	-Toutes esthétiques confondues
	Contrainte	<p><b>*Notoriété et visibilité</b> Nécessité de passer par un producteur pour la diffusion Faible investissement du producteur</p>	Emergents Repérés	-Toutes esthétiques confondues

L'autoproduction de spectacle **répond souvent à des logiques contraintes**, qui sont liées à l'impossibilité d'accéder à un producteur en raison d'un faible niveau de développement du projet musical ou de l'esthétique dans laquelle s'inscrivent les artistes. Elle peut être considérée comme un choix lorsque les artistes revendiquent, par la production de leurs propres spectacles, une **liberté d'organisation plus importante que s'ils avaient été produits**. Certains cas de figure, entre production et autoproduction, permettent d'interroger le rôle et les fonctions du producteur, au-delà de sa qualité d'employeur du plateau artistique.

En somme, les motifs d'entrée dans l'autoproduction varient selon qu'il s'agisse d'autoproduire de la musique enregistrée ou du spectacle vivant d'une part, et selon le niveau de développement de la carrière de l'artiste et l'esthétique dans laquelle il s'inscrit d'autre part. **Alors que l'autoproduction est plus fréquemment perçue comme un choix dans la musique enregistrée et pour des artistes repérés ou confirmés qui revendiquent une liberté de création et financière, elle est une contrainte dans le spectacle vivant, en particulier pour les artistes débutants ou en déclin** qui sont en quête de notoriété, et dans des esthétiques où il existe moins d'alternatives.

Le caractère émergent, repéré ou confirmé des artistes révèle en creux les ressources dont ils disposent pour produire leur musique enregistrée ou leur spectacle vivant. L'autoproduction est en effet source de **difficultés spécifiques qui touchent de façon différenciée les artistes** : ces difficultés apparaissent à plusieurs niveaux (juridique et administratif, économique et social, technique et artistique) et les artistes ne sont pas armés de la même manière pour y répondre.

# 2.

## Les difficultés juridiques et administratives

PARTIE N° 3

L'autoproduction de musique enregistrée ou de spectacle génère pour les artistes des difficultés d'ordre juridique et administratif. La nécessité de monter une structure juridique s'impose à eux (2.1) et s'accompagne de difficultés liées aux processus de création et à la gestion d'associations ou de sociétés (2.2), mais aussi de complexités spécifiques relatives à ce qu'implique la différence de statut, au sein de la structure, entre l'artiste-interprète et le producteur (2.3). Des leviers juridiques et administratifs permettent de dépasser ces obstacles mais les artistes n'y ont pas accès de la même façon (2.4).

## 2.1. La nécessité de créer une structure juridique pour porter le projet musical

Si certains artistes émergents produisent leur musique sans l'inscrire dans une structure juridique définie (2.1.1), cette dernière s'avère vite indispensable pour développer leur projet (2.1.2).

### 2.1.1. Le cas des artistes autoproduits sans structure juridique

**De nombreux artistes débutent leur projet musical sans structure juridique**<sup>109</sup>. Cette situation est particulièrement observable pour les artistes émergents, qui produisent leur musique enregistrée seuls, le plus souvent avec leur matériel personnel. Elle se caractérise par l'absence ou le faible recours à des professionnels extérieurs qui rémunèrent l'artiste ou qui sont rémunérés par lui. Elle peut s'expliquer par la difficulté à approcher des professionnels dans un secteur où la concurrence, qui varie en fonction des esthétiques musicales, est rude, ou par l'insuffisance des fonds dégagés par l'activité musicale émergente.

**La non-structuration ne signifie pas que l'artiste est isolé dans son processus de production.**

Deux types d'acteurs peuvent lui venir en appui, sans impliquer une rémunération par l'artiste. D'une part, dans le cadre des accompagnements artistiques<sup>110</sup>, dans des salles de spectacle qui remplissent des missions de service public (conventionnées ou non), les accompagnateurs peuvent endosser des rôles divers, s'apparentant par exemple à celui de manager. Cette situation n'induit pas de flux financiers entre l'artiste et la personne qui prend en charge ces activités ; elle est décrite par les enquêtés comme des « *coups de main* » pour le développement du projet musical. D'autre part, l'enquête de terrain montre que l'appui informel de proches aux compétences techniques spécifiques (son, lumière, vidéo, etc.) intervient fréquemment dans le développement des projets artistiques. Cette situation concerne surtout des artistes autoproduits qui sont à la frontière entre amateurisme et professionnalisme ou qui visent la signature d'un contrat d'artiste – auquel cas ils pourront se passer de structure juridique. Très vite, lorsque l'artiste ou le groupe cherche à aller plus loin dans sa professionnalisation, et en particulier lorsque le recours à des professionnels extérieurs induit des flux financiers, la question de la structuration juridique se pose.

### 2.1.2. La structuration : une étape indispensable pour le développement du projet musical

La structuration juridique est indispensable pour le développement des projets des artistes autoproduits. Elle est nécessaire pour qu'ils puissent prendre en charge des activités telles que la production, le développement et la diffusion d'un ou de plusieurs projets musicaux (musique enregistrée et/ou spectacle).

---

<sup>109</sup> L'inscription au Registre du Commerce et des Sociétés (RCS) est une forme de structuration.

<sup>110</sup> Ces accompagnements peuvent prendre diverses formes (durée et contenu variables, encadrement ou non par un contrat).



Pour ce faire, la création d'une entité juridique reconnue, détenant souvent la personnalité morale<sup>111</sup>, s'impose pour plusieurs raisons.

A un premier niveau, **le développement du projet musical s'accompagne d'une complexité financière et comptable** (en termes d'investissement, de transfert d'argent, de types de rémunération, etc.) **que la structuration juridique permet de dépasser**. L'artiste ou le groupe d'artistes investit dans du matériel, loue des studios d'enregistrement ou de répétition, s'entoure de prestataires aux compétences spécifiques, rémunère les musiciens, etc. Or, pour acquérir des biens<sup>112</sup>, faire des factures<sup>113</sup> et salarier du personnel aussi bien administratif et technique qu'artistique<sup>114</sup>, une structure juridique est nécessaire :

- Si les producteurs de phonogrammes peuvent exercer leur activité en tant que personne physique<sup>115</sup>, la recherche d'un cadre juridique adapté les amène à créer une structure juridique. Pour financer la production d'un EP ou d'un disque, pour rémunérer des musiciens lors des enregistrements et pour s'inscrire auprès de sociétés de gestion collective de producteurs<sup>116</sup>, la structuration n'est pas obligatoire mais vite indispensable.
- De la même façon, en ce qui concerne le spectacle vivant, la licence d'entrepreneur du spectacle, quel qu'en soit le niveau, est certes personnelle et incessible, mais elle est octroyée à des entités dont l'activité principale est l'organisation de spectacles (au-delà de six représentations annuelles). Un certain nombre d'obligations, tant en matière de sécurité sociale, de propriété intellectuelle que de droit du travail, en découlent<sup>117</sup> et supposent pour l'artiste ou le groupe d'artistes qui souhaite organiser, financer et réaliser ses propres spectacles de se constituer en structure.

A un deuxième niveau, la structuration juridique peut permettre **d'accéder à des financements**. Disposer d'une structure juridique est en effet un critère indispensable à l'obtention de certaines aides publiques ou privées (aides de sociétés civiles, subventions par des acteurs publics, etc.). Aussi bien dans la musique enregistrée que dans le spectacle vivant, ces aides sont essentielles à l'émergence, au développement et parfois même à l'existence du projet – en particulier dans les esthétiques jazz et classique.

Si le fait de se constituer en structure pour développer le projet musical permet de dépasser un certain nombre d'obstacles, des difficultés propres à la création d'une association ou d'une société apparaissent.

## 2.2. Les difficultés générales liées à la structuration juridique

Les modalités de création et de gestion sont propres à chaque type de structure et génèrent des difficultés administratives et juridiques qui ne sont pas spécifiques au secteur de la musique (2.2.1), mais qui dépendent toutefois en partie de l'adéquation de la structure au projet musical en évolution (2.2.2).

---

<sup>111</sup> Certaines structures, comme les entreprises individuelles (EI) ou les micro-entreprises, n'ont pas de personnalité juridique propre, c'est-à-dire qu'elles ne se détachent pas de la personne physique du créateur.

<sup>112</sup> Acquérir des biens en passant par une structure juridique permet de ne pas les associer au patrimoine personnel des artistes. Dans le cas d'une entreprise individuelle à responsabilité limitée (EIRL), la distinction entre les deux types de patrimoine (personnel d'une part et de la structure d'autre part) suppose de réaliser une déclaration d'affectation. Articles L526-6 à L526-21 du Code du commerce.

<sup>113</sup> Article L441-3 du Code du commerce.

<sup>114</sup> Articles L1131-1 et suivants du Code du travail.

<sup>115</sup> Article L213-1 du Code de la Propriété Intellectuelle.

<sup>116</sup> Le fait de réaliser les activités de production au sein d'une structure est un critère de l'inscription en tant que producteur à la SCPP et à l'IFPI, tandis qu'il est possible de s'inscrire structure juridique associée à la SPPF.

<sup>117</sup> Article L7122-12 du Code du travail.

## 2.2.1. Les difficultés relatives à la création et à la gestion d'une structure

Les difficultés liées à la structuration juridique **concernent tous les créateurs d'associations ou de sociétés**. Il convient néanmoins de rappeler que ce processus de création et la gestion d'une structure sont éloignés du cœur de métier des artistes et requièrent des compétences juridiques et administratives dont ces derniers peuvent être démunis. Deux groupes de difficultés sont à distinguer (tableau 7) – le choix d'un type de structure pouvant les atténuer ou au contraire les renforcer.

Un premier groupe de difficultés est relatif à l'étape de la création de la structure :

- D'abord, le **capital social à investir lors de l'acte de création est variable**. Très élevé pour les Sociétés Anonymes (SA), de fait très peu utilisées par les artistes autoproduits qui souhaitent monter une structure, il est pour la plupart des structures librement fixé par les associés (EURL, SARL, SAS, etc.). Ce capital ne comprend pas l'investissement financier et matériel réalisé en amont dans le cadre du développement du projet des artistes.
- Ensuite, la **lourdeur de la procédure administrative** lors de la création d'une structure constitue une difficulté pour les artistes. Créer une association est relativement aisé : il faut rédiger des statuts, déclarer l'association à la préfecture et effectuer une publication au Journal Officiel. A l'inverse, la procédure de création d'une Société à Responsabilité Limitée (SARL) est plus complexe, nécessitant parfois la mobilisation d'un avocat ou d'un comptable dans l'accompagnement à la création.

Un second groupe de difficultés relève de la gestion d'une structure juridique :

- D'un côté, **chaque structure impose un mode de gestion spécifique**. Là où la SAS présente une gestion souple car définie par ses associés au moment de la création, le modèle de l'association peut s'avérer plus contraignant. En effet, il fonctionne dans le cas le plus fréquent avec un bureau composé de deux personnes au minimum ainsi que des assemblées générales pour lesquelles il faut préparer des convocations et un ordre du jour. Notons toutefois qu'une association n'est pas obligée de se doter d'un bureau<sup>118</sup>.
- De l'autre, **les régimes sociaux et fiscaux propres à chaque type de structure juridique** jouent dans les difficultés rencontrées par les artistes autoproduits. Les cotisations sociales sur les salaires, l'imposition sur le chiffre d'affaires et sur les bénéfices ainsi que l'exonération ou non de la Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA) varient en fonction des formes juridiques choisies et sont autant d'éléments à prendre en compte au vu de la trésorerie générée par les projets musicaux.

Ces difficultés juridiques et administratives relatives à la structuration sont **étroitement liées à des problématiques d'organisation mais aussi à des questions financières et comptables**. Lorsque l'activité musicale des artistes autoproduits ne dégage pas suffisamment de revenus, il est difficilement envisageable de monter une structure nécessitant un capital initial élevé ou de faire appel à des professionnels aux compétences administratives et juridiques adéquates pour sa création et sa gestion.

---

<sup>118</sup> Source : Service-Public.fr (<https://www.service-public.fr/associations/vosdroits/F1121>).

**Tableau 6 - Avantages et inconvénients de chaque type de structure<sup>119</sup>**

Type de structure	Avantages	Inconvénients
<b>Association</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Faible investissement financier lors de la création : coût de la publication au Journal Officiel</li> <li>-Facilité de création : 2 personnes minimum, rédaction des statuts, déclaration en préfecture et publication au Journal Officiel</li> <li>-Les associations sans but lucratif dont les recettes commerciales accessoires n'excèdent pas 60 000€ par an sont exonérées des impôts commerciaux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Fonctionnement relativement « lourd » : des Assemblées Générales (AG) doivent être organisées de manière régulière</li> <li>-Les bénéfices ne peuvent être reversés directement aux artistes. Ils doivent être réinvestis dans le développement du projet commun</li> </ul>
<b>Société Anonyme (SA)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Adapté à des projets de grande envergure</li> <li>-Rassurant pour les investisseurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Capital de départ élevé : au minimum de 37 000€</li> <li>-Lourdeur du processus de création : au moins 2 associés dans les sociétés non cotées, 7 pour les sociétés cotées, nécessité de recourir à des commissaires aux comptes</li> <li>-Fonctionnement complexe : conseil d'administration avec un président-directeur général (PDG) ou conseil de surveillance avec un directoire</li> </ul>
<b>Société à Actions Simplifiées (SAS)</b> <b>Société à Actions Simplifiées Unipersonnelle (SASU)</b> <b>Société à Responsabilité Limitée (SARL)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Capital de départ faible : un minimum exigé de 1€ par associé</li> <li>-La responsabilité des associés est limitée au montant de leurs apports</li> <li>-En SAS et SASU, liberté statutaire. Les associés (associé unique dans le cas d'une SASU) sont libres de définir les règles de fonctionnement de l'entreprise (pas d'obligation de recours à un commissaire aux comptes et absence de capital de départ minimum)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Coûts de création plus élevés que pour une association : frais de publication au Journal Officiel, frais d'immatriculation au RCS (Registre du Commerce et des Sociétés) et au répertoire des métiers</li> <li>-Certaines complexités du processus de création</li> <li>-Obligations administratives pour les SAS et SARL : production par le gérant d'un inventaire, de comptes annuels, d'un rapport de gestion, d'une liasse fiscale et d'une déclaration de résultat</li> </ul>
<b>Société coopérative ouvrière de production (Scop)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Lorsque la Scop et la Scic prennent la forme d'une société commerciale, leurs règles de fonctionnement sont identiques soit à celles d'une SARL, soit à celles d'une SA</li> <li>-En Scop, les associés détiennent obligatoirement la majorité du capital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Fonctionnement relativement « lourd » [qui ne correspond pas nécessairement au développement d'un projet musical] : En Scop, 7 associés au minimum</li> </ul>

<sup>119</sup>Source : Service-Public.fr et Agence France Entrepreneur.

<b>Société coopérative d'intérêt collectif (Scic)</b>	-En Scic, le capital est ouvert à des personnes autres que les salariés -La responsabilité des associés est limitée au montant de leurs apports	En Scic, association obligatoire de salariés, de bénéficiaires et d'un troisième type d'associés
<b>Entreprise Individuelle (EI)</b> <b>Entreprise Individuelle à Responsabilité Limitée (EIRL)</b>	-Simplicité de création et de gestion -Pour les EIRL, le patrimoine personnel du gérant peut être distingué du patrimoine de l'entreprise	-La structure n'a pas de personnalité juridique propre, elle ne se différencie pas de la personne qui la dirige -Pour les EI, les patrimoines personnels et de l'entreprise sont confondus -Impossible de s'associer avec d'autres personnes -Impossible de bénéficier de l'assurance chômage
<b>Entreprise Unique à Responsabilité Limitée (EURL)</b>	-Pas de capital minimum exigé -Permet de passer ensuite en SARL en s'associant à d'autres personnes -La responsabilité de l'associé est limitée au montant de ses apports	-Coût de constitution plus élevé que pour une EIRL -Fonctionnement relativement « lourd » par rapport à une EIRL (l'EURL obéissant aux règles d'une SARL)
<b>Micro-entreprise</b>	-Souplesse de la création et de la gestion	-Chiffre d'affaires plafonné -Absence d'écran par la société : responsabilité illimitée du micro-entrepreneur -Pas d'exonération de la Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA)

Chaque forme juridique, en fonction des avantages et inconvénients qu'elle présente, est donc plus ou moins adaptée au projet musical de l'artiste ou du groupe d'artistes.

