

Etude exploratoire sur l'autoproduction des artistes de la musique

— Synthèse

Février 2019

agencephare

RAPPORT RÉALISÉ PAR L'AGENCE PHARE

AUTEUR-E-S :
MANON REGUER-PETIT
MARIANNE MONFORT
MARTIN AUDRAN



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

— agencephare.com

Etude exploratoire sur l'autoproduction des artistes de la musique

Synthèse de l'étude réalisée par l'Agence Phare, commanditée par la Direction générale des médias et des industries culturelles du ministère de la Culture.

L'autoproduction : un phénomène peu exploré

Cette étude s'inscrit dans un contexte de méconnaissance de ce que recouvre l'autoproduction musicale aujourd'hui, de son ampleur, de ses modalités de mise en œuvre concrète et des caractéristiques des artistes autoproduits.

Si elle n'est pas un phénomène nouveau, on assiste à une **extension de l'autoproduction de musique enregistrée au début des années 2000**. Elle s'inscrit dans un contexte où le disque a perdu sa centralité dans l'industrie musicale¹, en raison de l'arrivée du numérique et de la musique en ligne, ainsi que de l'évolution des modes de consommation – les publics valorisant de plus en plus la logique d'accès aux œuvres par rapport à la logique de propriété². Si aujourd'hui le marché est reparti à

la hausse³, 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 ans⁴.

Par ailleurs, la production et la promotion musicales se sont démocratisées : la possibilité d'enregistrer grâce à des *home studios*, l'essor du financement participatif et le développement de plateformes en ligne d'autopromotion⁵ ont facilité la prise en charge, par les artistes, des activités de production de leur musique enregistrée. La valorisation d'une culture DIY (« Do It Yourself »), liée à ce phénomène de démocratisation des technologies et d'autonomisation des artistes, renforce encore leur attrait pour l'autoproduction.

Une telle transformation ne semble pas toucher dans les mêmes proportions le

réformer à l'ère du numérique?, Kurt Salmon, Forum d'Avignon, 2014.

³ 2017 est la deuxième année consécutive de croissance significative du marché depuis la crise du disque. SNEP, *Economie de la production musicale - Edition 2018*, 2018.

⁴ *Ibid.*, p.8

⁵ Jean-Samuel Beuscart, « Les transformations de l'intermédiation musicale. La construction de l'offre commerciale de musique en ligne en France », *Réseaux*, n°141, 2007, pp.143-176.

¹ Jean-Samuel Beuscart, « Les transformations de l'intermédiation musicale. La construction de l'offre commerciale de musique en ligne en France », *Réseaux*, 2007.

² Philippe Pestanes et Gregory Hachin, *Comment diffuseurs et institutions culturelles doivent-ils se*

spectacle vivant. Les révolutions numérique et technologique bouleversent moins directement sa production. L'autoproduction de spectacle existe néanmoins et répond à des logiques spécifiques.

Dans cette étude exploratoire (voir l'encadré méthodologique ci-dessous), l'autoproduction de musique enregistrée s'entend comme **toute production musicale réalisée en dehors d'un contrat d'artiste** conclu entre un artiste et une maison de disque. Sont donc autoproduits les artistes qui ont signé un contrat de licence, un contrat de distribution, ou qui produisent leur musique « hors contrat ».

L'autoproduction de spectacle désigne **toute production de spectacle réalisée hors du cadre où l'artiste est salarié par un tiers producteur de spectacle**, titulaire de la licence d'entrepreneur de spectacle de deuxième catégorie.

Encadré méthodologique

Les résultats présentés dans cette étude s'appuient sur une analyse documentaire approfondie et sur une enquête par entretiens semi-directifs réalisée auprès de 52 professionnels du secteur de la musique (organismes de gestion collective, syndicats, producteurs, centres de ressources, salles de spectacle, fédérations, etc.) et de 32 artistes ou managers de projets autoproduits.

L'étude a permis de traiter la problématique suivante : *comment le phénomène de l'autoproduction affecte-t-il la trajectoire des artistes et les logiques d'organisation du secteur musical ?*

L'impact du développement de l'autoproduction sur le secteur musical

L'autoproduction des artistes de la musique contribue à renouveler la chaîne de valeur de la

agencephare

SYNTHESE DE L'ETUDE EXPLORATOIRE SUR L'AUTO-PRODUCTION DES ARTISTES DE LA MUSIQUE

musique dans un contexte de transformation du rôle des producteurs.