## 2.2.2. L'importance de l'adéquation du type de structure au projet musical

Il est à noter que **ces formes juridiques peuvent être amenées à évoluer en fonction du niveau de développement** réel ou attendu des projets musicaux des artistes, de leur notoriété et de la trésorerie de leur structure. Le choix d'une structure ne se fait donc pas à partir d'une solution qui serait adaptée à tous, mais selon les caractéristiques du projet musical et ses perspectives d'évolution. Le changement de forme juridique intervient lorsque les **inconvénients de la forme juridique initialement choisie limitent le développement du projet** et/ou que les revenus dégagés par l'activité musicale permettent de se constituer en association ou en société.

A titre d'exemple, le basculement de l'entreprise individuelle et de la micro-entreprise à l'association ou à des sociétés de type SARL ou SAS permet de mieux protéger son patrimoine personnel, de s'associer à d'autres personnes, de lever le plafonnement du chiffre d'affaires (dans le cas de la micro-entreprise) et, pour les artistes et techniciens liés au projet musical au sein de la structure, de bénéficier du régime de l'intermittence. Le passage de l'association à une société de type SARL ou SAS intervient plus spécifiquement lorsque les artistes souhaitent se constituer en label ou cherchent à effectuer des investissements conséquents pour développer leur projet.

L'étude menée révèle différents effets sur le choix du type de structure. D'une part, on note un **effet de l'esthétique musicale** : là où les esthétiques jazz et classique par exemple ont des perspectives de développement plus mesurées et privilégient la forme associative, certains projets musicaux de rap ou de hip-hop peuvent espérer une évolution exponentielle de leur audience et de leurs revenus et opter pour une société commerciale. D'autre part, **le caractère émergent ou au contraire confirmé** de l'artiste joue également : le statut de travailleur indépendant peut convenir au début du projet mais correspondra moins aux besoins d'artistes confirmés ou repérés par des producteurs. Notons enfin qu'au-delà des perspectives de développement, certains artistes peuvent, par le choix d'une structure spécifique, revendiquer un ancrage hors des logiques commerciales de l'industrie musicale. Ainsi, le choix d'une association peut refléter par exemple une inscription dans la non lucrativité et/ou dans le champ de l'économie sociale et solidaire.

L'adéquation du projet musical à la structure juridique choisie suppose pour les artistes d'identifier les difficultés qui sont liées au fait d'avoir choisi telle forme juridique et d'avoir les compétences en interne – ou les moyens de les externaliser – pour évoluer vers une autre forme, plus adaptée.

Les difficultés relatives à la création et à la gestion d'une structure dépendent de la forme juridique choisie et des caractéristiques des projets musicaux qu'elle porte. S'y ajoutent des difficultés propres à la situation des artistes qui produisent eux-mêmes leur musique enregistrée et/ou leurs spectacles.

## 2.3. Les difficultés liées à la place des artistes autoproduits dans la structure juridique

Des incompatibilités entre le statut d'artiste-interprète et celui de producteur apparaissent lorsque l'artiste, qui joue ces deux rôles, bénéficie ou souhaite bénéficier du régime de l'intermittence.

En effet, à partir de la création d'une structure juridique qui porte le projet musical, l'artiste n'est plus seulement interprète mais aussi, par le biais de « sa » structure, producteur phonographique et, de façon moins fréquente, producteur de spectacles. Les deux statuts, s'ils conduisent à dissocier les fonctions d'une même personne, ne sont pas incompatibles :

- L'artiste, **en tant que producteur, gère le processus de création, de développement et de diffusion du projet musical**. La structure qu'il a créée constitue le support de cette activité, tant au niveau de la musique enregistrée que du spectacle vivant. Quand il ne confie pas les fonctions liées à la production à d'autres personnes au sein de la structure, il est de fait en situation de gestion.
- L'artiste, **en tant qu'artiste-interprète**, est un artiste du spectacle au sens du Code du travail. Il est **présupposé être salarié** sauf s'il justifie de son immatriculation au Registre du Commerce et des Sociétés (RCS)<sup>120</sup>. L'article L. 7121-3 du Code du travail institue donc une présomption simple de salariat qui peut être renversée si l'artiste exerce son activité dans des conditions impliquant son inscription au RCS ; il ne s'agit pas d'une présomption irréfragable qui ne pourrait pas être combattue.

**La question de l'incompatibilité se pose dans les cas où l'artiste ou le groupe d'artistes bénéficie du régime de l'intermittence.** En effet, l'artiste-interprète peut en bénéficier, en raison du caractère non-permanent de son activité professionnelle<sup>121</sup> s'il répond à un certain nombre de critères (encadré 9).

### Encadré 9 – Les conditions d'obtention du régime de l'intermittence<sup>122</sup>

L'artiste doit remplir plusieurs conditions cumulatives pour bénéficier du régime de l'intermittence :

- Être artiste du spectacle au sens de l'article L7121-3 du Code du travail ;
- Être de ce fait rattaché à l'annexe X du Régime Général de l'Assurance Chômage (qui concerne les artistes intermittents du spectacle) ;
- Travailler au moins 507h par an (c'est-à-dire 43 cachets au cours des 12 derniers mois) – dont les heures d'enseignement dans une certaine limite, ainsi que les heures de répétition, de création en résidence et de formation ;

<sup>120</sup> Article L7121-3 du Code du travail. Un artiste-interprète peut s'inscrire au RCS en tant qu'indépendant dans le cas d'une entreprise individuelle.

<sup>121</sup> Annexe X au règlement général annexé à la convention du 14 avril 2017 relative à l'assurance chômage

<sup>122</sup> Textes de référence : Circulaire n°2016-25 en application (conditions de mise en œuvre) du décret n° 2016-961 du 13 juillet 2016.

- Être involontairement privé d'emploi (c'est-à-dire non-démissionnaire sauf si la démission est considérée légitime) ;
- Être inscrit en tant que demandeur d'emploi ;
- Être en recherche effective et permanente d'emploi ;
- Autres : conditions d'âge et de résidence notamment.

Néanmoins, **si l'artiste exerce un mandat social (gérant, président) dans la structure qu'il a créée, son activité n'est pas considérée comme étant intermittente** (tableau 8). Si le cumul de la fonction de gérant ou dirigeant de droit d'une société d'autoproduction et de celle de salarié de cette structure n'est pas dans tous les cas source de difficulté juridique, puisqu'admis en droit social à certaines conditions, le cumul du statut d'artiste bénéficiant du régime de l'intermittence, au regard des textes conventionnels sur l'indemnisation du chômage des artistes intermittents, et de celui de dirigeant de société n'est pas juridiquement possible : la permanence de l'activité liée à ce dernier statut ne rend pas l'artiste musicien immédiatement disponible pour une recherche d'emploi effective et permanente comme l'exige le régime chômage des intermittents du spectacle.

**Tableau 8 - Statut de l'artiste dans sa structure et régime de l'intermittence**

Type de structure	Cas d'incompatibilités avec le régime de l'intermittence
<b>Association</b>	Une personne qui bénéficie du régime de l'intermittence ne peut pas être président d'une association ou membre du bureau d'une association qui par ailleurs le salarie. Elle peut en revanche être membre d'une association.
<b>Société Anonyme (SA)</b>	Il est impossible de cumuler le régime de l'intermittence avec tout mandat social (gérant, président).
<b>Société à Actions Simplifiées (SAS)</b> <b>Société à Actions Simplifiées Unipersonnelle (SASU)</b>	Il est impossible de cumuler le régime de l'intermittence avec tout mandat social (gérant, président), les fonctions de président d'une SAS ou d'une SASU étant considérées comme des activités exercées à titre permanent. Néanmoins, un artiste bénéficiant du régime de l'intermittence peut être associé minoritaire.
<b>Société à Responsabilité Limitée (SARL)</b>	Il est impossible de cumuler le régime de l'intermittence avec tout mandat social (gérant, président). Toutefois, un associé non gérant peut signer un contrat de travail et donc être assimilé salarié s'il prouve un lien de subordination réel avec son associé et que le contrat repose sur des fonctions spécifiques qui ne sont pas liées à sa qualité d'associé.
<b>Entreprise Individuelle (EI)</b> <b>Entreprise Unique à Responsabilité Limitée (EURL)</b> <b>Entreprise Individuelle à Responsabilité Limitée (EIRL)</b> <b>Micro-entreprise</b>	Un intermittent ne peut pas exercer en tant que dirigeant d'une entreprise individuelle ou d'une EURL, cette fonction étant considérée comme une activité permanente. Aucune prestation en tant qu'autoentrepreneur ou gérant d'une EURL ne peut être comptée dans les heures qui permettent de bénéficier du régime de l'intermittence. En revanche, un intermittent du spectacle peut créer une activité indépendante en autoentreprise, si elle est différente de son activité d'artiste et si elle est accessoire <sup>123</sup> .

<sup>123</sup> Circulaire du Ministère de la Culture du 28 janvier 2010.

Pour continuer à bénéficier du régime de l’intermittence, de nombreux artistes vont en conséquence **être salariés de leur propre structure** et recevoir des salaires (les « cachets ») au titre de leur activité musicale, quand bien même ils sont impliqués dans des activités de production.

## 2.4. Un accès différencié aux leviers juridiques et administratifs

Si une certaine méconnaissance des différentes structures juridiques et de leurs implications ressort de l’enquête de terrain menée auprès des artistes, elle est avant tout le corollaire de la **complexité des procédures juridiques de création et de gestion des structures** qui portent les projets artistiques.

L’**accompagnement à la structuration** est dès lors essentiel pour les artistes qui ne disposent pas de compétences juridiques et administratives. Quatre types de leviers facilitant l’accès à ces dernières peuvent être distingués : les temps d’information (2.4.1), l’accompagnement par certaines salles de spectacle (2.4.2), le recours à des prestataires ponctuels (2.4.3) ou encore le développement de compétences juridiques, en interne (2.4.4).

### 2.4.1. Les temps d’informations pour les artistes déjà insérés dans des réseaux de professionnels

Les **temps d’information**, c’est-à-dire les rencontres, conférences et formations dispensées par des professionnels de la musique, artistes ou non (avocat fiscaliste, manager, etc.) permettent, aux artistes émergents notamment, de comprendre l’intérêt de monter une structure et de saisir les avantages et les inconvénients des différentes formes juridiques. Elles se déroulent dans le cadre de formations musicales (telles que le Conservatoire où des artistes peuvent intervenir ponctuellement pour présenter leur parcours, même si l’enquête de terrain montre que le volet de professionnalisation y est peu développé), de salles de spectacle et de festivals (par exemple, lors de la Jimi, le festival des indépendants et de l’autoproduction, sous la forme de conférences ou de tables-rondes), de centres de ressources (IRMA). Elles touchent des personnes déjà inscrites dans des réseaux du secteur de la musique.

### 2.4.2. L’accompagnement par les salles de spectacle pour des artistes repérés localement

Ensuite, l’**accompagnement par des salles de spectacle**, conventionnées ou non, constitue un appui important pour les artistes émergents ou repérés qui souhaitent développer leur projet musical. Au niveau juridique et administratif, les professionnels de l’accompagnement peuvent aider à la création d’une structure juridique et au dépôt de dossiers de demande d’aides ou de subventions.

Les formats d’accompagnement sont variés, du ponctuel au continu sur une période de temps précise, et sont particulièrement développés au sein des Scènes de musiques actuelles (SMAC).



L'accès à ces accompagnements, notamment dans leur format continu, concerne principalement des artistes déjà repérés à l'échelle locale, qui bénéficient du soutien de SMAC.

### 2.4.3. Le recours à des prestataires ponctuels pour les artistes disposant des ressources financières

Par ailleurs, afin de lever les obstacles juridiques et administratifs auxquels ils sont confrontés, les artistes ou le groupe d'artistes peut avoir recours à des **prestataires ponctuels** ayant des compétences en matière de droit des sociétés, de fiscalité et de comptabilité. Cette option requiert toutefois des moyens financiers et est à la portée d'artistes confirmés ou disposant d'autres sources de financement en parallèle des revenus issus de l'activité musicale.

### 2.4.4. L'internalisation de compétences juridiques et administratives pour les artistes disposant de ressources financières conséquentes

Enfin, à un niveau plus avancé, l'**internalisation de compétences juridiques et administratives** est un atout dans la gestion des structures qui portent les projets musicaux. Lorsque cette internalisation se traduit par l'embauche d'une personne qui détient ces compétences, elle suppose une capacité de financement et est accessible avant tout à des artistes confirmés<sup>124</sup>. Elle semble également plus fréquente dans certaines esthétiques, notamment dans les ensembles jazz, classique et baroque qui sont structurés, où les artistes travaillent sur plusieurs projets à la fois et où la personne en charge des activités administratives vient en appui du rôle de pivot joué par le directeur artistique. Néanmoins, dans la plupart des cas, ce sont les artistes eux-mêmes qui internalisent ces compétences, acquises par l'expérience. Les artistes de la musique sont inégaux face à ce processus d'apprentissage en fonction de leurs ressources sociales et de leur parcours antérieur (s'ils ont suivi une formation, bénéficié d'un accompagnement, échangé avec des professionnels du secteur de la musique, eu des expériences spécifiques en dehors de leur activité musicale par lesquelles ils ont acquis ces compétences, etc.).

L'accès aux compétences administratives et juridiques qui permettent de lever les difficultés liées à la création et à la gestion d'une structure juridique dépend donc des esthétiques musicales, du niveau de développement du projet de l'artiste ou du groupe d'artistes (y compris la trésorerie), ainsi que du profil de ces derniers (formation, parcours antérieur, inscription dans des réseaux).

Les artistes qui autoproduisent leur musique enregistrée et/ou leur spectacle sont donc confrontés à des difficultés d'ordre juridique et administratif. Ces dernières sont relatives à la création et à la gestion d'une structure juridique. Elles concernent également le décalage en termes de statut entre l'artiste-interprète

---

<sup>124</sup> Toutefois, le recours à l'appui administratif et juridique de salariés de groupements d'employeurs est une option qui permet l'accès à ces compétences pour des artistes qui n'ont pas les moyens d'embaucher quelqu'un à plein temps au sein de la structure.

et le producteur et, de manière liée, la possibilité pour les artistes autoproduits de bénéficier du régime de l'intermittence. Un certain nombre de leviers, dont le premier est l'accès à l'information, permet de dépasser ces obstacles juridiques et administratifs. Néanmoins, ils ne sont pas accessibles à tous de la même façon.

**Tableau 9 - Panorama des difficultés juridiques et administratives rencontrées par les artistes**

Type de difficultés pour les artistes	Type d'artistes particulièrement concernés		Leviers existants	Conditions pour accéder à ces leviers
	Niveau de développement	Caractéristiques du projet musical		
<b>Produire sa musique enregistrée et/ou ses spectacles vivants sans créer de structure juridique</b>	Artistes émergents / repérés	Musiques actuelles en particulier	Créer une structure juridique	Inscription dans des réseaux
			« Signer » un contrat d'artiste	Notoriété
<b>Monter une structure juridique</b>	Artistes émergents / repérés	Toutes esthétiques confondues	Obtenir de l'information (formations, conférences)	Inscription dans des réseaux
			Être accompagné (accompagnement par des salles de spectacle ou des prestataires)	Inscription dans des réseaux / trésorerie
<b>Gérer une structure juridique</b>	Tout type d'artistes	Toutes esthétiques confondues	Être accompagné (accompagnement par des salles de spectacle ou des prestataires)	Inscription dans des réseaux / trésorerie
			Embaucher du personnel administratif	Trésorerie
			Acquérir des compétences juridiques et administratives	Appétences pour des activités éloignées de l'activité musicale
<b>Incompatibilité entre la gestion d'une structure juridique et le bénéfice du régime de l'intermittence</b>	Artistes émergents / repérés	Toutes esthétiques confondues	Obtenir de l'information (formations, conférences)	Inscription dans des réseaux
			Avoir des revenus suffisants pour ne pas bénéficier du régime de l'intermittence	Trésorerie / notoriété / accès à d'autres sources de financement

# 3.

## Les difficultés économiques et sociales

PARTIE N° 3

Si historiquement les artistes de la musique font face à de hauts risques de précarité (3.1), les artistes qui font le choix ou sont contraints de s'autoproduire présentent des situations socioéconomiques contrastées (3.2). Ces situations se répercutent sur leurs capacités de financement des différentes étapes d'autoproduction de musique enregistrée et de spectacle, qui peuvent être coûteuses et générer peu de retours (3.3). Des leviers existent pour surmonter ces difficultés (3.4).

## 3.1. La précarité des artistes de la musique

L'analyse des difficultés économiques et sociales des artistes de la musique autoproduits doit être menée au prisme des difficultés rencontrées en général par les artistes de la musique. Les revenus des artistes de la musique sont instables et globalement faibles (3.1.1). Des protections ont été mises en place, bénéficiant aux artistes produits et autoproduits, pour réduire les risques de précarité auxquels ils sont confrontés (3.1.2).

### 3.1.1. L'intrication des sphères professionnelle et privée

Les trajectoires des artistes de la musique sont en grande partie marquées par des situations de précarité persistantes, qui se traduisent par une faible sécurisation de leurs moyens d'existence et une incertitude sur l'amélioration de leurs conditions économiques et sociales<sup>125</sup>. Très concrètement, cette précarisation des artistes de la musique se traduit par des revenus instables et globalement faibles. On estime qu'en 2016, 40% des artistes-interprètes percevaient moins de 15 000 euros par an<sup>126</sup>.

La précarisation vécue par les artistes se répercute d'abord sur le **brouillage des frontières entre temps de travail et temps de loisirs et entre espace professionnel et espace privé**<sup>127</sup>. En effet, très souvent, le travail musical comporte un temps conséquent de travail « invisible » (création musicale, travail des instruments, répétition) qui ne fait alors pas l'objet d'une rémunération.

La précarisation se répercute ensuite sur la nécessité de recourir à des **ressources annexes à celles du travail musical**<sup>128</sup>. Les artistes font souvent appel à des ressources qui ne sont pas liées directement à leur activité musicale – travail « alimentaire », patrimoine, ressources du conjoint – et qui, par leur diversité et leur variabilité, ne contribuent pas à garantir une sortie durable des situations de précarité qu'ils peuvent rencontrer.

### 3.1.2. Les protections existantes

Pour répondre à ces risques de précarité, plusieurs protections ont été mises en œuvre pour **sécuriser les niveaux de revenu des artistes de la musique**.

Un premier type de protection relève des **conventions collectives** : la convention collective de l'édition phonographique<sup>129</sup>, pour la musique enregistrée, ainsi que la convention collective nationale des entreprises de secteur privé du spectacle vivant<sup>130</sup> et la convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles<sup>131</sup>, pour le spectacle vivant. Celles-ci garantissent des cachets minimaux aux artistes, leur assurant un niveau de revenu stable pour chaque répétition, spectacle ou session

---

<sup>125</sup> Philippe Coulangeon, « L'expérience de la précarité dans les professions artistiques. Le cas des musiciens interprètes, Instability in the artistic professions, La experiencia de la precariedad en las profesiones artisticas », *Sociologie de l'Art*, 2004, OPuS 5, n° 3, p. 77-110.

<sup>126</sup> Maya Bacache et al., « Etude Labex ICCA/Telecom ParisTech/Adami », p. 2016.

<sup>127</sup> Philippe Coulangeon, « Chapitre VI. L'économie informelle du métier de musicien » dans *Les musiciens interprètes en France. Portrait d'une profession*, Ministère de la Culture - DEPS, 2004, p. 23.

<sup>128</sup> *Ibid.*

<sup>129</sup> cf. Convention collective nationale de l'édition phonographique du 30 juin 2008.

<sup>130</sup> cf. Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant du 3 février 2012.

<sup>131</sup> cf. Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles du 30 novembre 2013.

d'enregistrement. Elles comprennent également la fixation de montants d'indemnité, pour le transport et le logement notamment, qui limitent les frais associés aux activités des artistes de la musique. Cependant, d'après l'enquête de terrain, il arrive que les artistes de la musique – et particulièrement les artistes émergents – soient rémunérés de manière informelle, « de la main à la main », voire simplement défrayés pour leurs prestations (nourritures et boissons gratuites lors d'un festival par exemple).

Un second type de protection vise à sécuriser les revenus **en répondant aux variations des niveaux d'activité des artistes** qui alternent entre des périodes de travail « visible » (enregistrement, spectacle musical) et des périodes de chômage et de travail « invisible » (création, répétition). Pour ce faire, un régime d'indemnisation chômage spécifique, le régime de l'intermittence, a progressivement été mis en place (annexe 8 et 10 du règlement général annexé à la convention relative à l'indemnisation chômage). Il s'est étendu à partir de 1969 aux artistes-interprètes. Ce dispositif, qui garantit un filet de sécurité à la création artistique, est un moyen essentiel pour assurer la liberté de création et de la production artistique, en offrant aux artistes une sécurisation de long-terme et la possibilité de « lisser » leurs revenus, souvent irréguliers<sup>132</sup>. Néanmoins, pour en bénéficier, les artistes doivent justifier d'un nombre suffisant d'heures de travail salarié (cf. encadré 9 partie 2.3.1). Ils doivent donc se trouver dans des configurations où, d'une part, leur notoriété leur donne accès à un nombre de dates et d'enregistrements suffisants et, d'autre part, les conventions collectives sont respectées, ce qui n'est pas systématique.

Dans le cadre de l'autoproduction plus précisément, les difficultés économiques et sociales des artistes apparaissent à deux niveaux supplémentaires : d'une part, ce sont les artistes eux-mêmes qui, soit en engageant leur patrimoine personnel, soit au travers de leur structure, **investissent dans la production de leurs phonogrammes ou de leurs spectacles** ; d'autre part, les incertitudes quant aux revenus dégagés par leur activité musicale ont des **répercussions sur l'amélioration ou la stabilisation de leurs conditions socioéconomiques de départ**.

## 3.2. Les artistes autoproduits : des situations socioéconomiques contrastées

Au moment de faire le choix ou d'être contraint de s'autoproduire, les artistes présentent des situations socioéconomiques contrastées. Le fait d'avoir une activité professionnelle en parallèle (3.2.1), de recourir à des ressources externes (3.2.2) ou de bénéficier de revenus issus de projets musicaux antérieurs (3.2.3) est déterminant pour identifier le niveau de sécurisation des moyens d'existence des artistes, en amont de la production de leur musique enregistrée ou de leur spectacle. Alors que pour la plupart des artistes autoproduits, la première difficulté est de « *vivre de la musique* »<sup>133</sup>, d'autres, parvenus à un certain niveau de développement, tirent la totalité de leurs revenus de leur activité musicale (3.2.4).

---

<sup>132</sup> Pierre-Michel Menger, *Les intermittents du spectacle : sociologie du travail flexible*, Nouv. éd., Paris, Editions de l'École des hautes études en sciences sociales, 2011, 402 p.

<sup>133</sup> Entretien avec une artiste, membre d'un groupe de rock émergent, qui ne bénéficie pas du régime de l'intermittence (manque de cachets).

### 3.2.1. Une activité professionnelle annexe

Certains artistes **continuent d'exercer une activité professionnelle en parallèle de leur activité musicale**. La poursuite de cette activité relève d'une contrainte lorsque le projet musical ne génère pas suffisamment de revenus pour se passer d'une autre forme de rémunération<sup>134</sup>. Notons que dans de plus rares cas, le choix de conserver une activité professionnelle parallèle peut être fait afin de garantir la liberté dans la création et un rapport « passionné » à l'activité musicale. Un enquêté, membre d'un groupe de rap confirmé émancipé, explique ainsi en entretien : « *on n'a jamais pensé substituer notre boulot pour garder la musique comme passion, on a toujours travaillé à côté, ça en est devenu une habitude* ». Lorsque les artistes exercent une activité annexe, deux cas de figure peuvent être distingués :

- Le premier concerne les nombreux artistes ayant un **emploi qui ne s'inscrit pas dans le secteur de la musique**. Il s'agit, pour les émergents notamment, d'un travail « alimentaire » aux conditions et à la rémunération précaires ; mais également dans certains cas d'un emploi stable (CDI ou fonction publique) qui assure un niveau de vie permettant de se lancer ou de poursuivre l'activité musicale sans préoccupations financières. Les difficultés économiques et sociales touchent particulièrement les premiers dont la situation financière demeure souvent instable. Pour l'ensemble de ces artistes, l'activité professionnelle annexe les contraint à consacrer moins de temps au travail artistique.
- Le deuxième cas de figure concerne les artistes qui exercent une **activité professionnelle parallèle à l'autoproduction mais qui s'inscrivent malgré tout dans le secteur de la musique**. Cette option présente l'avantage de conserver des contacts avec des professionnels de la musique et d'accéder potentiellement à plus d'opportunités de partenariats ou de collaborations.

### 3.2.2. Le recours à des ressources externes

Le **recours à des ressources externes** permet d'atténuer les risques de précarisation des artistes qui choisissent ou sont contraints d'autoproduire leur musique enregistrée ou leur spectacle. Ces ressources sont plus ou moins sécurisantes en fonction de leur provenance et de leur montant.

- Les artistes qui proviennent d'un milieu social privilégié et qui font appel à un **appui financier ou non financier de leurs proches**, ou ceux qui ont accumulé une **épargne conséquente**, sont préservés des difficultés économiques et sociales auxquelles sont confrontés la plupart des artistes. L'obtention de ces ressources est déterminante dans les perspectives de développement d'artistes pour qui la stabilisation des revenus n'est pas une préoccupation à court-terme. Elle leur permet de se consacrer pleinement au travail artistique et notamment à la constitution d'un carnet d'adresses dans le secteur de la musique.
- D'autres artistes, en situation de précarité, font appel à des **ressources faibles, instables et/ou risquées**. Ce sont ceux qui puisent dans leur épargne alors qu'elle n'atteint pas un niveau suffisant pour se projeter à long-terme, qui contractent un prêt sans savoir à quelle échéance ils pourront le rembourser, ou encore qui alternent des périodes d'activité et d'inactivité pour avoir recours à des minimas sociaux, à défaut d'avoir le nombre de cachets requis pour accéder au régime de l'intermittence. Pour ces artistes, l'investissement dans l'autoproduction de musique

---

<sup>134</sup> Plusieurs artistes enquêtés sont dans cette situation. Ainsi, un artiste électro exerce en parallèle en tant qu'éducateur. Une artiste émergente (chanson française) parvient à accéder au régime de l'intermittence en exerçant non pas en tant qu'artiste mais en tant que technicienne.

enregistrée ou de spectacle a un effet déstabilisateur immédiat sur les revenus et représente un pari risqué sur l'avenir.

### 3.2.3. Des revenus issus des projets musicaux antérieurs

Certains artistes, au moment d'autoproduire leur musique enregistrée ou leurs spectacles, touchent des **revenus issus des projets musicaux antérieurs**. Il s'agit de l'épargne tirée, le cas échéant, des cachets et redevances précédemment perçus, ainsi que des **revenus issus de l'exploitation de ses œuvres musicales** (ADAMI et SACEM dans certains cas), que l'artiste continue de recevoir et qui sont plus ou moins élevés en fonction de sa notoriété, du volume et de la diversité de son propre « catalogue ». Dans le cas où les artistes étaient auparavant produits, le fait d'être passé par un label permet d'accéder en parallèle à des **ressources non-financières**, incluant notamment l'inscription dans un réseau professionnel qui peut constituer un atout non négligeable pour le développement d'un nouveau projet musical.

Si les artistes s'inscrivaient déjà dans une démarche d'autoproduction, alors la structure juridique qui porte leurs projets musicaux peut disposer d'un niveau de **trésorerie** suffisant pour atténuer le risque pris en investissant à nouveau. Dans la plupart des configurations, l'artiste ne se rémunère pas directement sur la trésorerie, mais cette dernière vient réduire la part de financement personnel injecté dans les projets ultérieurs.

L'accès à ces ressources demeure incertain et suppose de jouir d'une certaine notoriété et d'avoir atteint un niveau de développement suffisant.

### 3.2.4. Trois types d'artistes en fonction de la structure de leurs revenus

Le fait de continuer à exercer une activité professionnelle en parallèle du travail artistique, d'avoir recours à des ressources externes, et de bénéficier des revenus issus de projets musicaux antérieurs ne sont pas exclusifs. Ces configurations évoluent dans le temps en fonction des projets. Trois types d'artistes peuvent être ici distingués au moment où ils choisissent ou sont contraints d'autoproduire leur musique enregistrée et/ou leurs spectacles :

- D'abord, les artistes qui débudent et qui **tirent une rémunération inexistante ou très faible de leur activité musicale**. Leurs revenus proviennent essentiellement d'autres sources de financement (activité professionnelle annexe ou ressources externes). En phase d'émergence ou en déclin, ces artistes cherchent à « vivre de leur musique » ;
- Ensuite, ceux qui ont des **sources de revenus mixtes**, c'est-à-dire partagées entre la rémunération issue de leur projet artistique et des ressources annexes. Un artiste pourra par exemple continuer à donner des cours de musique, et développer son projet musical dans une structure qui a dégagé de la trésorerie mais trop peu pour lui assurer un niveau de revenu suffisant ;
- Enfin, ceux qui **parviennent à tirer l'essentiel de leurs revenus de leur activité musicale sans avoir recours à d'autres formes de ressources**. Lorsque leurs revenus ne reposent que sur l'activité musicale, ces artistes ne sont pas pour autant préservés des risques de précarité. L'incertitude persiste quant à la durabilité de ce qu'ils perçoivent au titre de l'exploitation de leurs œuvres musicales.



**Tableau 10 - En amont de l'autoproduction, trois types de situations socioéconomiques**

	Artistes qui tirent des <b>revenus inexistants ou très faibles</b> de leur activité musicale	Artistes qui tirent <b>une partie de leurs revenus</b> de leur activité musicale	Artistes qui tirent <b>la totalité de leurs revenus</b> de leur activité musicale
<b>Types de revenus issus de l'activité musicale</b>		*Épargne sur les cachets et les redevances précédemment perçus  *Revenus issus de la collecte des droits voisins et, le cas échéant, des droits d'auteur  *Assurance chômage spécifique (régime de l'intermittence)	
<b>Autres sources de financement</b>	*Rémunérations issues d'une activité professionnelle qu'ils continuent à exercer (dans ou hors secteur musical)  *Ressources externes (appui financier ou non-financier de proches, emprunt, épargne, minimas sociaux)		

Ces situations socioéconomiques contrastées ont un effet direct sur la **capacité des artistes à investir dans l'autoproduction** de leur musique enregistrée et leurs spectacles, et surtout **sur le caractère déstabilisateur ou non de cet investissement** sur leurs revenus. Les niveaux de financement requis pour le développement des projets et les revenus générés varient fortement en fonction des esthétiques et du niveau de développement des artistes – ce qui vient atténuer ou renforcer les risques de précarisation auxquels ils sont plus ou moins exposés.

### 3.3. Des difficultés liées au financement des projets autoproduits

Les situations socioéconomiques, initialement contrastées, des artistes conditionnent leurs capacités de financement des projets musicaux autoproduits. Bien que les revenus ainsi dégagés soient interdépendants, le « retour sur investissement » ne sera pas le même s'il s'agit d'autoproduction de musique enregistrée (3.3.1) ou de spectacle (3.3.2). Des difficultés économiques et sociales sont alors perceptibles dans la structure des revenus qu'ils tirent, le cas échéant, de leur activité musicale (3.3.3).

#### 3.3.1. Des difficultés à l'autoproduction de musique enregistrée variables selon les esthétiques et le niveau de développement des artistes

Les risques de précarisation, qui concernent l'ensemble des artistes de la musique sont particulièrement accrus pour les artistes qui se situent dans une démarche d'autoproduction de musique enregistrée. Ceux-ci sont en effet **directement exposés au risque lié à l'investissement dans la production de phonogrammes**.

Si les coûts de production de musique amplifiée ont connu ces dernières décennies une baisse non négligeable, les capacités de prise en charge de ces coûts par les artistes varient fortement en fonction des esthétiques et de leur niveau de développement (3.3.1.1). Loin d'être systématiquement synonyme de recettes, la production de phonogramme présente des retours sur investissements inégaux (3.3.1.2).

### 3.3.1.1. La production de phonogrammes : un investissement conséquent et variable

Autoproduire sa musique enregistrée suppose de **prendre en charge les coûts de répétition, d'enregistrement, de mixage et de masterisation**. Ces coûts peuvent être pris en charge de deux façons, en fonction du **niveau de développement de l'artiste**.