Un contexte de transformation du rôle des producteurs

La place des acteurs traditionnels de la production n'est pas en diminution mais en reconfiguration. En effet, si les rôles de repérage d'artistes émergents et de production de musique enregistrée semblent se réduire⁶, les maisons de disque développent en parallèle d'autres activités afin de préserver leur positionnement dans l'industrie de la musique :

- d'un côté, elles se dotent de services optimisant leur capacité à identifier des artistes à succès (des plateformes de dépôt de son, par exemple) ;
- de l'autre, elles proposent des offres d'accompagnement intégral en développant des contrats dits « à 360° » (enregistrement, organisation de concerts, vente de produits dérivés, etc.), qui supposent que l'artiste confie l'ensemble de son activité à une seule entreprise.

En ce qui concerne le spectacle vivant, secteur dynamique, caractérisé par quelques entreprises « locomotives » et certaines, de plus petite taille, parfois fragiles⁷, les producteurs salarient les artistes et les techniciens mais n'investissent pas systématiquement dans les autres volets constitutifs de la production de spectacle (répétitions, décor, costumes, etc.). En effet, les défis auxquels les professionnels du secteur ont

⁶ Les contrats de licence sont en très forte augmentation ces dernières années. Union des producteurs phonographiques français indépendants, *Musique : renforcer la puissance et la diversité de la production indépendante*, 2017.

⁷ Jules Frutos, *Diversité artistique et économie du spectacle vivant. L'urgence d'une ambition. Premières orientations*, 2016.

dû faire face dans les années 2010⁸ – liés notamment la réduction des sources de financement et à l'impossibilité d'augmenter les prix des spectacles dans un contexte macroéconomique morose – conduisent à une diminution des risques pris par les producteurs en faveur des artistes émergents.

Le rôle de producteur est donc en pleine évolution. Il convient de rappeler qu'il concerne des acteurs diversifiés et recouvre donc des réalités disparates.

L'émergence d'un écosystème autour des artistes autoproduits

L'autoproduction des artistes de la musique influe sur le secteur musical en suscitant l'émergence d'acteurs diversifiés qui forment un écosystème autour des artistes autoproduits. Les artistes autoproduits sont certes leur propre producteur, mais cela ne signifie pas qu'ils sont isolés. Pour réaliser leurs projets, ils doivent faire appel à des compétences plurielles qui vont au-delà du travail artistique. L'autoproduction implique en effet de réaliser des activités administratives, techniques ou encore logistiques.

Au-delà du recours à des systèmes d'entraide – sous la forme de « *coups de main* », évoqués par de nombreux enquêtés –, un écosystème de prestataires et d'accompagnateurs se consolide autour des artistes autoproduits pour apporter les compétences nécessaires au développement de leurs projets musicaux. Bien que difficilement préhensible, en raison du caractère récent et de la petite taille d'un certain nombre de structures, l'expansion des prestataires proposant ces services semble significative. Elle s'insère dans une tendance plus globale d'augmentation du nombre de startups

⁸ XERFI Precepta, *Le spectacle vivant en France. Analyse du marché et perspectives à l'horizon 2015, positionnement et stratégies des opérateurs.*

françaises intervenant dans la musique : de 250 en 2016 à 334 en 2017⁹.

Ces acteurs, qui forment un écosystème autour de l'artiste, peuvent être distingués selon qu'ils interviennent :

- sur un volet de l'activité de l'artiste en particulier (les acteurs « spécialisés ») ;
- ou plusieurs domaines d'activité, tout au long du projet (les acteurs « généralistes »).

Les acteurs « spécialisés » sont des structures de petite taille, relativement atomisées, ou des organisations qui offrent un accompagnement ciblé. Ce sont d'une part des prestataires, des indépendants ou des TPE (très petite entreprise), qui peuvent être des avocats spécialisés, des cabinets d'expertise comptable, des accompagnateurs dans la constitution de dossiers de demande d'aide¹⁰, des attachés de presse, des bookers ou chargés de diffusion, etc. Il s'agit d'autre part des organismes de gestion collective (ADAMI, SACEM) qui proposent des soutiens financiers sur certaines dimensions précises des projets autoproduits et peuvent jouer des rôles de conseil sur des questions juridiques et administratives¹¹.

Les acteurs « généralistes » sont quant à eux présents tout au long du développement des projets d'autoproduction des artistes. Parmi ces acteurs, on distingue d'abord des sociétés (Absolute, Caroline International, par exemple), encore principalement implantées à l'international, qui assurent les missions

⁹ Données transmises par l'IRMA.