- Les **artistes émergents**, particulièrement lorsqu'ils sont dans le cadre d'une autoproduction peu formalisée, engagent leurs **ressources personnelles**. A défaut de disposer d'une structure juridique ou, le cas échéant, d'une trésorerie solide au sein de leur structure, ils ont recours à des financements qui proviennent d'une activité professionnelle annexe, de leur épargne ou des ressources de leurs proches (conjoints, parents). Bien souvent, les répétitions ne passent pas par la location d'un studio et ne font pas l'objet d'une rémunération pour les artistes. Par ailleurs, l'achat des instruments et la location d'un studio d'enregistrement se font à leurs frais. Enfin, quand leurs revenus propres ou les revenus de leur structure - lorsqu'ils en ont une - ne sont pas suffisants pour faire appel à des prestataires extérieurs rémunérés, la phase de postproduction, qui comprend le mixage et la masterisation, repose sur leurs propres compétences techniques, inégales en fonction des profils d'artistes, et sur le recours à des « coups de main » de leur entourage.
- Les **artistes plus structurés, qu'ils soient repérés ou confirmés**, peuvent s'appuyer plus fortement sur la **trésorerie de leur structure**, alimentée notamment par les revenus issus du spectacle vivant. Néanmoins, les coûts élevés de la location des studios de répétition et d'enregistrement, notamment en région parisienne, et les rémunérations des artistes, techniciens et des prestataires externes sont parfois difficilement pris en charge et nécessitent là encore le recours à d'autres ressources (financement personnel et aide bénévole).

Ces coûts sont très **variables selon le dimensionnement des projets musicaux et selon les procédés requis pour l'enregistrement**. Il semble notamment qu'en raison du type de matériel nécessaire – dont le coût, comme il a été évoqué précédemment, a diminué avec la démocratisation des « home studios » –, certains projets, dans le rap, la chanson française ou encore le hip-hop, **présentent des coûts d'investissement moins élevés à l'enregistrement que les musiques appartenant à des esthétiques dont les projets se caractérisent plus fréquemment par un dimensionnement élevé et des sons acoustiques** (musiques du monde par exemple, et dans une certaine mesure jazz et classique).

### 3.3.1.2. Des retours sur investissement très inégaux

La motivation financière est l'une des raisons du choix de certains artistes d'autoproduire leur musique enregistrée (cf. partie 3, 1.1.2). Il semble en effet que les contrats propres à l'autoproduction présentent des niveaux de rémunération plus importants pour les artistes<sup>135</sup>. Pour autant, pour beaucoup d'artistes, la production d'un phonogramme est surtout vécue comme un **passage obligé, qui ne garantit en rien un retour sur investissement**. Certains considèrent en effet que la production de disque ne sera utile qu'en tant qu'investissement leur permettant ensuite de communiquer sur leur projet et de solliciter des producteurs de spectacles ou des labels (comme une « *carte de visite* »<sup>136</sup>).

Deux facteurs majeurs influent sur les revenus générés par la production et la fabrication d'un album. D'une part, **le niveau de développement de l'artiste joue dans le rapport entre investissement et revenus générés**. Le plus souvent, les ventes et les écoutes sont en effet insuffisantes pour couvrir les coûts engendrés par l'enregistrement, en particulier lorsque ces derniers sont élevés, ou permettent *a minima* aux artistes de couvrir les frais assumés. Gagner de l'argent sur ces phonogrammes à la fois en tant que producteur et en tant qu'interprète, en particulier à partir de leur exploitation (et donc de la collecte des droits voisins), requiert un certain niveau de notoriété et concerne principalement les artistes repérés et confirmés, qu'ils soient émancipés ou que leur contrat n'ait pas été renouvelé.

D'autre part, **les rendements des enregistrements sont différenciés selon les esthétiques**. A niveau d'avancement de carrière similaire, il semble que les esthétiques chanson, électro, rap et hip-hop, parce qu'elles ont accès à une forte audience, présentent des retours sur investissement plus importants que les esthétiques des musiques classiques, jazz dans une certaine mesure, ou encore musiques traditionnelles, qui s'adressent davantage à un public « de niche », avec des volumes d'écoutes et de ventes souvent moins importants.

### 3.3.2. Des difficultés à l'autoproduction de spectacle vivant variables selon les esthétiques

L'autoproduction de spectacle vivant nécessite de faire appel à une palette ample de compétences professionnelles (3.2.2.1). S'il apparaît pour de nombreux artistes comme étant plus rémunérateur que la musique enregistrée<sup>137</sup>, le retour sur investissement dans le spectacle vivant dépend là aussi de leur niveau de développement et des esthétiques dans lesquelles ils s'inscrivent (3.2.2.2).

#### 3.3.2.1. Le spectacle vivant : investissement matériel et ressources humaines variables selon les esthétiques

Les risques de précarisation auxquels sont confrontés les artistes sont d'abord liés à la **difficulté d'évaluer les coûts réels de l'autoproduction de spectacle vivant**, dans la mesure où ceux-ci sont très souvent masqués par des temps, non considérés nécessairement comme du travail (répétitions, construction du spectacle, etc.), et par des investissements qui ne sont pas perçus comme étant directement liés à l'activité de spectacle vivant (achat des instruments, de matériel, etc.). Très souvent, certains coûts associés à la

---

<sup>135</sup> Bearing Point, *Synthèse de l'étude sur l'évaluation de la répartition des rémunérations entre producteurs phonographiques et artistes-interprètes*, op. cit.

<sup>136</sup> Entretien avec un artiste repéré (chanson française), qui ne se fait pas d'illusion quant à l'absence de retour sur investissement financier suite à la vente de son album.

<sup>137</sup> Adami, *Filière de la musique enregistrée : quels sont les véritables revenus des artistes interprètes ?*, op. cit.

production d'un spectacle vivant (résidence, répétition, investissement dans des instruments et dans le matériel de sonorisation) et, dans une moindre mesure, la logistique autour de certaines dates, plus souvent en local (transport, repas, etc.) sont en effet peu évalués par les artistes eux-mêmes, puisqu'ils sont en partie considérés par ceux-ci comme des dépenses « personnelles », ne relevant pas directement de leur activité professionnelle d'artiste de la musique. Cet investissement matériel et de temps dépend non seulement des capacités de financement des artistes, mais aussi de leurs **compétences techniques et de leur inscription dans des réseaux professionnels**.

Ensuite, les coûts associés à la production et à la mise en œuvre de spectacles sont **plus ou moins marqués selon les esthétiques** dans lesquelles les artistes évoluent :

- A un premier niveau, l'esthétique peut d'abord jouer sur l'**investissement matériel** dans la sonorisation et l'éclairage. Alors que certaines esthétiques, comme le rap, la techno, l'électro ou le punk, permettent à des artistes de produire des spectacles vivants avec un investissement matériel relativement limité – en n'utilisant par exemple qu'une platine ou un ordinateur et des enceintes pour le rap ou l'électro –, certaines esthétiques, comme dans les musiques classiques, le jazz ou encore les musiques traditionnelles, peuvent nécessiter des procédés de sonorisation plus conséquents.
- A un second niveau, l'esthétique peut jouer sur les coûts en faisant varier les **ressources humaines** qui sont mobilisées sur un projet de spectacle. En effet, certaines esthétiques supposent davantage que d'autres de mobiliser un nombre de musiciens et de techniciens importants sur scène – c'est par exemple le cas dans le classique, le jazz, les musiques traditionnelles et du monde, le funk... Cette condition contribue alors à augmenter le coût de production des spectacles, dans la mesure où il faut rémunérer un nombre plus important d'artistes et de techniciens mais aussi assumer des frais de tournée plus élevés, en termes de transport et de logement par exemple.

### 3.3.2.2. Des revenus incertains

Sur le plan de la rentabilité de l'investissement, on constate également des **inégalités selon les esthétiques dans lesquelles évoluent les artistes et selon leur niveau de développement**.

- D'une part, le retour sur investissement varie selon la **capacité des artistes à prospecter et à vendre leur spectacle**. Certaines esthétiques, parce qu'elles véhiculent parfois des représentations stéréotypées peuvent avoir du mal à accéder à des dates auprès des organisateurs. Cela est particulièrement le cas pour les artistes émergents du rap ou du punk, qui témoignent d'une difficulté à négocier des dates avec des salles. Un *beatmaker* enquêté<sup>138</sup> explique ainsi avoir été confronté à plusieurs refus en raison de l'inquiétude des salles à programmer des esthétiques, qui « *font peur et peuvent refroidir* ». Cette capacité à prospecter et vendre leur spectacle provient également des ressources sociales des artistes et de leur connaissance des réseaux de diffusion<sup>139</sup>. En l'occurrence, leur niveau de développement vient renforcer cette connaissance.

---

<sup>138</sup> Un *beatmaker* est un compositeur de morceaux instrumentaux, en particulier dans les esthétiques rap et hip-hop.

<sup>139</sup> Un artiste enquêté, musicien de musique classique, reconnaît ainsi avoir plus facilement accès à des lieux de diffusion du fait du « *carnet d'adresses* » qu'il s'est constitué au fil de sa carrière.

- D'autre part, les **retours sur investissement sont particulièrement inégaux** entre les artistes. En effet, alors que l'économie du spectacle vivant est dynamique, les retombées économiques ne se font pas sentir pour tous<sup>140</sup>. Les artistes des esthétiques classiques, des musiques traditionnelles, et du jazz dans une certaine mesure, peinent à couvrir par les recettes de la billetterie les frais engagés dans la production des spectacles. Par ailleurs, les artistes de musiques actuelles font face à la fragilisation du modèle économique de leurs lieux de diffusion<sup>141</sup>, ainsi qu'à une concurrence très forte qui rend difficile le fait de consolider rapidement et durablement une base de fans et d'accéder à des revenus stables à plus ou moins long terme. Au-delà des esthétiques, ce sont les caractéristiques des projets musicaux qui font varier les retours sur investissement. Ainsi, certains projets présentent une temporalité plus longue, pouvant aller jusqu'à plusieurs années ; les coûts liés à l'investissement initial sont donc amortis sur le temps long.

### 3.3.3. Les répercussions de ces difficultés sur la structure de revenus des artistes autoproduits

Les artistes ont donc des **structures de revenus diversifiées selon leur situation socioéconomique de départ, l'esthétique dans laquelle ils s'inscrivent, leur niveau de développement et leur notoriété**. Lorsqu'ils parviennent à dégager des revenus de leur activité musicale, ces derniers n'en sont pas pour autant systématiquement sécurisants<sup>142</sup> à long-terme.

S'il est possible de hiérarchiser les différentes sources de revenus des artistes enquêtés, il est important de noter que, dans la plupart des cas, ils ont une certaine **méconnaissance de la proportion de chaque type de ressources dans l'ensemble de leurs revenus**. Cette méconnaissance peut s'expliquer par le fait que ces ressources sont diverses, qu'ils les reçoivent à des échéances distinctes et qu'elles peuvent être très variables dans le temps<sup>143</sup>. Par ailleurs, les revenus mentionnés concernent ce que l'artiste reçoit à titre personnel et non ceux de la structure qui porte son projet musical. Au niveau de la structure juridique, des logiques de transfert et d'interdépendance existent entre les revenus dégagés par le spectacle vivant et ceux issus de la musique enregistrée, ce qui peut nuire à la lisibilité des différentes sources de rémunération. Malgré ce phénomène de méconnaissance, nous pouvons distinguer les quatre principaux types de revenus des artistes.

En premier lieu, les **revenus issus de l'exploitation des œuvres musicales**, qu'ils proviennent de la SACEM ou de l'ADAMI, prennent une part prédominante de l'ensemble de leurs revenus pour les artistes à forte notoriété. Parmi ces revenus, peuvent être distingués les droits d'auteur, touchés par les artistes,

---

<sup>140</sup> CNV, *Les entreprises de spectacle de variétés. Caractéristiques économiques, sociales et principaux éléments d'évolution. 2012-2014.*, op. cit. EY, *En Scène ! La contribution du spectacle musical et de variété à l'économie française*, 2017, 52 p.

<sup>141</sup> En entretien, un professionnel de la production de spectacle vivant enquêté revient sur une étude en cours, que sa structure mène et qui montre les inquiétudes des artistes des musiques actuelles face à la fragilisation des modèles économiques de leurs lieux de diffusion et des conséquences engendrées sur leurs tournées et leur rémunération. Cette fragilisation proviendrait notamment de la difficulté des lieux de diffusion à prendre en charge les coûts de sécurisation des salles ainsi qu'à faire face aux conflits de voisinage liés au volume sonore des concerts.

<sup>142</sup> L'aspect « sécurisant » des revenus renvoie à une double dimension : un montant qui correspond aux besoins de la personne ainsi qu'une stabilité de la perception de ces revenus dans le temps.

<sup>143</sup> Plusieurs artistes enquêtés jouissant d'une notoriété relative disent leur incapacité à évaluer les royalties qu'ils ont touchées l'année précédente en raison de leur très grande variation d'une année sur l'autre. Un artiste confirmé qui se définit comme étant à la croisée du rock, de la chanson française et du reggae et dont le groupe a autoproduit 8 albums revient sur la variation importante de ses royalties consécutive de la reprise d'une de leur chanson par un groupe disposant d'un succès commercial très important.

lorsqu'ils sont auteurs-compositeurs, ainsi que les droits voisins. Les artistes qui les perçoivent en quantité importante sont ceux dont le parcours est souvent le plus sécurisé, parce qu'ils ont l'assurance de continuer de les toucher à moyen terme. La particularité des artistes qui autoproduisent leur musique enregistrée est qu'ils touchent également, non à titre personnel (sauf s'ils sont indépendants), mais au travers de leur structure, des revenus au titre de leur activité de producteur phonographique.

En deuxième lieu, les **redevances** des artistes, si elles sont plus élevées en contrat de licence et de distribution qu'en contrat d'exclusivité, sont inégales en fonction des niveaux de développement et des endroits où la musique est diffusée. Ainsi, la plupart des enquêtés déclarent que la vente de disque rapporte peu (ce qui est conforme au fait de le percevoir souvent comme un outil de promotion) et qu'ils ne touchent aucun revenu ou un revenu très faible au travers des plateformes de streaming. Il semble qu'un effet esthétique entre en jeu : les artistes à forte notoriété dans le rap et le hip-hop sont les plus susceptibles de parvenir à se rémunérer *via* la distribution digitale.

En troisième lieu, pour les artistes qui bénéficient du régime de l'intermittence, **les cachets semblent être variables** en fonction des esthétiques<sup>144</sup> et en fonction des niveaux de développement (les cachets perçus par les « têtes d'affiche » d'un festival d'ampleur ont peu à voir avec ceux que reçoit un groupe de punk débutant qui joue dans un bar). Ces cachets valent tant pour la musique enregistrée que pour le spectacle vivant (répétition, enregistrement, représentation, etc.). Cette source de revenu sera prédominante pour les artistes à notoriété faible ou moyenne qui tirent l'essentiel de leurs revenus du spectacle vivant.

En dernier lieu, le fait de percevoir ces revenus, qui sont parfois insuffisants, n'empêche pas les artistes de **continuer à faire appel à d'autres ressources** (aides des proches, emprunts, minimas sociaux, activité professionnelle hors ou dans le secteur de la musique, etc.).

**Tableau 11 - La répartition des revenus des artistes en fonction de leur niveau de développement**

	Ressources externes	Cachets	Redevances	Revenus perçus au titre des droits d'auteur et droits voisins
<b>Artistes émergents</b>	++	-	-	--
<b>Artistes repérés</b>	+	++	+	-
<b>Artistes confirmés émancipés</b>	-	+	+	+
<b>Artistes confirmés « contrat rendu »</b>	-	-	-	++

En somme, les difficultés qui découlent de l'investissement nécessaire à l'autoproduction, par les artistes ou par leur structure juridique, ainsi que du caractère incertain ou peu élevé des revenus générés, ont des répercussions directes sur leur situation socioéconomique. En effet, un faible retour sur investissement, en plus de ralentir le développement du projet musical, renforce les risques de précarisation auxquels sont exposés les artistes.

<sup>144</sup> Certains enquêtés, artistes de Jazz, expliquent que leurs cachets sont moins élevés que des artistes classiques.

## 3.4. Les leviers existants

Pour surmonter ces difficultés socioéconomiques, plusieurs leviers peuvent être mobilisés par les artistes. Il s'agit principalement d'aides institutionnelles (3.4.1), mais certains modèles de gouvernance des structures des artistes autoproduits et le recours à des aides interpersonnelles peuvent également être des leviers permettant de dépasser les freins économiques et sociaux à l'autoproduction (3.4.2).

### 3.4.1. Les leviers institutionnels

Les leviers institutionnels sont principalement, mais pas exclusivement, des aides financières d'acteurs privés et publics à destination des artistes qui autoproduisent leur musique enregistrée (3.4.1.1) et leurs spectacles vivants (3.4.1.2).