¹⁰ « *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).

¹¹ En entretien, une juriste d'un organisme de gestion collective témoigne de l'importance des conseils et explications donnés aux artistes autoproduits lors des premiers échanges qu'ils ont avec cet organisme.

habituelles des maisons de disque et des producteurs de spectacle, mais sans investir dans la production. Notons que certains distributeurs numériques (à l’instar de Tunecore) agglomèrent une diversité de services spécialisés à destination des artistes. On distingue ensuite, les acteurs de la diffusion de ressources et de la formation (centres de ressources, accompagnateurs dans des salles de spectacle). Enfin, les managers sont des prestataires généralistes qui font partie de l’écosystème de nombreux artistes autoproduits. Loin de disparaître dans le contexte des projets musicaux autoproduits, les managers tendent à jouer un rôle central et structurant dans le choix et l’organisation de l’écosystème qui entoure l’artiste.

Les relations des artistes autoproduits avec les prestataires – généralistes ou non – ont la particularité de **permettre à l’artiste de conserver la propriété de ses enregistrements** : il « *reste seul propriétaire de son travail, de ses œuvres* »¹², ce qui n’est pas le cas dans le cadre des contrats d’artistes.

Ainsi, l’autoproduction de musique enregistrée et de spectacle vivant s’inscrit dans un contexte de reconfiguration du positionnement des producteurs d’une part, et suscite l’émergence d’un écosystème d’acteurs pluriels autour des artistes autoproduits d’autre part. Cet écosystème est marqué par l’émergence de nouveaux métiers et acteurs – généralistes ou spécialisés – mais rassemble également des acteurs de l’accompagnement des artistes produits, à l’instar des managers.

¹² Entretien avec l’équipe dirigeante d’une société de services administratifs, juridiques et comptables aux artistes autoproduits.

L’impact du développement de l’autoproduction sur les artistes de la musique

Les artistes de la musique ne doivent pas être perçus comme une catégorie uniforme. Les logiques d’entrée dans l’autoproduction et les difficultés auxquelles ils sont confrontés sont en effet très variables.

L’entrée dans l’autoproduction : contrainte ou choisie

Les modalités d’entrée dans l’autoproduction varient selon les artistes, et sont différentes selon qu’il s’agisse de musique enregistrée ou du spectacle vivant.

L’autoproduction de musique enregistrée, lorsqu’elle se fait hors contrat, est le plus souvent **contrainte et concerne des artistes émergents**. Elle est alors perçue par l’artiste comme une première étape permettant d’acquérir de la notoriété et éventuellement d’être repéré par les professionnels de la musique (producteurs, managers).

A contrario, elle peut constituer un **choix de carrière** quand elle est réalisée par des artistes au projet musical plus développé et qui revendiquent **une liberté artistique, politique et financière**. On distingue alors différents degrés dans le choix qui est fait par les artistes de s’autoproduire, allant du souhait de gagner en indépendance – en passant d’un contrat d’artiste à un contrat de licence par exemple – jusqu’à à la volonté d’être « *maître de tout* »¹³ – en privilégiant dans ce cas la signature d’un contrat de distribution.

¹³ Entretien avec un artiste autoproduit confirmé qui est passé de contrats de licence à des contrats de distribution.

Dans certains cas, **l'autoproduction d'artistes développés est contrainte parce qu'elle résulte d'une absence d'alternative**. Ce défaut d'accès à la production est souvent dû à une trop faible notoriété ou à diminution importante de leur notoriété, entraînant parfois la rupture (subie) d'un contrat d'artiste ou ayant pour conséquence l'absence de sollicitations de la part des producteurs phonographiques, en particulier dans des esthétiques dites « de niche ».

Notons enfin que **parfois, la forme que prend l'autoproduction pour un projet précis** (hors contrat, contrat de licence ou de distribution) **ne convient pas aux artistes. Ils la vivent comme une contrainte sans néanmoins poursuivre l'objectif d'être produit**. C'est le cas d'artistes émergents qui sont contraints à s'autoproduire hors contrat et dont l'objectif n'est pas d'être produit (en signant un contrat d'artiste), mais de signer un contrat de licence ou de distribution. C'est aussi le cas d'artistes qui sont en licence et qui souhaitent accéder (lorsqu'ils auront les ressources leur permettant d'assurer la promotion) à un contrat de distribution¹⁴. Inversement, certains artistes sont en distribution et souhaiteraient signer un contrat de licence pour ne plus avoir à gérer le volet promotionnel de leur projet.

L'autoproduction de spectacle vivant semble plus souvent contrainte. Les premiers concerts et représentations dans la carrière d'un artiste sont souvent autoproduits à défaut d'autres solutions. Selon les propos de nombreux artistes enquêtés, « *faire des*

scènes » est alors essentiel pour accéder à un producteur de spectacle.

Au-delà des artistes émergents, certains artistes plus développés, dont les projets de grande envergure s'ancrent dans des esthétiques où les producteurs de spectacle sont relativement peu nombreux (jazz, classique, musiques traditionnelles, musiques du monde, métal, etc.), peuvent rencontrer des **difficultés à être produits**, en particulier pour ce qui relève de la prise en charge des coûts de création et de répétition des spectacles. C'est ce qu'évoque le directeur général d'une fédération d'ensembles indépendants : « *plus [les ensembles] vont avoir du mal à se diffuser, plus ils vont autoproduire* ». Le recours à des coproductions est alors fréquent et prend de multiples formes.

Néanmoins, l'étude montre que **certains artistes font le choix d'autoproduire leur spectacle afin de gagner en liberté d'organisation**. Ce choix est permis lorsqu'ils ont des compétences spécifiques qui facilitent la prise en charge des aspects techniques de la production de spectacle et les aspects logistiques de l'organisation des tournées. Cependant ce choix n'interdit pas le recours à un producteur sur certains projets.

Enfin, **certains artistes produisent leurs spectacles au sein de collectifs**. Présenté autant comme un choix que comme une contrainte, ce modèle peut s'incarner dans une coopérative de production, qui s'éloigne d'une situation d'autoproduction au sens strict. Il repose sur l'entraide, sur l'hybridation des ressources et sur l'échange de compétences entre les artistes.

Il existe donc **une grande diversité de formes et une certaine variété de motifs d'entrée dans l'autoproduction**, qui ne relève pas systématiquement d'une contrainte mais peut également résulter d'un choix affirmé.

¹⁴ 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 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 signer un contrat de distribution.

Les difficultés rencontrées par les artistes autoproduits

Lorsqu'ils entament une démarche d'autoproduction, les artistes n'ont pas tous accès aux mêmes ressources (financières, sociales, techniques, etc.). Ils ne sont donc pas armés de la même manière pour faire face aux difficultés qui les touchent.

La **première difficulté que rencontrent les artistes autoproduits est d'ordre juridique et administratif**. En effet s'autoproduire implique rapidement de créer une structure qui porte le projet, de façon à acquérir des biens¹⁵, à faire des factures¹⁶ et à salarier du personnel administratif, technique et artistique¹⁷.

Au-delà de la complexité des processus de création et de gestion de ces structures, une difficulté naît de l'articulation entre le statut d'artiste-interprète et celui de producteur. D'un côté, l'artiste, en tant que producteur, gère le processus de création, de développement et de diffusion du projet musical. De l'autre, en tant qu'artiste-interprète, il est un artiste du spectacle au sens du Code du travail. Il est présumé être salarié sauf s'il justifie de son immatriculation au Registre du Commerce et des Sociétés¹⁸. Ces deux statuts sont compatibles, sauf dans le cas où l'artiste souhaite avoir accès au régime de l'intermittence

La **deuxième difficulté qui touche les artistes autoproduits est économique et sociale**. Le risque de se trouver en situation de pauvreté n'est pas spécifique aux artistes qui autoproduisent leur musique enregistrée et/ou

leur spectacle¹⁹. Néanmoins, un artiste autoproduit investit dans son propre projet musical²⁰. Alors que les artistes, en particulier en phase d'émergence, sont nombreux à puiser dans leurs ressources personnelles (pour prendre en charge les coûts d'enregistrement, de répétition, de masterisation, de promotion, etc.), le retour sur investissement est loin d'être garanti. L'effet sur les revenus sera d'autant plus déstabilisateur si ces derniers sont faibles ou très variables, la première difficulté ressentie par les artistes émergents enquêtés étant de réussir à « *vivre de [leur] musique* »²¹.

Ces difficultés sont atténuées quand les artistes peuvent avoir recours à des ressources externes, notamment à l'aide financière de proches ou à la rémunération issue d'une autre activité professionnelle. Elles diminuent par ailleurs lorsqu'ils ont, *via* leurs projets musicaux précédents, consolidé une trésorerie au sein de leur structure, qu'ils peuvent réinvestir dans un nouveau projet. Enfin, des aides, publiques ou privées, existent. Si toutes ne ciblent pas spécifiquement les artistes autoproduits, certains dispositifs leur sont accessibles.