#### 3.4.1.1. Les aides pour l'autoproduction de musique enregistrée

Plusieurs aides à l'autoproduction existent. La principale difficulté soulignée par les artistes relève alors de la prise en charge du **travail de montage et de gestion administrative** requis pour la formalisation et le suivi des demandes de ces aides. A partir des échanges avec les artistes rencontrés, on constate que ces difficultés sont plus marquées pour des artistes appartenant à des esthétiques moins soutenues par les pouvoirs publics (rap, hip-hop, électro, punk), et dans lesquelles les artistes sont souvent peu socialisés dans leurs parcours au travail de montage administratif et juridique de leurs projets. On l'a vu, certains prestataires proposent de constituer les dossiers de demandes d'aides pour les artistes et se rémunèrent en touchant un pourcentage de la somme obtenue par l'artiste.

On peut distinguer **deux principaux types d'aides financières à l'autoproduction de musique enregistrée**. Il s'agit d'abord des **aides mises en œuvre par des OGC et le FCM** (alimenté par les fonds des OGC) afin de soutenir leurs projets d'enregistrement (cf. tableau 2, partie 2.2.2). L'accessibilité de ces aides varie selon le niveau de développement de la carrière des artistes. Alors que certaines aides sont *a priori* plus accessibles aux artistes émergents, d'autres sont davantage destinées à des artistes confirmés. Plus précisément, à partir de l'analyse des critères des aides et de leur niveau de connaissance et de mobilisation par les artistes, on constate que :

- **L'aide de la SACEM** est plus accessible *a priori* à des artistes émergents, dans la mesure où elle n'oblige pas les artistes producteurs à avoir une structure dédiée à leur projet. Parmi les artistes émergents que nous avons rencontrés, cette aide est largement connue et sollicitée.
- **Les critères des aides de l'ADAMI** (aide à la promotion de l'enregistrement et aide 365) sont plus sélectifs : pour les obtenir, il faut pouvoir justifier d'une structure de production dédiée au projet musical, ainsi que d'une carrière artistique déjà engagée. Elles s'adressent ainsi majoritairement à des artistes qui sont déjà repérés ou confirmés.

Notons qu'à ces aides des OGC, s'ajoute l'aide du FCM qui s'adresse davantage à des artistes repérés ou confirmés. En effet, elle nécessite de disposer d'une structure dédiée au projet de l'artiste-producteur et d'avoir déjà un contrat de licence ou de distribution envisagé. Elle s'adresse ainsi principalement à des artistes qui ont déjà acquis une certaine notoriété et maturité dans leur projet artistique.

Ces aides, à l'exception de celle de la SACEM, ont pour critère l'**obligation d'avoir une structure juridique qui porte le projet de l'artiste-producteur**. Or, cela renvoie aux difficultés juridiques liées à l'incompatibilité entre la présidence d'une structure juridique et l'accès au régime de l'intermittence (cf. partie 3.2).

Des **aides publiques** sont par ailleurs dédiées à la production phonographique et peuvent être mobilisées par des artistes producteurs. Une **aide du FONPEPS** vise notamment l'apport d'un soutien financier à l'emploi d'artistes-interprètes en vue d'un enregistrement (tableau 11).

Cette aide est relativement peu accessible pour des artistes-producteurs émergents car elle nécessite là aussi que ceux-ci détiennent une structure de production dédiée à leur projet artistique. Elles s'adressent donc plus souvent aux artistes repérés ou confirmés. Surtout, l'étude exploratoire qui a été menée révèle une relative méconnaissance de cette aide par les artistes enquêtés. Elle est perçue, par les artistes qui la connaissent, comme peu opérationnelle et difficile d'accès<sup>145</sup>.

Par ailleurs, le **crédit d'impôt en faveur de la production phonographique** est une aide publique qui a été mise en place en 2006. Si cette aide est un soutien non négligeable à la production, il semble qu'elle soit à ce jour encore peu mobilisée par les artistes-producteurs émergents, en raison notamment de l'impératif d'avoir une structure de production dédié à son projet et de la technicité requise par la gestion du dossier administratif. Elle s'adresse ainsi en majorité à des artistes confirmés – et, dans une moindre mesure, repérés –, qui ont les compétences ou qui peuvent faire appel à des prestataires externes pour mobiliser cette aide.

**Tableau 12 – Les conditions d'attribution de l'aide à l'édition phonographique du FONPEPS**

	<b>Edition phonographique (mesure 9)</b>
<b>Objectif de l'aide</b>	Soutenir l'emploi des artistes-interprètes en vue d'un enregistrement
<b>Statut de la structure</b>	Entreprise ou association
<b>Critères de la structure</b>	*Moins de 10 salariés, hors personnels rémunérés au cachet *CA inférieur à 2M €.
<b>Montant de l'aide</b>	Forfaitaire au prorata du nombre d'artistes participant à la réalisation de l'enregistrement phonographique
<b>Autres conditions</b>	Verser un cachet brut pour un service de 3h au moins égal au cachet brut de base pour un service de 3h applicable aux salariés relevant du titre III de l'annexe III de la convention collective nationale de l'édition phonographique, soit 166,13 euros bruts <sup>146</sup>

### **3.4.1.2. Les aides à l'autoproduction de spectacle vivant pouvant être sollicitées par les artistes autoproduits**

Concernant le spectacle vivant, plusieurs aides existent et peuvent être mobilisées par des artistes qui s'inscrivent dans une démarche d'autoproduction. Ces aides ne ciblent cependant pas spécifiquement les

<sup>145</sup> Entretien avec un artiste rock, repéré, qui bénéficie d'aides de la SACEM, de l'ADAMI et du SPPF.

<sup>146</sup> Convention collective nationale de l'édition phonographique du 30 juin 2008 - Textes Salaires - Accord du 21 décembre 2015 relatif aux négociations annuelles obligatoires pour l'année 2016



artistes autoproduits. Ces derniers peuvent y accéder du fait de la concordance de leur situation avec les critères de certains dispositifs :

- Certaines aides non-financières peuvent **accompagner des artistes à monter leur projet de spectacle autoproduit**. Les SMAC proposent par exemple des résidences de création, ou des accompagnements au développement de projets qui permettent de cadrer les étapes de création d'un projet de spectacle vivant. Ces aides sont des leviers particulièrement intéressants pour les artistes émergents, car elles permettent d'accéder à des accompagnements et des installations particulièrement coûteux.
- Plusieurs aides financières dédiées au spectacle vivant, **proposées par des organismes de gestion collective (ADAMI, Spedidam) ou par le FCM**, peuvent s'adresser à des artistes autoproduits. Néanmoins, elles s'adressent uniquement aux artistes qui ont constitué une structure de droit privée dédiée à leur projet ou à des collectifs d'artistes qui mutualisent les moyens de production. Ces aides sont donc accessibles à des artistes autoproduits repérés ou confirmés, d'autant plus qu'elles s'appuient sur des critères relatifs à leur activité (nombre minimum de concerts ou production discographique récente). Seule l'aide du Fonpeps peut s'adresser à des artistes émergents, mais il semble qu'elle soit peu connue des artistes eux-mêmes.
- Il existe également des **aides publiques territorialisées** qui peuvent s'adresser à des structures portant des projets autoproduits. Il s'agit par exemple des aides au projet ou encore des aides à la structuration proposées par les Directions Régionales des Affaires Culturelles (DRAC)<sup>147</sup>, mais également des aides spécifiques proposées par des collectivités locales (régions, départements, voire communes).
- A un dernier niveau, le **crédit impôt pour le spectacle vivant** peut être sollicité par les artistes autoproduits. Là encore, cette aide s'adresse surtout à des artistes repérés ou confirmés qui, au cours de leurs parcours, ont internalisé des compétences de gestion administrative, puisque son accès nécessite le montage de dossiers administratifs complexes.

### 3.4.2. Les leviers non-institutionnels : la mutualisation des moyens

Au-delà des aides institutionnelles, les logiques de mutualisation perceptibles dans les collectifs d'artistes (cf. partie 3, 1.2.3) constituent un moyen d'atténuer les risques de précarisation liés à l'enregistrement de phonogramme et à l'autoproduction de spectacle, à plusieurs niveaux :

- D'abord, ces modèles permettent aux artistes de **mutualiser certaines tâches liées à leurs projets**, en déléguant par exemple les activités de gestion administrative et de prospection des aides et subventions à des salariés dédiés à au sein de leur structure. Les gains de temps ainsi réalisés permettent aux artistes de se concentrer davantage sur leur développement artistique.
- Ensuite, ces **modèles permettent de mutualiser les capitaux et les investissements** nécessaires à l'enregistrement phonographique et, plus rarement, à la production de spectacle vivant. Cet effet est particulièrement marqué pour les artistes émergents, pour qui, comme il a été évoqué, l'investissement initial dans le matériel nécessaire présente un risque de déstabilisation des revenus à court terme.
- Par ailleurs, **ces modèles permettent plus facilement de mutualiser les compétences** grâce aux recours à des formes de bénévolat et d'entraide – dans une logique de solidarité et de

---

<sup>147</sup> Il convient de préciser que les applications des différents dispositifs publics de subventionnement des artistes varient en fonction des DRAC.

réciprocité. Les artistes, au sein de ces collectifs, sont en effet amenés à acquérir des compétences techniques, selon des logiques d'apprentissage et de formation par les pairs, dans lesquelles les artistes les plus experts partagent leurs savoirs avec les personnes débutantes.

- Enfin, **ces modèles permettent de renforcer le capital social des artistes**, au travers des évènements et des temps de rencontres entre professionnels qui sont régulièrement organisés par les collectifs. Là encore, cet effet est particulièrement marqué pour les artistes émergents qui, on l'a vu, disposent souvent en début de carrière d'un carnet d'adresses peu développé et peu diversifié.

Les artistes, pour pallier les difficultés économiques et sociales auxquelles ils sont plus ou moins exposés, peuvent donc avoir recours à des aides institutionnelles, financières ou non financières, ainsi qu'à des aides hors institutions qui reposent sur des logiques de mutualisation des moyens et des compétences.

Les artistes qui autoproduisent leur musique enregistrée et/ou leur spectacle sont donc confrontés à des difficultés d'ordre économique et social. Ces difficultés sont plus ou moins importantes en fonction de la situation socioéconomique (patrimoine personnel ou hérité, aides des proches, propriétaire ou non, etc.) dans laquelle se trouve l'artiste au moment de faire le choix ou d'être contraint de s'autoproduire. Le flou qui caractérise la frontière entre sphères privée et professionnelle dans le travail artistique, ainsi que l'utilisation de ressources personnelles de l'artiste, dans le développement de son projet musical, expliquent **l'effet déstabilisateur que peut avoir un retour sur investissement faible** (de la musique enregistrée et/ou du spectacle vivant autoproduits) sur son niveau de vie.

Au-delà de leur situation socioéconomique de départ, les structures des revenus des artistes autoproduits semblent très variables dans le temps d'une part, et entre les artistes d'autre part. **Le niveau de développement de la carrière et les esthétiques influent sur l'ampleur des risques financier pris** (le niveau d'investissement nécessaire à l'autoproduction est plus élevé lorsque les procédés d'enregistrement sont conséquents ou que les projets nécessitent de nombreux musiciens) **et sur les revenus obtenus grâce à l'activité artistique** (en fonction de la temporalité des projets, de leur dimensionnement, de la notoriété des artistes, de leur capacité à fédérer un public, etc.). Pour pallier les difficultés socioéconomiques des artistes, des aides existent, elles visent le plus souvent des artistes repérés et supposent un travail administratif important.

**Tableau 13 - Panorama des difficultés économiques et sociales rencontrées par les artistes**

Type de difficultés	Type d'artistes particulièrement concernés		Leviers existants	Conditions pour accéder à ces leviers
	Niveau d'avancement	Caractéristiques du projet musical		
<b>Stabiliser / sécuriser ses revenus</b>	Emergents	-Esthétiques peu reconnues par les pouvoirs publics (punk, électro, rap)	L'accès au régime de l'intermittence	*Obtenir un nombre de cachets suffisants *Cumuler son activité artistique avec une activité de technicien du spectacle
			Les activités annexes au travail artistique	*Accéder à un emploi à temps partiel pour sanctuariser des temps activités de création/répétition *Détenir un emploi non précaire (CDI ou fonction publique)
			Les soutiens de ses proches (amis, familles)	*Détenir un capital social permettant de solliciter ses proches *Être issu d'un milieu social en capacité d'apporter des aides financières pour développer son projet
<b>Amortir l'investissement lié à la production d'un enregistrement phonographique</b>	Emergents	-Projets au dimensionnement élevé -Projets nécessitant des procédés d'enregistrement en acoustique	La mutualisation / le partage des investissements dans les moyens de production phonographique	*Faire partie d'un collectif d'artistes *Mobiliser son capital social permettant d'accéder à des studios/matériels d'enregistrement à frais réduits
			La mobilisation des aides interpersonnelles	*Disposer d'un carnet d'adresse développé dans le milieu musical *Faire partie d'un collectif d'artistes
			La mobilisation de ses compétences techniques pour limiter le recours à des prestataires	*Avoir accédé à des formations dans le domaine *Avoir acquis ces savoirs par l'expérience dans le milieu artistique *Faire partie d'un collectif d'artistes, et bénéficier de soutiens des pairs
			La sollicitation des aides et des subventions pour la production phonographique	*Avoir monté une structure juridique dédiée à son projet d'autoproduction phonographique *Avoir internalisé dans son parcours des compétences de montage et de gestion de dossiers administratifs *Détenir un capital social dans le milieu musical permettant de mieux cibler les guichets à solliciter

			Le développement d'une stratégie de communication et de distribution	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Avoir internalisé dans son parcours (par la formation ou l'expérience) des compétences de communication</li> <li>*Détenir un carnet d'adresse permettant d'identifier les relais pertinents pour faire parler de son enregistrement phonographique</li> <li>*Détenir un carnet d'adresse permettant de travailler avec un distributeur adapté à son projet</li> </ul>
<b>Amortir l'investissement lié à la production d'un spectacle vivant</b>	Emergents	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Projets au dimensionnement élevé</li> <li>-Esthétiques dans lesquelles il y a peu de producteurs de spectacle</li> </ul>	La mutualisation/partage des investissements dans les moyens de production	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Faire partie d'un collectif d'artistes</li> <li>*Mobiliser son capital social dans le milieu musical pour accéder à ces moyens à frais réduits</li> </ul>
			La mobilisation de ses compétences techniques pour limiter le recours à des prestataires	*Avoir internalisé ses compétences dans son parcours (par la formation ou l'expérience)
			La prospection et la promotion de son spectacle	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Avoir internalisé des compétences de communication dans son parcours</li> <li>*Avoir un cercle de fan développé qui assure le relai de la communication</li> <li>*Détenir un carnet d'adresse développé pour accéder à des salles</li> </ul>
			La sollicitation des aides et des subventions pour le spectacle vivant	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Avoir monté une structure juridique dédiée à son projet d'autoproduction phonographique</li> <li>*Avoir internalisé dans son parcours des compétences de montage et de gestion de dossiers administratifs</li> <li>*Connaitre les différentes aides</li> <li>*Détenir un capital social dans le milieu musical permettant de mieux cibler les guichets à solliciter</li> </ul>

# 4.

## Les difficultés techniques et artistiques

PARTIE N° 3

La démarche d'autoproduction s'accompagne de difficultés relatives à la technicité de l'enregistrement phonographique (4.1), et à la complexité de la production d'un spectacle, depuis la construction d'une proposition artistique cohérente jusqu'à sa diffusion (4.2). Le développement des compétences techniques des artistes, le renforcement de leurs ressources sociales et la consolidation de la trésorerie de leur structure sont autant de leviers qui permettent de dépasser ces difficultés (4.3).

## 4.1. La démocratisation relative de l'accès à la production phonographique

Si l'accès à l'enregistrement phonographique s'est démocratisé ces dernières décennies, certaines difficultés techniques persistent (4.1.1) et nécessitent le recours à des compétences spécifiques (4.1.2).

### 4.1.1. Les « home studios », la fin des difficultés techniques ?

La numérisation des studios a permis non seulement une **baisse des coûts d'enregistrements**<sup>148</sup>, mais aussi, de manière liée, **l'accès progressif des artistes aux compétences techniques** nécessaires à l'enregistrement phonographique.

Dans le schéma classique, le coût global d'un enregistrement de la première copie d'une œuvre musicale (master) prend en compte la **location d'un studio, le salaire d'un ingénieur du son, ainsi que la rémunération des musiciens**. Il se décompose en un premier ensemble qui comprend les sessions d'enregistrement en tant que telles (réglages, prestations des musiciens, enregistrements des pistes), puis en un second ensemble incluant la phase de postproduction (mixage des sources audio et masterisation). Ce coût est variable en fonction du temps passé à ce travail et des professionnels mobilisés.

De nombreux artistes sont aujourd'hui en **capacité de produire des enregistrements d'une qualité correcte à partir d'un « home studio »** remettant ce schéma en question. La révolution technologique et numérique et la démocratisation de l'accès aux « home studios » sont ainsi souvent présentées comme des **facteurs déterminants du développement de l'autoproduction musicale**<sup>149</sup>, notamment *via* l'appropriation par les artistes des techniques du son. Ces constats sont largement partagés par les artistes enquêtés qui témoignent d'une plus grande facilité à autoproduire leurs phonogrammes aujourd'hui. Ainsi, le membre d'un groupe confirmé, se situant à l'intersection de la chanson française, du rock et du reggae, dont le premier album autoproduit remonte au milieu des années 1990, souligne la plus grande facilité à enregistrer aujourd'hui (« *Aujourd'hui, c'est plus facile grâce à tous les outils qui sont disponibles. Le moindre musicien peut avoir un petit studio correct à la maison* »).

Toutefois, **il convient de souligner que la démocratisation de l'accès aux « home studios » reste relative**. Pour certains artistes, on constate la persistance de difficultés à enregistrer via des « home studios » leurs phonogrammes. En effet, certains artistes émergents – les plus exposés aux situations de précarité – n'ont pas les moyens d'investir dans un matériel pour construire un « home studio » de qualité. Si les coûts ont drastiquement diminué, certains dispositifs (logiciels, cartes son de haute qualité) peuvent représenter pour des artistes au capital économique de départ peu élevé une barrière à l'amélioration qualitative de leurs enregistrements phonographiques.

Plus largement, la **principale difficulté demeure pour les artistes autoproduits de parvenir à garantir un ratio « qualité de l'enregistrement du phonogramme/coût » optimal**. Ainsi, si de nombreux artistes ont pu s'émanciper du recours à des studios professionnels et à des experts techniques

---

<sup>148</sup> Marc Bourreau et Michel Gensollen, « L'impact d'Internet et des Technologies de l'Information et de la Communication sur l'industrie de la musique enregistrée », *Revue d'économie industrielle*, 2006, n° 116, p. 31-70.

<sup>149</sup> *Ibid.*

(ingénieurs du son) pour les phases d'enregistrement, ceux-ci sont souvent indispensables pour les phases de mixage et de masterisation.

### 4.1.2. Les compétences techniques sous estimées de la post-production

En effet, le fait que les artistes autoproduits utilisent de plus en plus des « home studios » **ne signifie pas qu'ils n'ont plus du tout recours à des studios professionnels**. Plusieurs artistes évoquent la nécessité de faire appel à une expertise technique extérieure dans les phases de postproduction de leur enregistrement, pour le mixage et la masterisation. Aussi, il arrive communément que les artistes enregistrent des premières versions de leurs morceaux « à la maison » et cherchent ensuite à les perfectionner en louant un studio et en s'appuyant sur les compétences d'un ingénieur du son. C'est le cas par exemple d'un groupe d'artistes de chanson française qui ont choisi cette méthode « *en deux temps* » pour mettre au point une version aboutie de leur phonogramme.

Chez les artistes émergents, la phase de postproduction est parfois sous-estimée, ce qui, selon certains accompagnateurs enquêtés, peut nuire à la qualité de la production artistique contemporaine<sup>150</sup>. Ce phénomène est lié aux contraintes financières qui pèsent sur la capacité d'investissement des artistes, mais aussi, selon certains des professionnels enquêtés, à la moindre importance qu'ils accordent à cette étape. En entretien, un artiste à l'intersection du rap et de la chanson française explique n'avoir réalisé l'apport de la postproduction qu'après l'autoproduction de 2 EP et de près de 40 singles. C'est la signature d'un contrat de licence pour son premier album qui lui a permis d'investir dans cette phase.

Ainsi, si les « home studios » ont en partie réduit les coûts des enregistrements des maquettes et des premières versions des morceaux des artistes, **il est important de souligner que les compétences d'ingénieur du son**, qui reposent sur des savoirs complexes nécessitant des formations techniques, **sont toujours nécessaires**. Par ailleurs, les procédés et « standards » de mixage et de masterisation sont souvent très spécifiques aux esthétiques dans lesquelles les artistes évoluent. Une difficulté supplémentaire relève alors, pour les artistes émergents notamment, d'**identifier des professionnels spécialisés** dans leurs esthétiques. Ce sont parfois les artistes eux-mêmes qui détiennent ces compétences lorsque, du fait de parcours artistiques et professionnels, ils ont été formés aux techniques d'ingénierie du son et aux procédés de mixage propres à leurs esthétiques<sup>151</sup>.

## 4.2. Produire et diffuser un spectacle : un exercice complexe

L'autoproduction de spectacle vivant est moins perçue comme une finalité que comme une étape vers le recours à un producteur. En effet, l'organisation du travail artistique (4.2.1) ainsi que la diffusion du spectacle (4.2.2) sont des activités à la fois complexes et chronophages.

---

<sup>150</sup> Directeur d'une SMAC de ville moyenne, hors Île-de-France.

<sup>151</sup> Il s'agit notamment d'un groupe d'artistes (musiques électroniques) qui se sont rencontrés au cours de leurs études d'ingénierie du son.

### 4.2.1. Les difficultés à avoir une vue d'ensemble sur le travail artistique

En cas d'autoproduction de spectacle vivant, les artistes assurent **à la fois la responsabilité du plateau et l'organisation du travail artistique**. Le principal niveau de difficulté relatif aux phases de production, de répétition et de finalisation du spectacle est d'identifier les compétences nécessaires, de repérer les professionnels adéquats qui pourraient y contribuer et d'**orchestrer la collaboration de chacun dans un projet commun**. Ces difficultés **varient selon le niveau de développement des artistes**. En effet, les artistes repérés, et surtout confirmés, ont plus fréquemment intégré ces compétences que des artistes émergents qui en ont peu l'expérience. Les artistes émergents enquêtés font souvent appel à leurs proches spécialisés en ingénierie du son, en cinéma, en audiovisuel. Ainsi, d'après un membre d'un collectif d'artistes aux esthétiques éclectiques, c'est d'abord par des « *coups de main* » que les artistes construisent leur spectacle avant de chercher à se « *professionnaliser* » - c'est-à-dire, entre autres, avoir recours à des prestataires extérieurs et assurer le versement de cachets à l'ensemble des membres du plateau artistique.

Plusieurs éléments renforcent ces difficultés : la nécessité de recourir à des procédés complexes de sonorisation, la présence d'un grand nombre d'instruments sur scène ou encore le recours à une diversité de compétences dans le spectacle (danse, vidéo, image, etc.). Ces difficultés **varient donc en fonction des caractéristiques du projet musical plus que des esthétiques dans lesquelles ils s'inscrivent**.

### 4.2.2. Les difficultés liées à la diffusion : connaissance des réseaux de diffusion et compétences organisationnelles

Certains artistes autoproduits, lorsqu'ils ne font pas appel à un tourneur, ont à se charger eux-mêmes de la diffusion de leur spectacle<sup>152</sup>. **Or, cet exercice nécessite d'abord d'avoir un carnet d'adresse constitué** de lieux de diffusion et d'organisateur de spectacle. Plusieurs professionnels enquêtés reviennent sur la crainte des artistes émergents de « *se griller* », c'est-à-dire de proposer un spectacle en décalage avec la programmation d'une salle, d'approcher les équipes de festivals sans connaître ni les calendriers, ni les critères de sélection, etc. Si un membre d'une compagnie de jazz enquêté admet que ce travail ne se fait pas sans « *erreur* » et qu'il s'agit d'un processus d'apprentissage, les faux-pas peuvent avoir des conséquences durables, dans un contexte de concurrence accrue - en particulier en région parisienne. Lorsqu'ils réalisent eux-mêmes le travail de prospection, leur crédibilité est parfois mise à mal. Le risque d'être pris pour des amateurs, et de ne pas accéder aux bons interlocuteurs, est alors important (« *c'est difficile de se vendre (...), de téléphoner à une salle en disant 'je voudrais proposer un artiste'. Déjà, est-ce que vous arrivez à dire que c'est vous au bout du fil ?* »<sup>153</sup>).

Ensuite, lorsqu'ils ont accès aux lieux de diffusion, des questions logistiques émergent et peuvent être source de difficultés. Le contact avec les lieux d'accueil, la réservation de logements, de transports ainsi

---

<sup>152</sup> Notons que la problématique de l'accès aux moyens de diffusion se pose également pour la musique enregistrée. Néanmoins, la plupart des artistes, y compris émergents, ne prennent pas en charge directement, c'est-à-dire *via* leur structure, la diffusion des œuvres musicales en physique et en numérique. Cette dernière n'est donc pas apparue comme source de difficultés particulières lors de l'enquête de terrain, contrairement à la problématique, pour le spectacle vivant, de l'accès aux lieux de diffusion.

<sup>153</sup> Entretien avec le délégué général d'un syndicat de professionnels de la musique.



que la gestion du *catering* pour l'ensemble des membres du plateau artistique le cas échéant sont des activités qui sont autant de temps pris sur la production artistique.

Enfin, l'un des obstacles majeurs à la diffusion, pour les artistes émergents notamment, est consécutif du **contexte difficile pour les petites salles de concert, les bars ou les cafés-concerts**. En effet, plusieurs artistes enquêtés soulignent l'effet de nombreuses fermetures administratives sur la scène culturelle émergente et notamment sur l'enrayement du rôle de tremplin vers des salles plus grandes qui a pu être assumé par ces lieux<sup>154</sup>.

## 4.3. Les leviers existants : l'accès aux compétences techniques, les ressources sociales et financières

Trois types de leviers permettent de dépasser les difficultés propres à l'autoproduction de musique enregistrée et de spectacle vivant : la montée en compétences des artistes (4.3.1), le développement de leur capital social (4.3.2) et le fait de disposer d'un niveau de trésorerie suffisant (4.3.3).

### 4.3.1. Les compétences techniques

Certains artistes, par leur formation et leur trajectoire antérieure, sont **mieux disposés que d'autres à prendre en charge les activités susceptibles de poser des problèmes techniques**. Ceux qui ont fait des études d'ingénierie du son, de cinéma (travail du visuel, de la vidéo) ou encore de musicologie peuvent réutiliser certaines compétences acquises dans le cadre de leur formation.

Pour les artistes n'ayant pas suivi ce type de formation, ces compétences techniques peuvent s'acquérir par d'autres vecteurs. Les **événements et festivals** qui réunissent des professionnels (la Jimi, le MaMA), les **formations dans des centres de ressources ou des lieux d'accompagnement artistique, les résidences** ou encore les **partages d'expérience au sein des collectifs** sont des moments ou des outils qui permettent aux artistes de monter en compétences.

### 4.3.2. La nécessité de constituer un réseau

La possibilité d'acquérir ces compétences est directement liée à la capacité des artistes à **mobiliser leurs ressources sociales et à les renforcer**. En effet, l'accès aux événements, aux formations, aux résidences et aux collectifs suppose d'être d'ores et déjà inscrit dans un réseau professionnel. L'inscription dans ce réseau permet d'identifier les personnes susceptibles de constituer un appui pour le projet musical.

---

<sup>154</sup> Un membre d'un collectif, éclectique en termes d'esthétiques, évoque deux raisons principales à ses fermetures administratives : d'une part, les contrôles liés aux normes de sécurité incendie, renforcés à la suite d'une succession d'incidents survenus dans des lieux de diffusion à Paris et en région ; d'autre part, les conflits de voisinage liés au volume sonore engendré par les concerts.

- Les ressources sociales dépendent d'abord du **capital social** de l'artiste. Les artistes dotés de relations interpersonnelles développées et diversifiées dans le milieu musical sont davantage en capacité d'accéder à des ressources matérielles ou immatérielles et à de nouvelles opportunités.
- Ces inégalités de ressources sociales s'expliquent par leurs **milieux sociaux d'origine** ; leurs **domaines de formation** (une part non négligeable des artistes enquêtés ont effectué des formations au Conservatoire ou en ingénierie du son) ; et leurs **expériences professionnelles** (le fait de cumuler une activité de technicien et d'artiste du spectacle pour accéder au régime de l'intermittence pourra par exemple donner accès à de nouveaux contacts dans le secteur). Le recours aux compétences de l'entourage et au bénévolat, en particulier pour les artistes émergents, n'est donc pas anodin : il suppose d'être entouré des personnes qui sont en mesure de contribuer au projet.

Ces ressources évoluent par ailleurs en fonction du niveau de développement des artistes. **Les artistes confirmés ont pu constituer, au fil de leur carrière, un réseau de connaissances dans le milieu musical.** Ils sont mieux armés pour identifier les compétences et les ressources qu'ils peuvent mobiliser pour le développement de leur projet musical. L'étude montre que les artistes confirmés, et dans une moindre mesure les artistes repérés, parviennent à réduire de cette manière certains coûts de production (accès à des studios d'enregistrement, des compétences d'ingénieur du son, des musiciens, etc.). Il s'agit d'ailleurs d'un élément qui différencie les artistes émergents ou confirmés ayant vu leur contrat rendu, contraints à s'autoproduire. Dans le second cas, les artistes disposent d'un réseau d'acteurs et de compétences acquises facilitant la mise en œuvre technique de leur nouveau projet musical.

### 4.3.3. Les moyens financiers

Les moyens financiers constituent une ressource primordiale pour dépasser les difficultés techniques et artistiques auxquels sont confrontés les artistes. En effet, un niveau stable et suffisant de trésorerie peut permettre d'**embaucher une personne salariée dédiée à des questions spécifiques**, hors travail de création artistique (ingénieur du son, attaché de presse, chargé de communication, etc). Cette internalisation des compétences donne la possibilité aux artistes de se recentrer sur leur cœur de métier. Elle n'est cependant accessible qu'à partir d'un certain niveau de structuration et de notoriété. Les artistes peuvent par ailleurs avoir **recours à des prestataires externes** pour une partie des activités liées à l'autoproduction de musique enregistrée ou de spectacle vivant. La relation à ces prestataires est plus ou moins continue. **Les difficultés techniques et artistiques sont de ce point de vue intriquées aux difficultés économiques rencontrées par les artistes.**

En somme, en ce qui concerne la musique enregistrée, si la technicité de l'enregistrement phonographique a décliné grâce aux évolutions technologiques, les artistes, en fonction de leur niveau de développement et de l'esthétique dans laquelle ils s'inscrivent, n'y ont pas accès de la même manière. Par ailleurs, la complexité de la production d'un spectacle vivant se traduit par des difficultés relatives à la mobilisation de compétences professionnelles diversifiées et au travail de prospection des lieux de diffusion. Les leviers permettant de dépasser ces obstacles relèvent principalement de l'acquisition de compétences, de l'embauche de personnes qui les détiennent ou du recours à des prestataires (tableau 14).

**Tableau 14 – Panorama des difficultés techniques et artistiques rencontrées par les artistes autoproduits**

Principaux types de difficultés rencontrées par les artistes	Types d'artistes particulièrement touchés		Leviers existants	Conditions pour parvenir à ces leviers
	Niveau de développement	Caractéristiques du projet musical		
<b>Produire un enregistrement phonographique</b>	Emergents	-Projets au dimensionnement élevé  -Projets nécessitant des procédés d'enregistrement acoustique	*Avoir les compétences en interne  *Se former  *Avoir recours à un prestataire  *Avoir recours aux compétences de l'entourage, au bénévolat	*Formation préalable  *Ressources sociales  *Trésorerie
<b>Organiser le travail artistique nécessaire à l'autoproduction d'un spectacle vivant</b>	Emergents  Repérés	-Toutes esthétiques confondues  -Projets au dimensionnement élevé	*Avoir recours à des prestataires  *Avoir recours aux compétences de l'entourage, au bénévolat  *Faire des coproductions  *Sortir de l'autoproduction en ayant recours à un producteur de spectacle vivant	*Trésorerie  *Ressources sociales  *Notoriété
<b>Assurer les activités de diffusion du spectacle vivant</b>	Emergents	-Toutes esthétiques confondues	*Avoir recours aux compétences de l'entourage, au bénévolat  *Acquérir les compétences  *Avoir recours à un booker	*Ressources sociales  *Formation préalable

# 5.

## Conclusion : les difficultés des artistes autoproduits

PARTIE N° 3

**Le phénomène de l'autoproduction se traduit, pour les artistes, par des rapports différenciés au fait d'être leur propre producteur.** Pour certains, c'est un choix revendiqué, qui assure dans la musique enregistrée une liberté artistique, politique et financière aux artistes, tandis qu'elle leur confère des marges de manœuvre en termes d'organisation dans le spectacle vivant. Pour d'autres, l'autoproduction est contrainte : c'est un « passage obligé » en début de carrière, que ce soit dans la musique enregistrée et le spectacle vivant ; ou une solution face à une absence d'alternatives lorsqu'un contrat d'artiste n'est pas renouvelé ou que les professionnels prêts à investir dans la production phonographique ou de spectacle sont peu nombreux.