La **troisième difficulté rencontrée par les artistes autoproduits est d'ordre technique**. Dans la musique enregistrée, les révolutions numérique et technologique ainsi que la démocratisation de l'accès aux *home studios* a contribué à faciliter l'enregistrement phonographique²². Cependant, pour les projets

¹⁵ Articles L526-6 à L526-21 du Code du commerce.

¹⁶ Article L441-3 du Code du commerce.

¹⁷ Articles L1131-1 et suivants du Code du travail.

¹⁸ Article L7121-3 du Code du travail.

¹⁹ Philippe Coulangeon, « L'expérience de la précarité dans les professions artistiques. Le cas des musiciens interprètes », *Sociologie de l'Art*, 2004, OPuS 5, n° 3, p. 77-110.

²⁰ Notons que, dans certains cas, des artistes en contrat d'artiste peuvent également se trouver en situation de devoir prendre en charge une partie des investissements nécessaires au développement de leur projet musical.

²¹ Entretien avec une artiste, membre d'un groupe de rock émergent, qui ne bénéficie pas du régime de l'intermittence (manque de cachets).

²² 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

musicaux qui impliquent un grand nombre de musiciens, qui privilégient l'acoustique et/ou qui exigent un travail conséquent de mixage et de mastérisation, des obstacles techniques peuvent persister.

Concernant le spectacle vivant, les artistes émergents et/ou peu insérés dans des réseaux professionnels sont les plus concernés par des difficultés techniques relatives à l'organisation et à la diffusion de spectacles. Il leur est en effet moins aisé d'acquérir les compétences nécessaires, de les externaliser (en ayant recours à des prestataires) ou de les internaliser (en embauchant une personne dédiée). La difficulté à prospecter des lieux de diffusion est soulignée : « *c'est difficile de se vendre (...), de téléphoner à une salle de concert en disant 'voilà, je voudrais proposer un artiste'. Déjà, est-ce que vous arrivez à dire que c'est vous au bout du fil ?* »²³.

En conséquence, **en autoproduisant leur musique enregistrée et/ou leur spectacle, les artistes sont confrontés à une diversité de difficultés** et doivent élargir leurs compétences hors du champ artistique. La trésorerie de leur structure, alimentée par des ressources financières diverses (projets précédents, ressources personnelles, aides publiques ou privées) ; la notoriété, qui dépend en partie de leur capacité à attirer une audience consolidée ; leur inscription dans un réseau professionnel, qui dépend de leurs ressources sociales et de leurs expériences antérieures ; ou encore les compétences techniques dont ils disposent, sont autant de conditions cruciales pour qu'ils soient à même de se lancer dans une démarche d'autoproduction.

enregistrée », *Revue d'économie industrielle*, 2006, n° 116, pp. 31-70.

²³ Entretien avec une membre de la direction d'un syndicat d'artistes.

Conclusion

L'autoproduction de musique enregistrée et de spectacle a donc un impact à l'échelle du secteur musical d'une part et à l'échelle des artistes de la musique d'autre part.

L'évolution du métier des producteurs phonographiques dans l'industrie musicale d'une part, et la constitution d'un écosystème de prestataires et de partenaires pluriels autour des artistes d'autre part, témoignent du renouvellement à l'œuvre dans le secteur de la musique. On assiste à une amplification des offres d'accompagnement proposées par les majors et les gros labels indépendants qui se sont adaptés aux récentes mutations, mais aussi à l'émergence de nouveaux prestataires de l'accompagnement des artistes, le plus souvent atomisés et spécialisés.

Le développement de l'autoproduction affecte enfin les trajectoires des artistes. Ces derniers ont des motifs d'entrée dans l'autoproduction de musique enregistrée ou de spectacle assez divers. Alors que les artistes émergents et ceux dont la carrière est en déclin présentent cette situation le plus souvent comme une contrainte, l'autoproduction est un choix revendiqué pour une partie des artistes repérés par le public et les professionnels de la musique. La capacité à faire face aux difficultés – juridiques et administratives, économiques et sociales, techniques et artistiques – spécifiques à l'autoproduction dépendra ensuite des niveaux de ressources, très variés, dont les artistes disposent (compétences, financement, réseau).

agence**phare**