**Le niveau de développement des artistes et l'esthétique musicale dans laquelle ils s'inscrivent font varier ces différentes logiques d'entrée dans l'autoproduction.** Nous avons distingué quatre types d'artistes. D'une part, les artistes émergents - en quête de notoriété - et les « confirmés contrat rendu » - qui ont été produits antérieurement (pour leur musique enregistrée et/ou leur spectacle vivant) mais n'ont pas pu continuer - sont plus susceptibles d'être dans une logique contrainte, c'est-à-dire de percevoir l'autoproduction comme une étape ou une solution « par défaut ». D'autre part, les artistes repérés - qui ont refusé des contrats d'artiste et, plus rarement, des contrats avec des producteurs de spectacle vivant - ainsi que les « confirmés émancipés » - qui ont préféré devenir leur propre producteur alors qu'ils étaient auparavant produits - voient l'autoproduction comme un moyen de maîtriser de bout en bout leur projet artistique.

**Le caractère choisi ou contraint de l'entrée dans l'autoproduction révèle en creux les ressources dont les artistes disposent pour produire leurs propres projets musicaux.** Or, les ressources qui sont nécessaires pour faire face aux difficultés rencontrées ont évolué. Pour autoproduire leur musique enregistrée et/ou leur spectacle vivant, les artistes doivent notamment tenter de « bien » se positionner au sein d'un écosystème d'acteurs avec lequel ils n'entretiennent plus les mêmes liens. Par ailleurs, la prise

de risque artistique et financière se traduit par des risques de précarité économique et sociale, qui affectent plus particulièrement les artistes ne disposant pas des ressources pour les assumer. Des difficultés de trois ordres peuvent être relevées :

- Dans un premier temps, la création et la gestion d'une structure juridique ainsi que la question du statut des artistes dans cette même structure sont des **enjeux administratifs et juridiques qui sont complexes pour les artistes**. Ces difficultés les touchent quels que soient leur niveau de développement et les esthétiques dans lesquelles ils s'inscrivent – c'est lorsqu'il s'agit d'accéder aux leviers pour les dépasser qu'apparaissent des différences entre un artiste émergent et un artiste confirmé.
- Dans un deuxième temps, les **difficultés économiques et sociales** auxquelles sont confrontés les artistes sont perceptibles à deux niveaux. D'abord au niveau de leur situation socioéconomique personnelle et, de manière liée, lorsque sont investies des ressources propres des artistes dans l'autoproduction ; ensuite, lorsqu'ils tirent leur rémunération de leur activité musicale, au niveau de l'amortissement des investissements réalisés par la structure qui porte leur(s) projet(s). Les plus exposés sont les artistes émergents, qui débudent et/ou qui sont en quête de notoriété.
- Dans un troisième et dernier temps, **l'autoproduction de musique enregistrée et/ou de spectacle vivant s'accompagne de difficultés techniques et artistiques** qui sont liées en particulier à la technicité de l'enregistrement phonographique et à la complexité de la production de spectacle vivant. Ce sont les artistes émergents et repérés qui sont les plus concernés par ces obstacles, en raison de la difficulté à acquérir ces compétences, à les externaliser (en ayant recours à des prestataires) ou à les internaliser (en embauchant une personne dédiée).

**Pour dépasser ces obstacles, les artistes ont recours à différents leviers en fonction de leur niveau de développement.** L'appui bénévole de proches disposant de compétences, la recherche de sessions de formation, l'obtention de subventions ou d'aides financières diverses, ou encore l'accompagnement artistique gratuit de salles sont sollicités en particulier par les artistes émergents et repérés. L'accès à des compétences, par l'embauche de personnel (administrateur ou chargé de communication par exemple), et/ou le recours à des prestataires externes (attaché de presse, ingénieur du son, avocat, comptable, etc.) sont des leviers plus difficilement accessibles pour des artistes qui n'en ont pas les ressources.

**Or, ce sont ces ressources qui facilitent l'accès des artistes à l'autoproduction de musique enregistrée et/ou de spectacle vivant.** La trésorerie de leur structure, alimentée par des ressources financières diverses (projets précédents, ressources personnelles des artistes, aides publiques ou privées) ; la notoriété, qui dépend en partie de la capacité des artistes à attirer une audience consolidée ; leur inscription dans un réseau professionnel, en fonction de leurs ressources sociales et de leurs expériences antérieures ; ou encore les compétences techniques dont ils disposent, sont autant de conditions cruciales pour être capable d'autoproduire une musique enregistrée et/ou un spectacle vivant. **Les artistes sont inégaux en termes de détention de ces ressources : l'accès aux leviers, qui lui-même en dépend, est en conséquence primordial** pour donner la possibilité aux artistes de créer et/ou d'interpréter leurs projets musicaux.

**Tableau 15 - Panorama synthétique des difficultés rencontrées par les artistes en fonction de leur niveau de développement**

<b>Types de difficultés</b>	<b>Artistes émergents</b>	<b>Artistes repérés</b>	<b>Artistes confirmés contrat rendu</b>	<b>Artistes confirmés émancipé</b>
<b>Difficultés juridiques et administratives</b>	Produire sa musique enregistrée et/ou ses spectacles vivants sans créer de structure juridique			
	Monter une structure juridique			
	Gérer une structure juridique			
<b>Difficultés économiques et sociales</b>	Stabiliser / sécuriser ses revenus			
	Amortir l'investissement lié à la production d'un enregistrement phonographique			
	Amortir l'investissement lié à la production d'un spectacle vivant			
<b>Difficultés techniques et artistiques</b>	Produire un enregistrement phonographique			
	Organiser le travail artistique nécessaire à l'autoproduction d'un spectacle vivant			
	Assurer les activités de diffusion du spectacle vivant			
	Gérer l'image du projet artistique et la communication			

# PARTIE 4.

# Conclusion générale

Cette **étude exploratoire** poursuivait l'objectif de produire de la connaissance sur le phénomène de l'autoproduction des artistes de la musique en France. Si le phénomène est ancien, il semble qu'il se caractérise par des logiques et une ampleur nouvelles, qui justifient de chercher à mieux comprendre les impacts de celui-ci sur le secteur de la musique et sur les artistes de la musique.

**L'autoproduction de musique enregistrée et l'autoproduction de spectacle vivant ne doivent pas être confondues.** La première se comprend à l'aune de la crise du disque, des évolutions des modes de consommation, de la démocratisation relative de l'accès aux outils de production. La seconde n'a pas autant été marquée par les révolutions technologique et numérique, et les artistes qui autoproduisent leur spectacle vivant ne semblent pas pouvoir concurrencer le développement de ceux qui sont produits, à la différence de ce que l'on observe dans la musique enregistrée. Par ailleurs, **l'autoproduction des artistes de la musique est protéiforme**, elle varie selon les niveaux de développement des artistes, leur notoriété et l'esthétique dans laquelle ils s'ancrent.

Un enjeu de cette étude exploratoire était donc de dépasser une vision floue et éclatée de l'autoproduction musicale pour mettre en évidence ses ressorts mais aussi ses effets. Nous présentons d'une part quatre types de résultats (1) et présentons d'autre part aux possibilités de mise en place d'une étude quantitative sur les artistes autoproduits (2).



# 1.

## Quatre résultats

L'étude exploratoire menée permet de dresser quatre ensembles de résultats principaux. Les deux premiers portent sur **l'impact de l'autoproduction sur la filière musicale** (1.1). Les deux autres ensembles de résultats concernent **l'impact de l'autoproduction sur les trajectoires des artistes autoproduits** (1.2).

### 1.1. L'évolution du positionnement des producteurs

**Le premier résultat porte plus spécifiquement sur le positionnement des producteurs dans le secteur musical.** En l'occurrence, le positionnement des maisons de disque, en tant que producteurs de musique enregistrée, est sujet à un processus de transformation qui ne relève pas d'une diminution mais plutôt d'une reconfiguration de leur rôle. Celui-ci est modifié suivant deux logiques distinctes : d'un côté, les maisons de disque réduisent leur prise de risque dans la production (ce qui se traduit concrètement par une baisse des contrats d'artiste et une augmentation des contrats de licence) et le développement d'artistes émergents ; de l'autre côté, elles proposent des offres d'accompagnement intégral, garantissant une rentabilité des activités annexes (*merchandising* notamment). Dans le spectacle vivant, un faible investissement caractérise le positionnement de certains producteurs (détenteurs de la licence de 2<sup>ème</sup> catégorie), qui se limitent à la prise en charge de la rémunération des artistes, musiciens et techniciens du plateau artistique. Si la production de spectacle a moins été touchée par la crise du disque, on assiste malgré tout à un affaiblissement de l'hétérogénéité des producteurs, qui était pourtant adaptée à la diversité des artistes (en termes d'esthétiques et de niveaux de développement).

## 1.2. L'émergence d'un écosystème autour des artistes autoproduits

**Le deuxième résultat porte sur la transformation du secteur musical en montrant l'émergence d'un écosystème d'accompagnateurs pluriels qui gravitent autour des artistes autoproduits.** Ces accompagnateurs se distinguent essentiellement suivant trois critères : d'abord selon leur niveau de spécialisation (on peut opposer des acteurs généralistes, encore marginaux, et des acteurs spécialisés), ensuite selon la nature de la relation (lucrative ou non) qu'ils entretiennent avec l'artiste, enfin selon la temporalité de cette relation (continue ou ponctuelle). Loin d'être isolés, les artistes autoproduits s'inscrivent dans un réseau qui favorise d'une part le partage d'expériences et de compétences, d'autre part l'accès à des professionnels de l'accompagnement.

Ces deux premiers résultats témoignent d'une forme de **recomposition du rôle des acteurs du secteur de la musique qui se structurent autour des artistes autoproduits.** Du côté de la musique enregistrée, on assiste à une amplification des offres d'accompagnement proposées par les majors et les gros labels indépendants qui ont pu s'adapter aux mutations à l'œuvre. Par ailleurs, dans l'ensemble du secteur, on assiste à l'émergence de nouveaux prestataires des artistes, le plus souvent atomisés et spécialisés, de l'accompagnement. Ces transformations affectent les trajectoires des artistes.

## 1.3. Les motifs diversifiés d'entrée dans l'autoproduction

**Le troisième résultat porte sur les différents motifs d'entrée dans l'autoproduction. Nous distinguons les artistes pour lesquels l'autoproduction est une contrainte de ceux pour lesquels elle relève d'un choix (autrement dit, du refus d'une possibilité de production).** Plus précisément, nous distinguons **deux types d'artistes « contraints »** : les **artistes émergents** qui doivent passer par l'autoproduction pour développer leur notoriété et les **artistes confirmés** qui soit ont déjà été produits, mais leur carrière est en déclin et leur contrat a été rompu ou non renouvelé par leur producteur, soit sont inscrits dans des esthétiques dans lesquels les producteurs sont peu nombreux, limitant de fait les possibilités d'être produits. De même, on distingue deux types d'artistes qui font le **choix de l'autoproduction** : les **artistes repérés** qui refusent l'investissement d'un producteur pour poursuivre leur projet en autoproduction et les artistes qui ont été produits et qui décident de **s'émanciper** de leur producteur en entamant un projet autoproduit. Lorsque les artistes choisissent de s'autoproduire, les motifs avancés relèvent d'une volonté de gagner en liberté artistique et politique dans le développement du projet d'une part et de motivations financières d'autre part. Le caractère contraint ou choisi de l'entrée dans l'autoproduction révèle, en creux, les ressources dont disposent les artistes pour dépasser les difficultés inhérentes à l'autoproduction d'un projet musical.

## 1.4. Les difficultés rencontrées par les artistes autoproduits

**Le quatrième résultat porte sur les types de difficultés rencontrées par les artistes autoproduits.**

En l'occurrence, ils sont confrontés à des difficultés plurielles dont le degré et la nature varient selon leur niveau de développement, leur notoriété et l'esthétique dans laquelle ils s'ancrent. La démarche d'autoproduction soulève des enjeux d'ordre **administratif et juridique**, relatifs à la création et à la gestion d'une structure de production. Elle affecte également les **situations socioéconomiques** des artistes - particulièrement exposés en phase d'émergence à des risques de précarité - qui peuvent être mis en difficulté par un faible retour sur investissement du projet musical. Les obstacles sont enfin **techniques et artistiques**, et relèvent de la complexité à fédérer des compétences plurielles autour d'un enregistrement phonographique ou d'un spectacle. Les artistes **sont confrontés de manière différenciée à ces difficultés**, en fonction des ressources dont ils disposent. Leur profil, leur trajectoire antérieure et les réseaux dans lesquels ils s'inscrivent jouent dans la capacité à dépasser ces obstacles, mais aussi à atteindre les leviers existants (compétences de proches, formation, accompagnement artistique, recours à des prestataires, création d'un poste d'administrateur dans la structure, etc.).

# 2.

## Les possibilités et limites d'une future étude quantitative

PARTIE N° 4

Cette étude exploratoire s'inscrivait dans un contexte de méconnaissance du phénomène de l'autoproduction de musique enregistrée et de spectacle vivant. Un des défis au départ de cette étude relevait de la difficile appréhension du phénomène en raison des contours flous qu'il recouvre. En recourant à des méthodes qualitatives plurielles et en enquêtant auprès d'une diversité d'acteurs de la musique, elle a permis de produire de la connaissance sur les implications de l'autoproduction sur le secteur musical mais également sur les difficultés – administratives, juridiques, économiques, sociales et techniques – rencontrées par les artistes autoproduits.

Les connaissances produites ne relèvent néanmoins pas d'une approche statistique permettant de quantifier le phénomène de l'autoproduction. Les problématiques juridiques – et leurs conséquences sur la structuration des projets musicaux autoproduits – rendent le ciblage de la population des artistes autoproduits difficile.

Néanmoins ce constat ne doit pas conduire à faire exclure toute approche quantitative du phénomène de l'autoproduction des artistes de la musique. Certaines stratégies pourraient permettre de travailler sur des populations potentielles d'artistes autoproduits, sans recouvrir la diversité des situations et sans certitude de ne toucher que des artistes autoproduits. Le choix pourrait ainsi être fait d'enquêter auprès de **labels produisant un artiste unique** (mais cela ne garantit pas qu'il s'agisse systématiquement d'un artiste ou groupe d'artistes autoproduit et exclut les artistes autoproduits qui s'appuient sur leur label pour produire d'autres artistes).

Pour être certains de ne toucher que des artistes autoproduits, mais en se restreignant à une sous-population d'entre eux, il serait possible de mener une **enquête statistique auprès des bénéficiaires des aides à l'autoproduction délivrées par la SACEM, l'ADAMI ou le FCM, voire auprès de l'ensemble des postulants à ces aides**. Dans le cas de ces aides, un travail de repérage des artistes

autoproduits est réalisé en amont par les organismes financeurs, garantissant ainsi de ne travailler que sur des artistes en situation d'autoproduction. En revanche, cela suppose de ne travailler que sur des artistes autoproduits bénéficiaires d'aides. Or, on l'a vu, ces aides sont parfois méconnues par certains artistes, d'autres ont des difficultés à effectuer le travail administratif nécessaire à leur obtention ou n'ont pas les caractéristiques (nombre de dates, nombre de titres, cadre légal, etc.) pour les obtenir. En élargissant à l'ensemble des postulants à ces aides, il sera possible d'accéder à une plus grande diversité d'artistes autoproduits – et notamment à des projets plus récents ou moins aboutis.

Cette approche permettrait d'accéder à des populations d'artistes autoproduits suffisamment importantes pour mener des exploitations statistiques fiables sur les caractéristiques des **artistes autoproduits bénéficiaires ou postulant aux aides**. Il s'agirait de dresser un portrait et de rendre compte statistiquement de la diversité des artistes autoproduits et de leur structure mais aussi d'analyser les effets des caractéristiques des artistes, des esthétiques et de l'envergure des projets sur les difficultés, freins et leviers qui jalonnent leurs trajectoires. Les résultats de cette étude exploratoire portant sur les difficultés rencontrées par les artistes autoproduits pourraient être de cette façon confortés, précisés et nuancés. En cela, une analyse statistique sur les artistes autoproduits bénéficiaires ou postulant à des aides constituerait une avancée majeure en termes de production de connaissance et permettrait certainement de poser les jalons d'une étude statistique à plus grande échelle auprès d'un échantillon représentatif de l'ensemble des artistes autoproduits.

# Bibliographie

ADAMI, *Filière de la musique enregistrée : quels sont les véritables revenus des artistes interprètes ?*, Paris, 2006.

ASKENAZY Philippe et COHEN Daniel, *5 crises. 11 nouvelles questions d'économie contemporaine*, Albin Michel, 2013.

BACACHE Maya, BOURREAU Marc, MAYARD Sisley et MOREAU François, « Etude Labex ICCA/Telecom ParisTech/Adami », p. 2016.

BEARING POINT, *Evaluation de l'impact du crédit d'impôt en faveur de la production phonographique*, DGMIC, Ministère de la Culture et de la Communication, 2018.

BEARING POINT, *Synthèse de l'étude sur l'évaluation de la répartition des rémunérations entre producteurs phonographiques et artistes-interprètes*, Paris, DGMIC, 2017.

BEUSCART Jean-Samuel, « L'industrie du disque : bilan et perspectives » dans *La musique, une industrie, des pratiques*, Paris, La Documentation Française, 2008, p. 65-79.

BEUSCART Jean-Samuel, « Les transformations de l'intermédiation musicale. La construction de l'offre commerciale de musique en ligne en France », *Réseaux*, 2007.

BIPE et DEPS, *Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques*, Paris, DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication, 2007.

BOURREAU Marc et GENSOLLEN Michel, « L'impact d'Internet et des Technologies de l'Information et de la Communication sur l'industrie de la musique enregistrée », *Revue d'économie industrielle*, 2006, n° 116, p. 31-70.

BOURREAU Marc et LABARTHE-PIOL Benjamin, « Le peer to peer et la crise de l'industrie du disque », *Réseaux*, 2004, vol. 3, n° 125, p. 17-54.

CNV, *Les entreprises de spectacle de variétés. Caractéristiques économiques, sociales et principaux éléments d'évolution. 2012-2014.*, CNV (coll. « Etudes statistiques »), 2017.

COULANGEON Philippe, « L'expérience de la précarité dans les professions artistiques. Le cas des musiciens interprètes, Instability in the artistic professions, La experiencia de la precariedad en las profesiones artisticas », *Sociologie de l'Art*, 2004, OPuS 5, n° 3, p. 77-110.

COULANGEON Philippe, « Chapitre VI. L'économie informelle du métier de musicien » dans *Les musiciens interprètes en France. Portrait d'une profession*, Ministère de la Culture - DEPS, 2004, p. 23.

EY, *Etude d'impact du crédit d'impôt pour le spectacle vivant musical ou de variétés*, Prodiss, SMA, Profedim, Les Forces Musicales, 2018.

FRUTOS Jules, *Diversité artistique et économie du spectacle vivant. L'urgence d'une ambition. Premières orientations*, 2016.

GOURDIN Jean-Baptiste, *Création musicale et diversité à l'ère numérique. Rapport au Ministre de la culture et de la communication*, 2011.

GRANOVETTER Mark, « The Strength of Weak Ties », *American Journal of Sociology*, 1973, vol. 78, n° 6.

HARRIS INTERACTIVE, *Baromètre des pratiques culturelles des Français en matière de spectacles musicaux et de variété*, Prodiss, 2017.

HENNION Antoine, *Les professionnels du disque. Une sociologie des variétés*, Paris, Anne-Marie Métaillé, 1981.

KOECHLIN Stéphane, « Rock indépendant » dans *Encyclopedia Universalis*, En ligne - consulté le 5 juillet 2018.

MAZZOLENI Florent, « Producteur de musique » dans *Encyclopédie Universalis*, En ligne - consulté le 5 juillet 2018.

MENGER Pierre-Michel, *Les intermittents du spectacle: sociologie du travail flexible*, Nouv. éd., Paris, Editions de l'Ecole des hautes études en sciences sociales (coll. « Cas de figure »), 2011, 402 p.

MOULIN Raymonde, « De l'artisan au professionnel : l'artiste », *Sociologie du travail*, 1983, vol. 25, n° 4, p. 388-403.

ONNEE Stéphane et RENAULT Sophie, « Le financement participatif : atouts, risques, conditions de succès », *Gestion*, 2013, n° 3, p. 54-65.

PESTANES Philippe et HACHIN Gregory, *Comment diffuseurs et institutions culturelles doivent-ils se réformer à l'ère du numérique ?*, Kurt Salmon, Forum d'Avignon, 2014.

PICHEVIN Aymeric, *L'artiste-producteur en France*, Irma., 2008.

RENIER Romain, « L'ère de l'autoproduction », *Alternatives Economiques*, 2016.

SNEP, *Economie de la production musicale - Edition 2018*, 2018.

SNEP, *L'économie de la production musicale, 2009*, 2009.

SYNDICAT NATIONAL DE L'ÉDITION PHONOGRAPHIQUE, *L'actualité du marché du disque*, Paris, SNEP, 2006.

UNION DES PRODUCTEURS PHONOGRAPHIQUES FRANÇAIS INDEPENDANTS, *Musique : renforcer la puissance et la diversité de la production indépendante*, 2017.

XERFI, *La filière du spectacle vivant à l'horizon 2020*, 2017.

XERFI PRECEPTA, *Le spectacle vivant en France. Analyse du marché et perspectives à l'horizon 2015, positionnement et stratégies des opérateurs*.

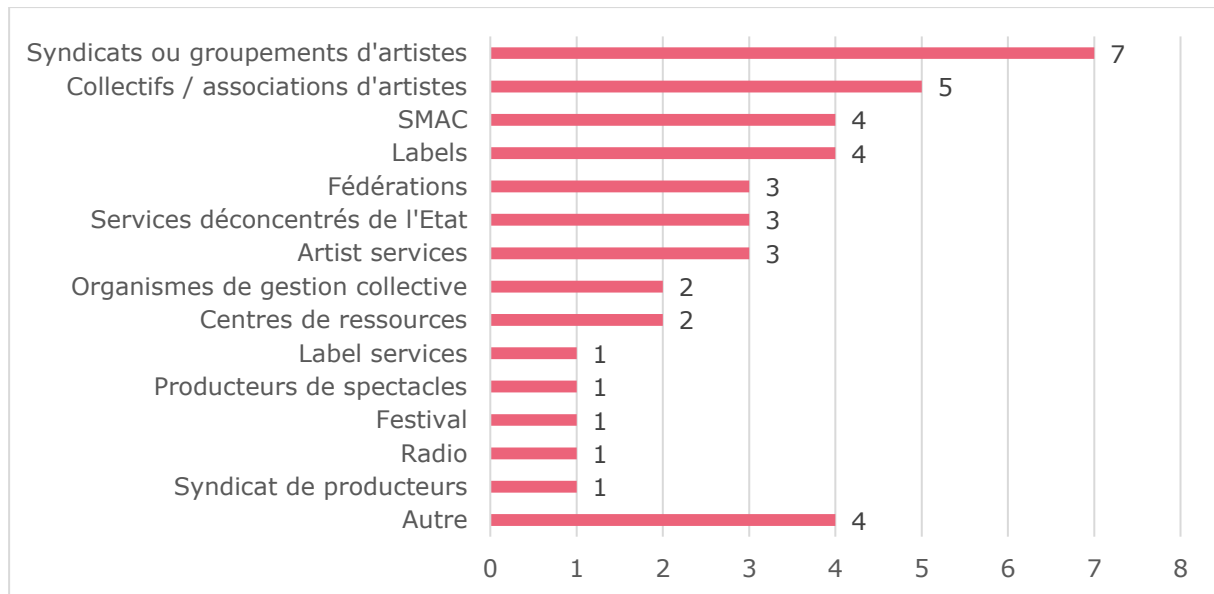


# Annexe méthodologique : les profils des enquêtés

## 2.1. Les professionnels du secteur enquêtés

Des entretiens ont été réalisés auprès de 54 professionnels de **42 structures du secteur musical** (graphique 5).

**Graphique 5 – Répartition de l'échantillon « professionnels » en fonction du type de structure**

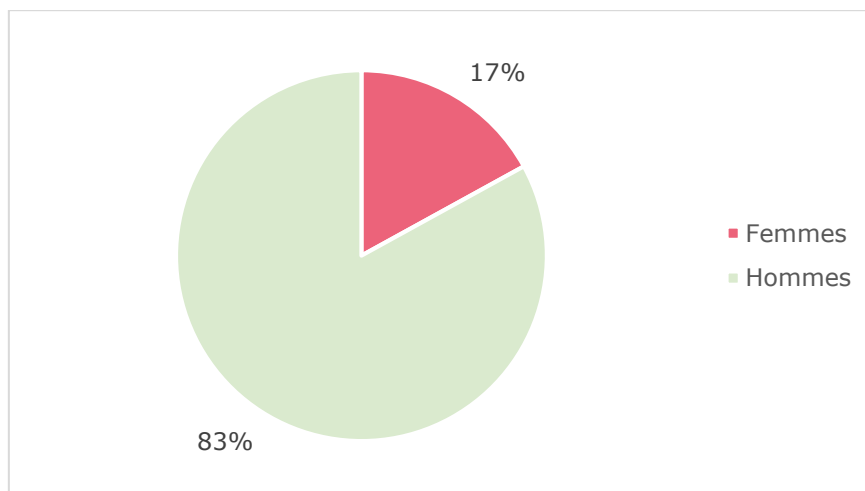


## 2.2. Les artistes autoproduits enquêtés

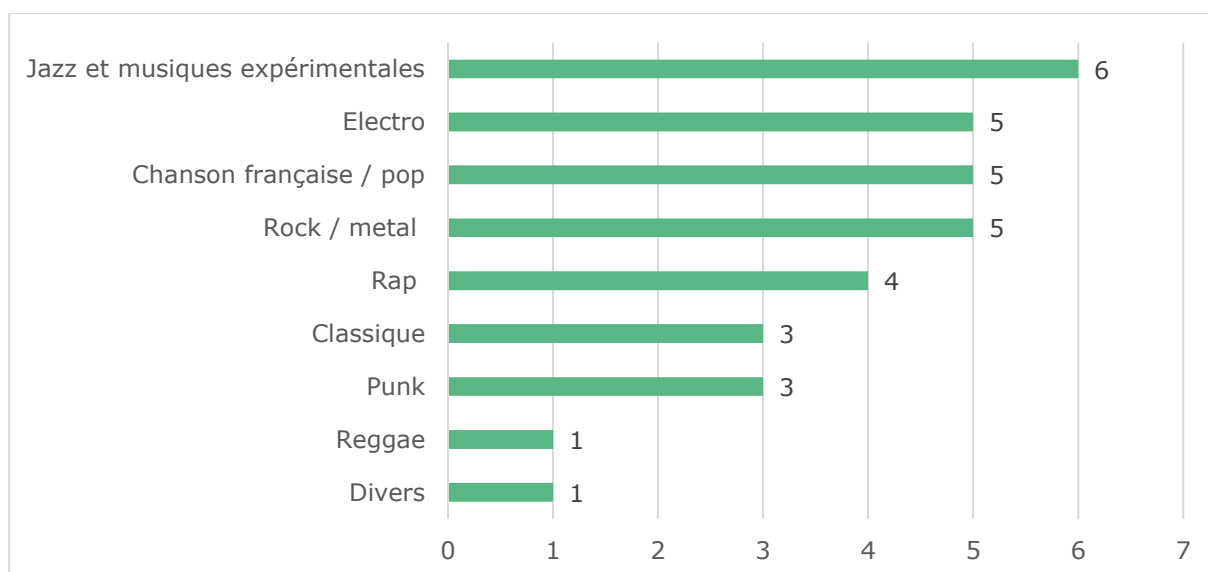
L'échantillon « artistes » de l'étude comprend **33 artistes ou groupes d'artistes**.

Les artistes autoproduits enquêtés dans le cadre de cette étude ont entre 21 et 57 ans, sont en majorité des hommes (graphique 6), et s'inscrivent dans une diversité d'esthétiques (graphique 7).

**Graphique 6 – Répartition de l'échantillon « artistes » en fonction du sexe**

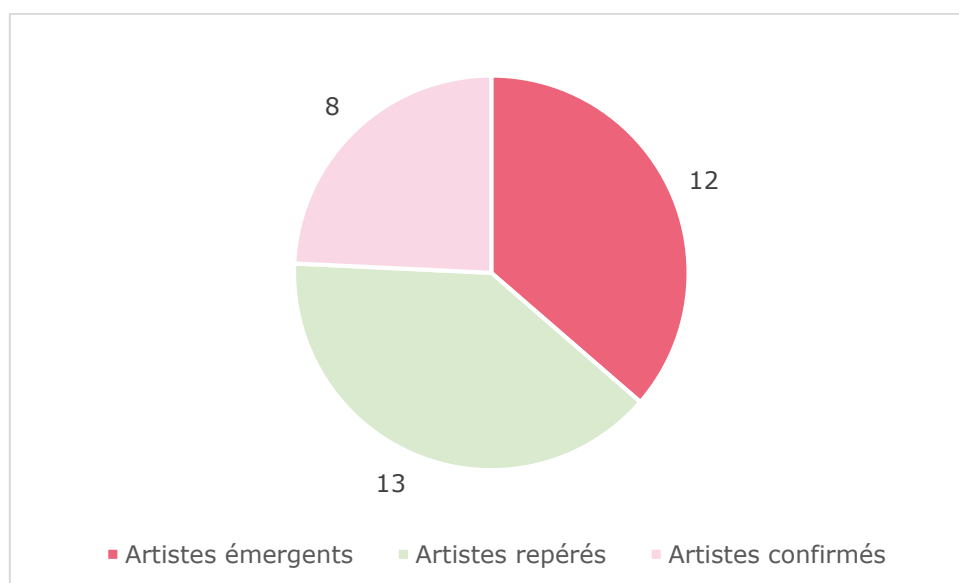


**Graphique 7 – Répartition de l'échantillon « artistes » en fonction de l'esthétique**



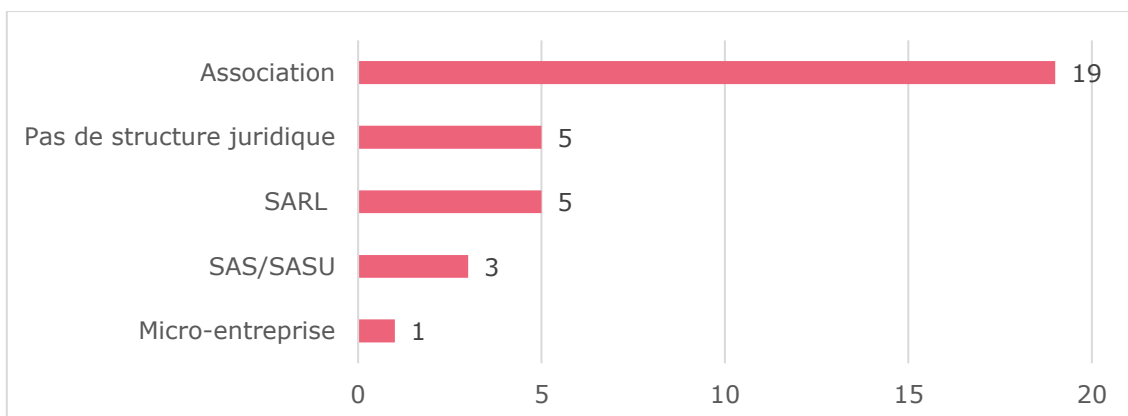
Leurs niveaux de développement sont variés<sup>155</sup> : parmi les artistes ou groupes d'artiste rencontrés, 13 sont repérés, 12 sont émergents, tandis que 8 sont confirmés (graphique 8). La structure qui porte leur projet musical est le plus souvent sous forme associative (graphique 9).

**Graphique 8 – Répartition de l'échantillon « artistes » en fonction du niveau de développement**



<sup>155</sup> Voir la typologie des artistes selon leur niveau de développement, partie 3.1 « Les motifs diversifiés d'entrée dans l'autoproduction ».

**Graphique 9 – Répartition de l'échantillon « artistes » en fonction des types de structure juridique**



agence**phare**